



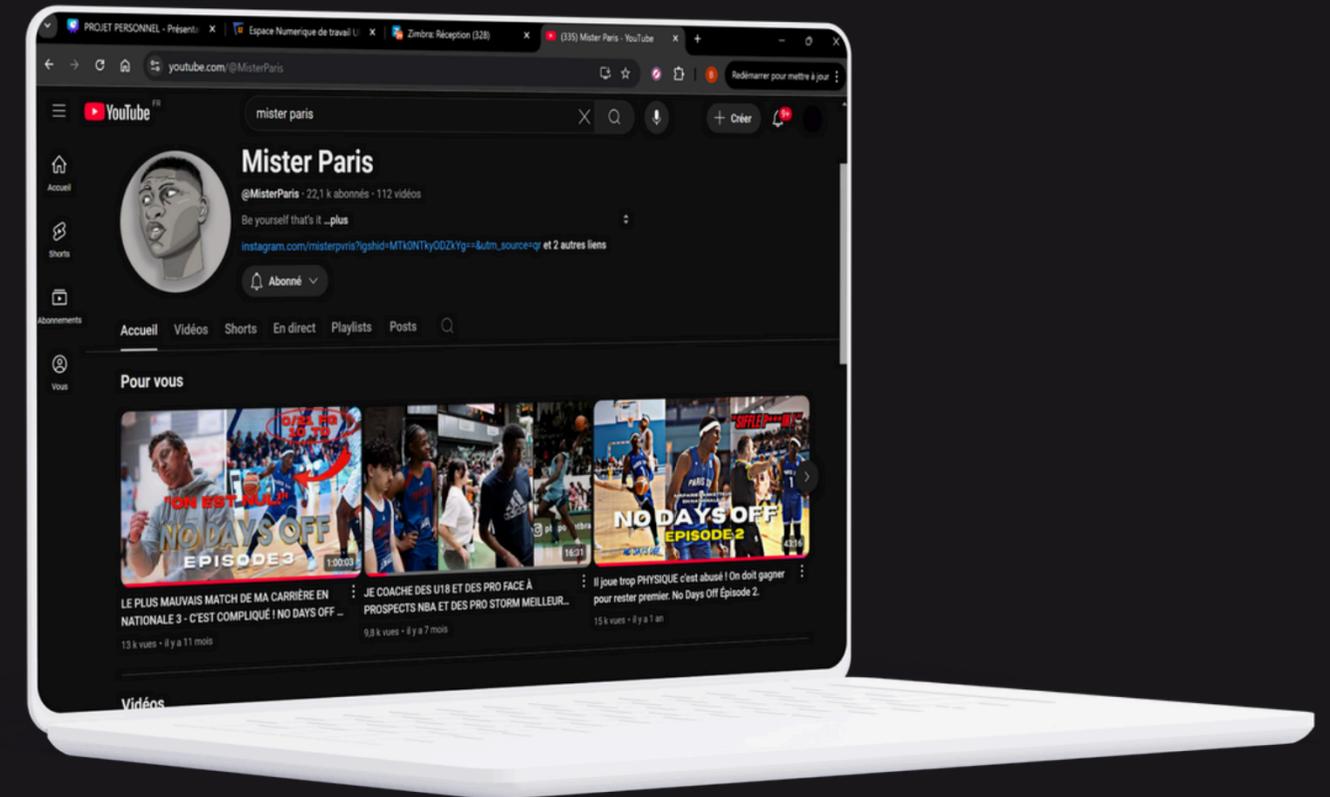
PROJET PERSONNEL

Exemple de projet développé lors de ma 3ème année

Présentation du projet

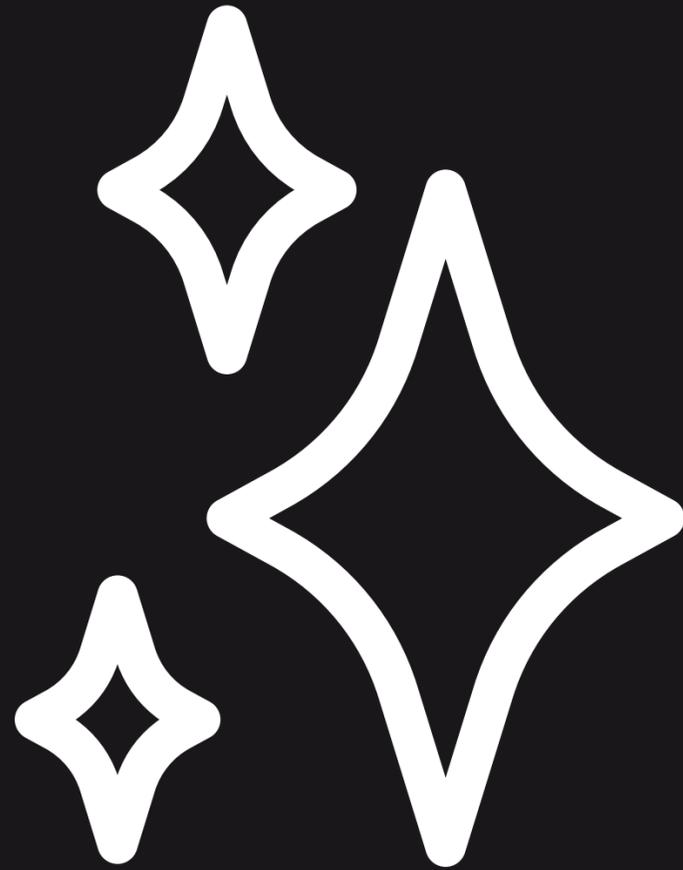
Qu'est-ce que **SWEESH** ?

Sweesh est un projet audiovisuel innovant dédié au basketball amateur né d'un constat : les jeunes équipes reçoivent **peu de visibilité médiatique**, contrairement aux équipes professionnelles. Inspiré par des formats immersifs tels que **Mister Paris**, Sweesh propose un suivi unique d'une équipe sur une saison, mêlant **storytelling**, contenu **immersif** et **engagement communautaire**. Pour cette saison, Sweesh a choisi de s'intéresser à l'équipe **U21 du BesAC**.

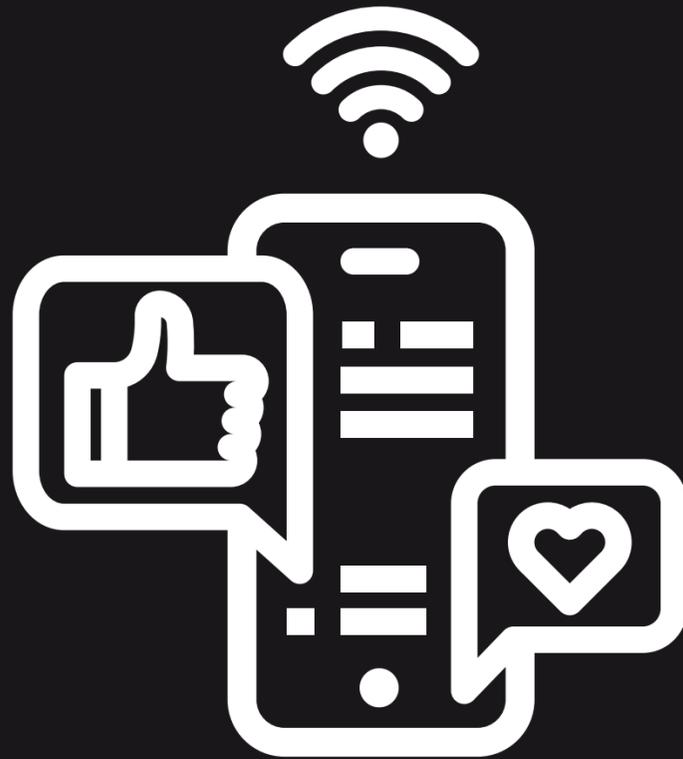


No Days Off. Série de basketball réalisée par Mister Paris

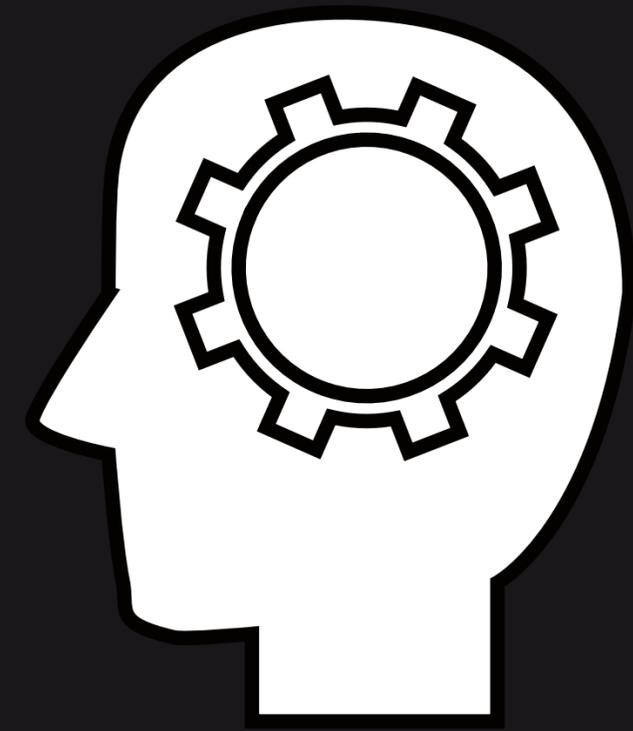
Objectifs



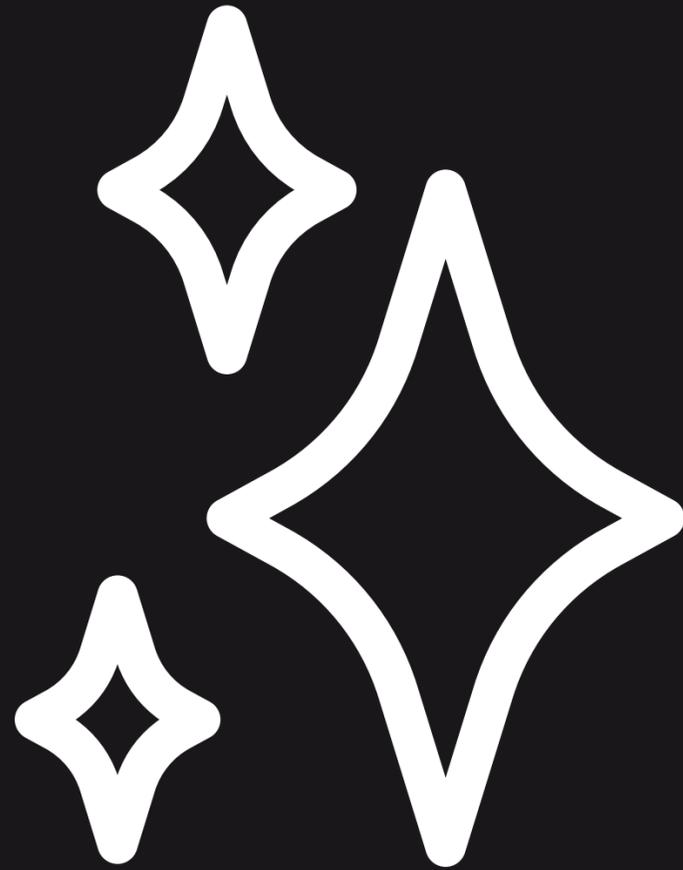
Notoriété



Médiatisation

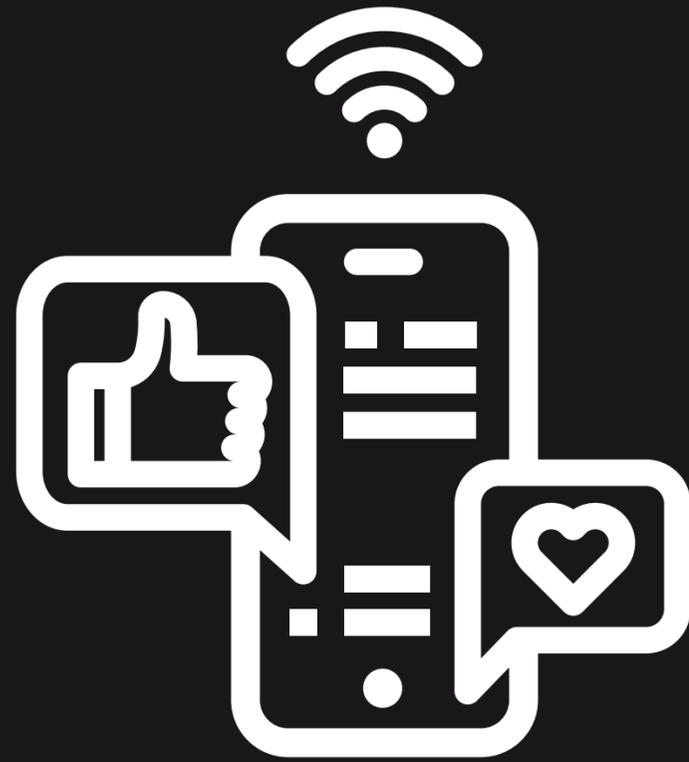


Mémorisation



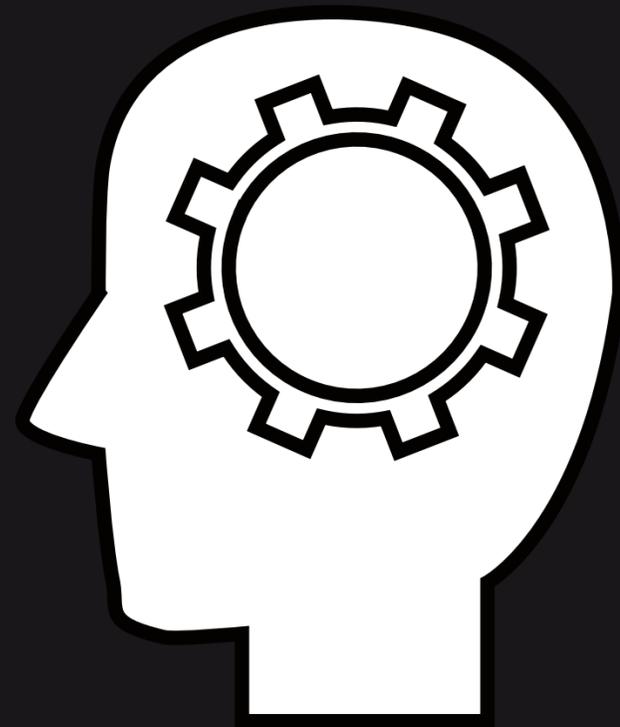
Notoriété

Offrir une visibilité aux joueurs U21 à travers des contenus engageants sur Instagram, TikTok et YouTube.



Créer une identité forte qui attire les passionnés de basketball et dynamise la communauté locale.

Médiatisation



Mémorisation

Documenter chaque saison sous forme de contenus exclusifs (interviews, coulisses, highlights).

Stratégies & Valeurs

Être authentique

Le projet repose sur une approche immersive avec des formats variés afin de se distinguer des autres projets sportifs déjà en place sur la toile avec la mise en place de concepts comme des **interviews** ainsi que des **résumés et analyses de matchs en "Face Cam"**.

...avec des valeurs uniques

Les valeurs centrales de Sweesh sont l'**authenticité**, la **passion**, l'**innovation** et l'**accessibilité**, avec un objectif à long terme : **professionnaliser** la communication sportive et développer un **modèle répliquable** à d'autres équipes.



Vidéo d'un entraînement mise en ligne sur Sweesh

Identité



Le nom **SWEESH**

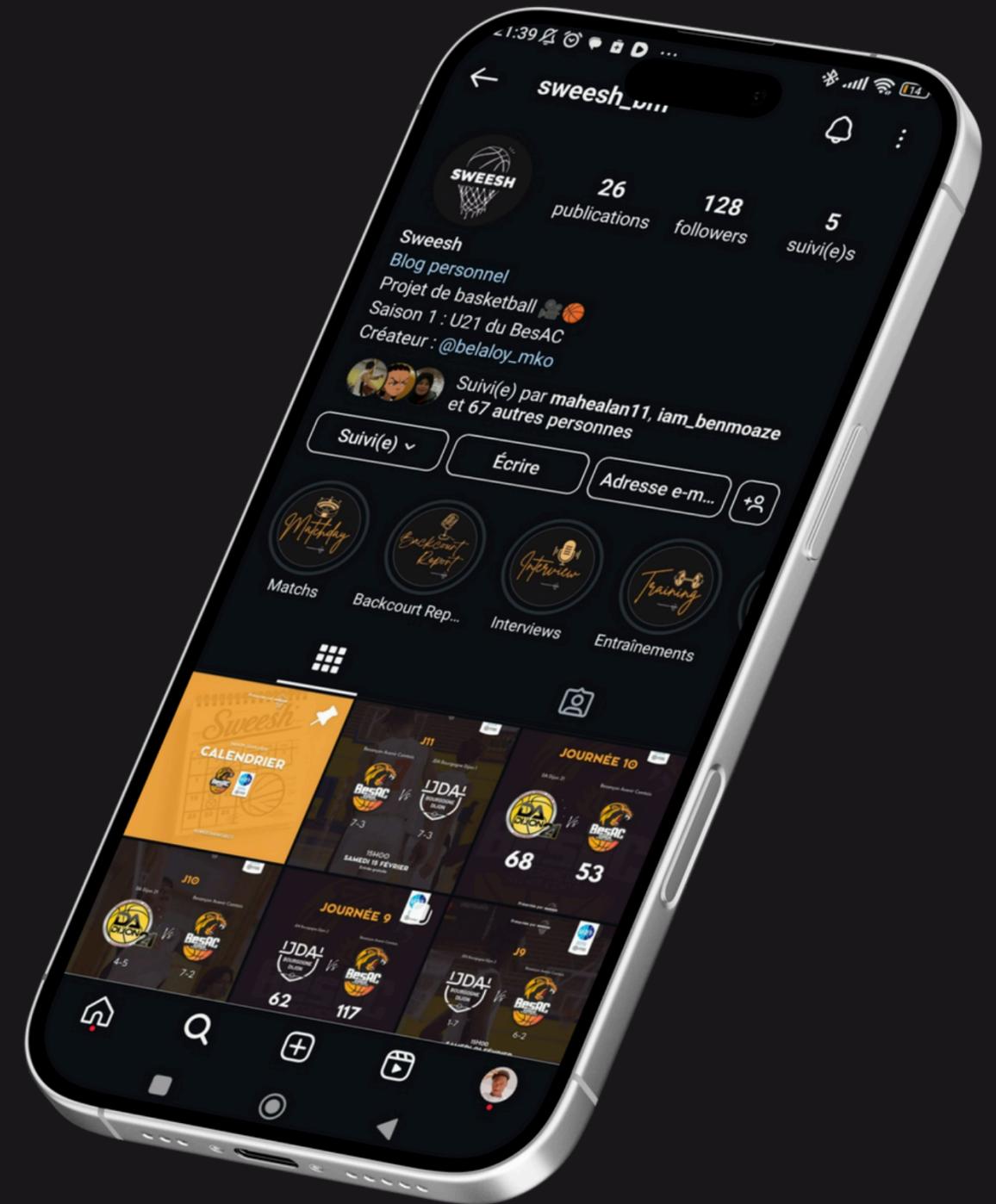


Bruit caractéristique d'un ballon de basketball qui entre dans le panier sans toucher l'arceau

Précision

Réussite

Élégance



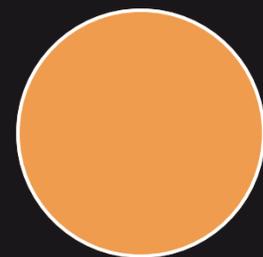
Identité visuelle

Couleurs

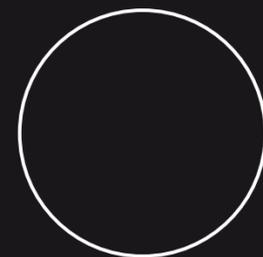
Évolutive en fonction des équipes suivies. Pour la saison 1 avec les U21 du BesAC, les couleurs dominantes sont l'orange et le noir, en hommage au club.

Typographies

Mistrully
League Spartan
Cocomat Pro



#eF9c4e



#1a171b



Besançon Avenir Comtois, l'équipe choisie lors de la première saison de Sweesh

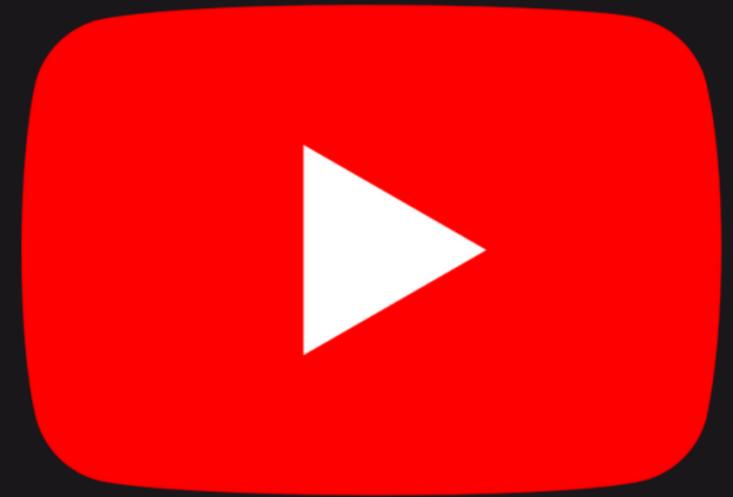
Réseaux utilisés



Instagram



TikTok



Youtube



Instagram

Vitrine principale du projet

➤ Réseau social le **plus utilisé** par les jeunes passionnés de sport

➤ Publication de contenus variés qui offrent une **interaction directe** avec la communauté





TikTok

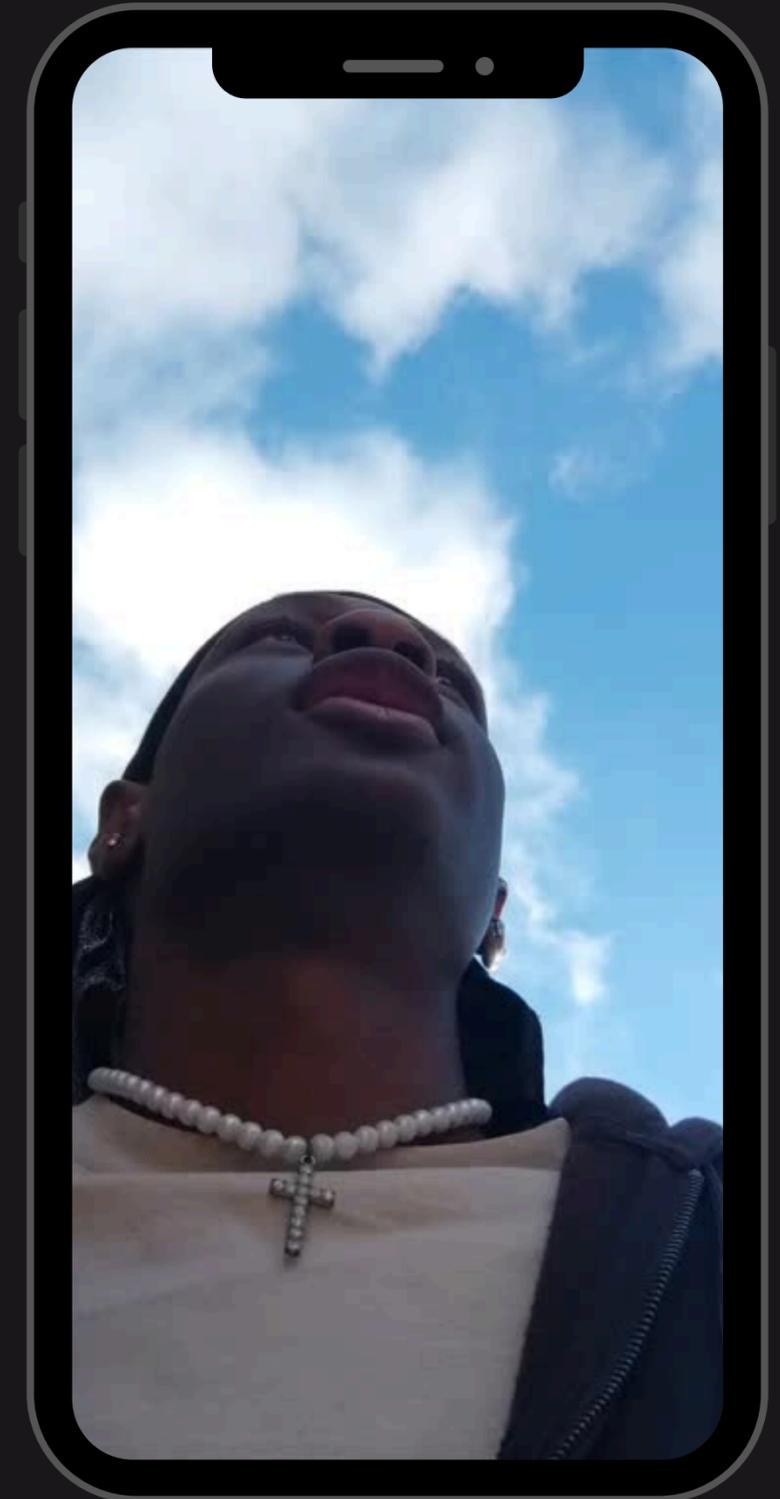
Générer de la viralité



Création de **formats courts** et **viraux** (jeux, défis, coulisses de l'équipe) avec une mise en avant du côté **humain et fun des joueurs** à travers des vidéos courtes et dynamiques.



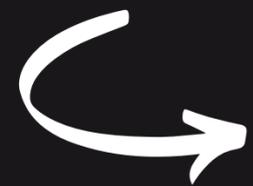
Permet de toucher un public **plus large**, au-delà des abonnés Instagram.





Youtube

L'archivage & l'immersion longue durée



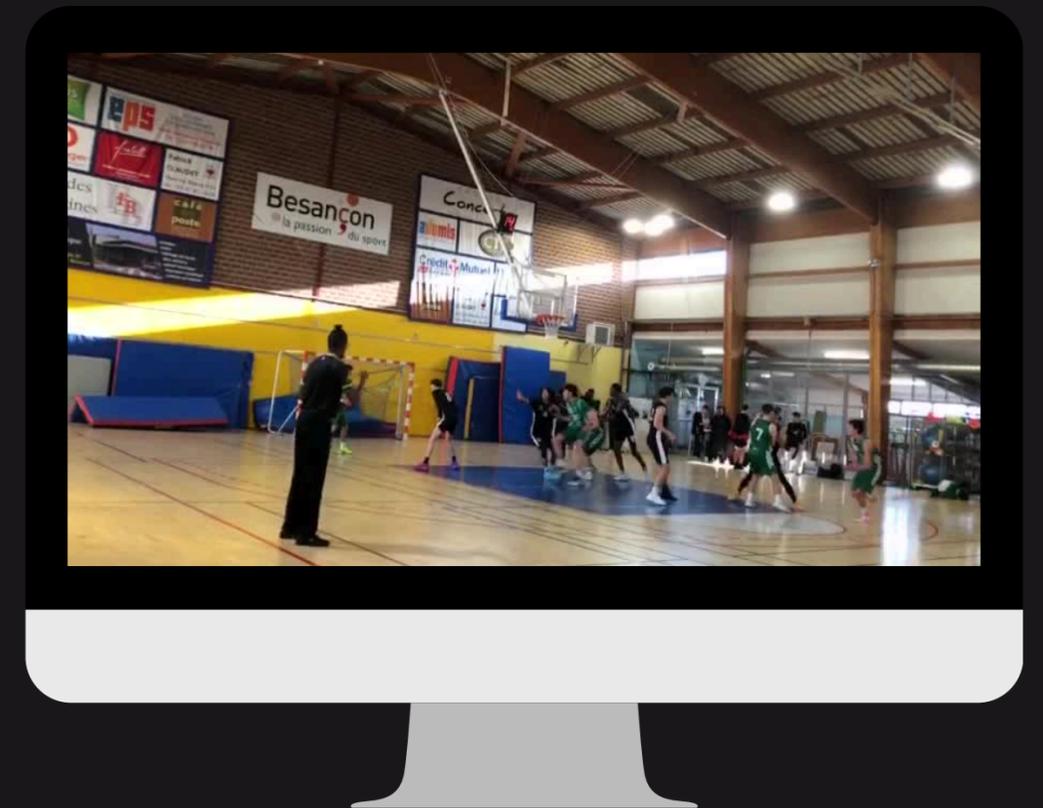
Les rediffusions de matchs, permettant aux fans de suivre l'équipe à distance.



Des documentaires et longs formats, pour raconter l'histoire d'une saison et immortaliser les moments forts.



Possibilité de monétisation à long terme et de créer une véritable bibliothèque de contenu pour Sweesh.



Les grandes étapes du projet

Création du compte Instagram & veille stratégique (Septembre 2024)

Une analyse des tendances sur YouTube ainsi que sur les réseaux sociaux comme Instagram a permis d'identifier un manque de médiatisation des équipes jeunes au profit des équipes professionnels. Un compte Instagram a été lancé comme plateforme principale, accompagné d'un feed travaillé pour structurer l'image de Sweesh.



Tests & premiers contenus (Septembre - Octobre 2024)

Avant le début officiel du projet avec les U21, des concepts ont été testés avec l'équipe SM3 du BesAC. Cela a permis d'affiner les formats (résumés de matchs, overlays, interviews) et d'améliorer l'identité visuelle avec la transition de Canva vers Figma.



Lancement officiel avec les U21 **(Octobre 2024)**

Le 9 octobre marque le véritable début de Sweesh. Un premier jeu concours pour Octobre Rose est organisé, suivi de la médiatisation du match d'ouverture contre la DA Dijon 21. Un photographe est invité pour capturer des visuels de qualité, renforçant l'impact du projet.



Développement & amélioration continue (Novembre 2024 - aujourd'hui)

Interview graphic featuring a player in a white jersey. The stats displayed are: 23 PTS, 13 REB, 4 PD. The name BELALOY MOUKOKO is visible above the stats. Logos for U21 and FFBB are present.

Interview graphic featuring a player in a white jersey. A quote is displayed: "Une belle victoire au terme d'un match solide où on a mené du début à la fin. L'équipe a su profiter de ses temps forts et limiter ses temps faibles en restant sérieuse défensivement. Tous les joueurs ont apporté des actions positives pour l'équipe et une vraie cohésion est présente. Des points peuvent être encore améliorés comme les pertes de balle encore trop nombreuses et une adresse au tir qui peut être plus constante." The name MAHÉ ALAN is visible at the bottom right. Logos for U21 and FFBB are present.

Match result graphic for J9: JDA Bourgogne Dijon 2 (1-7) vs Besançon Avenir Comtois (6-2). The date is SAMEDI 01 FÉVRIER 15H00. Entry is free (Entrée gratuite). Logos for JDA, BesAC, U21, and FFBB are present.

Live broadcast schedule graphic for Journée 1 (BesAC vs DAD 21) and Journée 2 (JDA 1 vs BesAC). It features a tiger logo and logos for U21 and FFBB.

Squad list graphic for CTC Joigny Besançon Avenir Comtois. The coach is Pierre Camiolo. The squad list includes: Antoine NAUDET, Louis BEAUVOIS, Ben MOAZE, Soufiane LEMRABET, Ivan CHARTIER, Téva DESBOTS, and Belaloy MOUKOKO. Logos for U21 and FFBB are present.



*Introduction de nouveaux formats
(statistiques de matchs, interviews post-rencontre)*

Les difficultés rencontrées

Gérer plusieurs rôles à la fois

Manque de matériel professionnel

Développer une présence sur plusieurs plateformes

Trouver du temps pour produire du contenu de qualité

Engager et fidéliser la communauté

L'objectif initial était de créer du contenu sur Instagram, YouTube et TikTok. Cependant, gérer un seul réseau (Instagram) demandait déjà un travail conséquent, rendant difficile le lancement des autres plateformes.



Gérer le temps

Engager et fidéliser la communauté

Gérer plusieurs rôles à la fois

**Manque de matériel
professionnel**

**Développer une présence sur
plusieurs plateformes**

**Trouver du temps pour produire du
contenu de qualité**

Pour garantir un rendu audiovisuel optimal, du matériel adapté était nécessaire (stabilisateurs, caméra HD, micros). Cependant, le budget étant limité, il a fallu faire avec les moyens du bord.



Osmo Mobile 6

Trouver du temps pour produire du contenu de qualité

Engager et fidéliser la communauté

Gérer plusieurs rôles à la fois

Manque de matériel professionnel

Développer une présence sur plusieurs plateformes

Étant à la fois créateur du projet, joueur de l'équipe et responsable du contenu, il a été difficile de tout gérer en même temps. Pendant les matchs, il était impossible de capturer des images en temps réel, ce qui a limité le côté immersif du projet.



Investir sur un caméraman régulier

Développer une présence sur plusieurs plateformes

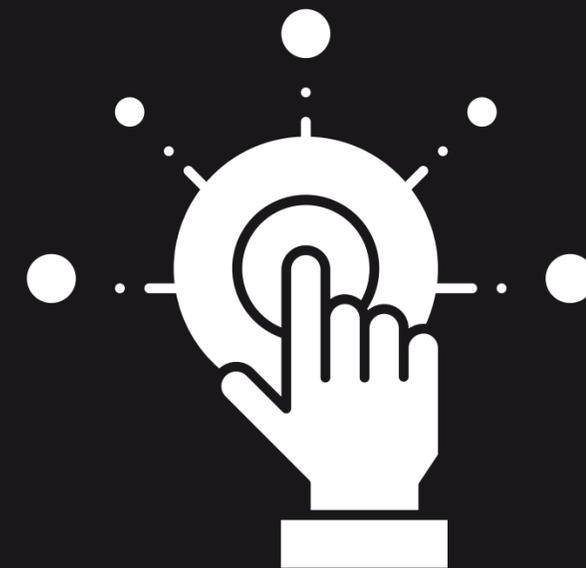
Trouver du temps pour produire du contenu de qualité

Engager et fidéliser la communauté

Gérer plusieurs rôles à la fois

Manque de matériel professionnel

Même si les débuts ont été encourageants avec une belle croissance des abonnés, fidéliser un public et maintenir un haut niveau d'engagement restent des défis majeurs.



Développer plus de formats interactifs

**Manque de matériel
professionnel**

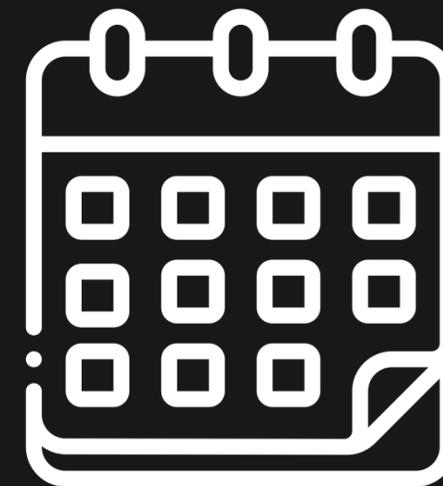
**Développer une présence sur
plusieurs plateformes**

**Trouver du temps pour
produire du contenu de qualité**

**Engager et fidéliser la
communauté**

**Gérer plusieurs rôles
à la fois**

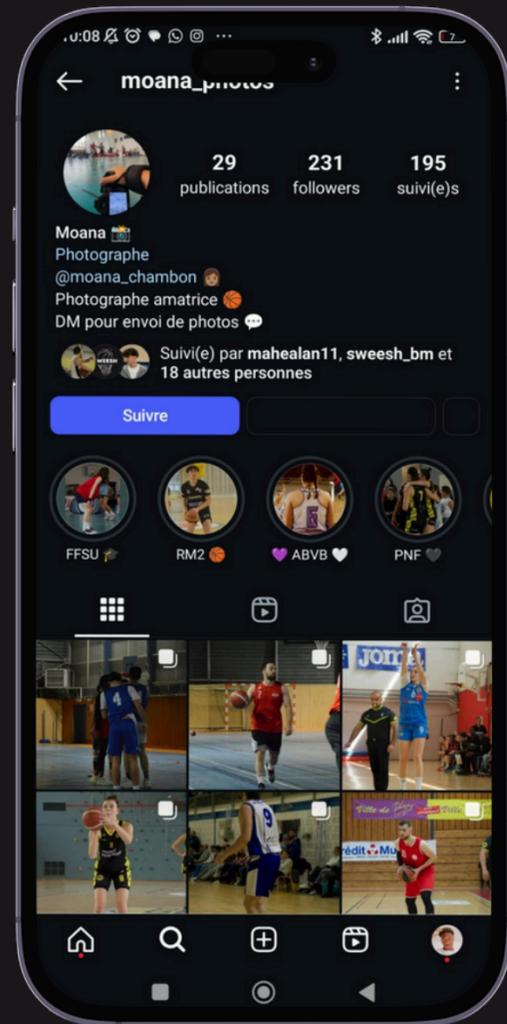
Créer des vidéos engageantes demande du temps pour filmer, monter et publier. Avec les études et les entraînements, il était difficile de maintenir un rythme régulier de publication.



Réaliser un calendrier éditorial

Résultats & Investissements

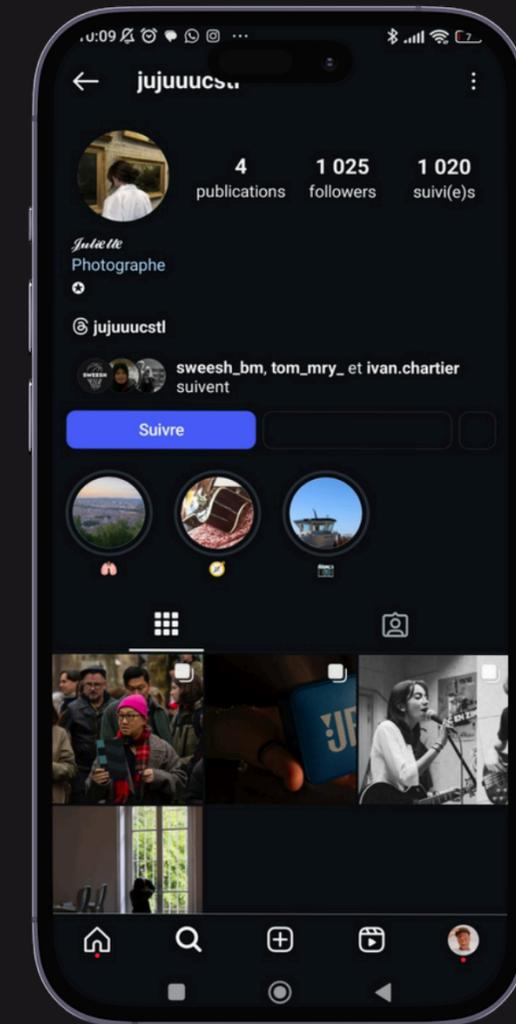
Investissements



@moana_photos



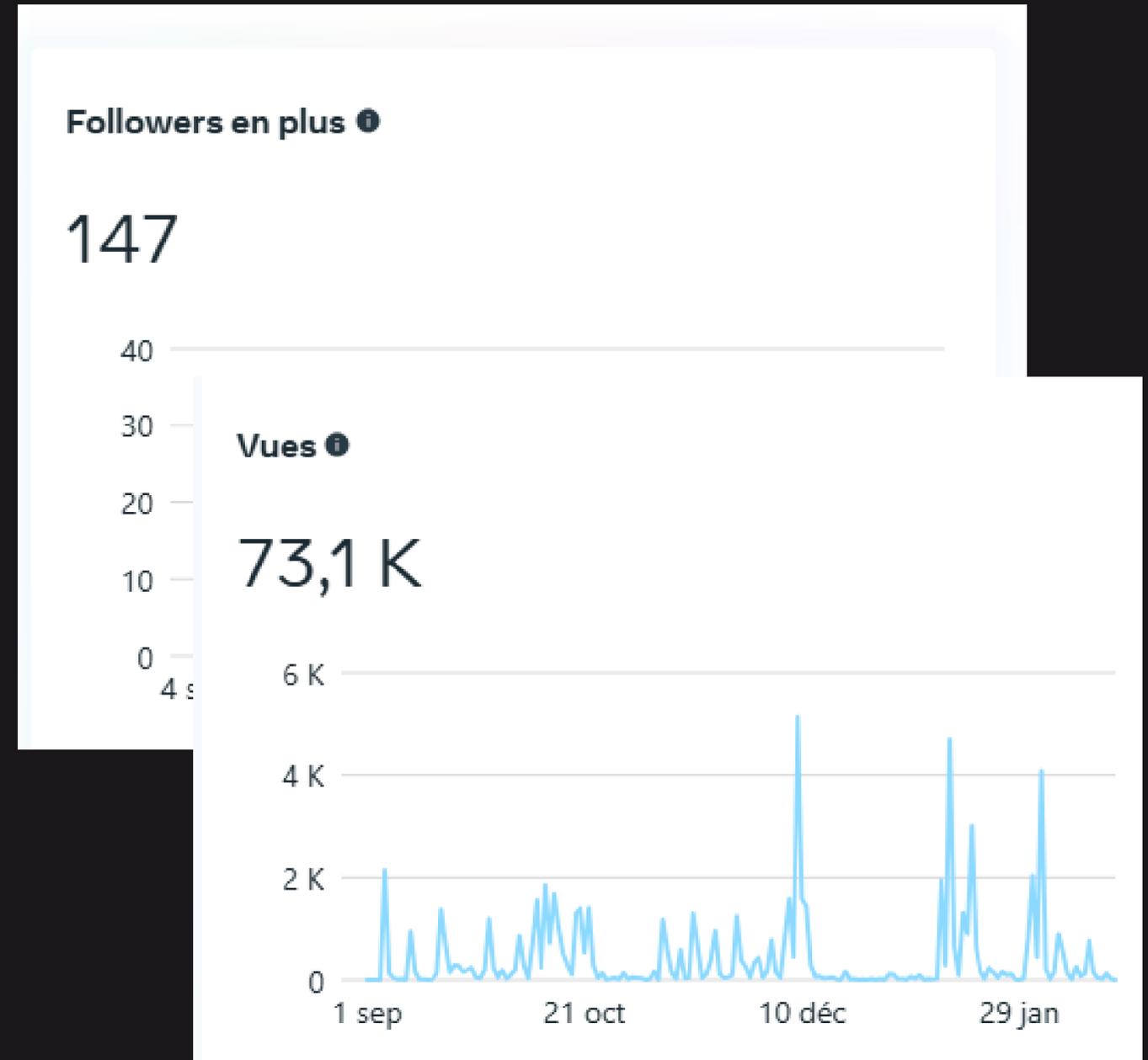
Osmo mobile 6



@jujuucsu

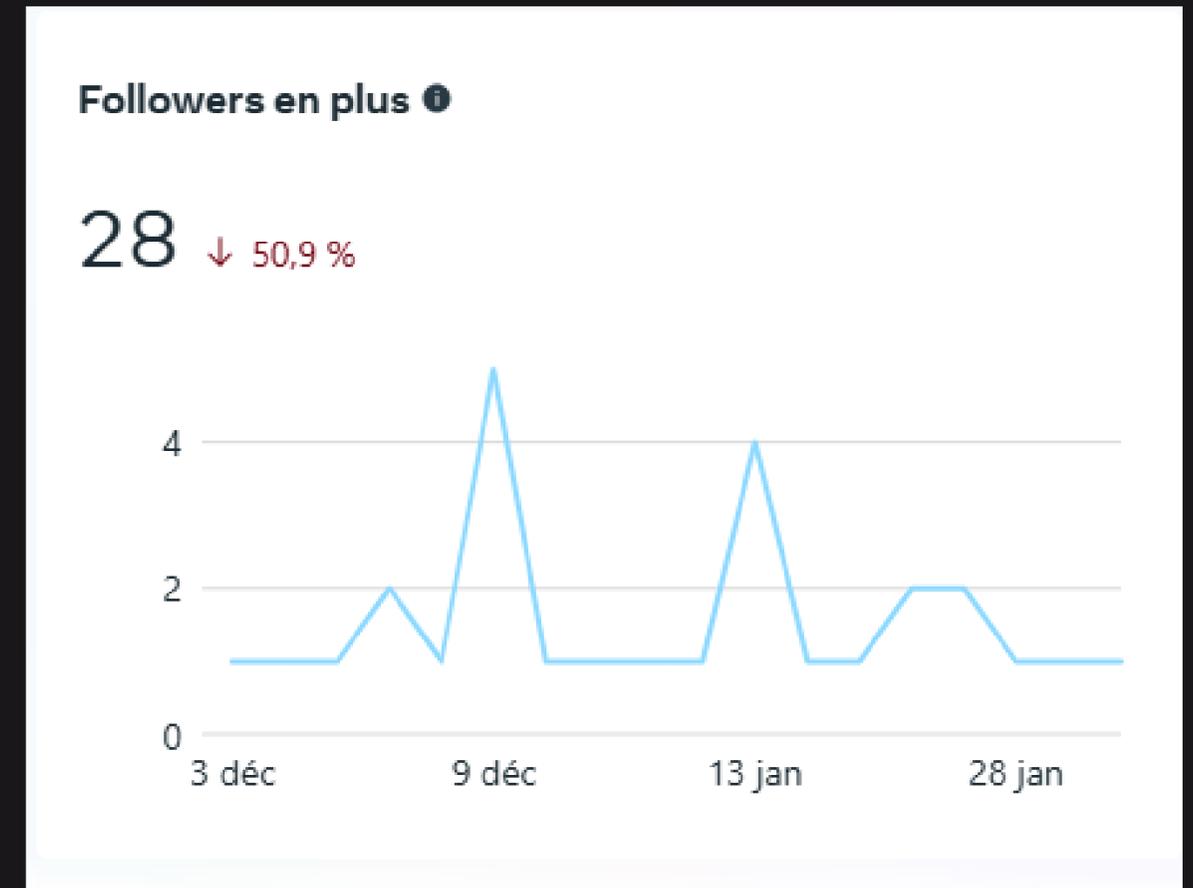
Résultats

Entre Septembre et aujourd'hui, le compte Instagram a connu une forte croissance avec plus de 147 followers en plus ainsi que des vues de profils avoisinant les 73,1 K.



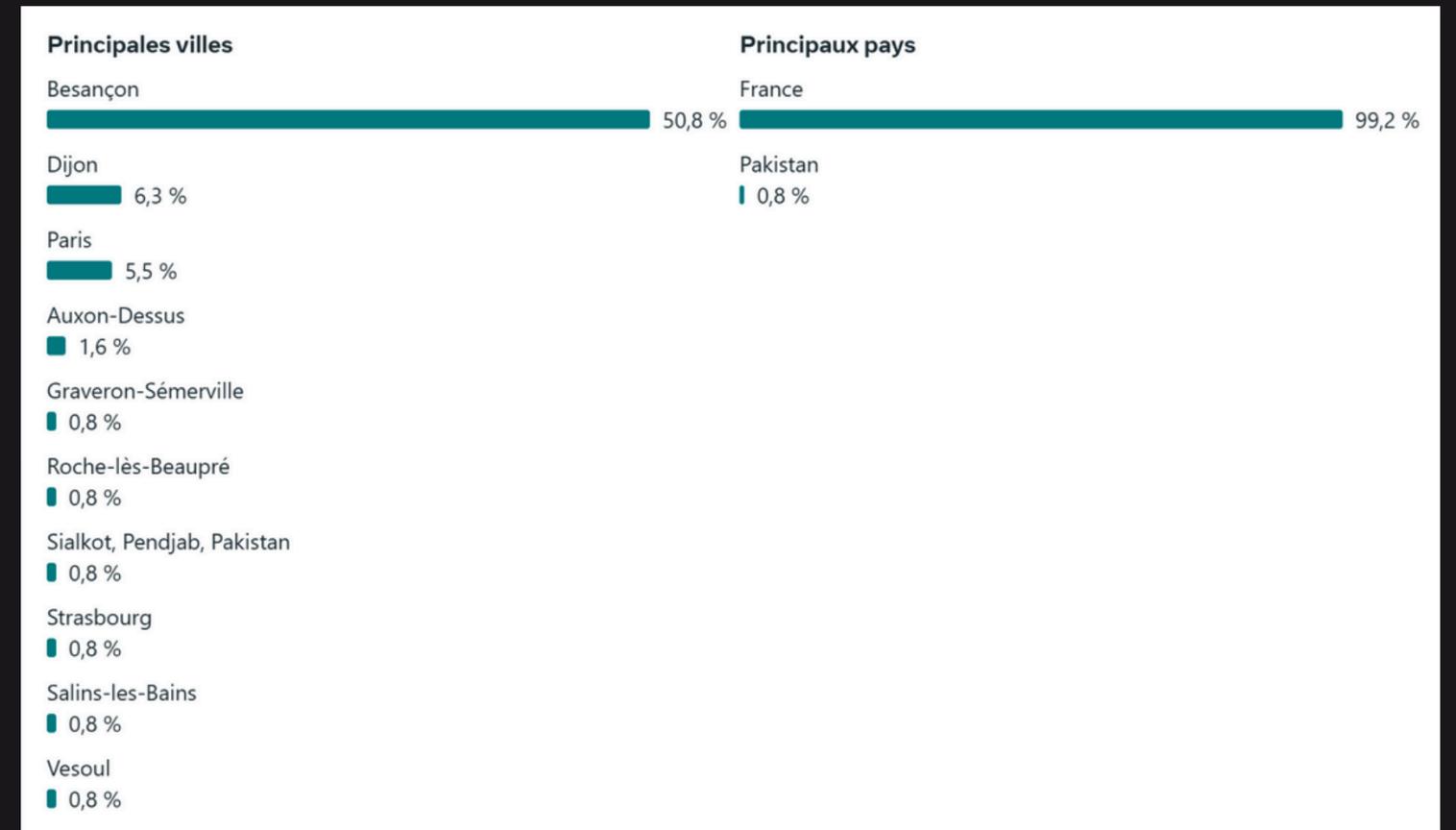
Résultats

Cependant entre décembre et aujourd'hui on peut voir que le projet a stagné malgré quelques followers...



Résultats

Le profil des followers de Sweesh n'est pas vraiment étendus allant principalement dans les deux grandes villes de la Bourgogne Franche-comté, Dijon et Besançon.



Résultats

Vue d'ensemble

Vues ⓘ

5321

Couverture ⓘ

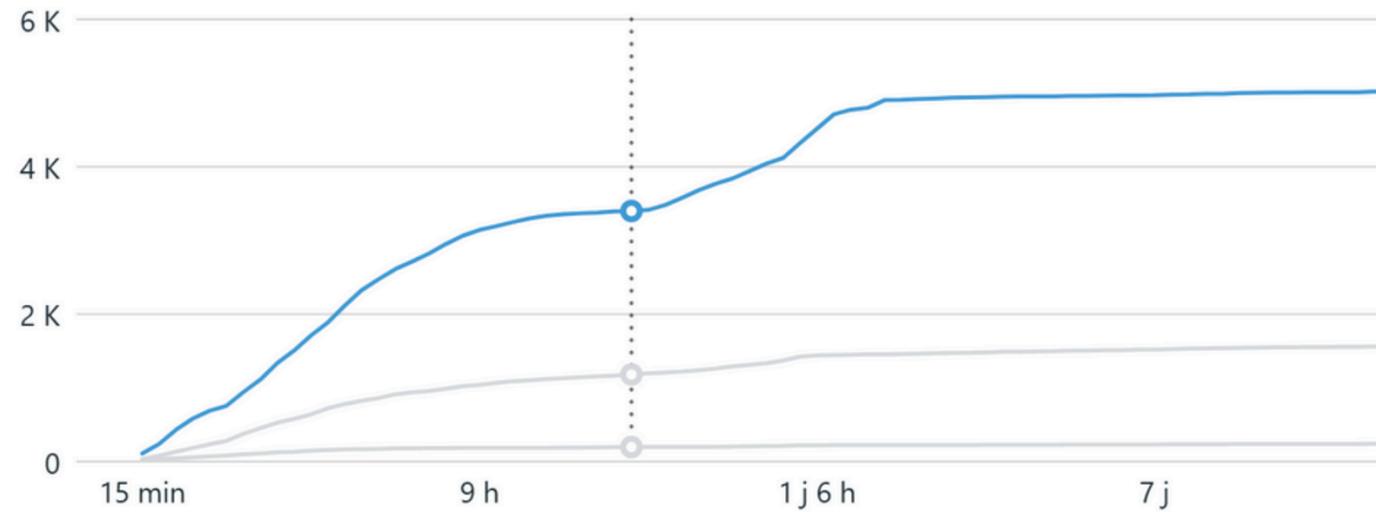
2118

Interactions ⓘ

111

Vues ⓘ

5321



Des followers

24 %

Des non-followers

76 %

À partir des publicités

38 %

De source organique

62 %

Aperçu du Fil

Instagram

sweesh_bm

JOURNÉE 6

JS Marzy vs Besançon Avenir Comtois

49 vs 92

Présentée par SWEESH

#SWEESHPROJECT

sweesh_bm Tout en maîtrise... 🏀

... more

Voir la publication sur Instagram



@sweesh_bm