

# SOMMAIRE

2 | I. Win'd Armor

A. Présentation de l'équipage

B. Objectifs et enjeux du projet

# II. Stratégie de communication /

A. Actions et évènements de communication B. Supports de communication

6 III. Résultats de notre plan de communication

IV. Annexes

# I. Win'd Armor A. Présentation de l'équipage

### ASSOCIATION ETUDIANTE



COMMERCIALISATION









### B. Objectifs et enjeux du projet

L'objectif premier de notre projet est évidemment de participer à la Régate des IUT jactiv.ouest-france.fr par l'intermédiaire du challenge voile. Cependant, cet objectif est directement tributaire de l'aspect financier du projet. En effet, nous nous sommes initiallement fixés comme but de récolter 5 900 € de financement. Pour assurer ce dernier, l'équipage a mis en place une stratégie de communication et de démarchage d'entreprises bien spécifique.

Afin de représenter au mieux l'IUT de Saint-Brieuc, l'Université de Rennes 1 et la ville de Saint-Brieuc, nous voulons également participer et remporter le challenge communication Crédit Mutuel de Bretagne. Nous avons décidé cette année de nous engager pour l'environnement ce qui constitue un atout pour la cohérence et la pertinence de nos actions.

Nous souhaitons également nous inscrire au nouveau challenge aventure afin de faire participer les futurs Win'd Armor et ce, dans le but, qu'ils s'intègrent rapidement dans le groupe et le projet.

D'un point de vue personnel, ce projet est avant tout une opportunité de se confronter au monde professionnel pour acquérir de l'autonomie et le sens des responsabilités. En effet, chacun développe des qualités spécifiques en fonction de son pôle: management, communication, négociation, gestion... Cela permet également de mieux se connaître, développer ses propres compétences et révéler des pistes quant à notre avenir professionnel.

### C. Les cibles

Comme évoqué précédemment, nous avons élaboré une stratégie de communication appliquée tout au long de l'année. Elle s'adresse principalement à quatre grandes cibles.



- ssurer la promotion de nos partenaires
- es associer à un évènement sportif Les associer au monde universitaire et une

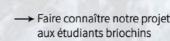
- Promouvoir une image dynamique de notre IUT, université et ville Marquer notre présence dans le aysage universitaire briochin

-> Faire connaître notre projet à un large public

Impliquer les étudiants Dynamiser la vie universitaire de l'IUT Favoriser les contacts



- Donner une image dynamique de l'Université Rennes 1 Participer à la vie associative
- du campus de Saint-Brieuc





Source importante de financement

→ Source importante de financement

# II. Stratégie de communication

Cette année, nous avons décidé d'axer notre stratégie de communication sur une idée conductrice afin d'assurer une cohérence à l'ensemble du projet. Ainsi, nos différentes actions abordent cette thématique, tandis que nos supports de communication reprennent une charte graphique liée à l'environnement. Ce choix crédibilise davantage le projet et, de ce fait, le rend plus professionnel

D'autre part, la diversité des cibles que nous visons nous oblige à faire preuve d'une certaine polyvalence, ce qui nécessite de varier les actions et supports de communication.

Comme nous l'avons vu auparavant, cette stratégie de communication répond à trois objectifs principaux :

- Se faire connaître

- Récolter des fonds

- Mettre en avant et fidéliser nos partenaires



# A. Actions et évènements de communication

### Prospection: ()



Win'd Armor 2016/2017 a débuté par la recherche active de partenaires pour financer son inscription à la Régate des IUT jactiv.ouest-france.fr. Nous avons ciblé en priorité nos réseaux de contacts respectifs, puis étendu nos recherches aux anciens partenaires Win'd Armor, aux entreprises du bassin briochin et du secteur du nautisme. Grâce aux documents commerciaux réalisés en début de projet, nous avons pu commencer par démarcher des entreprises en face-à-face. Ensuite, afin d'élargir nos recherches, nous avons créé des bases de données pour faire du phoning et du e-mailing de manière efficace. Ainsi, ce sont plus de 130 entreprises que nous avons répertoriées et approchées. (Annexe 3).

### Journée kayak : 📢 🕜 🥎

Le 22 septembre 2016, nous avons organisé une journée découverte kayak à l'intention des étudiants du département Techniques de Commercialisation. Elle s'est déroulée au Pôle Nautique Sud Goëlo de Saint-Quay-Portrieux et a rassemblé une quarantaine de participants. Elle a été l'occasion de réunir les étudiants, intégrer la nouvelle promotion, faire connaître dès à présent notre projet, sensibiliser les participants au respect de l'océan, mais également récolter des fonds destinés à notre inscription à la régate. Suite à cet après-midi, nous avons obtenu un article dans un journal et réalisé un aftermovie retraçant la journée

### Photos de classe:

Juste avant la fin des beaux jours, nous nous sommes chargés de la réalisation et de la vente de photos de classe au sein de l'IUT. Ainsi, en proposant un service inexistant aux différents départements et licences professionnelles de l'IUT, nous avons fait découvrir notre projet aux étudiants, tout en finançant notre inscription (Annexe 6).

### Demandes de subventions:



Nous avons également sollicité le support financier de différents organismes institutionnels. Ainsi, nous avons créé des dossiers de demande de subventions à destination du département Techniques de Commercialisation, de l'IUT et du Fonds de Solidarité et de Développement des Initiatives Étudiantes. C'est une manière pour ces derniers d'encourager une initiative étudiante qui fait montre du dynamisme de l'IUT et de l'Université Rennes 1.

### Présentation aux professionnels de « Produit en Bretagne »:

Un rassemblement de l'association d'entreprises « Produit en Bretagne » a été organisée au sein de l'IUT en octobre dernier. Pour l'occasion, nous avons préparé un stand aux couleurs de notre projet afin de le présenter à de nombreux professionnels et chefs d'entreprise bretons (Annexe 5).

### Salon nautique de Paris :



Plusieurs étudiants de notre équipage ont eu la chance de participer au « Nautic » de Paris, qui s'est déroulé du 3 au 11 décembre 2016. Cet événement, qui servait également de première étape au challenge communication, nous a permis de présenter notre projet sur le stand Bretagne devant des professionnels du nautisme et les autres équipages participant à la régate. Lors de cet événement, nous avons remporté le prix du jury et du public pour le concours vidéo organisé par la commission Nauticom (Annexe 7).



### Collecte de vêtements :

Avec notre fil rouge axé sur l'environnement, nous avons tout naturellement choisi de mettre en place des collectes de vêtements, démarche qui s'inscrit dans une logique de développement durable. Ainsi, en partenariat avec le magasin briochin Wishop, qui commercialise des vêtements de seconde main, nous avons organisé plusieurs collectes de vêtements dans des écoles primaires des Côtes d'Armor. Pour ce faire, nous avons réalisé une lettre type adressée aux écoles pour leur expliquer le concept et un flyer à distribuer aux élèves pour les mobiliser (Annexe 9). De plus, cette action nous a également permis de faire connaître le projet Win'd Armor au-delà du contexte universitaire et de financer notre inscription à la régate. En effet, pour chaque kilo de vêtements collectés par les écoles, l'établissement touche 0,75 €, tandis que notre groupe perçoit 0,25 €.

En parallèle de ces récoltes organisées dans le département, nous avons aussi mis en place notre propre récolte au sein de l'IUT entre le 1er et le 16 mars (Annexe 9).

### Portes ouvertes de l'IUT :



Cinq membres de Win'd Armor étaient présents sur un stand lors de la journée portes ouvertes de l'IUT. Ils ont ainsi pu exposer notre projet aux futurs étudiants de l'IUT et à leurs parents (Annexe 11).

### Soirée de présentation :





Le 26 janvier dernier s'est déroulée la soirée de présentation de notre projet au bar « Les Loges » dans le centre-ville de Saint-Brieuc. L'objectif était de faire découvrir le projet et ses membres aux étudiants de 1ère année de DUT TC et de pouvoir échanger avec eux tout en nous permettant de récolter des fonds supplémentaires. En effet, cette soirée s'est déroulée en amont de leur choix de projet associatif de deuxième année. Ainsi, nous avons pu leur fournir des informations et ils ont pu nous poser les questions qu'ils souhaitaient concernant Win'd Armor (Annexe 8).

### Collecte de bouchons :

Avec l'engouement de tout l'équipage, une collecte de bouchons a été réalisée au sein de l'IUT à partir du 9 mars 2017. Cette opération de communication s'inscrit dans notre ligne conductrice de la protection de l'environnement. En effet, les bouchons collectés participent, d'une part, à la réduction de nos déchets, et seront ensuite reversés à l'association Les bouchons de l'espoir 22. L'association les revend ensuite pour qu'ils soient recyclés et distribue les fonds récoltés afin d'aider financièrement des personnes en situation de handicap (Annexe 10).

### IUT Awards:

L'IUT de Saint-Brieuc organise chaque année une soirée qui rassemble des professionnels, des enseignants et des étudiants afin de récompenser les projets associatifs des trois départements de l'IUT. Ainsi, lors de cette soirée qui se déroulera le 21 mars 2017, l'équipage Win'd Armor y présentera son projet sur un stand et sera en lice pour le prix du meilleur stand.

### B. Supports de communication

### Dossier de partenariat et documents commerciaux :

Plusieurs documents commerciaux ont été créés dès l'origine de notre

Notre plaquette, synthèse de notre projet et notre dossier de partenariat développant une présentation plus approfondie nous ont été utiles lors du démarcharge auprès des entreprises. Il s'agit d'éléments essentiels pour notre recherche de partenaires, que cela soit lors de la prospection terrain, de la prospection téléphonique ou par mail. (Annexes 12 et 13)



### Réseaux sociaux

Nous nous démarquons par une forte présence sur les réseaux sociaux. En effet, une de nos cibles, à savoir les étudiants, est une génération très connectée. Ces nouvelles technologies se révèlent donc être un moyen rapide et efficace de diffuser des informations (Annexe 15).

Ainsi, notre page Facebook, qui nous offre la plus large visibilité grâce aux 864 mentions « j'aime », nous permet de publier régulièrement des informations concernant notre actualité, nos! actions, nos nouveaux partenaires... Afin de rendre notre page encore plus vivante, nous publions des adaptations de notre logo selon la période de l'année (Annexe 16).

Avec notre compte Instagram, nous diffusons plutôt un contenu iconographique, à savoir des photos ou de courtes vidéos pour que les étudiants suivent « de l'intérieur » le projet et nos actions commerciales.

Enfin, nous sommes inscrits sur Snapchat. Notre présence sur ce réseau social nous permet de publier en direct des photos et i « MailChimp », pour permettre aux étudiants, partenaires ! vidéos de nos évènements.



1005 « likes » +55% sur 1 an



224 abonnés +33% sur1an



101 followers +40 % sur 1 an



### Site Internet

Nous avons également! créé un nouveau site Internet afin de présenter notre projet, nos partenaires et notre actualité de manière plus professionnelle. Nous avons aussi effectué des démarches auprès de Google lafin d'être plus visible sur ce moteur de recherche grâce à des encarts (Annexe 14).

Cette année, nous avons choisi de mettre en place une newsletter, diffusée par l'intermédiaire du site et personnes intéressées de suivre notre projet.

C'est également un moyen de faire la promotion de nos ! différents évènements et de créer un lien direct avec nos partenaires (Annexe 17).

### Articles de presse et interviews radio

Pour nous faire connaître auprès du grand public, nous avons réalisé différents communiqués de presse qui sont parus! dans plusieurs journaux et médias spécialisés dans le nautisme. Ainsi, des médias comme Ouest-France, Le Télégramme, Le Penthièvre, Mers & Bateaux ou encore Regatta Spirit nous ont consacré un article (Annexe 18).

Un autre moyen de communication que nous avons exploité est la radio. En effet, certains membres de l'équipage ont été interviewés par deux radios locales, à savoir Radio Activ et Cob'FM (Annexe 19), cela afin de présenter notre projet et remercier

Pour annoncer chacun de nos évènements, nous avons réalisé plusieurs affiches (Annexes 4, 6, 8 et 9) diffusées au sein de l'IUT afin d'attirer efficacement les étudiants.

### Cagnards des bateaux

Nos bateaux, lors de la Régate des IUT jactiv.ouest-france.fr, seront munis de cagnards affichant les logos de nos différents partenaires. Cela leur permettra de bénéficier d'une image dynamique grâce aux nombreuses photos qui seront réalisées lors du week-end et qu'ils pourront réutiliser dans leur propre campagne de communication (Annexe 22).

### Polos, vestes et salopettes

Comme chaque année, l'équipage a également investi dans des polos, des vestes de voile et des salopettes aux couleurs de ses partenaires financiers et institutionnels. Suivant notre fil rouge, nous avons choisi d'acheter des! polos fabriqués à partir de coton biologique. Ainsi, tous les! évènements auxquels Win'd Armor a participé ont été une occasion de mettre en avant les organismes qui nous soutiennent (Annexe 20).

### Concours organisés par la régate

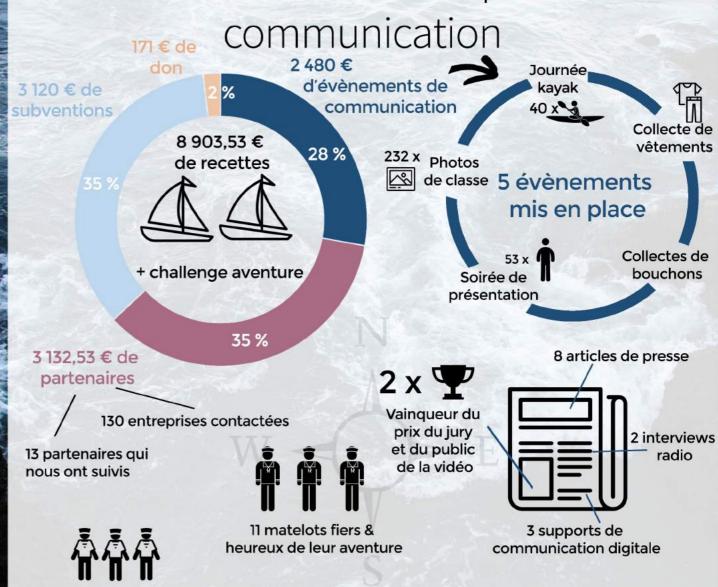
Deux concours ont été organisés par l'équipe de la régate pendant l'année par l'intermédiaire de leur partenaire Jactiv.ouest-france.fr. Ainsi, nous avons réalisé un Mannequin Challenge et une photo sur le thème du cinéma, qui ont été diffusés sur le site Jactiv.ouest-france.fr (Annexe 21).

### Dossier de remerciements

L'élaboration d'un dossier de remerciements nous semble indispensable pour une bonne relation avec les entreprises et permettre aux futurs membres du projet d'avoir un maximum de chances de pérenniser nos partenariats. Nous l'enverrons ainsi à tous les partenaires financiers et institutionnels qui nous ont suivi tout au long du projet.



# III. Résultats de notre plan de



12 futurs matelots prêts à prendre la relève

# CONCLUSION

Voilà bientôt un an que l'aventure Win'd Armor 2016-2017 a débuté et elle touche déjà à sa fin. Bien entendu, nous attendons encore la concrétisation finale de tout ce travail avec le week-end de la régate mais nous pouvons déjà tirer de nombreux enseignements de ce projet. Ainsi, l'ensemble des membres de l'équipage a su développer ses compétences personnelles et s'enrichir au fur et à mesure du projet. Dans un premier temps, chacun a dû trouver ses repères, s'adapter au travail en groupe et à la communication afin d'apporter ses propres aptitudes. Une fois lancé, notre groupe s'est démarqué par la richesse et la diversité des profils, atouts considérables pour un projet de cette envergure. Ce projet nous a également offert l'opportunité de rencontrer des professionnels avec qui nous avons pu échanger et apprendre. Dans une optique de pérennisation, nous mettons à disposition des futurs membres les bases de données entreprises et médias mises à jour tout au long de l'année. Cette initiative leur permettra de démarrer plus rapidement et efficacement leur recherche de partenaires et de communication grâce à des informations fiables et complètes. Nous leur mettons également à disposition un classeur, contenant les documents effectués durant l'intégralité du projet afin qu'ils aient des exemples et reprennent le projet avec des bases solides.

### TABLE DES ANNEXES

Annexe 1: Organigramme

Annexe 2: Budget

Annexe 3: Nos partenaires

Annexe 4 : Journée kayak

Annexe 5: Présentation association « Produit en Bretagne

Annexe 6: Photos de classe

Annexe 7: Salon Nautic

Annexe 8 : Soirée de présentation

Annexe 9 : Collectes de vêtements

Annexe 10: Collecte de bouchons

Annexe 11: Portes ouvertes de l'IUT

Annexe 12: Dossier de partenariat

Annexe 13: Documents commerciaux

Annexe 14: Site Internet et encarts Google

Annexe 15: Réseaux sociaux

Annexe 16: Logos

Annexe 17: Newsletter

Annexe 18: Articles de presse et publications web

Annexe 19: Interviews radio

Annexe 20: Polos, vestes et salopettes

Annexe 21: Mannequin Challenge et concours photo

Annexe 22: Nos bateaux et les cagnards

# POLE PROSPECTION Floriane Maxence Goncagul

# Annexe 1: Organigramme





# Annexe 2 : Budget

### Budget réel Win'd Armor

Inscription de 2 bateaux et au challenge aventure à la Régate des IUT

### 2016-2017

Dépenses prévisionnelles	Prix unitaire	Quantité	Montant	Recettes prévisionnelles	Prix unitaire	Quantité	Montant
Inscription Régate des IUT				Subventions			
			May				
Inscription de deux bateaux	1 800,00 €	2	3 600,00 €	Département TC			500,00
Inscription au challenge aventure			600,00€	I.U.T.			500,00
				FSDIE			2 120,00
Total 1			4 200,00 €	Total 1			3 120,00
				Sponsors			
				O'Malo			200,00 €
	A STATE OF		9	Minoterie des Bois Olives	C. 00011		500,00
		400000		Le Du	-		150,00 €
				Boulangerie du centre			50,00
	12,	4-4-	77 EN	Val Plaisance			300,00
	3110	C7773-A	1000	Ailes Marines			250,00
	1-5-6-6		P. D. T. 1887	Civi Ling			200,00
	407	SMEVAL (S)	1000	Disgroupe	The second		300,00
		2.750	12050	Armor Auto		Section 1	404,45 €
			THE Y	Savra Saint-Brieuc			680,69 €
			2 H 10 M	BY ENGLIS YEAR STATE	E. 75		BREE
Événements de communication	260 T.L.	Marie 1		Événements de communication			
Journée kayak				Journée voile			
Participation	4,55 €	40	182,00€	Billet	14,00 €	40	560,00€
Bus aller-retour	4,33 €	40	130,00 €	billet	14,00 €	40	300,00 €
Alimentation	17	7			The second		
Allinentation	3/	W	20,39€				
	-	T.	-				
Photos de classe			-	Photos de classe			
			255,95 €			232	801,00€
Développement des photos			255,95 €	Ventes de photos de classe		232	801,00€
				V			
Salon nautique de Paris				Wishop			
Frais Nautic			1 096,19 €	Récoltes			512,00 (
				of the setting			
Soirée Présentation		- A		Soirée Présentation			
			25.24.6		2.00.6	F2	150.00.6
Alimentation				Entrées	3,00 €	53	159,00 €
Tickets boissons			170 000	Tickets boissons			348,00€
Affiche + impression tickets			21,02 €	Profit des tickets boissons			36,00€
P/				D 44 - F	4-1		
<u>Dépenses diverses</u>				Recettes diverses			171.00
Essence				Don (particuliers)			171,00€
Autocollant, plaquettes et cartes de visite			43,54 €				
Polo brodé			212,00 €				
Vestes floquées			1 319,58 €				
Salopettes floquées			454,63 €				
Pull Bonnets			367,40 €				
Bonners		2	144,70 €		-		
Total 2			4 542,14 €	Total 2			5 622,14 €
TOTAL dépenses			8 742,14 €	TOTAL recettes			8 742,14 €
	9/1			N CONTRACTOR OF THE PARTY OF TH			
Dépenses valorisées	4	-		Recettes valorisées			
Alimentation journée kayak			97,39€	U Express Plouha			97,39 €
Entrée Salon Nautic		N S	64,00€	Salon Nautic			64,00€
TOTAL			9 002 52 5	TOTAL			0.003.53.5
TOTAL			8 903,53 €	TOTAL			8 903,53 €

# Annexe 3: Nos partenaires





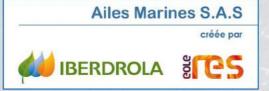
























# Annexe 4 : Journée kayak



### WIN'D ARMOR

JEUDI 22 SEPTEMBRE

JOURNEE

DECOUVERTE













# Annexe 5 : Présentation association « Produit en Bretagne »







# Annexe 6: Photos de classe









# Annexe 7: Salon Nautic



Top Comments

Louis Radenac Dernière ligne droite !! on like à fond !!! Like · Reply · ② 4 - December 2, 2016 at 7:23pm





# Annexe 8 : Soirée de présentation













### Annexe 9 : Collectes de vêtements

### Lettre de prospection

Projet associatif Win'd Armor, IUT de Saint-Brieuc

Le projet tuteuré Win'd Armor de l'IUT de Saint-Brieuc vous propose d'organiser, en partenariat avec le magasin WISHOP de Saint-Brieuc, une action de collecte de vêtements enfants et adultes, afin de pouvoir financer vos différents projets (sortie, voyage, équipement, travaux, etc....).

- C'est très facile et rapide à organiser (15 jours maximum)
   Il vous suffit de distribuer des prospectus afin d'expliquer la démarche à chaque élève (Ils
- sons tournoy

  Pas d'argent à circuler entre les mains des élèves (Cela évite les erreurs)

  Les parents ne sont pas sollicités financièrement et participent directement à la vie de l'école (C'est important, les familles n'ont pas forcément toutes les mêmes moyens)

  Pas besoin de faire appel au bénévolat

- Pas d'investissement financier pour l'école
  Tout le monde a des stocks de vêtements qu'il n'utilise plus : c'est donc une bonne occasion pour vider les armoires et faire du tri tout en aidant l'école dans ses projets

- occasion pour violer les armoires et taire du tri tout en aidant l'école dans ses projets. C'est moins compliqué pour les enfants de participer activement à cette collecte (Car il est bien plus facile de déposer un sac que de demander de l'argent). Les vêtements ainsi récolités sont stockés à l'école et, une fois l'action de collecte terminée, le magasin Wishop passe à l'école pour peser et régler l'ensemble de la collecte Cette démarche sensibilise les enfants au développement durable et au recyclage en offrant une seconde vie aux vêtements.

Si vous désirez organiser une collecte et avoir des renseignements sur le prix d'achat des vêtements collectés, vous pouvez nous contacter à l'adresse suivante windarmor.tc@gmail.com et aux numéros de téléphone suivant :

-Floriane Bouetard, che de projet Win'd Armor : 06 73 44 46 75

-Théo Lévénez, chef de projet Win'd Armor : 07 70 45 10 61

sttention : Toutes les écoles des Côtes d'Armor vont être contactées, n'hésitez pas à réserver la emaine que vous désirez afin que nous puissions organiser la distribution et le ramassage des

Merci de transmettre ce message à monsieur ou madame le directeur, ainsi qu'au responsable A.P.E.L.





### Flyer

Collecte de vêtements

Quand:

Où:



Vêtements: Propres et en bon état

Pour une collecte efficace, n'hésitez pas à :

- Contacter la presse (Ouest-France, Télégramme).
- Placer des affiches dans les commerces.
- Laisser un mot dans le cahier des enfants. précisant que l'argent récolté servira à financer les activités de leur école.











# Annexe 10 : Collecte de bouchons







Annexe 11: Portes ouvertes de l'IUT

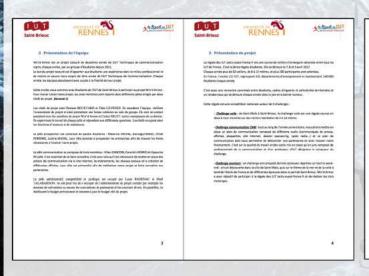




# Annexe 12: Dossier de partenariat















# Annexe 13: Documents commerciaux



Carte de visite

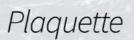
### MIN'D ARMOR

Chefs de projet :

Théo Lévénez: 07 70 45 10 61 Floriane Bouétard: 06 73 44 46 75

Instagram: @windarmor









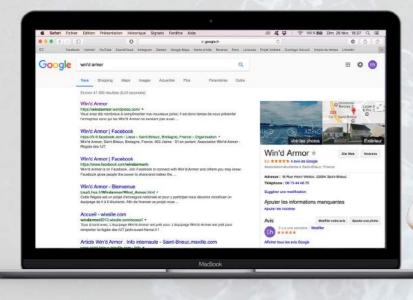


# Annexe 14 : Site Internet et encarts Google

Site Internet: https://windarmor.wordpress.com

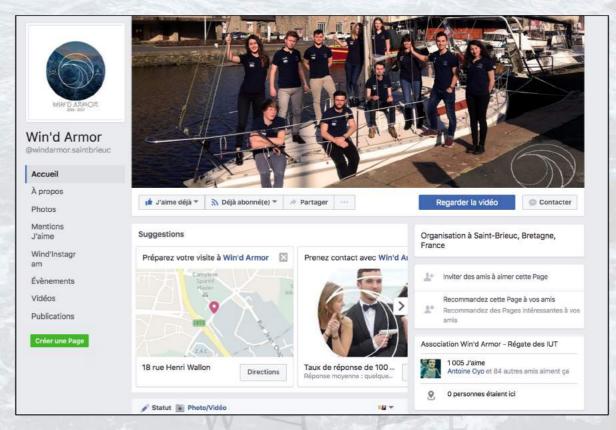


### Encarts Google





### Annexe 15: Réseaux sociaux







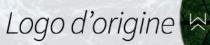
# Annexe 16: Logos







Logo d'origine





> 보고 스타스 이유



*Automne* 





WIN'D ARMOR 2016-2017



Printemps



### Annexe 17: Newsletter



### Newsletter #1 - Septembre



Le jeudi 22 septembre, 40 étudiants ont pu profiter du soleil lors de notre

Journée Découverte de la Baie en Kayak"



MIN'D ARMOR

sletter #2 - Janvier

Découvrez ou redécouvrez l'album de cette belle journée

(cliquez sur la photo)



En novembre les Win'd Armor se sont lancés dans l'aventure Virtual Regatta!





wsletter #3 - Mars



Louis et Corentin ont partagé avec les auditeurs de Radio Activ' leur expérience Win'd Armor !

Cette soirée avait pour objectif

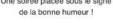
de présenter le projet aux

Le jeudi 26 janvier les Win'd Armor organisaient leur soirée de présentatation de

projet au bar Les Loges à Saint Brieuc!



étudiants de première année. Une soirée placée sous le signe





# Annexe 18: Articles de presse et publications web

### Des étudiants motivés préparent la régate des IUT

Une quarantaine d'étudiants briochins ont inv



Ouest-France - 26/09/16

### Regatta Spirit - 07/11/16

### Les Win'D Armor se préparent pour la régate des IUT



Les Win'D Armor, un groupe de 11 étudiants actuellement en deuxième année de Techniques de Commercialisation à l'IUT de Saint-Brieuc, participe à la 13ème édition de l

course d'envergure nationale. Elle regroupe près de 40 équipages venus de la France entière, soit plus de 137000 étudiants. Les bateaux tireront des bord entre les baies de Saint-Malo et Saint-Brieuc. C'est la seconde régate étudiante de France



ganisent tout au long de l'année diver



Mers & Bateaux - 09/11/16



# Annexe 18: Articles de presse et publications web

Le Penthièvre - 24/11/16





SAINT-BRIEUC. Onze étudiants de l'IUT de Saint-Brieuc participe ront du 7 au 9 avril 2017 à la Régate des IUT. Celle-ci rassemble près de 40 voiliers, soit 240 étudiants, et relie Saint-Brieuc à Saint-Malo. Pour réunir des fonds, l'équipe Win'D Armor s'est associée avec la boutique de vêtements d'occasion Wishop dans le but d'organiser une vaste collecte de vêtements dans les écoles primaires. Si vous souhaitez les aider dans leur projet en établissant un partenariat, vous pouvez les contacter à windarmor.tc@gmail.com

Ouest-France - 04/12/16

Ouest-France - 10/12/16





# Annexe 18: Articles de presse et publications web

Le Télégramme - 17/12/16

### Régate des IUT. Onze étudiants briochins dans la course



Onze étudiants en seconde année à l'IUT Techniques de commercialisa-tion participeront, du 7 au 9 avril, à et Saint-Malo. 200 étudiants de toute la France répartis en une quarantaine d'équipages sont attenau calendrier de la fédération fran-

Réunis au sein de la Wind'Armor, compétence en voile mais affichent pour gagner ! ». Pour intégrer ce sein de l'IUT, ils ont dû postuler,

### 5.800 € à trouver

à la préparation de l'événement, tences qu'ils seront amenées à développer dans leur vie professionnelle : assurer la communication et vront 0,25 € par kg.

démarcher des partenaires, monter un événement. « Pour le challenge indique Floriane Bouetard, chef de projet. Une collecte de bouchon fit de l'association Bouchons d'es

sembler les 5.800 € nécessaires à la participation à la régate. Organisa (photos de promotion, journée d'ac année), demandes de subven par ailleurs noué un partenaria des vêtements d'occasion, « On a dans le pays de Saint-Brieuc pou vêtements qui seront collectés pa

### Ouest-France - 21/02/17

### Saint-Brieuc en bref

Deux équipages briochins à la régate des IUT



Avant de pouvoir larguer les amarres, les étudiants de l'association Win'd Armo

Les 7, 8 et 9 avril, 40 embarcations notre projet et récolter des fonds hisseront les voiles lors de la 13e édition de la régate des IUT jactiv.ouestfrance fr. Une manifestation créée par les étudiants de l'IUT de Saint-Brieuc qui est rapidement devenue une référence nationale.

Tout naturellement, l'IUT sera aussi présente sur l'eau. C'est l'association Win'd Armor, avec cette année Corentin Henrio, Capucine Pellan, Kilian Cancoin, Chloe Perrono, Justine Michel, Théo Levenez, Floriane Bouetard, Mael Talabardo, Louis Radenac et Gonca Gul, encadrés par Karine Milet, qui, avec deux embarcations. aura l'honneur de défendre ses cou-

« Une participation qui, en plus de l'entraînement, nécessite un gros nvestissement pour faire connaître

explique Capucine Pellan.

Plusieurs animations ont été orga nisées avec l'environnement commi fil conducteur : « On a commencé par un après-midi kayak », détaille Théo. « Et là, on collecte des bouchons et des vêtements », ajoute Mael. « Sans oublier le salon nautique de Paris, où on a été primés pour notre vidéo » complète Chloe.

À cinquante jours du premie coup de canon, il reste encore a faire. D'où cette invitation aux par tenaires économiques : « si vous souhaitez embarquer avec nous. n'hésitez pas à nous contacter !

Contact: windarmor.tc@gmail.com



# Annexe 18: Articles de presse et publications web

































La Régate des IUT jactiv.ouest-france.fr

(Likez la page et la publication pour voter)

Saint-Brieuc TC #RDI17

SAINT-BRIEUC TC A







# Annexe 19: Interviews radio



Radio Activ' - 10 novembre 2016



Cob' FM - 15 décembre 2016

# Annexe 20: Polos, vestes et salopettes











# Annexe 21 : Mannequin Challenge et concours photo





# Annexe 22 : Nos bateaux et les cagnards



JPK 10.10



Dehler 41



