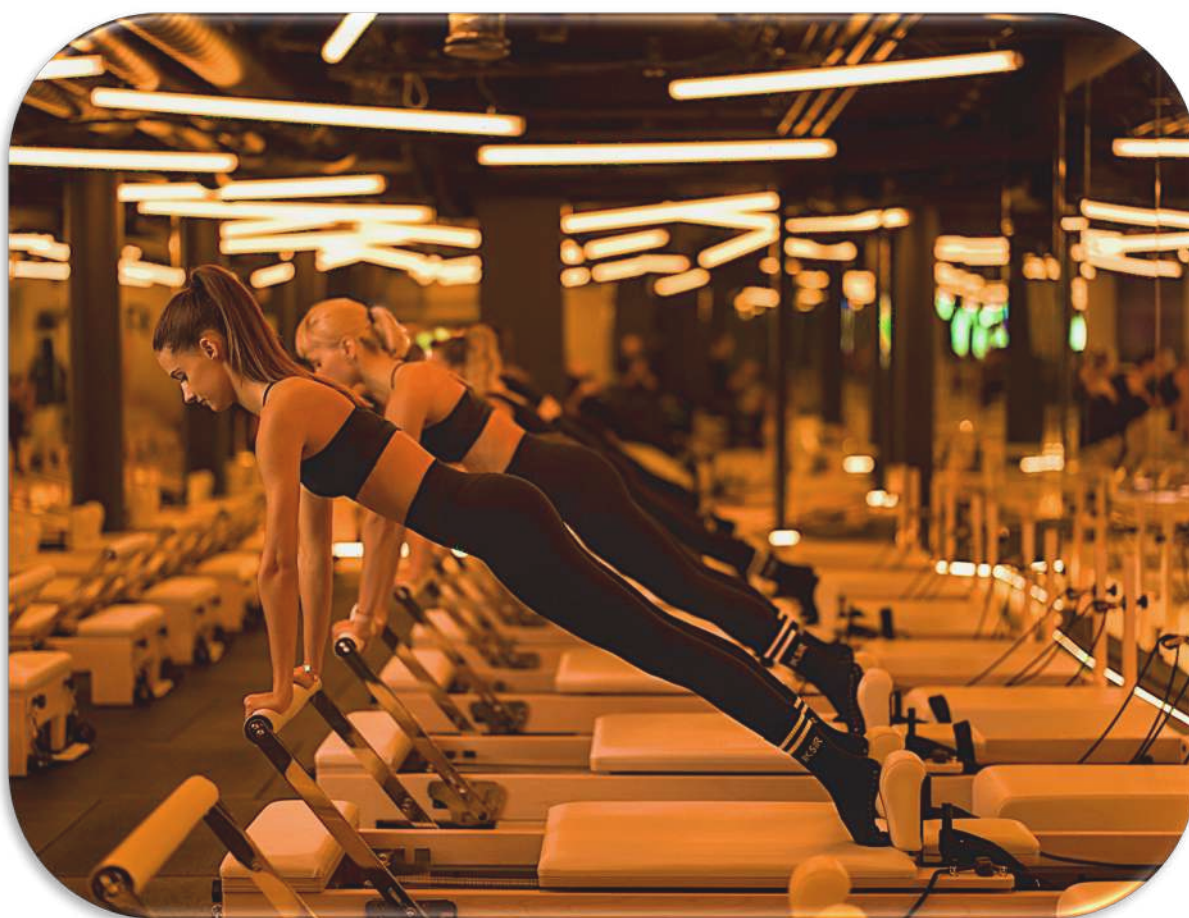


Institut Universitaire de Technologie de Besançon
Département Information-Communication
30 Av. de l'Observatoire
25000 Besançon

Albane Nicolas 1P1
Année universitaire : 2025–2026



COMPTE RENDU DE STAGE D'IMMERSION DE PREMIÈRE ANNÉE

BUT Information-Communication
Parcours Publicité

IKSIR Sport Club : Chem. des Fermes, 25480 École-Valentin, France
Maître de stage : Lorelei Jacquet, chargée de communication
Tuteur-enseignant : Karin Tschofenig, professeur d'allemand

Remerciement

Je tiens à exprimer ma sincère gratitude à l'ensemble de l'équipe d'IKSIR Sport Club pour m'avoir accueillie au sein de leur structure et m'avoir permis de vivre une expérience professionnelle particulièrement enrichissante.

Je remercie tout particulièrement Lorelei Jacquet, ma maître de stage et responsable de la communication, pour sa disponibilité, sa confiance et la qualité de son accompagnement tout au long de cette expérience. Ses conseils et son encadrement m'ont permis de progresser rapidement et de développer des compétences concrètes en communication.

Je souhaite également remercier la gérante de la salle, Kelly Clamaron, pour son accueil et son aide précieuse durant mon stage.

Je remercie ensuite Léna, Clarisse, Camille et Phoebe, ainsi que l'ensemble des coaches, pour leur accueil, leur collaboration et leur implication dans les différents projets réalisés. Leur participation aux tournages et aux activités a été essentielle à la production des contenus et à la réussite des missions confiées.

Je remercie également les adhérents du club pour leur bienveillance et leur participation aux différentes prises de vue et aux événements organisés durant mon stage.

Enfin, j'adresse mes remerciements à ma tutrice enseignante pour le suivi de mon stage.

Table des matières

1. Présentation de la structure et de son environnement ...	2
1.1 <i>Présentation générale</i>	2
1.2 <i>Organisation interne et fonctionnement</i>	2
1.3 <i>Positionnement et concurrence</i>	3
2. Missions réalisées	5
2.1 <i>Création graphique et identité visuelle</i>	5
2.2 <i>Production audiovisuelle</i>	6
2.3 <i>Communication rédactionnelle et promotionnelle</i>	7
2.4 <i>Organisation événementielle</i>	7
2.5 <i>Veille concurrentielle</i>	8
3. Bilan personnel et professionnel	9
4. Conclusion	10

Introduction

Ce stage effectué au sein d'**IKSIR Sport Club** m'a permis de découvrir concrètement le fonctionnement d'une structure spécialisée dans **le fitness**, un domaine en forte évolution ces dernières années. En effet, le secteur du sport connaît aujourd'hui une transformation importante, portée par de nouvelles pratiques sportives, une recherche de bien-être global et une forte **digitalisation de la communication** des structures sportives.



Infographie du marché européen : pepswork

Les clubs de fitness ne se limitent plus uniquement à proposer des **activités physiques**. Ils développent désormais une véritable **expérience** pour leurs adhérents, combinant **accompagnement personnalisé**, **innovation** dans les disciplines proposées et création d'une **communauté** autour du sport. Dans ce contexte, la communication joue un rôle essentiel, notamment à travers les **réseaux sociaux**, qui permettent de promouvoir les activités, de valoriser les coachs et de renforcer **l'image et la notoriété** de la structure.



Photo de devanture d'IKSIR : IKSIR sport club

Intégrer **IKSIR Sport Club** m'a ainsi permis d'évoluer dans un **environnement dynamique**, où le sport, la création de contenu et la communication digitale sont étroitement liés. J'ai pu observer comment une structure sportive construit son **identité**, **fidélise ses adhérents** et se différencie dans un **marché concurrentiel** en s'appuyant sur une **stratégie de communication moderne et cohérente**.

L'objectif de ce compte rendu est de présenter de manière **structurée l'environnement** de

l'organisation, **les missions** réalisées durant le stage, ainsi que d'analyser **les apports professionnels et personnels** de cette expérience.

Enfin, ce rapport permet de dresser un **bilan** de cette première immersion dans le monde **professionnel**, qui constitue une étape importante dans la construction de mon projet professionnel, notamment dans le domaine **de la communication** appliqué au secteur sportif.

1. Présentation de la structure et de son environnement

1.1 Présentation générale

IKSIR Sport Club est un **centre sportif moderne** situé à **École-Valentin**, spécialisé dans le **fitness** et le **bien-être**. Il s'agit d'une structure **privée** qui s'inscrit dans le secteur en pleine expansion du **sport-santé**, où la pratique sportive est de plus en plus associée à des objectifs de **bien-être** et de **qualité de vie**.



Carte de la France, école-Valentin

Ce club s'adresse à un **public large et varié**, allant des **débutants** souhaitant reprendre une activité physique aux **pratiquants confirmés** recherchant des entraînements plus **intensifs** et **diversifiés**. Le club a pour objectif de proposer une expérience sportive complète, combinant **performance, accompagnement personnalisé et convivialité**.

Ils proposent une **offre diversifiée** de **cours collectifs et individuels**, permettant de répondre à différents profils d'adhérents et à des objectifs variés tels que le **renforcement musculaire, l'amélioration du cardio, la souplesse, la perte de poids ou la remise en forme générale**.



Photo de coach : IKSIR sport club

Chaque activité est encadrée par des **coachs diplômés** et qualifiés, garantissant un suivi sécurisé et adapté au niveau de chacun. L'accent est mis sur la qualité de l'encadrement, **l'accompagnement individualisé** et la progression des adhérents dans un cadre structuré mais motivant. Cette approche contribue à renforcer **l'expérience client** et à **fidéliser** les membres sur le long terme.

L'identité du club repose sur **trois axes fondamentaux** :

- Tout d'abord, **l'innovation**, qui se traduit par l'intégration de nouvelles disciplines et par une volonté de proposer des expériences sportives modernes et attractives.
- Ensuite, **la convivialité**, qui se manifeste par une ambiance chaleureuse, un esprit communautaire fort et l'organisation régulière d'événements favorisant les échanges entre les adhérents et les coachs.
- Enfin, **la communication digitale**, qui occupe une place centrale dans la stratégie du club, notamment à travers les réseaux sociaux, permettant de valoriser les activités, les coachs et la vie du club.

Cette **présence digitale active** contribue fortement à **la visibilité du club** et à son **positionnement** dans un marché très concurrentiel. Elle permet également de **créer un lien direct avec la communauté** et de **renforcer l'engagement des adhérents**.

1.2 Organisation interne et fonctionnement

IKSIR Sport Club repose sur une **organisation interne** structurée autour de **trois pôles complémentaires**, qui travaillent en étroite collaboration afin d'assurer à la fois la **qualité** des prestations sportives, la **satisfaction des adhérents** et la **visibilité** de la structure.

Le **pôle sportif** constitue le cœur de l'activité du club. Il regroupe l'ensemble des **coachs sportifs**. Ce pôle est chargé de la **conception** et de l'**animation des cours collectifs et individuels**. Les coachs assurent également un **accompagnement personnalisé** des adhérents, en adaptant les exercices en fonction des niveaux et des objectifs. Ils participent aussi à la vie du club en intervenant dans les **événements** et en contribuant à la création de **contenus visuels** (tournages, démonstrations...). Leur rôle est essentiel dans la qualité de l'expérience sportive proposée.



Photo de coach : IKSIR sport club



Photo du pôle communication : IKSIR sport club

Le **pôle communication et marketing**, auquel j'ai été intégrée durant mon stage, occupe une place **stratégique** dans le développement du club. Il est responsable de l'ensemble de la **communication externe et digitale**. Ses missions incluent la **création de contenus visuels et audiovisuels**, la gestion des **réseaux sociaux** (Instagram, TikTok), la **mise en valeur des activités et des coachs**, ainsi que la **promotion des offres commerciales** et des **événements**. Ce pôle contribue directement à l'**image de marque** du club et à son **positionnement** sur un marché concurrentiel. Durant mon stage, j'ai participé à la

production de contenus destinés principalement à Instagram, notamment des stories, reels et publications promotionnelles.

Le **pôle administratif et relation client** assure le bon fonctionnement quotidien de la structure. Il prend en charge l'**accueil** des adhérents, la **gestion des inscriptions** et des **abonnements**, ainsi que le **suivi administratif**. Ce pôle est un véritable lien entre les différents services du club et les adhérents.



Photo du pôle administratif : IKSIR sport club

La réussite du fonctionnement d'ensemble repose sur une **forte coordination entre ces trois pôles**. En effet, les projets de communication ou les événements nécessitent une **collaboration** constante entre les coachs, les équipes administratives et l'équipe communication. Cette **organisation transversale** permet d'assurer une cohérence globale dans les actions menées et de garantir une **expérience fluide et qualitative** pour les adhérents.

1.3 Positionnement et concurrence

Le **marché du fitness** à Besançon s'inscrit dans un secteur particulièrement **dynamique**, marqué par une forte **croissance de la pratique sportive en salle**. Dans ce contexte, la concurrence est **importante**, ce qui oblige les structures à se **différencier** non seulement par leur offre sportive, mais également par leur positionnement, leur image et leur stratégie de communication.

IKSIR Sport Club se positionne comme un club de fitness orienté vers une **expérience complète**, combinant **qualité de l'encadrement**, **diversité des activités** et **forte dimension**

Compte rendu de stage

communautaire. Le club adopte un **positionnement premium**, privilégiant la qualité de l'accompagnement et l'ambiance générale plutôt qu'une logique uniquement basée sur les prix. Cette approche lui permet de répondre aux attentes d'un public varié, tout en mettant l'accent sur la **fidélisation** des adhérents.

Dans cet **environnement concurrentiel**, il est possible de distinguer plusieurs catégories d'acteurs. Tout d'abord, les chaînes de fitness dites **low-cost** représentent une première forme de concurrence. Ces structures, telles que **Basic-Fit** ou **Fitness Park**, reposent sur une stratégie de **prix très attractifs** et un accès libre aux équipements, **souvent sans encadrement** personnalisé poussé. Elles attirent une clientèle large grâce à leur accessibilité, mais proposent **une expérience plus autonome** et moins centrée sur l'accompagnement.



Graphique montrant l'évolution du nombre de club Basic fit



Photo de The New Me : Instagram The New Me

À l'opposé, on retrouve des **clubs de fitness spécialisés**, qui constituent la **concurrence la plus directe d'IKSIR**. Ces structures, telles que Thenewme, Onerebel ou Sanctuary, proposent un encadrement plus personnalisé, des cours collectifs encadrés et une ambiance plus conviviale. Elles misent sur la proximité avec les adhérents ainsi que sur une offre plus **qualitative** que les salles low-cost, ce qui les positionne sur un segment de marché proche de celui d'IKSIR Sport Club.

Enfin, une troisième catégorie regroupe **les concepts premium** et les enseignes inspirées de modèles internationaux, comme **Barry's** ou certains studios haut de gamme présents dans **les grandes villes**. Ces structures se distinguent par une **expérience très travaillée**, une **identité de marque forte** et une **communication particulièrement soignée**. Elles ciblent un public recherchant une expérience sportive immersive, souvent associée à un mode de vie et à une image lifestyle, avec des **tarifs plus élevés**.



Photo de Barry's : Instagram Barry's

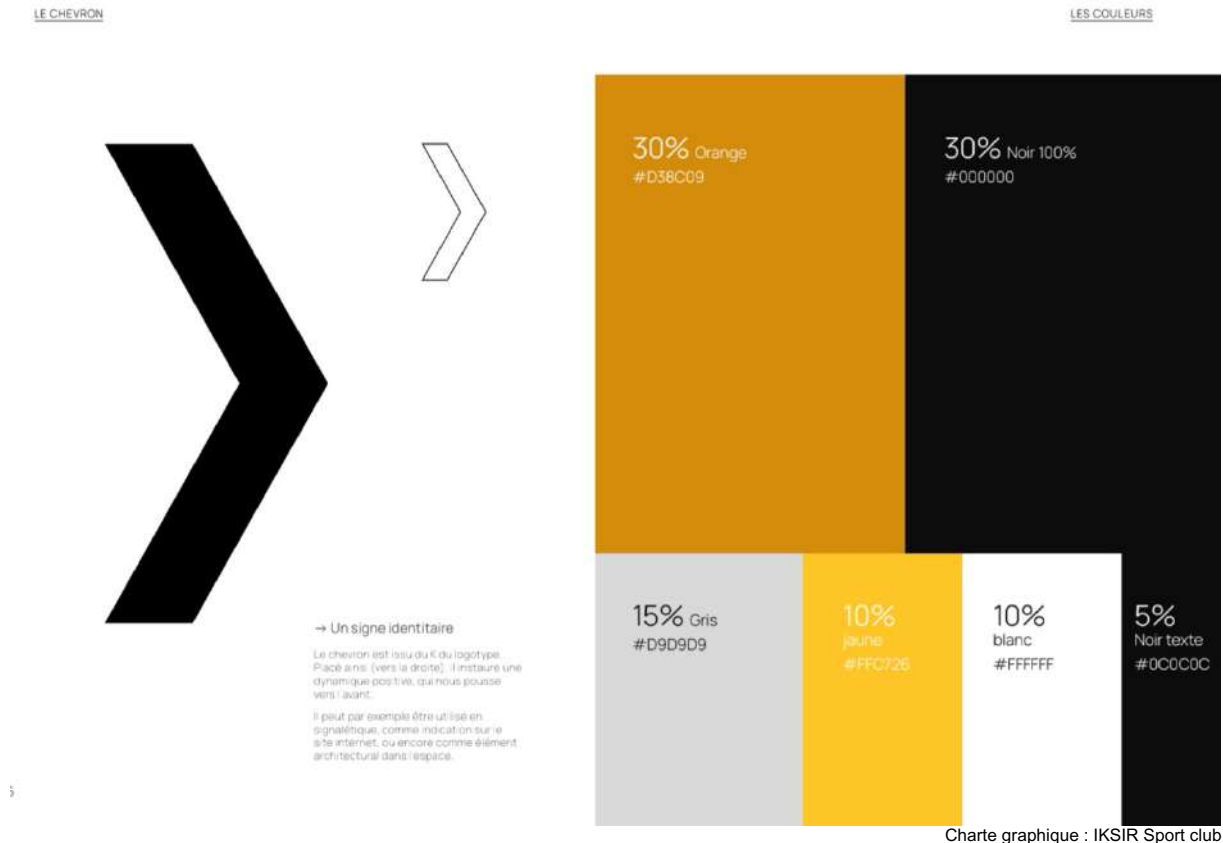
Dans ce contexte concurrentiel, **IKSIR Sport Club** occupe une position hybride, située **entre les clubs spécialisés et les concepts premium**. Ce positionnement repose sur une offre **sportive diversifiée et innovante**, un **encadrement de qualité**, ainsi qu'une **forte présence digitale** permettant de renforcer la visibilité du club. **La communication** joue ici un rôle central, notamment à travers **les réseaux sociaux**, qui permettent de créer un lien direct avec la communauté et de mettre en avant l'expérience vécue au sein du club.

Cette observation du marché m'a permis de mieux comprendre les attentes du secteur du fitness en matière de communication et d'adapter les contenus produits pour IKSIR Sport Club en cohérence avec son positionnement et son identité.

2. Missions réalisées

2.1 Création graphique et identité visuelle

Mes premières missions au sein de **IKSIR Sport Club** ont consisté à m'imprégner de la **charte graphique** du club ainsi que travailler sur la **création de modèles de communication** destinés aux **réseaux sociaux**, notamment les formats de **stories** et de **publications Instagram**.



Dans un premier temps, j'ai analysé l'**identité visuelle** existante du club afin de comprendre les **codes graphiques** déjà en place, notamment les **couleurs**, les **typographies**, les **éléments visuels récurrents** ainsi que le **ton général** utilisé dans les communications. Cette étape d'observation m'a permis de m'approprier l'univers graphique de la structure et d'assurer **une continuité** dans les créations futures.

J'ai ensuite utilisé l'outil **Figma** pour concevoir différents **templates de stories** destinés aux publications digitales. Ces modèles avaient pour objectif d'assurer une **cohérence visuelle** dans l'ensemble des contenus diffusés sur les réseaux sociaux du club. J'ai notamment travaillé sur des structures de **stories réutilisables** pour les offres promotionnelles, ainsi que les événements organisés par le club. (voir annexe 1)

Ce travail impliquait le respect strict de la **charte graphique**, notamment l'utilisation des couleurs officielles, des typographies définies et de la hiérarchisation des informations. J'ai également veillé à proposer des **visuels attractifs** adaptés aux formats mobiles et aux usages des réseaux sociaux.



Création Figma : Figma

Compte rendu de stage

Au-delà de l'aspect technique, cette mission m'a permis de comprendre l'importance de la cohérence visuelle dans la communication d'une marque. En effet, **une identité graphique homogène** contribue à **renforcer la reconnaissance du club**, à **améliorer son image professionnelle** et à **faciliter l'identification des contenus** par les adhérents et les abonnés sur les réseaux sociaux.

J'ai également pris conscience que la création graphique ne se limite pas à l'**aspect esthétique**, mais qu'elle répond à des objectifs de communication précis, notamment **attirer l'attention**, **transmettre une information** rapidement et **renforcer l'engagement** de la communauté. Cette première mission a donc constitué une **base essentielle** pour la suite de mon stage, en me permettant de développer des compétences fondamentales en **design et en communication visuelle**.

2.2 Production audiovisuelle

Une part importante de mon stage au sein de **IKSIR Sport Club** a été consacrée à la production de **contenus audiovisuels**, qui constitue un axe central de la communication digitale du club. Dans un contexte où les réseaux sociaux occupent une place majeure dans la promotion des activités sportives, la création de **vidéos dynamiques et engageantes** représente un outil essentiel pour valoriser les cours, les coachs et l'expérience globale proposée aux adhérents.



Photo de tournage : Photographie prise lors d'un tournage

Mes missions ont consisté à participer à l'ensemble du **processus de production**, depuis la **préparation des tournages** jusqu'au **montage final des vidéos**. J'ai ainsi été amenée à organiser et réaliser plusieurs **prises de vue** lors de différents cours collectifs et événements internes. Parmi les projets les plus significatifs, j'ai travaillé sur la mise en avant des **offres promotionnelles**, notamment les **offres flash Pilates Reformer et Bootcamp**, qui nécessitaient une communication rapide, attractive et adaptée aux formats des réseaux sociaux.

J'ai également participé à la couverture **d'événements internes**, comme celui du **8 mars**, ainsi qu'à la réalisation de contenus pour différents cours proposés par le club, tels que **le Bootcamp**, le **RPM**, le **BodyBalance** ou encore le **Functional Training**. Chaque activité présentait des contraintes spécifiques en termes de **captation**, notamment liées au **rythme des exercices**, à l'**espace** disponible et à la nécessité de **respecter les adhérents** tout en captant des images dynamiques et représentatives de l'ambiance du cours.

En amont des tournages, une phase de **préparation** était souvent nécessaire afin de **définir les objectifs du contenu**, **les plans à réaliser** et l'**organisation des prises de vue**. Cette étape permettait d'assurer une meilleure **fluidité** lors des tournages et de garantir un rendu final **cohérent** avec les attentes du pôle communication.

Une fois les séquences enregistrées, j'ai effectué le **montage** des vidéos à l'aide de logiciels comme **CapCut**. Ce travail de **post-production** comprenait le **tri des rushes**, la **sélection des plans** les plus pertinents, l'ajout de **transitions**, de **musiques** et de **textes**. L'objectif était de produire des **contenus courts**, **dynamiques** et **impactants**, capables de capter rapidement **l'attention** des utilisateurs.

Compte rendu de stage

Cette mission m'a permis de développer des compétences techniques en **montage vidéo**, en **cadrage** et en **gestion du rythme visuel**. J'ai appris à raconter une activité sportive à travers **l'image**, en mettant en avant non seulement **les mouvements** et **les exercices**, mais aussi **l'ambiance** et **l'identité du club**.

Enfin, cette expérience m'a permis de mieux comprendre l'importance de **l'audiovisuel** dans la **stratégie de communication** d'un club sportif, où l'image joue un rôle déterminant dans l'attractivité et la **fidélisation**.

2.3 Communication rédactionnelle et promotionnelle

J'ai également été chargée de participer à la **communication promotionnelle du club**, en travaillant plus spécifiquement sur la **préparation de textes** destinés à être dits face caméra pour la présentation des offres du mois au sein de **IKSIR Sport Club**.

L'objectif de cette mission était de concevoir des **scripts courts, clairs et dynamiques**, adaptés à une diffusion sur **les réseaux sociaux**. Ces textes servaient de **support à la prise de parole des coaches** ou des membres de l'équipe lors des **tournages vidéo**, afin de présenter de manière **attractive** les différentes offres, notamment les offres promotionnelles mensuelles ou les offres flash du club. (voir annexe 4)

Ce travail demandait une réflexion particulière sur la **formulation des messages**, afin de les rendre à la fois **naturels à l'oral** et **impactants pour le public**. Il était important de simplifier les informations tout en conservant les éléments essentiels, tels que les **avantages de l'offre**, **sa durée** ou les **conditions d'accès**. Les textes devaient également respecter le **ton** de communication du club, c'est-à-dire un discours **dynamique, motivant et accessible**, en cohérence avec l'image sportive et moderne d'**IKSIR**.

J'ai ainsi appris à adapter mon écriture à un usage **oral et audiovisuel**, ce qui constitue un exercice différent de la rédaction classique. Il ne s'agissait pas uniquement de **transmettre une information**, mais de créer un **discours fluide** et engageant, capable de capter l'attention dès les premières secondes de la vidéo.

Cette mission m'a permis de développer mes compétences en **communication orale préparée**, en **synthèse de l'information** et en adaptation du discours selon le support de diffusion. Elle m'a également aidée à mieux comprendre l'importance de la préparation en amont dans la production de contenus audiovisuels, où chaque mot doit être **réfléchi** pour renforcer l'impact global de la vidéo.

2.4 Organisation événementielle

Durant mon stage au sein de **IKSIR Sport Club**, j'ai participé à plusieurs missions liées à **l'organisation d'événements**, ce qui m'a permis de découvrir concrètement les différentes étapes de la mise en place d'un événement sportif et promotionnel, **depuis la préparation** en amont jusqu'à la **gestion le jour J**.



Capture d'écran du réel du 8 mars

J'ai tout d'abord participé à l'organisation de **l'événement du 8 mars**, dédié à la **Journée internationale des droits des femmes**. Dans ce cadre, mes missions ont inclus la **planification des tournages**, la **coordination des coaches**, la **gestion des participants** ainsi que la participation à la **création de contenus visuels et audiovisuels**. J'ai ainsi contribué à assurer le bon déroulement des prises de vue et à garantir **une organisation fluide** entre les différents intervenants. Cette expérience m'a permis de comprendre l'importance de

Compte rendu de stage

l'anticipation, de la coordination et de la communication interne dans la réussite d'un événement. (voir annexe 8)

Par ailleurs, j'ai également été impliquée dans l'organisation de la soirée **Pilates Reformer**, qui constituait un événement à la fois **sportif et promotionnel**. En amont de cet événement, j'ai participé à une phase de **prospection et de communication** auprès des adhérents. J'ai notamment contacté des membres du club par téléphone afin de **promouvoir l'événement** et d'encourager leur participation. Cette mission m'a permis de développer une première expérience en **prospection téléphonique**, en adaptant mon discours en fonction des interlocuteurs et en valorisant les **bénéfices** de l'événement.

Le jour de l'événement, j'ai participé à **l'installation de la salle** et à la **mise en place du matériel** nécessaire au bon déroulement des activités. J'ai ensuite assuré **l'accueil** des membres, en les orientant et en veillant à leur bonne installation. J'ai également occupé un rôle au niveau de la buvette, ce qui m'a permis d'**échanger** directement avec les adhérents dans un cadre plus **convivial**.

Tout au long de l'événement, j'ai été amenée à **interagir avec les participants**, à les **informer** sur les activités proposées et à les sensibiliser aux **offres de Pilates Reformer**. Dans ce cadre, j'ai également participé à une démarche de **vente** et de promotion des séances, en présentant les **avantages** de cette discipline et en encourageant les adhérents à **essayer les cours**. (voir annexe 9)

J'ai également participé à un **tournage vidéo** avec des membres du club, ce qui m'a amenée à **coordonner l'ensemble de l'équipe** tout au long de la journée. J'ai dû **organiser les déplacements** de chacun, **indiquer les lieux** de tournage et assurer la bonne **répartition des rôles** afin que les prises de vue se déroulent efficacement.

Ces différentes missions m'ont permis de développer des compétences variées en **gestion de projet événementiel**, en **communication orale**, en **relation client** et en **techniques de prospection et de vente**. J'ai également appris à travailler dans un **environnement dynamique** où la **réactivité**, **l'organisation et le sens du contact** sont essentiels.

Cette expérience a été particulièrement formatrice, car elle m'a permis de comprendre le fonctionnement global **d'un événement sportif**, allant de sa **conception à son animation**, tout en mettant en pratique des compétences à la fois **organisationnelles et commerciales**.

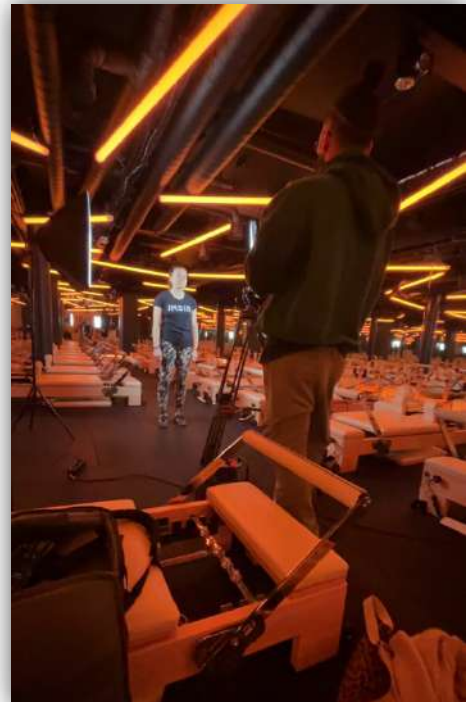


Photo de tournage : Photographie prise lors d'un tournage

2.5 Veille concurrentielle

J'ai réalisé une **veille concurrentielle** approfondie afin d'analyser les **stratégies de communication et de positionnement** des principaux acteurs du marché du fitness et des **studios boutique premium**. Cette analyse avait pour objectif de mieux comprendre les tendances du secteur et d'identifier **les bonnes pratiques** pouvant être adaptées à la stratégie du club.

Compte rendu de stage

Cette veille m'a permis d'identifier plusieurs types de **structures concurrentes**, différenciées par leur **positionnement** et leur **modèle économique**. Une première catégorie regroupe les **studios haut de gamme** orientés **bien-être et Pilates Reformer**, comme **The New Me** ou **RIISE**, qui proposent une expérience **esthétique** et centrée sur le **bien-être**. Leur communication repose sur des **visuels soignés et immersifs**, destinés à une clientèle sensible à l'expérience globale.

Une deuxième catégorie correspond aux **studios fitness immersifs** à forte intensité, tels que **Barry's** ou **OneRebel**. Ces structures se distinguent par des cours dynamiques mêlant **HIIT, boxing** ou **cycling** dans des environnements immersifs où **la musique** et **l'ambiance** jouent un rôle central.

Une troisième catégorie regroupe les studios **multi-concepts** comme **Monday** ou **Sanctuary**, qui proposent **plusieurs disciplines** sportives au sein d'un même espace. Leur communication met en avant la diversité des activités et la flexibilité d'accès.

Ces analyses m'ont permis de mieux comprendre le **positionnement d'IKSIR Sport Club**, qui se distingue par **une approche globale du fitness** combinant **musculature, cours collectifs**, et **aqua fitness**, lui permettant de s'adresser à un public large.



Photo de musculation : IKSIR sport club



Photo de Bootcamp : IKSIR sport club



Photo d'aqua fitness : IKSIR sport club

Cette veille m'a également permis d'identifier plusieurs **tendances** majeures dans la **communication digitale** du secteur, notamment l'utilisation de **formats courts et immersifs** comme les **reels**, ainsi que la mise en avant de **l'expérience client, des coachs et de l'ambiance des cours**. Les marques les plus efficaces privilégient une communication **visuelle et émotionnelle**, orientée **lifestyle**.

Enfin, cette analyse m'a permis de proposer des **pistes d'amélioration pour la communication d'IKSIR**, notamment le développement de contenus **plus immersifs** et la valorisation de **l'expérience** des adhérents sur les **réseaux sociaux**.

3. Bilan personnel et professionnel

Ce stage réalisé au sein de **IKSIR Sport Club** m'a permis de développer un ensemble de **compétences techniques, organisationnelles et relationnelles**, tout en découvrant de manière concrète le fonctionnement d'une **structure sportive et sa stratégie de communication**.

Sur le plan technique, j'ai pu renforcer mes compétences dans **l'utilisation de plusieurs outils professionnels** essentiels dans le domaine de la communication digitale. J'ai notamment travaillé avec des logiciels de **création graphique et audiovisuelle** tels que



Logos Figma, InDesign, Cap Cut

Figma, InDesign et CapCut. Ces outils m'ont permis de réaliser des contenus variés, allant de la **conception de supports visuels à la production et au montage de vidéos** destinées aux **réseaux sociaux**. Cette expérience m'a également permis de mieux comprendre les **contraintes** liées aux différents formats de diffusion et l'importance de **l'adaptation** des contenus selon les plateformes utilisées.

Sur le plan des **compétences en communication**, ce stage m'a permis de progresser dans la **rédaction de contenus promotionnels** et la **compréhension des codes de la communication digitale**. J'ai appris à **adapter** mon discours en fonction de la cible, à **synthétiser des informations** et à produire des **messages clairs et impactants**. J'ai également développé une meilleure compréhension de **l'importance de la cohérence** entre les différents supports de communication (texte, image et vidéo) afin de garantir **une identité de marque homogène**.

Sur le **plan organisationnel**, le **travail en équipe** m'a permis de mieux comprendre les exigences du milieu professionnel. J'ai dû apprendre à **gérer plusieurs missions en parallèle**, à respecter des délais **courts** et à **m'adapter aux imprévus** liés à l'organisation des **tournages** ou des **événements**. Cette expérience m'a également sensibilisée à l'importance de **la coordination** entre les différents pôles d'une structure et à la nécessité d'une **communication interne efficace** pour assurer le bon déroulement des projets.

Sur le **plan personnel**, ce stage a été particulièrement **formateur**. Il m'a permis de gagner en **autonomie**, en **rigueur** et en **confiance** dans mes capacités. J'ai également développé mon **sens des responsabilités**, notamment lors de la gestion de missions impliquant des adhérents ou des événements nécessitant une organisation précise. Le contact avec les équipes et les membres du club m'a aussi permis d'améliorer mes compétences relationnelles et ma capacité à m'adapter à différents interlocuteurs.

Enfin, cette expérience a confirmé mon intérêt pour **le domaine de la communication digitale** appliqué au secteur sportif. Elle m'a permis de mieux comprendre les réalités du métier et les compétences nécessaires pour évoluer dans ce domaine. Mon projet professionnel s'oriente désormais plus clairement vers **les métiers de la communication, avec un intérêt particulier pour l'événementiel**, notamment dans **l'organisation et la promotion d'événements sportifs**, au sein d'un environnement **dynamique et créatif**.



Photo événement IKSIR : IKSIR Sport Club

4. Conclusion

Ce stage au sein d'IKSIR Sport Club a constitué une expérience **enrichissante**, tant sur le plan **professionnel** que **personnel**. Il m'a permis de découvrir concrètement le fonctionnement d'une **structure sportive** et de participer à sa stratégie de communication digitale.

Au cours de cette expérience, j'ai pu mettre en pratique les connaissances acquises en **formation** tout en développant de nouvelles **compétences** en **création de contenus**, **communication digitale** et **gestion de projets**. J'ai également découvert les réalités du travail en entreprise, notamment en matière d'organisation, de collaboration et de respect des délais.

Ce stage m'a permis de mieux comprendre les enjeux du **secteur du sport** et du **fitness**, où la communication joue un rôle essentiel dans la visibilité et la fidélisation des adhérents. Il m'a aussi donné une vision plus précise des métiers de la communication et du marketing.

Enfin, cette expérience représente une étape importante dans mon parcours, car elle m'a permis de **confirmer mon orientation professionnelle** et d'identifier les compétences que je souhaite continuer à développer dans la suite de mes études.

(3885 mots de l'introduction à la conclusion)



Logo IKSIR : IKSIR Sport Club

Bibliographie

Introduction

- **Site d'IKSIR Sport Club**
<https://www.iksir-sportclub.com>
- **Le marché du fitness en Europe en 2023**
<https://pepswork.com/blog/le-marche-du-fitness-en-europe-en-2023/>
- **Étude de marché du fitness en 2026**
<https://epsimas.com/marche-du-fitness/#:~:text=EPSIMAS%20observe%20en%20mars%202026,2023%20à%20510'345%20EUR.>

1. Présentation de la structure et de son environnement

1.1 Présentation générale

Sources internes et institutionnelles :

- Site officiel d'IKSIR Sport Club
<https://www.iksir-sportclub.com/>
- Documents internes fournis par l'entreprise :
 - Charte graphique
 - Présentation des activités
 - Organisation interne
- Observations réalisées au sein du club pendant le stage.

1.2 Organisation interne et fonctionnement

Sources internes :

- Organisation interne observée pendant le stage
- Échanges avec l'équipe communication et administrative
- Documents internes du club (organisation des pôles)

1.3 Positionnement et concurrence

- **Basic-Fit**
<https://www.basic-fit.com/fr-fr>
- **Fitness Park**
<https://www.fitnesspark.fr>
- **Barry's**
<https://www.barrys.com>
- **The New Me**
<https://thenewmeparis.com/?srsltid=AfmBOoo8chzm6JmBRxMoPZLj1YP8hx0p3CS7W4jWvV7oM8QUC-HN27f2>
- **OneRebel**
<https://www.1rebel.com/en-gb>

2. Missions réalisées

2.1 Création graphique et identité visuelle

- **Figma**
<https://www.figma.com/>
- **Documents internes du club (charte graphique)**
- **Ressources internes utilisées lors des créations visuelles.**

2.2 Production audiovisuelle

- **CapCut**
<https://www.capcut.com/>
- **Tutoriels et documentation intégrée aux logiciels utilisés.**

2.3 Communication rédactionnelle et promotionnelle

- Publications internes du club
- Scripts promotionnels réalisés pendant le stage
- Observations des publications sur réseaux sociaux :
 - **Instagram du club**
https://www.instagram.com/iksir_sportclub/
 - **TikTok du club**
https://www.tiktok.com/@iksir_sportclub

2.4 Organisation événementielle

- Observations réalisées lors des événements internes
- Échanges avec l'équipe communication
- Supports internes liés aux événements organisés.

2.5 Veille concurrentielle

- **Barry's**
<https://www.barrys.com>
- **OneRebel**
<https://www.1rebel.com/en-gb>
- **The New Me**
<https://thenewmeparis.com/?srsltid=AfmBOoo8chzm6JmBRxMoPZLj1YP8hx0p3CS7W4jWvV7oM8QUC-HN27f2>
- **Monday Studio**
<https://monday-sportsclub.com>
- **Instagram de ces clubs**

3. Bilan personnel et professionnel

- Expérience personnelle vécue pendant le stage
- Observations professionnelles
- Échanges avec les membres de l'équipe

Sommaire des annexes

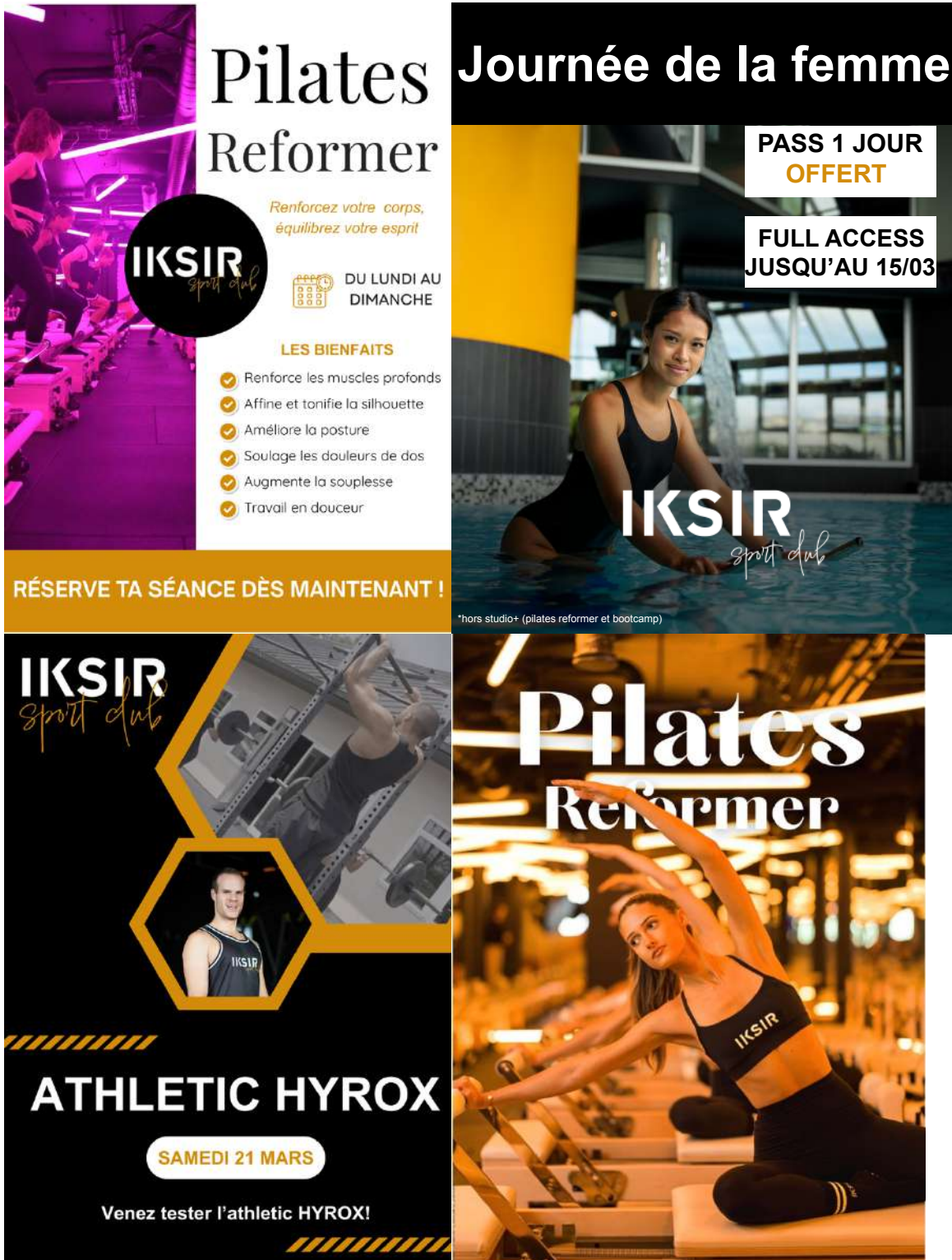
Annexe 1 : Post Instagram réalisé avec Figma	15
Annexe 2 : Affiche Canva et Indesign	16
Annexe 3 : Affiches JOMOS	17
Annexe 4 : Script promotionnel pour une offre.....	17
Annexe 5 : Veille concurrentielle visuelle.....	18
Annexe 6 : Vidéo promotionnelle réalisée (Story Instagram)	19
Annexe 7 : Montage vidéo de cours collectifs	19
Annexe 8 : Reel Journée internationale des droits des femmes	21
Annexe 9 : Vidéo événement Pilates Reformer	21

Annexe 1 : Post Instagram réalisé avec Figma



Cette annexe présente un modèle de post Instagram réalisé à l'aide du logiciel Figma, dans le respect de la charte graphique du club, afin d'assurer une communication visuelle cohérente et attractive.

Annexe 2 : Affiche Canva et InDesign



Cette annexe présente des affiches promotionnelles réalisées à l'aide des logiciels Canva et InDesign. Elles illustrent le travail de création graphique effectué dans le cadre de la communication visuelle du club, en respectant les codes visuels et les objectifs promotionnels définis.

Annexe 3 : Affiches JOMOS



Cette annexe regroupe plusieurs affiches promotionnelles réalisées pour la mise en avant des produits JOMOS. Elle illustre la création de supports visuels destinés à informer et attirer l'attention des adhérents sur les offres proposées.

Annexe 4 : Script promotionnel pour une offre

Tu rêves de ton summer body ? Et si tu commençais dès maintenant ?
Tout le mois de mars, profite de 100€ de remise : de quoi te motiver à nous rejoindre.
Chez Iksir, tu t'entraînes dans une salle moderne équipée de matériel haut de gamme, avec des coachs à tes côtés et une ambiance motivante pour te dépasser chaque jour.
Tu l'as compris, c'est maintenant qu'il faut se lancer ! alors Rejoins IKSIR et prépare ton summer body avec nous.

Cette annexe présente un exemple de script promotionnel rédigé pour la présentation d'une offre face caméra. Ce document illustre le travail rédactionnel réalisé pour produire des messages clairs, dynamiques et adaptés à une communication orale et audiovisuelle.

Annexe 5 : Veille concurrentielle visuelle

Exemple de story:

Thenewme

faire des concours/ surprises

histoire à la une "partenaire"



mettre en avant les spectacles

décorer la salle pour les occasions (st valentin noel...)



Barrys

Tutoriel sur les machines, vélos...



OneRebel

Mettre en avant le sauna, jacuzzi et leurs bienfaits



Riise

Mettre les actus de la semaine/planning

Mettre en avant chaque bienfaits du pilates reformer



Cette annexe présente une sélection de visuels issus de la veille concurrentielle réalisée durant le stage. Elle permet d'illustrer les styles graphiques et les stratégies visuelles observées chez différents acteurs du secteur du fitness.

Annexe 6 : Vidéo promotionnelle réalisée (Story Instagram)



Cette annexe présente une vidéo que j'ai réalisée pour une story Instagram. Elle illustre la production de contenus courts destinés à promouvoir les activités et les offres auprès des adhérents.

Annexe 7 : Montage vidéo de cours collectifs



Cette annexe présente des vidéos complètes de cours collectifs que j'ai réalisées et qui ont été publiées dans les stories à la une du club. Elle illustre mon travail de montage vidéo, incluant la sélection des images, l'ajout de transitions et la mise en rythme des séquences afin de produire des contenus dynamiques adaptés aux réseaux.

Compte rendu de stage



Annexe 8 : Reel Journée internationale des droits des femmes



Cette annexe présente un reel que j'ai réalisé à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes. Cette vidéo met en scène les coachs et les membres féminins de l'équipe d'accueil du club, chacune exprimant un mot en lien avec les femmes, afin de créer un contenu collectif valorisant l'engagement, la solidarité et l'image du club.

Annexe 9 : Vidéo événement Pilates Reformer



Cette annexe présente un reel que j'ai filmé et monté lors de la soirée Pilates Reformer organisée par le club. Cette vidéo met en valeur le déroulement de l'événement, l'ambiance générale et la participation des membres, afin de promouvoir l'événement sur les réseaux sociaux.