

Introduction



La communication visuelle « désigne l'ensemble des techniques d'information par l'image, l'illustration, le graphisme destinées au public ».

Plus concrètement, elle permet de communiquer non pas par des mots, mais par des images, qui transmettent souvent bien plus qu'un simple renseignement.

En effet, pour une entreprise, la communication visuelle est idéale pour faire passer des valeurs fortes et se créer une véritable identité de marque que le public pourra reconnaître en un coup d'œil sur une affiche publicitaire, l'emballage d'un produit ou encore une plateforme sociale comme YouTube ou LinkedIn.

L'utilisation d'aides visuelles ne cesse de s'accroître, qu'il s'agisse d'images, de GIFs animés ou de vidéos. Ce phénomène n'est pas limité à un média particulier ni à un profil de personne spécifique.

Quant à son impact, une étude réalisée par Adobe a montré que les publications sur Facebook avec des images produisent un engagement 650% plus élevé que celles ne contenant que du texte et 60 % des consommateurs sont plus susceptibles de contacter une entreprise dont l'image apparaît sur les résultats de recherche.

Ces quelques statistiques ne peuvent que donner envie aux entreprises de se pencher sur cette forme de communication dans l'air du temps.

C'est dans ce contexte que nous avons constaté lors de notre passage à la BFPME que malgré les efforts de communication incontestables déployés par cette dernière, l'information n'est pas suffisamment vulgarisée auprès de la population des étudiants et des ressortissants du dispositif de la formation professionnelle.



En effet malgré que cette population représente une cible potentiel de la BFPME pour concrétiser la politique nationale en matière de développement de l'entreprenariat auprès des ressortissants de l'enseignement supérieur et de la formation professionnelle, et les opportunités qu'offre la BFPME en matière de financement des investissements, la problématique de la disponibilité des fonds reste toujours une barrière d'entrée bloquante des jeunes entrepreneurs.

C'est dans ce contexte que nous avons essayé à travers ce projet de fin de formation de concevoir une vidéo de vulgarisation du processus et des outils de financement offertes par la BFPME destinée aux jeunes entrepreneurs d'une manière générale et aux ressortissants de l'enseignement supérieurs et des diplômés de la formation professionnelle en particulier.

A cet effet nous avons scinder notre travail en deux parties :

- Une partie théorique courant laquelle on a présenté d'une manière générale la publicité vidéo dans le secteur bancaire et les techniques de création d'une vidéo d'entreprise
- Une partie pratique courant laquelle on a présenté les outils de communication actuelle de la BFPM et les étapes de notre projet de réalisation de la vidéo de vulgarisation des outils de financement de la BFPME.

