

La P
pe li Ni
ē Re

Formations en communication
bac+2 à bac+6



SOMMAIRE



LE LIEU	4
L'ÉCOLE	8
LE STUDIO	10
LA QUATRIÈME ANNÉE	12
LA CINQUIÈME ANNÉE	14
LA SIXIÈME ANNÉE	16
LES COMPÉTITIONS	20
L'ALTERNANCE	22
L'ADMISSION	24
LA VIE DE L'ÉCOLE	26
PADAWAN	28
À VOUS DE JOUER...	30

000000

70

RUE DE CRIMÉE, PARIS 19ÈME.

La Pépinière c'est d'abord un lieu, une adresse. 430m² ouverts 6 jours sur 7, 24h sur 24, une terrasse et deux niveaux. Le rez-de-chaussée, auquel se trouve l'école, un studio photo et vidéo, une salle de réunion privative, un local à vélo, une cuisine, puis l'étage, entièrement dédié au coworking, avec vue sur les Buttes-Chaumont.

LE LIEU

Un lieu de formation, de coworking et de création, donc, mais surtout un lieu de vie où chacun trouve sa place.



À la Pépinière, pas de frontières. Des espaces de travail, oui, des salles de classe, des bureaux, mais aussi des espaces partagés où coworkers, étudiants, intervenants et membres de l'administration peuvent se réunir et échanger.





L'ÉCOLE

Un lieu protéiforme, vous l'aurez compris, mais où l'école occupe une place centrale.

AMBITIEUSE

Parce que **la com est en constante évolution** et ne peut s'apprendre qu'en étant pratiquée, les programmes de la Pépinière sont pensés à l'envers ! Mais pensés à l'envers qu'est-ce que ça veut dire ?

FAMILIALE



À la Pépinière, **il n'y aura jamais plus de 80 étudiants dans l'école** et plus de 20 par promo.

Cela nous permet deux choses : pratiquer **une véritable sélection**, même si elle n'est pas celle à laquelle beaucoup s'attendent, et conserver une dimension humaine.

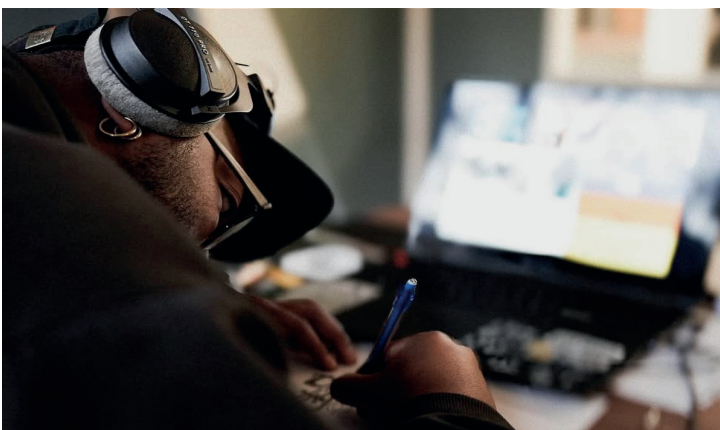
Les étudiants n'y sont ni des numéros ni des dossiers, ils peuvent échanger avec les professeurs, l'administration et les coworkers. Ils sont écoutés, suivis, accompagnés, et leur expérience est prise en compte lors de l'actualisation des programmes.

PROFESSIONNALISANTE

80 étudiants car c'est également le nombre de personnes que nous sommes certains de pouvoir placer en entreprise. Aucune chance de rester sur le carreau, donc. **Tout le monde aura une alternance !**

Et cette promesse est pour nous primordiale car nous savons que **l'expérience en entreprise est extrêmement formatrice**.

Elle permet de confronter ce qu'on apprend en cours au réel, d'affiner sa connaissance du monde du travail, d'enrichir nettement son C.V, son réseau, et ainsi **d'obtenir des postes qui correspondent à ses attentes** une fois les études terminées...



Et bien pensés à partir de **l'actualité des métiers** auxquels nous préparons, de **l'expérience des intervenants** et surtout **des épreuves** (création de sa propre agence, compétition lancée par des marques réelles, organisation d'événements, coaching des promotions inférieures).

C'est pourquoi ce sont les projets qui amènent les matières, et non pas l'inverse, qu'un même projet est donc suivi dans différents cours et que **la transversalité est toujours privilégiée**.

no

FOCUS STUDIO

Pour la prise de vue, la prise de son, le mixage, le montage, l'étalonnage et tout le reste.
Au studio, il y a forcément ce qu'il faut...



00



DU TOURNAGE

Impossible de parler de l'école sans parler du studio. Situé au rez-de-chaussée, le studio photo et vidéo Cyclorama est **équipé en matériel vidéo professionnel** et complété par une loge maquillage.

Idéal pour réaliser des interviews, des incrustations fond vert, du packshot ou du portrait, le studio est régulièrement réquisitionné par les étudiants et bien évidemment **privatisé pour certains cours...**

À LA POST-PRODUCTION

Podcast, interview, film publicitaire, packshot ou portrait, tous les projets sont possibles.

Et cela grâce à **l'important équipement dont dispose le studio**. Caméras FX3, A7S III, objectifs ZEISS, LAOWA, rail de travelling motorisé Neewer, stabilisateurs, lumières Cob Neewer, micros Shur SM78, télé-prompteurs, panneaux d'étalonnage, etc...

LA QUATRIÈME ANNÉE

V4

■ RYTHME

2 jours à l'école, 3 jours en entreprise

■ TARIFS

Le coût des études est totalement pris en charge par l'entreprise

■ DIPLÔME

Toujours un titre certifié en marketing ou en communication niveau 7, mais à la fin de l'année suivante. Deux ans sont nécessaires pour l'obtenir. Et ce, quel qu'il soit... En effet, l'intitulé exact de ce titre peut varier d'une année sur l'autre. C'est pourquoi il ne figure que sur notre site, et pas sur la plaquette.

■ PRÉ-REQUIS

Avoir validé un bac+3, de préférence en communication

■ ACCESSIBILITÉ

Accessible aux personnes en situation de handicap

La V4, comme toutes les formations de la Pépinière, a été pensée à l'envers. Ce sont les projets qui amènent les cours et non l'inverse. De grands rendez-vous rythment donc cette année. Focus sur quelques-uns d'entre eux...

LES COMPÉTITIONS

Les compétitions qui ont lieu en décembre et en juin, et auxquelles préparent de nombreux modules tels que le séminaire d'identité d'agence, au cours duquel les étudiants créent leur propre agence de communication de A à Z, ou encore le module Data/Insight, qui se propose de leur faire découvrir comment, par la constitution d'une audience pertinente, on peut dégager d'originaux constats et enrichir ainsi nos propositions créatives.

LE CHALLENGE VIDÉO

Au programme : un annonceur, un brief vidéo et une semaine complète pour y répondre, de l'écriture au montage... Le studio se trouve ainsi à la disposition des étudiants, réunis en équipe, et encadrés par des professionnels de l'audiovisuel (réalisateur, chef opérateur, monteur). La demande est très souvent la même : une pub de 20 à 30 secondes destinée à la télévision ou à une diffusion sur les réseaux sociaux...

DA/CR

Parce qu'une DA sans CR, c'est de l'escroquerie... et qu'une CR sans DA, c'est un travail inachevé.

Ces constats ont inspiré le challenge DA/CR, ou plutôt le challenge Direction Artistique/Conception Rédaction (pour les non-familiers de ces curieux acronymes).

Son format ? 1 brief créatif, 2 professionnels, 3 journées dans l'année. Pour y répondre, un binôme composé de deux étudiants, le tandem de l'agence, celui du Team Créatif.

Trois rendez-vous donc, qui se concluront systématiquement par un pitch final. Parce qu'en agence comme chez l'annonceur, il ne suffit pas d'avoir des bonnes idées, il faut aussi savoir les vendre.

LE PACK MARKETING

Le Pack Marketing, ensuite.

Projet qui occupera les étudiants tout au long de l'année et dont l'objectif est de concevoir un produit ou service innovant ainsi que la marque qui va permettre de commercialiser celui-ci. De nombreux cours sont ainsi articulés autour de ce projet...

Un séminaire portant sur la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises), un module d'UX (Utilisateur Expérience), d'identité visuelle ou encore d'études qualitatives (type Focus Group).



LES AFTERWORKS

Parce que l'expérience est une lanterne qui n'éclaire que celui qui la porte, **il faut faire pour apprendre...** Et c'est encore plus vrai lorsqu'il est question de gestion de projet ou d'événementiel !

C'est pourquoi les étudiants doivent tous organiser leur propre afterwork. Du concept de l'évènement jusqu'au bilan de celui-ci en passant par la communication avant, pendant et après, aucune étape n'est épargnée à nos chers V4.

Encore une fois, de nombreux cours et ateliers permettent de mener à bien cette ambitieuse mission : gestion de projet, bien sûr, mais aussi budgétisation, négociation, KPI's et reporting...



VOYAGE À ROME

Et comme toute filière créa qui se respecte se doit de contenir un cours d'Histoire de l'art, nous avons décidé de le faire hors les murs... Ou plus exactement en dehors de l'école, au contact des œuvres.

C'est pourquoi tous les étudiants en V4 s'envolent chaque année pour Rome, et cela pour des raisons évidentes (Michel-Ange étant l'une d'entre elles...).



ET LE PROGRAMME COMPLET ALORS ?

La com étant ce qu'elle est, celui-ci évolue chaque année. Pour découvrir l'actuel, scanne ce QR Code !

LA CINQUIÈME ANNÉE

■ RYTHME

Mercredi en cours, le reste du temps en entreprise

■ TARIFS

Le coût des études est totalement pris en charge par l'entreprise

■ DIPLÔME

Toujours un titre certifié en marketing ou en communication niveau 7, mais à la fin de l'année suivante. Deux ans sont nécessaires pour l'obtenir. Et ce, quel qu'il soit... En effet, l'intitulé exact de ce titre peut varier d'une année sur l'autre. C'est pourquoi il ne figure que sur notre site, et pas sur la plaquette.

■ PRÉ-REQUIS

Avoir validé un bac+4, de préférence en communication

■ ACCESSIBILITÉ

Accessible aux personnes en situation de handicap

La V5, comme toutes les formations de la Pépinière, a été pensée à l'envers. Ce sont les projets qui amènent les cours et non l'inverse. De grands rendez-vous rythment donc cette année. Focus sur quelques-uns d'entre eux...

LES COMPÉTITIONS

Les compétitions qui ont lieu en décembre et en juin, et auxquelles préparent de nombreux modules tels que le séminaire d'identité d'agence, au cours duquel les étudiants créent leur propre agence de communication de A à Z, ou encore le module Data/Insight, qui se propose de leur faire découvrir comment, par la constitution d'une audience pertinente, on peut dégager d'originaux constats et enrichir ainsi nos propositions créatives.

GESTION DE CRISE

Stress, panique, rebondissements... Difficile de garder son sang-froid en temps de crise. Comme souvent, seule l'intelligence nous sauvera ! Mais réfléchir sous pression, ça s'apprend. C'est l'objectif de ce module qui plonge les étudiants dans une situation critique au sein de laquelle communiquer est la seule solution. La salle de classe se transforme en cellule de crise, les réseaux doivent être scrutés, les signaux faibles identifiés, les stratégies balisées de long en large... et tout cela dans des délais extrêmement courts, bien sûr !

LE MODULE PACKSHOT

Parce que la Pépinière dispose d'un studio cyclorama tout équipé, il est de notre devoir d'envisager la photo autrement... Le packshot, exercice incontournable pour tout communicant qui se respecte, est aujourd'hui possible dans les meilleures conditions.

Pour animer ce cours pas de prof, mais une agence ! De véritables professionnels spécialisés dans la food, qui délivreront trucs et astuces pour mettre en lumière un burger ou une salade de saison.

Quelle composition, quelle lumière, quelle mise en scène, quelle préparation et quelles retouches ? Autant de questions auxquelles les réponses sont apportées par la pratique au cours de deux jours consécutifs entièrement dédiés à l'exercice...

ATELIER PODCAST

Au commencement était le verbe. Impossible d'y couper. Un podcast ça s'écoute mais surtout ça s'écrit.

Le premier des quatre jours consacrés à cet atelier est donc dédié à la conception et à l'écriture du podcast. Chaque groupe est accompagné par un rédacteur professionnel et se livre à un sprint de 7 heures au cours duquel toutes les idées sont permises.

Deux semaines après, on enregistre ! Toujours avec notre pro du podcast, grand chef d'orchestre de cet intense module mais également avec un autre intervenant, directeur artistique et technicien hors pair spécialisé dans la prise de son. Et le quatrième jour, alors ? Le quatrième jour, c'est montage audio ! Montage puis diffusion, d'ailleurs. Car on ne saurait terminer pareille aventure autrement que par un moment d'écoute et de partage...

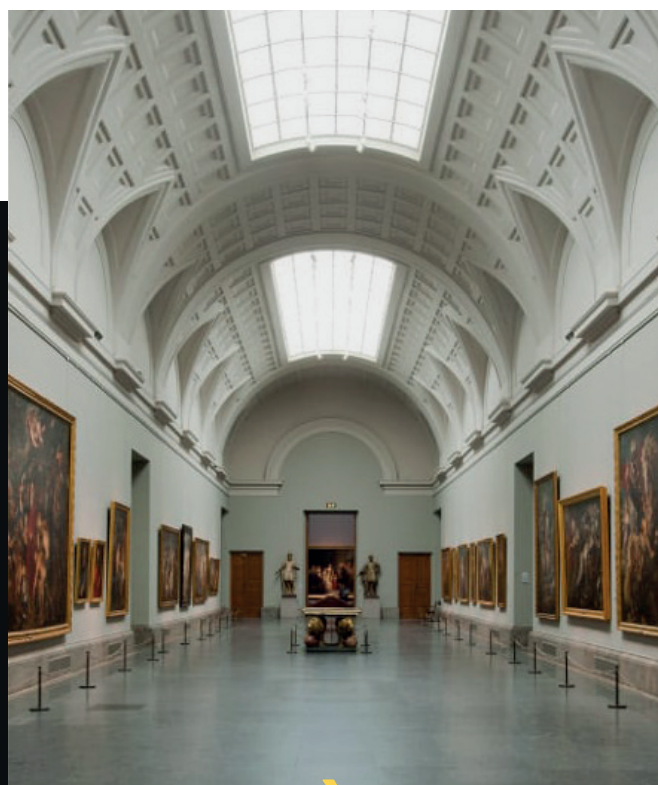


CHALLENGE NEW BUSINESS

Quoi de plus difficile et crucial pour une agence que de prospecter ? Le phoning a cessé de se montrer concluant à la fin des années 80, participer aux compétitions n'est pas toujours aisé et le bouche à oreille a ses limites... Alors comment procéder ? Quel discours adopter ? Faut-il offrir pour recevoir ?

Toutes ces questions ont donné naissance à un très singulier défi : le challenge New Business ! L'idée ? Identifier des besoins ou des opportunités pour une marque bien précise et entrer en contact avec elle par le biais d'une recommandation stratégique.

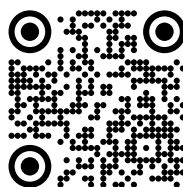
On crée le brief nous-mêmes, mais pas n'importe comment. On veille, on discute, on affine. On dégage des insights, de nouvelles cibles potentielles, bref... On développe d'inexplorées perspectives ! Des recos sauvages, donc, qui reposent sur un boulot stratégique en béton armé et obligent à se réinventer chaque fois...



VOYAGE À MADRID

Et comme toute filière créa qui se respecte se doit de contenir un cours d'Histoire de l'art, nous avons décidé de le faire hors les murs... Ou plus exactement en dehors de l'école, au contact des œuvres.

C'est pourquoi tous les étudiants en V5 s'envolent chaque année pour Madrid, après avoir vu Rome en V4, afin de passer de Michel-Ange à Goya, de Caravage à Sorolla, de la galerie Borghese au Prado...



ET LE PROGRAMME COMPLET ?

La com étant ce qu'elle est, celui-ci évolue chaque année. Pour découvrir l'actuel, scanne ce QR Code !

LA SIXIÈME ANNÉE

■ RYTHME

Vendredi en cours, le reste du temps en entreprise

■ TARIFS

Entre 2000€ et 3000€

■ DIPLÔME

Pour le moment un diplôme d'école. Dans les années à venir peut-être un titre certifié niveau 7, le nôtre, celui de Creative strategist. Titre qui sera évidemment rétroactif si nous parvenons à le créer...

■ PRÉ-REQUIS

Avoir validé un bac+4 ou bac+5

■ ACCESSIBILITÉ

Accessible aux personnes en situation de handicap

Une 6ème année en communication, cela peut surprendre. La proposition est curieuse, inhabituelle... Et pourtant ! Quand cette 6ème année en communication prépare au métier de Creative strategist, tout s'explique ! Un passionnant métier auquel seule la Pépinière forme les étudiants en France. Mais avant même d'évoquer la formation, peut-être est-il nécessaire d'expliquer ce qu'est un Creative Strategist...

UNE FORMATION RAPIDE - UN MÉTIER POLYVALENT

QUEL EST SON FORMAT ?

La sixième année, c'est du sur-mesure...
On peut la suivre de différentes manières, et cela en fonction de ses aspirations et de ses impératifs. Soit dans sa totalité, donc, c'est-à-dire pendant 5 à 6 mois à raison d'un jour par semaine, soit par blocs de compétences (en ne suivant que les modules liés aux blocs choisis), soit par modules.

Cinq mois au sein desquels la pratique et l'accompagnement vers l'emploi occupent une place centrale.

Un format qui permet donc aux cours de cohabiter avec un emploi à temps plein légèrement aménagé pendant quelques mois, un emploi à temps partiel, un stage ou une activité d'indépendant.

En bref, tout est possible ! En revanche, pour obtenir le diplôme, pour l'instant diplôme d'école, il faudra se présenter aux différents examens et présenter un dossier de Validation des Acquis de l'Expérience si la formation n'a pas été suivie dans sa totalité.

FOCUS

SUR LE MÉTIER DE CREATIVE STRATEGIST

Capable à la fois de concevoir la stratégie des moyens, de penser les messages de campagne et leur traduction visuelle, le Creative Strategist est l'avenir et peut-être déjà le présent du planeur strat.

Une mutation logique, naturelle, qui fait tomber cette factice frontière entre strat et créa. Pour répondre en une phrase, il s'agit donc à la fois d'une évolution, celle du métier de planeur, et de la fusion de ce dernier avec celui de directeur de création.



La V6, comme toutes les formations de la Pépinière, a été pensée à l'envers. Ce sont les projets qui amènent les cours et non l'inverse. De grands rendez-vous rythment donc cette année. Focus sur quelques-uns d'entre eux...

DIRECTION DE CRÉATION

Un challenge de huit heures, au sein duquel il faut répondre à un brief créa sans jamais toucher aucun logiciel... Oui, oui, c'est possible ! C'est d'ailleurs ce que font les étudiants de sixième année en endossant le costume d'un directeur ou d'une directrice de création.

Brief à 19h. Nos binômes DC ont toute la soirée et la nuit pour réfléchir, mais pas une minute de plus, car le lendemain à 9h, ils doivent mettre leurs camarades de quatrième année au travail. Ce sont eux qui vont réaliser leurs idées.

Toute la journée se succèdent de nombreux allers-retours, nos DC devant se montrer capables de formuler des remarques créatives et de le faire vite... Et à la fin de l'après-midi, ce sont les V6 qui pitchent les créas devant l'annonceur. Car un bon manager ne se planque pas, au contraire ! Il assume et défend le boulot de ses équipes !

COACHING COMPÉTITION

Être Senior, ça n'est pas faire le boulot à la place de ses équipes, c'est au contraire les accompagner aux moments-clés pour obtenir le meilleur d'eux-mêmes !

C'est tout l'enjeu de cette épreuve qui donne aux étudiants de 6ème année ce rôle crucial. En binôme, ils devront encadrer une équipe de 4ème année pendant 48 heures. Ils interviendront donc à l'aube du troisième jour, déterminante journée au début de laquelle la stratégie des moyens est censée être terminée.

Faut-il tout revoir ? Réévaluer ? Seulement corriger le tir ? Encourager une dynamique déjà heureuse ? Remobiliser tout le monde ? Proposer des méthodes de travail ? À nos binômes de le déterminer... Ce qui est sûr, c'est qu'il va falloir user de ses compétences managériales, stratégiques et créatives...

PERSONAL BRANDING

Décrocher un job c'est bien. Décrocher celui qu'on désire ardemment c'est mieux. Ce module est pensé pour. **Il ne s'agit pas d'un cours mais d'un tremplin.**

Le programme ? D'abord réfléchir à ce que l'on souhaite : postuler uniquement à un certain type de poste ? En agence ? Chez l'annonceur ? Dans un secteur particulier ? Ou bien carrément monter sa propre activité et opter pour l'indépendance ? Tout est possible. Seul l'accompagnement diffère. Qu'on travaille donc sur son statut juridique et sa stratégie de prospection ou sur la sacro-sainte trinité des outils pour postuler à une offre (CV, lettre de motivation, book), l'approche sera ultra personnalisée...

BOOK EN BINÔME

L'idée ? Constituer un binôme DA/CR et enrichir son book en répondant régulièrement à des briefs créatifs. Cinq journées complètes se terminant systématiquement par un pitch et une sixième spécialement consacrée à la mise en page de son Book.

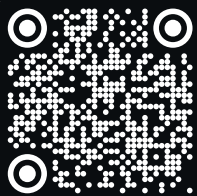
Pour les encadrer ? Un DA et des CR qui changent à chaque fois pour varier les plaisirs, mais surtout les expertises...

CHALLENGE NEW BUSINESS

Quoi de plus difficile et crucial pour une agence que de prospecter ? Le phoning a cessé de se montrer concluant à la fin des années 80, participer aux compétitions n'est pas toujours aisé et le bouche à oreille a ses limites... Alors comment procéder ? Quel discours adopter ? Faut-il offrir pour recevoir ?

Toutes ces questions ont donné naissance à un très singulier défi : le challenge New Business ! Son principe ? Identifier des besoins ou des opportunités pour une marque bien précise et entrer en contact avec elle par le biais d'une recommandation stratégique.

On crée le brief nous-mêmes, mais pas n'importe comment. On veille, on discute, on affine. On dégage des insights, de nouvelles cibles potentielles, bref... On développe d'inexplorées perspectives ! Des recos sauvages, donc, qui reposent sur un boulot stratégique en béton armé et obligent à se réinventer chaque fois...



ET LE PROGRAMME COMPLET ALORS ?

La com étant ce qu'elle est, celui-ci évolue chaque année. Pour découvrir l'actuel, scanne ce QR Code !

MODULE DATA/INSIGHT

Parce que la veille, c'est indispensable. Mais parce qu'avec nos petits bras et Google pour seul allié on se retrouve vite limités, ce module propose de passer par l'extraction de données pour déterminer le profil et le comportement de nos cibles. Le planning strat évolue. Nous aussi. IA et Big data révolutionnent tout. Coller avec la réalité qui sera la nôtre en agence est essentiel...

PITCH CRÉA VIDÉO

Parce qu'on manque toujours de moyens financiers, humains et matériels, que le pitch idéal, celui où toutes les créas sont tellement abouties qu'on ne peut plus les appeler maquettes n'existe pas, **il est indispensable de savoir pitcher une idée sans la produire !**

Au cours des trois journées consacrées au Pitch Créa Vidéo on apprend donc à s'appuyer sur un synopsis, un storyboard, des intentions en terme de lumière, de décor, ou encore de casting, pour vendre une idée à un annonceur en lui permettant de se projeter jusque dans les moindres détails...

LES COMPÉTITIONS



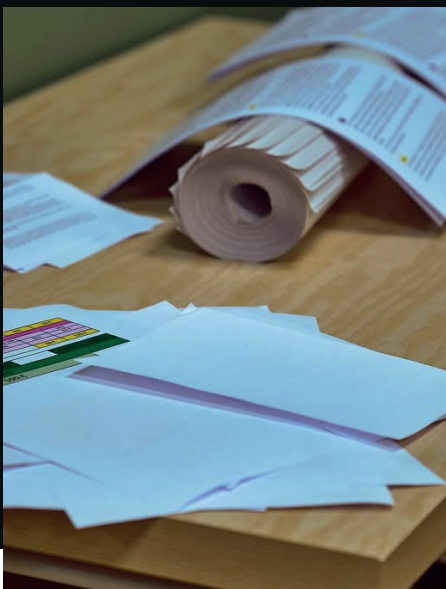
Parce qu'on n'a jamais vu sortir une campagne d'un amphithéâtre et que **la communication ne s'apprend qu'en se pratiquant**, la Pépinière articule toutes ses formations autour des compétitions en communication.

S'il y a bien une épreuve qui domine toutes les autres, dans cette école, c'est donc la compétition ! C'est pourquoi cette plaquette se devait d'y consacrer au minimum une double page. **Voici de quoi en comprendre plus sur l'épreuve reine de cette école...**

UNE COMPÉTITION EN COMMUNICATION, C'EST QUOI ?

Chez tout annonceur qui se respecte, il y a un service communication. Qu'il soit composé de douze personnes ou d'une seule, ce service fait régulièrement appel à des agences à qui celui-ci délègue une partie de la communication de la marque et très souvent la réflexion stratégique qui permet d'aboutir à une campagne ou un plan de communication digne de ce nom. Seulement, trouver la bonne agence ça n'est pas si facile... Les annonceurs les mettent donc régulièrement en compétition.

Mais comment ? Et bien en leur demandant toutes de fournir des propositions (réunies au sein de ce qu'on appelle une recommandation stratégique) répondant à une demande clairement formulée (ce qu'on appelle communément un brief). À partir de ces propositions, l'annonceur tranche, choisit avec qui il travaillera...



À la Pépinière, les compétitions c'est d'abord une exigence. Celle de toujours faire travailler les étudiants sur un cas **réel**, à partir d'un brief **réel** et donc d'une demande **réelle**, formulée par une marque **réelle** représentée par des interlocuteurs **réels**... Aucune simulation, pas de budget imaginaire, de faux clients ou de jeux de rôles. **On bosse comme dans la vraie vie.**

C'est d'ailleurs pourquoi **les étudiants ne constituent pas des équipes, mais bien des agences**, avec leur propre ADN, leur identité visuelle, leur manière de prendre la parole et surtout de concevoir une recommandation stratégique. Ce travail est effectué en amont de la première compétition, qui a toujours lieu en décembre.



COMBIEN DE COMPÉTITIONS DANS L'ANNÉE ?

Chaque année, deux compétitions en communication réunissent toutes les promotions. La première en décembre, la deuxième en juin. Étudiants de troisième, quatrième, cinquième et même parfois de sixième année participent tous à l'aventure. Et contrairement à ce qu'on pourrait penser, ce ne sont pas toujours les grands qui gagnent...

QUELS ANNONCEURS POUR CES COMPÉTITIONS ?

De l'ONG à la marque de luxe, tout est possible... À la Pépinière, les compétitions sont choisies en fonction de l'intérêt pédagogique que représente le brief. Une cible au profil inédit, une demande ambitieuse, des contraintes légales importantes, un secteur méconnu, tous les défis nous intéressent à partir du moment où la stratégie est convoquée. Et puisqu'au cours d'une scolarité complète à la Pépinière un étudiant participera au minimum à 6 compétitions en communication, autant varier les plaisirs !

LE DÉROULÉ ? TOUJOURS LE MÊME.

Chaque agence travaille où elle veut. Au sein des locaux de la Pépinière, dans l'appartement d'un des membres de l'équipe, au sein d'une maison louée spécifiquement pour l'occasion, peu importe... L'idée c'est de travailler ensemble et de ne surtout pas se quitter... Parce que 6 jours, c'est court... Très court... Mais à la Pépinière, on apprend à travailler dans l'urgence...

Brief le vendredi soir, présentation le vendredi suivant. Les agences disposent de six petits jours pour concevoir leur recommandation stratégique et penser la manière dont ils vont la présenter à l'annonceur. Des compétitions en communication qui durent donc une semaine et au cours desquelles les étudiants sont entièrement autonomes.

no



L'ALTER- NANCE

À la Pépinière, tous les étudiants sont en alternance. La formation est donc intégralement financée par l'employeur et l'étudiant rémunéré. Mais alors, l'alternance en communication, comment ça marche ?

ou

AU TRAVAIL !

Que ce soit en agence, chez l'annonceur ou en régie, **les étudiants de la Pépinière sont tous placés en entreprise.**

Des missions de gestion de projet, de planning stratégique, de création graphique et audiovisuelle, des postes de chargé de communication, de chef de projet ou de D.A junior, les possibilités sont nombreuses, mais toujours adaptées à leur profil.

À QUEL RYTHME ?

Afin de pouvoir suivre un projet, il est absolument nécessaire d'être présent chaque semaine, même si cette présence ne s'étend pas sur cinq jours. C'est pourquoi la Pépinière ne peut imaginer l'alternance autrement qu'en partageant chaque semaine entre l'école et l'entreprise.

Et afin de propulser les étudiants vers un emploi à temps plein, le rythme de formation évolue au fil des années. **De moins en moins de jours à l'école, de plus en plus en entreprise, la transition est douce mais certaine...**

De son inscription à l'école jusqu'à la fin de son contrat, en passant par son placement en entreprise, chaque étudiant bénéficie d'un **accompagnement personnalisé...**

1

Définition du projet professionnel de l'étudiant

2

Atelier d'aide au placement

3

Validation du CV

4

Promotion du CV auprès des entreprises partenaires

5

Rédaction du contrat par la Pépinière (dès l'avis favorable donné par un employeur)

V3

2 jours à l'école, 3 jours en entreprise

Lundi et mardi à l'école
Mercredi, jeudi, et vendredi en entreprise

V4

2 jours à l'école, 3 jours en entreprise

Jeudi et vendredi à l'école
Lundi, mardi et mercredi en entreprise

V5

4 jours en entreprise et 1 jour à l'école

Mercredi à l'école
Le reste de la semaine en entreprise



L'ADMISSION

Un recrutement à partir de bac +2 ouvert aux communicants balbutiants mais pas que... À la Pépinière, ce ne sont pas les profils atypiques qui effraient. Les parcours plus conventionnels non plus.

Ce qui compte, c'est la motivation, la créativité et la capacité de raisonnement. École ouverte et exigeante, la Pépinière place le travail et la liberté au cœur de son ADN.

ET SI ON VEUT PRENDRE LA TEMPÉRATURE ?

Pour ça, rien de mieux que de se rendre à l'une de **nos journées portes ouvertes** ! D'ordinaire, celles-ci sont de grandes opérations séduction au sein desquelles tout est calculé pour transformer l'essai.

À la Pépinière, les choses sont légèrement différentes !

On se voit présenter l'école, bien sûr, ses formations, le matériel à disposition, l'alternance en communication, l'accompagnement dispensé, les débouchés qui s'offrent aux étudiants. On rencontre également les membres de l'équipe, des étudiants, des profs, mais surtout, on joue, on crée, on élabore ! En participant à des ateliers photo, podcast ou vidéo au sein de notre fameux studio, en s'initiant à la création assistée par ordinateur en salle de cours, et **en relevant le défi du test d'admission**.

Pour ceux qui s'y sentent prêts, du moins... Rien n'est obligatoire, bien sûr, mais tout est toujours possible ! Fabriquer, discuter, échanger... Les journées portes ouvertes de la Pépinière sont l'occasion de faire de véritables rencontres, d'affiner ses projets et pourquoi pas de trouver autre chose que ce qu'on était venu chercher !

Peu de places sont disponibles, chaque promotion ne pouvant comporter plus de 20 étudiants. C'est pourquoi la sélection est primordiale mais ne repose pas sur les inopérants critères de certaines grandes écoles. Alors ces critères, quels sont-ils ? Comment le test se déroule-t-il ? Quelles en sont les étapes clés ?

1

2

3

4

LE TEST

Le candidat se voit rappeler le principe du test et assiste à un brief. Il lui est demandé de répondre à la demande d'une marque par une présentation de 10 minutes qui aura lieu à une date fixée le jour-même avec le candidat : le lendemain, une semaine plus tard, peu importe... Les candidats ont donc la possibilité de passer le test sur place en moins de 24h et de se faire aider par les étudiants de la Pépinière ou de le préparer tranquillement chez eux.

Le candidat, quel que soit son niveau d'étude (minimum bac+2), est attendu dans nos locaux au jour et à l'heure du rendez-vous qui a été fixé avec lui. À l'une de nos journées portes ouvertes, par exemple...

Le moment de la présentation arrive... Le candidat passe devant un jury composé d'un membre de l'équipe pédagogique et d'un membre de l'équipe communication de la Pépinière. Tous les coups sont permis ! Vidéo, PowerPoint, paper board, podcast : la forme est entièrement libre ! Ce qui sera évalué c'est la motivation, la capacité de réflexion, la créativité et la logique de la démonstration.

Le candidat reçoit une réponse le lendemain sans faute. S'il est accepté, un chargé de placement prend contact avec lui pour l'accompagner au plus vite dans sa recherche d'alternance.



LA VIE DE L'ÉCOLE

La Pépinière, qui dans le cas contraire porterait fort mal son nom, grouille en permanence de vie. Que l'initiative émane de l'administration, des profs, des coworkers ou même des étudiants, il s'y passe toujours quelque chose, parfois très officiel, parfois très informel...



AFTERWORKS

Parce qu'une cuisine et un frigo suffisent à offrir de folles perspectives aux fêtards, mais que la présence d'une terrasse et de parties communes aussi spacieuses que celle du 70 rue de Crimée ne peuvent se satisfaire d'une vulgaire petite sauterie, **de nombreux afterworks sont organisés dans l'année.**

Il s'agit bien sûr de relâcher la pression, mais aussi de **permettre aux uns et aux autres de se rencontrer, d'échanger et pourquoi pas de s'entraider...** Ceux-ci sont parfois thématiques, et certains mêmes font l'objet d'une notation puisqu'ils constituent une épreuve à part entière !



ATELIERS

Théâtre, cuisine, yoga, danse Souphie... Tout est envisageable ! À la demande des membres du BDE (Bureau Des Étudiants), la Pépinière accueille des ateliers extrascolaires en tous genres. Les locaux le permettent, pourquoi s'en priver !

CINÉ-CLUB

Chaque premier mardi du mois à 19 heures, le ciné-club de la Pépinière met à l'honneur un réalisateur en diffusant l'un de ses chefs-d'œuvre. L'occasion de découvrir, analyser et pourquoi pas débattre, mais surtout de visionner un excellent film dans les meilleures conditions possibles, accompagné par le responsable du studio, également enseignant et avant tout cinéphile chevronné.



ET DANS LE QUARTIER ?

Voir un peu plus loin que le 70 n'est pas une mauvaise idée. Surtout si on sait compter jusqu'à 100 ! On arrivera alors au croisement de la rue Manin, où les possibilités pour manger sont nombreuses et variées. Si on se contente de traverser la rue, on ne trouvera sans doute pas de travail, les chances sont minces, mais on tombera sur tout aussi réjouissant : le parc des Buttes-Chaumont !

Et si nos mollets le permettent, que la montagne nous manque et que notre corps réclame l'effort, on pourra se diriger vers Place des Fêtes ou vers Jourdain, ce véritable petit village en plein cœur du 20ème...



PADAWAN

Une véritable agence de communication intégrée à l'école...



UNE AGENCE ÉTUDIANTE...



Agence de communication 360, Padawan est encadrée par des professionnels expérimentés mais composée exclusivement d'étudiants en alternance. Ceux-ci y exercent les métiers de chef de projet, graphiste, concepteur-rédacteur ou planneur stratégique et bénéficient des conseils avisés de leurs seniors. Mais ne nous y trompons pas, ce sont bien eux qui mènent la barque ! Ou le vaisseau... Métaphore filet, quand tu nous tiens !

POUR LES PROS

Ils doivent donc apprendre à s'organiser, deviser, facturer, prospecter, fidéliser, bref, tout ce que font, en plus de leurs spécialités, les dirigeants d'une agence de communication. Un modèle unique, celui de l'autonomie, qui permet aux heureux salariés de Padawan de grandir encore davantage en leur plongeant directement les mains, que dit-on, les bras entiers dans le cambouis, et ce jusqu'aux épaules...

360

Recommandations stratégiques, déploiement d'un plan de com, gestion des réseaux sociaux d'une marque, production d'outils en tous genres (sites, plaquettes, vitrophanies)... Padawan est capable de tout, et souvent du meilleur ! Le moins qu'on puisse dire, c'est que leur portfolio n'a rien à envier à celui des petites agences parisiennes.

MILLE MILLIARDS DE LOGOS

La Pépinière a son logo, certes, mais la pépinière pourrait en avoir une infinité. Et cela pour une raison simple... La Pépinière c'est avant tout une somme d'individus et de profils tous très différents : étudiants, profs, coworkers, entrepreneurs... **La Pépinière est faite de ceux qui lui donnent pleinement vie.**

En bref, la Pépinière c'est aussi vous ! Et nous aimerions que cela se voie... C'est pourquoi nous avons invité tous ceux qui gravitent autour de nous à nous envoyer leur propre version du logo... Ceux-ci sont tous affichés au sein des locaux. Envie de voir le vôtre encadré ? Si tel est le cas, c'est à vous de jouer !



Raphaël Pinto
Ami Pépiniériste



Contribution d'un anonyme



Vincent Lefèvre
Formateur en Direction Artistique



Léa Bernardeau
Amie Pépiniériste



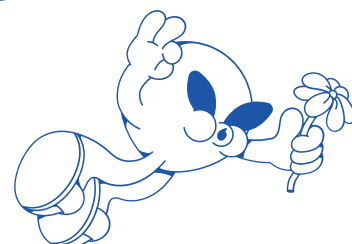
Arthur Rivois
Étudiant en 4ème année



Mathis Herbertte
Directeur Pédagogique



Hélène Bourgy
Formatrice en Gestion de Projet



Nathan Teyssandière
Ami Pépiniériste

L'ADRESSE

DÉDIÉE

À LA

COMMUNICATION



L'ADRESSE DÉDIÉE À LA COMMUNICATION

La Pépinière
70 rue de Crimée 75019 Paris
lapepinere.fr
contact@lapepinere.fr
01 53 21 97 13



Établissement d'enseignement supérieur privé