



Rapport de stage :

Chargé de communication

Dans une entreprise individuelle à Marie-Galante

Master 2 Information, communication :

Communication des organisations, information, médias et numérique

Parcours - Communication d'Intérêt Général

Jordan PICON

Année 2025-2026

2.3. Les besoins apparus à partir du diagnostic

Le diagnostic initial m'a permis de dégager plusieurs priorités. La première concernait la cohérence globale de l'identité de l'entreprise. Entre *Yakalouer*, *Yakabwè*, les différentes pages (*Bébés Services*, *Yakapédaler*, *Yakaramer*), les différents usages graphiques et les supports hétérogènes, il était nécessaire de clarifier des marqueurs visuels, les noms employés et les liens entre les activités. Pour rendre l'offre plus compréhensible, une meilleure présentation des services était nécessaire, ainsi que la mise en avant des éléments qui différencient l'entreprise des autres fournisseurs de services similaires.

Le site avait besoin d'être retravaillé, autant dans son contenu que dans son fonctionnement. Il fallait aussi améliorer sa visibilité dans les recherches, produire des contenus plus adaptés aux différents supports, et commencer à stabiliser certaines règles visuelles et rédactionnelles, afin que l'entreprise soit plus facilement identifiable. Enfin, plusieurs éléments administratifs ou documentaires demandaient également à être repris.

2.4. Observations sur cette phase de diagnostic

Cette première étape m'a mené à faire preuve de méthodologie, en débutant par une lecture attentive de ce qui existe déjà, de ce qui fonctionne partiellement, de ce qui nuit à la lisibilité, et de ce qui mérite d'être conservé ou non. Le diagnostic était une manière de comprendre les logiques du commanditaire, ses habitudes, ses contraintes, et la faisabilité réelle des pistes d'amélioration, en envisageant la continuité après mon temps d'intervention. Je me suis donc d'abord appuyé sur une analyse technique des supports utilisés, ce qui m'a permis de fournir un rapport de mes observations et d'initier un dialogue sur cette base, avec mes remarques, mes conseils, et des pistes de réflexion. Ce sont également les entretiens avec Virginie et Alexandre, qui ont orienté mes premières missions, qui n'étaient de prime abord pas strictement fixées.

J'ai pu appliquer plusieurs enseignements du cours de *gestion de projet*. Dans ce cours, il ne s'agissait pas de suivre un enseignement linéaire, mais de travailler avec un commanditaire réel, d'entendre ses attentes, de reformuler les problèmes et de produire du contenu en s'appuyant sur une organisation en groupe de travail. L'enseignement engageait à faire des propositions multiples, à envisager de devoir retravailler les propositions et également à maintenir une bonne relation avec un ou plusieurs commanditaires. Un procédé important, émanant de cette formation, est l'utilisation d'un groupe *WhatsApp* commun pour centraliser les demandes, les commentaires et les propositions, ce qui a fixé les bases d'une bonne coordination dans cette situation où il y avait en quelque sorte deux « commanditaires », et donc deux visions à entendre.

3. STRUCTURATION ADMINISTRATIVE ET SÉCURISATION DES SUPPORTS

3.1. Correction de documents existants et mise en conformité

Parmi les premières missions réalisées, certaines ont porté sur des éléments administratifs ou documentaires. En découvrant le produit *Yakabwè*, j'ai remarqué que l'étiquette présentait un ordonnancement non conforme des ingrédients. L'eau, ingrédient majoritaire, apparaissait en dernière position au lieu d'être mentionnée en premier. Une correction a

donc été proposée et intégrée à la commande suivante. La mention de précaution nécessitait également des rectifications.

J'ai ensuite proposé d'effectuer des démarches *INPI*¹ pour *Kitalouer971*, car le nom de l'entreprise et l'adresse déclarée n'était plus à jour. Le changement d'adresse a amené un changement du *numéro de SIRET*, ce qui crée ensuite un besoin de mettre à jour plusieurs documents. J'ai aussi perçu plusieurs soucis dans les factures proposées aux clients. La mention de la *TVA* apparaissait, alors que le statut d'entreprise individuelle ne l'exige pas. J'ai attiré l'attention d'Alexandre sur ce point, et il a donc rectifié les nouvelles factures et proposé des rectificatifs pour les factures déjà distribuées. De plus, le numéro présenté comme *SIRET* sur la facture correspondait en réalité au *numéro SIREN*, ce qui pouvait empêcher l'identification de l'entreprise par des clients ou partenaires.

3.2. Observations sur la première série de missions

Ces premières interventions m'ont paru importantes, car j'ai pu sécuriser les bases légales et administratives, et éviter des incohérences qui fragilisent la continuité, la rentabilité ou l'image de l'entreprise. Ces actions directes m'ont amené à m'investir rapidement, à concrétiser mon investissement de manière visible et à créer une relation de confiance avec le couple d'entrepreneurs.

La communication d'une micro-entreprise ne repose pas uniquement sur ce qu'elle montre, mais aussi sur la manière dont elle se présente dans ses documents, ses mentions et ses démarches. Une facture incohérente, une étiquette imprécise ou un défaut de mise à jour administrative peuvent produire des effets négatifs sur la confiance accordée à l'activité, ou plus simplement sur sa survie. Grâce à la confiance qu'Alexandre m'a accordée, j'ai pu intervenir pour renforcer les fondations de l'activité, avant de me consacrer ensuite à la communication.

Ces corrections participaient donc à la crédibilité globale de l'activité. Riom, Libaert et Adary rappellent que « la réputation de l'entreprise et l'image des produits sont bien sûr interdépendantes mais la réputation devient un capital en soi que l'entreprise doit développer et préserver » (Riom et al., 2010, p. 20). Dans ce cadre, une facture cohérente, une étiquette corrigée ou une mise à jour administrative contribuent à préserver l'image de sérieux de l'entreprise.

Je me dois de préciser que je suis titulaire d'une licence en économie et gestion, dont un semestre en mobilité a été consacré spécifiquement à l'entrepreneuriat ; j'ai également suivi la formation d'étudiant-entrepreneur en double-diplôme, tout en préparant le lancement d'une activité commerciale. Je ne suis donc pas insensible aux difficultés rencontrées par cet entrepreneur, et j'ai estimé être en mesure d'apporter certaines pistes d'amélioration dans la *gestion* et dans la *comptabilité* de l'activité.

¹ L'INPI, Institut national de la propriété industrielle, est un établissement public chargé des démarches relatives à la propriété industrielle, notamment le dépôt et la protection des marques, brevets, dessins et modèles. Voir : INPI, « Découvrir l'INPI », consulté le 24 mai 2026, <https://www.inpi.fr/decouvrir-inpi>

4. CONSTRUCTION DE L'IDENTITÉ VISUELLE ET PRODUCTION DE SUPPORTS

4.1. Élaboration d'une identité visuelle plus cohérente

À partir du diagnostic initial, j'ai remarqué que les visuels et logos des différentes pages ne permettaient pas d'identifier une cohérence d'ensemble, j'ai donc commencé par proposer des logos pour *Yakalouer* et *Yakabwè*, en tenant compte des contraintes fixées par Alexandre.



Figure 1 - liste des nouveaux logos

Pour *Yakabwè*, il fallait composer avec les couleurs déjà présentes sur l'étiquette de la bouteille, donc le bleu et le vert. Pour *Yakalouer*, Alexandre voulait partir sur des couleurs assez précises, en combinant le marron avec du vert ou du bleu. J'ai commencé par faire plusieurs essais sur *Canva*, car c'était l'outil avec lequel j'étais le plus à l'aise au démarrage de mon stage. J'ai ensuite repris le travail sur *Adobe Illustrator*, pour finaliser des logos plus professionnels, adaptables et faciles à réutiliser sur différents supports. Les variantes de logos reprennent les deux jeux de couleurs souhaités en vue de maintenir des connexions entre les différentes activités. Vu que nous nous situons dans un territoire relativement restreint, il semble pertinent que tous les supports de communication puissent alimenter un même capital réputationnel. Ou plus simplement, il semble nécessaire qu'une source principale soit identifiée et identifiable.

4.2. Réalisation d'affiches promotionnelles

Dans le prolongement de ce travail en design, j'ai réalisé plusieurs affiches destinées à la promotion des activités. L'une des demandes prioritaires d'Alexandre concernait la communication sur la présence des bouteilles *Yakabwè* dans les bars et restaurants. J'ai donc conçu une affiche de présentation du produit, pensée pour être visible en format A3 et donc utilisée dans les points de vente. Je travaille généralement d'abord sur papier pour les premières ébauches ; pour illustrer ma méthode de travail, une illustration est mise à disposition en annexe 2. J'ai souhaité garder un style adapté au côté artisanal de l'activité, et ne pas afficher une modernité trop prononcée. Nous avons convenu que la communication visible devait rester cohérente avec l'identité entrepreneuriale et locale.



Figure 2 - affiche YakaBwè

Les affiches suivantes naissent de la collaboration avec Virginie sur *Canva*. Ce qui me permettait de l'initier à une méthode pour continuer d'élaborer des visuels. Ces visuels ont vocation à capter l'attention du client-type, à montrer l'ensemble des propositions et sont créés dans un processus créatif ouvert qui s'appuie sur une découverte des différents outils proposés par *Canva*.



Figure 3 - affiches Yakalouer

Ces affiches au format A4 sont désormais placées à des endroits stratégiques sur l'île de Marie-Galante.

4.3. Refonte de l'étiquette Yakabwè

Le travail graphique a également porté sur l'étiquette du produit *Yakabwè*. Il n'était pas question de changer l'étiquette, Alexandre préférait envisager un tel changement plus loin dans l'avenir, à un moment plus significatif de l'évolution de la marque. Une première correction a concerné l'ordre des ingrédients et certaines formulations. À cela s'est ajoutée une réflexion plus large sur l'étiquette arrière de la bouteille. J'ai constaté qu'elle nécessitait une correction orthographique et une simplification du texte. Il m'est apparu l'idée d'un moyen de renforcer l'utilité de cette étiquette : intégrer un QR code qui puisse renvoyer à une vidéo de la production du jus, ou à une page de site internet décrivant l'histoire du produit. Cette idée employait un moyen moderne pour montrer davantage de l'aspect artisanal grâce à la redirection via QR code.



Figure 4 - étiquette arrière de la bouteille

J'ai commencé par proposer plusieurs versions sur *Canva*, afin de tester différentes mises en page et de rechercher une meilleure cohérence avec l'étiquette avant. L'objectif était de rendre l'arrière de la bouteille plus lisible, plus propre visuellement, et plus cohérent avec l'identité globale du produit. Alexandre a ensuite retenu une version en noir et blanc, que j'ai reproduite sur *Illustrator* afin de préparer un visuel destiné à l'imprimeur.

5. DÉVELOPPEMENT DU SITE INTERNET

5.1. Du projet de site de location à la redéfinition des besoins

Une part importante de mon stage a porté sur le site internet. Dans un premier temps, j'ai commencé à construire un site *Wix* en mettant en avant un argument commercial qui me semblait central dans le contexte marie-galantais : la possibilité de livrer le matériel sur l'ensemble de l'île. Mon idée était également de montrer rapidement plusieurs articles disponibles dès la page d'accueil et de prévoir une rubrique d'information ou de conseils, afin d'améliorer le référencement du site.

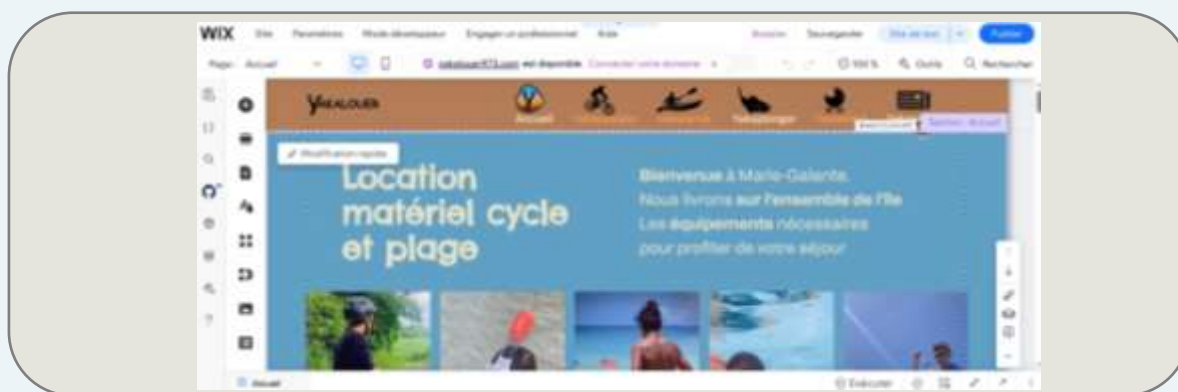


Figure 5 - première ébauche de site Wix (supprimée)

Par la suite, Alexandre m'a fait part de son intérêt pour un fonctionnement plus proche de certains sites de réservation. J'ai donc exploré les possibilités offertes par *Wix* pour gérer des locations avec inventaire, sélection de dates, et logistique. J'ai rapidement constaté que *Wix* n'était pas conçu pour ce type d'usage. Les outils proposés correspondaient davantage à des réservations de créneaux pour des services classiques, et leur détournement vers une

logique de location de matériel paraissait peu intuitif et peu efficace. Le premier projet sur Wix a donc été mis de côté.

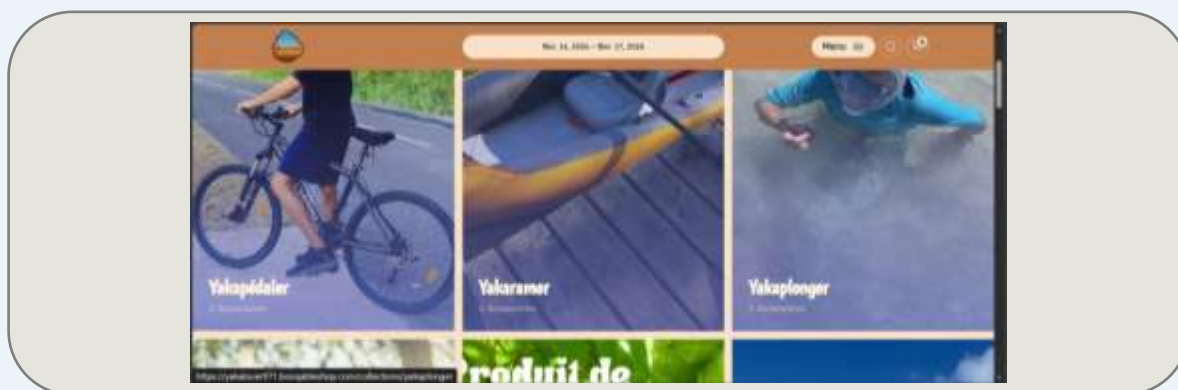


Figure 6 - inventaires et réservations sur Booqable (supprimés)

Je me suis dirigé vers *Booqable*, un outil spécifiquement conçu pour la location, mais très limité au niveau de la personnalisation. J'y ai inventorié les articles par catégories, puis j'ai envisagé une intégration de *Booqable* dans *Wix* par le biais du mode développeur, afin de cumuler la personnalisation visuelle de *Wix* et les fonctionnalités de réservation de *Booqable*. En théorie, cette solution permettait de retrouver un sélecteur de dates, un inventaire et des formulaires automatisés, sur *Wix*. Cependant, je n'ai pas réussi à combiner ces deux services, j'obtenais toujours une erreur durant la lecture du code que je programmais.

Cette difficulté technique a coïncidé avec une évolution importante de la réflexion stratégique. Au fil des échanges, il est apparu qu'Alexandre ne souhaitait pas forcément développer l'activité de location nautique à long terme. Il envisageait plutôt de se recentrer sur *Yakabwè*, son engouement semblait se déplacer d'une activité à l'autre : la location lui semblait désormais être une activité trop exigeante en manutention, en entretien, en contrôle du matériel et en besoin de disponibilité. Dans ce contexte, l'idée d'un site automatisé, pensé pour un volume important de réservations, ne correspondait plus à ses projections.

5.2. Création du site *Yakabwè* et intégration de *Yakalouer*

À partir de ce constat, la réflexion sur le site a été réorientée. J'ai proposé de mettre en pause la partie *Yakalouer*, le temps que les projets d'Alexandre se stabilisent, et de concevoir un site principal autour de *Yakabwè*. J'envisageais d'y intégrer *Yakalouer* sous forme de sections ou de menu secondaire. La première contrainte, c'était de proposer une interface unique, de valoriser chacune des activités, mais de construire une hiérarchie entre les services, afin de confirmer une identité de marque autour d'une activité principale. Le choix s'est porté sur l'activité la plus « originale ».



Figure 7 - première version publiée du site Wix

Pour construire ce site, j'ai mené plusieurs entretiens avec Alexandre afin de mieux comprendre l'histoire et l'historique des activités, puis son rapport au *bilimbi*, les éléments qu'il souhaitait mettre en avant, ainsi que les dimensions qu'il jugeait importantes dans la présentation de sa marque. J'ai également effectué des recherches documentaires sur le *bilimbi* afin d'identifier des informations crédibles sur le fruit et ses usages. Mon intention n'était pas de produire un discours promotionnel, mais de proposer un site qui donne aussi du contenu informatif sur le fruit, qui raconte son histoire, ainsi que l'histoire d'Alexandre.



Figure 8 - définition de l'identité de la marque Yakabwè

J'ai ainsi cherché à positionner Alexandre comme acteur local engagé dans la valorisation d'un fruit peu connu et peu exploité à Marie-Galante. Nous avons aussi discuté des limites possibles d'une communication trop « verte » ou trop « culturalisée », notamment dans l'usage du créole ou dans la mise en avant de certaines valeurs. Lorsque j'ai proposé des titres et des pages en créole guadeloupéen, Alexandre a tout de suite validé. J'ai utilisé deux stratégies d'intégration (voir annexe 3) : parfois la traduction (capture 1) ; parfois la lisibilité par transparence au français (capture 2). De mon côté, j'effectuais en parallèle, mon auto-formation en langue créole, j'ai donc pu mettre en lien plusieurs de mes activités.

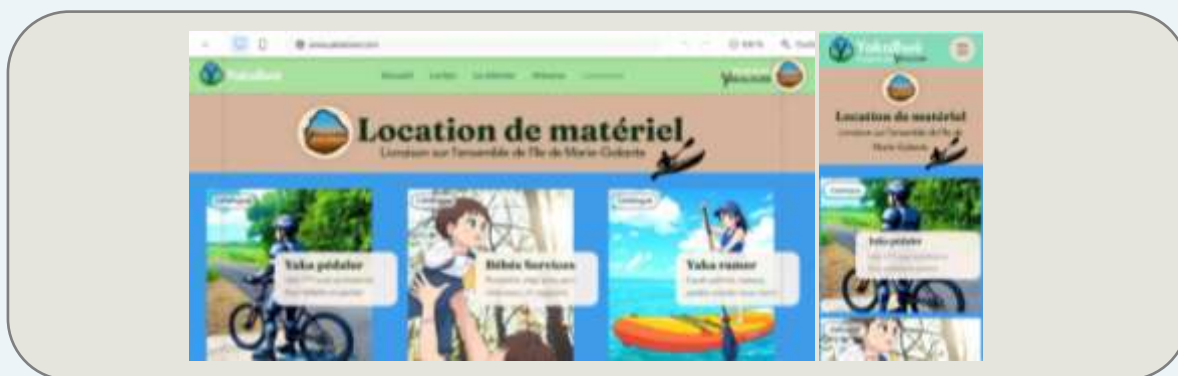


Figure 9 - section location du site

Le résultat a pris la forme d'un site « vitrine », dans lequel *Yakalouer* est intégré à l'intérieur du site *Yakabwè*, avec son propre menu.

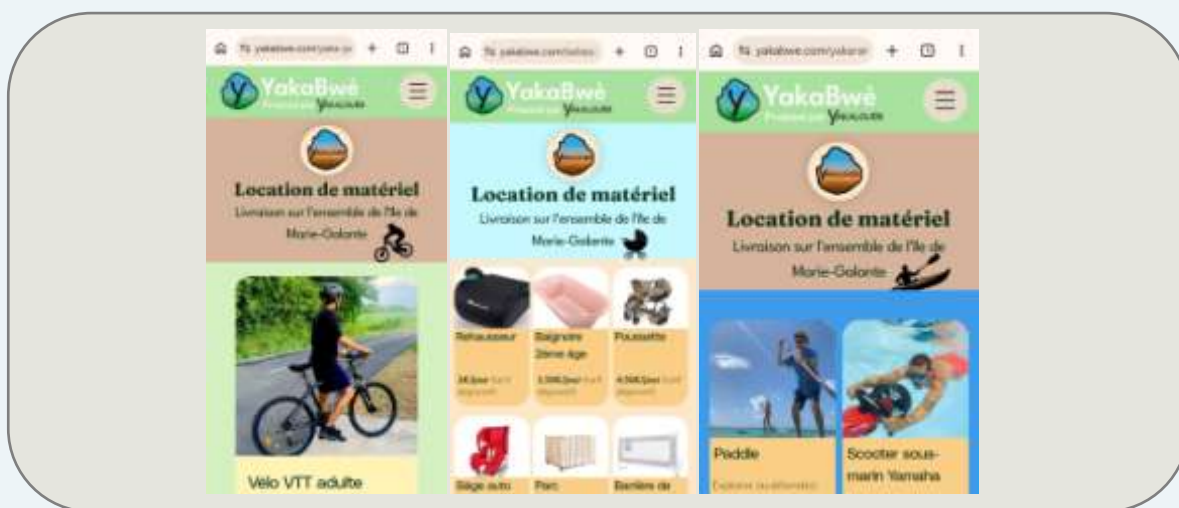


Figure 10 - services de location

Les catégories *Bébés Services*, *Yakapédaler* et *Yakaramer*, sont distinguées visuellement par des variations de couleurs dans les en-têtes des pages. Les produits sont mentionnés avec photos, prix et descriptions. Certaines images ont dû être retravaillées par IA, du fait que je n'avais pas assez d'images originales de qualité, ou parfois pour un rendu plus « fun ».

5.3. SEO, architecture du site et amélioration de l'accès aux contenus

Durant la refonte du site, j'ai travaillé sur plusieurs éléments d'optimisation pour les moteurs de recherche. Les textes alternatifs des illustrations ont été retravaillés, ainsi que les méta-descriptions et certains intitulés de sections. J'ai aussi corrigé les chemins d'accès des pages et des sous-pages afin d'obtenir des adresses URL lisibles et accessibles. J'ai également publié les nouvelles adresses de pages sur *Bing* afin de renforcer leur visibilité.

J'ai aussi travaillé sur les redirections entre l'ancien site *WordPress* et le nouveau, en utilisant une extension permettant d'orienter les URL des anciennes pages vers les pages de *yakabwe.com*. Cette solution était temporaire, liée à la durée de vie de l'ancien abonnement, mais elle limitait la perte de visibilité et accompagnait la transition.

Enfin, j'ai procédé à une rectification du menu afin de mettre davantage en avant les services de location sans perdre la cohérence générale du site *Yakabwè*.



Figure 11 - mise à jour du menu du site

Il s'agissait ici de simplifier les accès et de réduire les détours inutiles à l'entrée sur le site. La prise de contact est guidée en bas de page.



Figure 12 - bas de page du site

Le visiteur peut contacter Alexandre via formulaire, téléphone, *WhatsApp*, ou mail. Il a également un lien vers le compte *Instagram* à l'intérieur du site. Après une prise de contact par mail ou formulaire, le client est invité à passer un appel si sa demande est urgente.

5.4. Création d'activités annexes sur le site

La création d'une rubrique d'information faisait partie des propositions de départ, pour améliorer le référencement et enrichir le site par des contenus utiles et attractifs. J'ai rédigé plusieurs articles pensés comme des portes d'entrée vers les services, mais surtout comme des contenus susceptibles d'apparaître dans les résultats des moteurs de recherche.

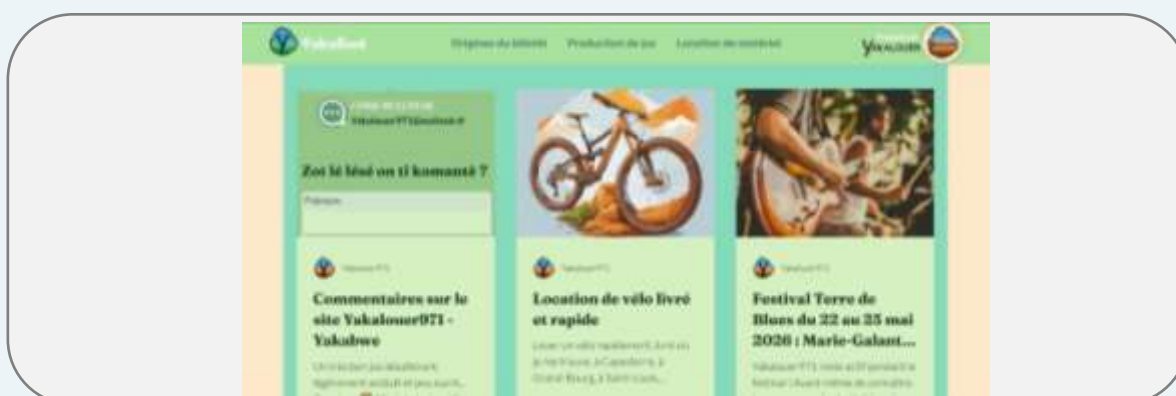


Figure 13 - section blog du site

L'idée était d'abord d'éviter d'encombrer le site, puis de proposer des textes en lien avec des requêtes plausibles : informations sur certains matériels, conseils de séjour, lieux emblématiques, spécificités de l'environnement, préparation de l'arrivée à Marie-Galante, etc. La rubrique blog n'a donc pas été intégrée dans le menu du site, afin d'éviter une surcharge visuelle. Cependant, une entrée sur le blog via une requête sur un moteur de recherche équivaut à une arrivée sur le site. Des articles sont reliés à certains endroits stratégiques du site, sous forme de compléments d'information, notamment pour les articles « originaux » comme le *seabike* et le *scooter sous-marin*.

À un moment du stage, Alexandre et moi avons découvert une passion commune : les jeux vidéo. Alexandre m'a alors demandé s'il était possible d'ajouter un jeu arcade au site internet. J'ai donc travaillé à la création d'un mini-jeu de type *shooter* intégrant le visuel de la bouteille *Yakabwè*. Le jeu a été codé avec l'aide de *ChatGPT*, puis hébergé sur *GitHub* afin de pouvoir être intégré au site via le mode développeur de *Wix*. L'accès au jeu apparaît sous la forme d'un *easter egg*, c'est-à-dire un élément caché sur le site. Il faudra cliquer sur la bouteille de jus *Yakabwè* en bas de page pour accéder au jeu.

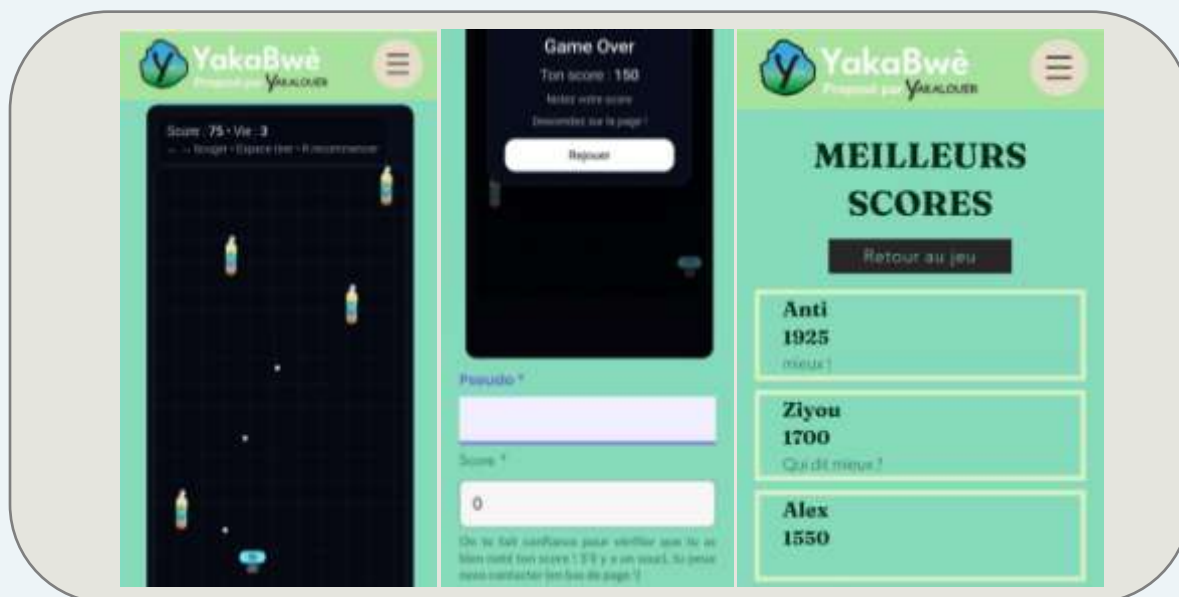


Figure 14 - Yaka Jouer

Cette mission a nécessité de l'expérimentation pour obtenir un affichage convenable à la fois sur ordinateur et sur téléphone. Les ajustements de code ont été réalisés manuellement, car le codage a été l'un des enseignements de ma licence en économie. La plus grande difficulté est apparue lorsqu'il a été question de créer un classement. Malgré plusieurs tentatives, je n'ai pas réussi à faire communiquer le jeu avec le gestionnaire de données de *Wix*.

J'ai donc mis en place une solution plus simple, reposant sur une déclaration autonome du score par l'utilisateur, selon un principe de confiance. Ce qui m'est finalement apparu en adéquation avec l'image de la marque. Ainsi vous pourrez lire sur le site : « On te fait confiance pour vérifier que tu as bien noté ton score ! S'il y a un souci, tu peux nous contacter (en bas de page !) » (section « Yaka Jouer »). Même si cette solution n'était pas idéale, elle a contribué à aller au bout de la demande tout en prenant acte des limites techniques rencontrées.

6. PRODUCTION DE CONTENUS MULTIMÉDIAS EXPLOITABLES

6.1. Constitution d'une banque d'images

Une autre part importante de mon travail a consisté à produire des contenus exploitables pour la création de supports de communication.



Figure 15 - séances photo et vidéo Yakabwè

L'objectif était de constituer un stock de photos et de vidéos pouvant servir à la fois pour le site, pour les réseaux sociaux et pour de futurs montages. J'ai également pris des photos de lieux emblématiques de Marie-Galante, notamment lors de mes trajets à vélo pour des déplacements liés à mon mémoire ou à d'autres activités.



Figure 16 - exemples de prises de vue

Ces images ont vocation à alimenter les articles du site, notamment dans une perspective de contenus conseils, lieux incontournables ou informations pratiques autour du territoire. Elles m'ont également servi pour des projets d'affiches. Enfin, j'ai réalisé plusieurs séances photo et vidéo autour de la pratique du matériel de location proposé par Yakalouer.



Figure 17 - séances photo et vidéo Yakalouer

L'idée était de produire des visuels plus qualitatifs que ceux déjà disponibles, en vue d'alimenter la galerie d'articles, les réseaux sociaux et les contenus du site.

6.2. Montage vidéo

En complément des prises de vue, j'ai réalisé un travail de montage vidéo, en utilisant Canva, car je n'ai pas de matériel informatique qui puisse faire fonctionner *Adobe Premiere*.



Figure 18 - montage vidéo

Cette première vidéo de 30 secondes concerne la récolte de *bilimbis*, elle est annoncée à Alexandre, comme étant la première d'une série qui devrait ensuite montrer la conception, la recette, le parcours client avec les frigos dans les restaurants, la découverte et la dégustation du produit par des clients anonymes avec leurs réactions, etc. Cette vidéo est mise à l'affiche à l'arrivée sur le site (section « accueil »).

6.3. Création de fichiers sons pour Yakabwè

La période préélectorale à Marie-Galante m'a marqué par la présence de véhicules diffusant à fort volume des discours de campagne, construits sur des rythmes entraînants. Cette « ambiance » m'a inspiré une idée de transposition pour la communication de *Yakabwè* : des chansons promotionnelles dans un registre proche des styles *ragga*, *dancehall* ou *bouyon*, mais en intégrant une tonalité humoristique. Une traduction est disponible en annexe 5.

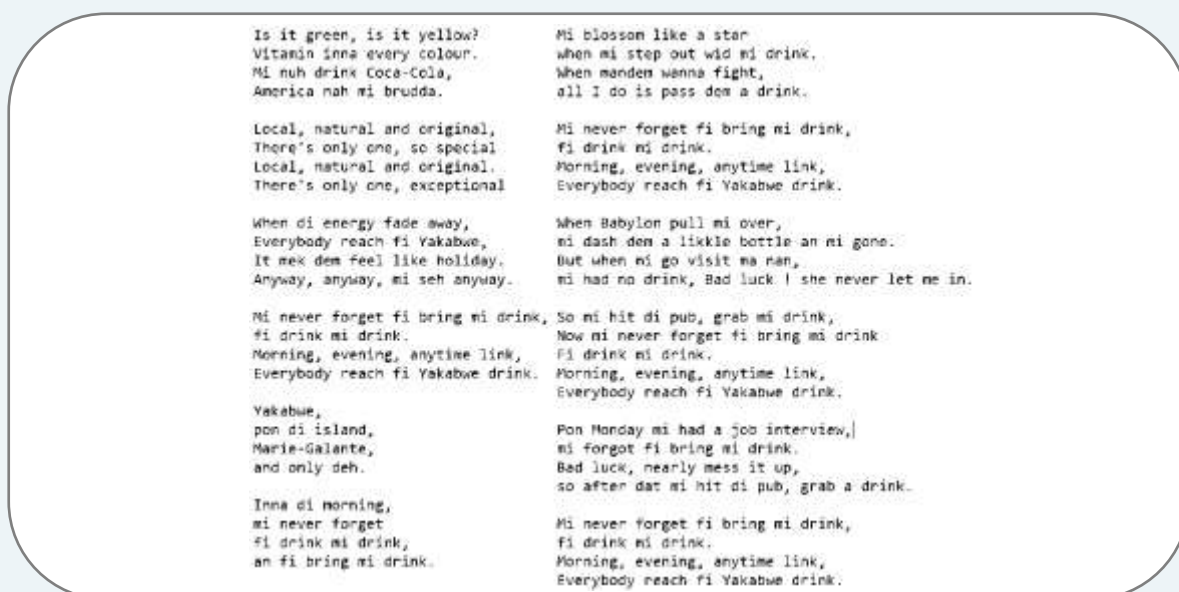


Figure 19 - lyrics des contenus musicaux de Yakabwè

J'ai commencé par écrire plusieurs textes, en réutilisant parfois des fragments de mes compositions personnelles plus anciennes, puis en passant par des outils d'IA pour corriger certains usages linguistiques. J'ai souhaité conserver une variété d'anglais influencé par des références jamaïcaines, tout en restant dans un registre décalé et léger, ce qui a plu à Alexandre. J'ai ensuite utilisé un outil de génération musicale pour créer deux propositions sonores par IA, (N1 et N2), que j'ai partagées avec Virginie et Alexandre via un dossier *Drive*.

Ces propositions spontanées ont été bien reçues et ont nourri le projet de réutiliser de courtes sections dans de futurs contenus vidéo, puis de faire un clip pour la chanson complète. Cette mission m'a mené à travailler une autre facette de la communication : l'ambiance sonore et l'univers de marque. La vidéo introductive sur le site internet comporte donc une section de ces productions musicales, découpée et réadaptée avec l'outil *Reaper*.

6.4. Observations sur cette partie

Cette partie du travail a aussi été celle où j'ai ressenti le plus fortement certaines limites. Les séances prévues avec mon matériel (appareil photo, micro, trépied, *GoPro*) ont souvent été contrariées par des conditions météorologiques défavorables. Malgré cela, j'ai laissé à Alexandre un volume très important de contenus, soit plus de 650 photos et vidéos couvrant à la fois *Yakabwè*, *Yakalouer* et les besoins du blog du site. Cette banque de contenus constitue une ressource de long terme pour la communication future de l'activité. J'ai encouragé Virginie et Alexandre à continuer de fournir cette collection.

J'ai également fait quelques recommandations : produire des contenus visuels d'expérience. Il ne propose pas juste « un vélo » ou « un masque de plongée », il donne la possibilité d'accéder à certains lieux, de vivre certaines sensations, ou d'observer certaines espèces marines par exemple. J'ai également conseillé à Alexandre, d'éviter certains contenus visuels qu'il utilisait, car ils ne correspondaient pas à l'image de l'entreprise : les photos IA, les photos empruntées sur internet, ou les photos de mise en situation peu crédibles.

Ici, le cours *Droit en communication* m'a accompagné dans mes questionnements sur les usages d'images et de photos, concernant les droits sur les contenus et également sur l'image des personnes. Dans cette même thématique des contenus médias, le cours de *vidéo et podcast* m'a permis de développer une sensibilité au cadrage et au rythme de la vidéo, ainsi qu'à l'ambiance sonore. C'est d'ailleurs cet enseignement qui m'a convaincu de m'équiper d'un trépied et de micros. Le montage vidéo *Canva* puis le montage son sur *Reaper*, sont les mêmes procédés que j'avais pu expérimenter durant cet enseignement, j'ai donc pu travailler avec ces outils sans trop de difficultés.

Les enseignements de *Prise de parole en public* et de *Media training* m'ont aidé à penser la manière de capter un témoignage, avec une attention particulière au paraverbal. C'est une des missions que je m'étais fixées : filmer des témoignages client, et un témoignage d'Alexandre concernant son rapport au *bilimbi*, cependant je n'ai pu que donner des indications à Alexandre pour qu'il produise les captures vidéo, après quoi je réaliserai les montages. Cela constitue la poursuite de ma collaboration à distance avec Virginie et Alexandre. Ils continuent de fournir notre *Drive* afin que je puisse régulièrement produire des contenus.

La production de contenus m’a ainsi permis d’explorer plusieurs registres de création : photo, vidéo, montage, design, son ; et de combiner des outils variés et complémentaires. Il m’est, ici encore, apparu pertinent de considérer des aspects éthiques et de potentielles mises en cause concernant les spécificités culturelles. Produire un contenu commercial qui s’appuie sur le reggae et la culture jamaïcaine peut apparaître comme dissonant, selon des représentations qui me sont propres. C’est ce qui m’a guidé, pour la chanson longue, à favoriser des paroles à dominance humoristique, afin de proposer un contenu décalé et original, tourné vers l’autodérision.

7. RELATION CLIENT, OUTILS DE GESTION ET AJUSTEMENTS STRATÉGIQUES

7.1. Simplification du parcours client par la dématérialisation des contrats

Parmi les besoins exprimés par Alexandre, la simplification des contrats de location occupait une place importante. Il souhaitait réduire l’usage du papier et alléger les procédures de signature et de transmission des documents. Cette demande prolongeait en partie les premières réflexions menées lors du projet de site de location avec *Booqable*, qui permettait d’automatiser certains formulaires. Même si ce projet a finalement été abandonné, l’idée d’une dématérialisation partielle des démarches est restée pertinente aux yeux d’Alexandre.

J’ai donc repris avec lui les besoins liés au contrat : formulaire, signature électronique, transfert de documents d’identité, renvois automatisés. Pour éviter de multiplier les outils et les abonnements payants, j’ai choisi d’utiliser le site *Wix*, dont l’abonnement premium était déjà financé. J’ai donc ainsi reproduit les trois contrats de location (vélo, nautique, puériculture) adaptés en formulaires.

Figure 20 - contrats de location

L’objectif était de rendre leur usage plus fluide, soit en permettant à Alexandre de faire remplir le formulaire directement sur son écran tactile au moment de la remise du matériel, soit en laissant la possibilité au client de compléter lui-même le formulaire à distance avant la location. J’ai donc repris la rédaction des contrats afin de garantir la protection juridique d’Alexandre et de fournir des conditions claires au client.

7.2. Automatisation des mails et amélioration du suivi

En complément des formulaires, j’ai programmé plusieurs automatisations pour assurer un meilleur suivi des demandes. Une fois le formulaire rempli, un mail récapitulatif pouvait être envoyé automatiquement au client, accompagné d’un PDF synthétisant les informations du

contrat. Ce même contenu était également disponible dans le back office du site, ce qui permettait à Alexandre d’avoir un index des locations effectuées.



Figure 21 - réponses aux formulaires

J’ai aussi travaillé sur l’apparence de ces mails, de manière à rendre les messages plus clairs, et le contenu davantage personnalisé. Une rédaction de mail qui conserve la ligne éditoriale de la marque, et redirigeant sur le site, prolonge la relation commerciale au-delà du premier contact. Dans le cadre d’une micro-entreprise, ce type de détail prend d’autant plus d’importance que la confiance repose beaucoup sur la qualité des échanges directs et sur l’impression générale laissée par l’expérience.

7.4. Orientations stratégiques autour de la visibilité

Au cours de mes observations, j’ai noté que certains restaurateurs servaient le produit au verre plutôt qu’à la bouteille, sans toujours mettre en valeur la marque visible sur le contenant. À partir de ce constat, j’ai proposé à Alexandre de réfléchir à un double format : conserver les bouteilles de 50cl pour la visibilité en salle, tout en envisageant, pour certains revendeurs déjà habitués au service au verre, des formats plus grands permettant de réduire les coûts liés aux bouteilles, aux étiquettes et au temps de mise en bouteille. Cette stratégie a instantanément été adoptée par Alexandre et lui a permis d’accroître sa rentabilité.

Dans le prolongement de cette idée, j’ai envisagé la mise à disposition de verre portant un design lié à *Yakabwè* et au *bilimbi*, auprès des bars et restaurants. Cela pouvait s’apparenter à un cadeau aux partenaires, et cela permettait de créer une forme d’engagement dans le partenariat.



Figure 22 - projet de customisation de verres à jus

J'ai d'abord cherché des solutions de personnalisation accessibles, comparé plusieurs prestataires, étudié les limites techniques des impressions et envisagé des pistes de design jouant avec la transparence du verre et la couleur du jus. Finalement, mes recherches m'ont conduit à douter de la durabilité réelle de certaines solutions de personnalisation proposées aux particuliers, notamment dans un contexte de lavage intensif en restauration. J'ai donc demandé à Alexandre de s'informer auprès de professionnels sur l'île directement, afin de s'appuyer sur leur expérience concernant les méthodes de personnalisation de verres les plus adaptées.

Le stage m'a également amené à intervenir sur d'autres aspects liés à la visibilité. J'ai par exemple proposé une présence complémentaire sur *Leboncoin* afin de capter quelques clients supplémentaires. Il se trouve que cela a été mon premier réflexe en arrivant sur l'île, chercher des équipements sur la plateforme de vente, j'ai donc pu constater qu'il y avait de l'activité sur la plateforme, et donc potentiellement des clients.

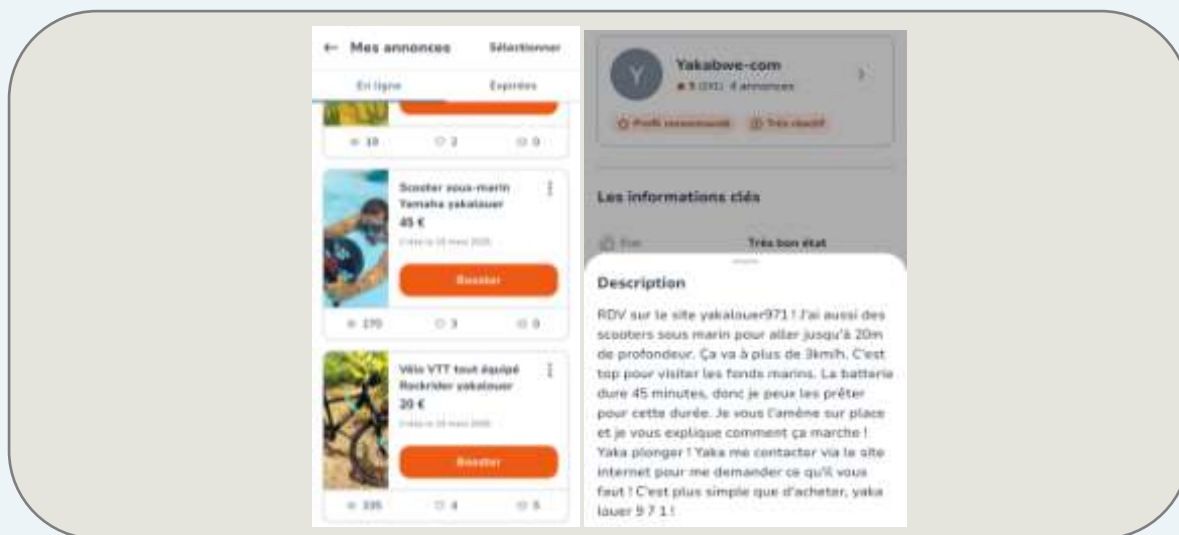


Figure 23 - annonces LBC

J'ai utilisé l'un de mes comptes, en le renommant, pour bénéficier des quelques évaluations déjà accumulées. J'ai ensuite rédigé les annonces, de manière à rediriger explicitement les demandes vers le site internet. Ces annonces permettent ainsi d'apparaître dans les moteurs de recherche et ne demandent aucune gestion via la plateforme en ligne une fois les annonces publiées.

8. APPORTS DU STAGE ET REGARD ANALYTIQUE

8.1. Apports professionnels

Ce stage m'a permis de développer de nombreuses compétences dans un cadre qui m'est apparu facilitateur sur le plan professionnel : une communication encore peu formalisée, un environnement de travail quasi familial, et une diversité de services offrant de multiples lieux d'intervention. J'ai travaillé dans un cadre souple, avec peu de procédures formalisées et des besoins évolutifs. J'ai dû alterner entre des missions de création graphique, des ajustements techniques, des propositions stratégiques, des conseils administratifs, des

prises de vue, des montages et des échanges directs avec l'entrepreneur. Cette diversité m'a appris à m'organiser, à reformuler les demandes, à passer d'un registre à un autre, et à maintenir une continuité de travail malgré la variété des tâches. J'ai ressenti une forte autonomie concernant mes choix de tâche et la manière de disposer de mon temps, car je pouvais parfois remettre en question les priorités ou les orientations. Dans ma pratique quotidienne, j'ai davantage ressenti la collaboration, la mise en commun des idées et une forme de négociation en continu, en vue de déterminer les meilleures approches.

J'ai donc appris à mieux dialoguer avec un « commanditaire ». Alexandre exprimait des besoins plus ou moins précis, parfois évolutifs, parfois contradictoires avec les contraintes réelles. J'ai dû apprendre à écouter, à proposer, à renoncer à certaines pistes, à reformuler d'autres idées, sans vivre ces processus comme une remise en cause personnelle. Cette dimension relationnelle est l'un des apports qui me paraissent primordiaux pour intervenir dans une structure de manière optimale. C'est en fait une préoccupation que j'ai gardée en tête tout au long du stage, afin que mes productions puissent concorder avec les attentes réelles, et qu'elles puissent surtout être rediscutées sans contrainte.

Cette posture d'accompagnement supposait de ne pas me placer dans une position surplombante, en effet, car bien que le titre de « stagiaire » ne confère aucune prédisposition à accéder à une place dominante, l'investissement quotidien dans l'activité de l'entreprise et la volonté de « former » à certaines opérations, auraient pu contribuer à modifier la relation initiale. Janin définit une relation horizontale comme une situation où « l'autre a le même statut au départ, il n'est désigné ni comme supérieur ni comme inférieur » (Janin, 2004, p. 166). Cette idée correspond assez bien à la manière dont j'ai travaillé avec Virginie et Alexandre : proposer, expliquer, discuter et ajuster. D'autant plus que cette horizontalité s'est appliquée à mon arrivée, dès le moment de leur accueil, sans que je ne l'aie envisagé préalablement. Si l'on peut tout de même parler de « relation professionnelle », je dirais que j'ai su m'adapter au contexte, d'une manière qui m'a permis de m'engager pleinement dans mes missions.

8.2. Apports personnels

Au-delà des compétences directement professionnelles, cette expérience a renforcé ma confiance dans ma capacité à intervenir dans un cadre réel, avec ses imprévus et ses contraintes. Travailler au sein d'une micro-entreprise polyvalente, dans un contexte insulaire, m'a amené à sortir d'un cadre de travail plus académique ou plus théorique. J'ai dû m'adapter à des rythmes moins stabilisés, à des disponibilités changeantes, et à des logiques de priorité qui ne sont pas celles des structures de taille supérieure.

Mes expériences professionnelles antérieures, souvent courtes et très variées, m'avaient déjà habitué à la polyvalence, ce qui a facilité mon adaptation à une micro-entreprise où les missions évoluaient rapidement. La polyvalence est même au centre de mes inspirations de vie et de mes apprentissages, j'ai toujours sélectionné des emplois, des domaines d'études, des pratiques sportives et des loisirs qui permettent d'élargir mes horizons. En réalité, j'apprécie me mesurer aux contraintes d'un trouble de l'apprentissage qui se nomme

*dyspraxie*², et qui a rendu mon enfance et mon adolescence pleines de défis, d'incompréhensions, de frustrations et de difficultés d'ordre social.

La durée de 2 mois a été pensée de manière à ce que je puisse fournir un investissement intense et constant, ce que je n'aurais pas été en mesure de fournir pour une durée plus longue. Cela correspond à la fois à une volonté de forger un cadre facilitateur, mais également à forger un cadre adapté à mes méthodes de travail, mes capacités, ma sensibilité et ma motivation. Mon investissement personnel dans les activités de l'entreprise m'a mené à poursuivre une collaboration post-stage avec Alexandre, avec un rythme moins soutenu au niveau des productions, mais un accompagnement constant. J'ai ainsi également développé un réseau à Marie-Galante, ce qui me permet de projeter de futures collaborations sur le territoire.

Mon stage m'a donc aussi permis de découvrir plus finement le territoire et une manière locale de travailler, d'échanger, de faire circuler des informations et de traiter les relations professionnelles. La découverte de la culture locale au travers de la période de carnaval, la période pré-électorale également, ainsi que des usages de la vie quotidienne adaptés à l'environnement et au climat, m'ont permis de poursuivre dans ma découverte du monde et des modes de vie. J'ai su interagir dans un environnement éloigné géographiquement du mien, avec des spécificités territoriales et culturelles, et un passif historique qui se doit, selon moi, d'être pris en compte en vue d'interagir de manière consciente dans l'environnement social. En d'autres termes j'ai visé les conditions du « dialogue interculturel », qui consiste en « un échange de vues ouvert, respectueux et basé sur la compréhension mutuelle, entre des individus et des groupes qui ont des origines et un patrimoine ethnique, culturel, religieux et linguistique différents » (Conseil de l'Europe, 2008, p. 10)

J'avais débuté mon auto-apprentissage du créole guadeloupéen en amont du stage, j'ai donc pu également poursuivre mon apprentissage dans des situations aléatoires de communication verbale, en ayant la possibilité de présenter mon intérêt pour cette langue, et développant parfois ma sensibilité vis-à-vis de *l'écologie des langues* (Calvet, 2020, p. 33), qui favorise le plurilinguisme et incite à la sauvegarde des langues socialement dévalorisées.

Enfin, en anticipation de ce rapport, j'ai constitué un carnet de bord tout au long de mon stage. Il comprenait les étapes de création, les logiques communicationnelles envisagées, les outils, ainsi que des photos et des captures d'écran, illustrant chaque évolution et chaque subtilité de mon parcours. Je constituais alors un document sur lequel je m'appuie régulièrement pour effectuer d'autres projets. À mon sens, c'est à ce niveau que j'ai réellement valorisé mon stage. En prenant un temps chaque jour pour décrire mes avancées sur le plan technique, mes idées, mes doutes, mes échecs et mes projections, dans une rédaction dénuée de tout cadre et à ma seule destination, j'optimisais ainsi totalement mon temps opératoire. J'envisage cette méthode de travail comme un engagement fort dans l'auto-apprentissage, favorisant l'acquisition des savoirs et des savoir-faire ; à la fois par l'explicitation, par la répétition des mises en réflexivité et par la restitution d'un document

² [...] correspond à une difficulté à réaliser certains gestes et actions volontaires. Elle affecte par exemple la capacité à se situer dans l'espace et/ou la coordination des mouvements. Elle est responsable de troubles des apprentissages scolaires. Ameli. (2024). *La dyspraxie de l'enfant : définition et mécanismes*. Consulté le 18 mai 2026, <https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/dyspraxie-enfant/definition-mecanismes>

adapté à mes seuls besoins personnels. Je favorisais ainsi la mémorisation des opérations, et assurait la reproductibilité des actions en créant ce guide descriptif à ma destination.

8.3. Limites, difficultés et ajustements

Le stage a comporté plusieurs difficultés. La première tient au caractère mouvant de l'activité observée. Alexandre gérait plusieurs activités en parallèle, avec des contraintes de temps importantes, un déménagement pendant le stage, et des priorités parfois reconfigurées en cours de route. Je pouvais accompagner des déplacements pour élargir ma connaissance de l'environnement et de l'activité, capturer des images ou fournir du conseil. Je répondais également à d'autres besoins du quotidien qui ont une relative incidence sur le fonctionnement de l'activité. Dans une micro-entreprise, le fonctionnement du foyer de l'entrepreneur et le fonctionnement de l'activité s'opèrent de manière complémentaire. J'ai donc fait en sorte de me rendre disponible pour des tâches de la vie quotidienne, puis encore davantage lors du déménagement ou au cours du temps de panne d'un véhicule.

Plutôt que de recréer les traces fictives d'une organisation de travail formalisée sur la période, je préfère ici partager les inspirations qui ont accompagné chacune de mes journées. « 吾日三省吾身：為人謀而不忠乎 與朋友交而不信乎 傳不習乎 » (Entretiens, I.4) ; « chaque jour je m'examine plusieurs fois : me suis-je fidèlement acquitté de mes engagements ? Me suis-je montré digne de la confiance de mes amis ? Ai-je mis en pratique ce qu'on m'a enseigné ? » (Confucius, 2017, p. 13). L'enchaînement entre s'acquitter de ses engagements, montrer que l'on est digne de confiance, puis enfin *pratiquer*, cela correspond effectivement à la manière dont j'ai fixé mes priorités dans le contexte de mon stage.

Parmi les aspects plus opérationnels, je peux noter qu'à mon arrivée, je n'avais pas d'abonnement *Adobe*, et j'ai senti une réelle frustration dans le fait de ne pas pouvoir proposer des contenus professionnels. Grâce à Alexandre, j'ai pu travailler avec cet outil, et ma reconnaissance m'a mené à optimiser cet achat en me formant davantage à l'outil pour fournir des contenus travaillés à Alexandre. Il y a eu également plusieurs idées intéressantes sur le papier, qui se sont révélées plus complexes à mettre en œuvre que prévu : intégration de *Booqable* dans *Wix*, l'élaboration d'un classement pour le mini-jeu, la création de verres customisés. Ces limites m'ont conduit à revoir certaines ambitions, et lorsque c'était possible, à privilégier des solutions plus modestes mais réellement mobilisables.

J'ai également ressenti des difficultés à définir les besoins réels concernant le site, car au premier abord, ils ne me permettaient pas d'envisager *Yakabwè* comme une activité nécessitant une communication plus performante. En effet, la production de jus est limitée à la fois par le murissement des fruits, par la quantité d'arbres découverts et répertoriés, et enfin par le temps disponible de l'entrepreneur pour effectuer ramassage, production et livraison. Dans ce cadre-là, nous ne pouvons qu'adhérer à ce qu'écrivent Riom, Libaert, et Adary.

Inutile de commencer une campagne médias de grande envergure pour augmenter les ventes tant qu'un niveau de distribution satisfaisant du produit n'a pas été atteint : ce serait jeter de l'argent par les fenêtres et créer une attente que la marque ne peut satisfaire, donc potentiellement nuire à sa relation avec ses clients comme avec ses distributeurs. (Riom et al., 2010, p. 59)

Enfin, globalement mon stage m'a mis face à une réalité, qui selon moi, est plus marquée dans les petites structures. Tout ne relève pas d'une mission clairement séparée. Les demandes émergent dans le quotidien, les frontières entre communication, organisation, gestion et aide ponctuelle deviennent poreuses. J'ai sans cesse dû arbitrer entre ce qui relève de mon stage, ce qui peut être utile, ce qui est nécessaire, ce que je peux faire pour rendre service, ou bien ce qui risque simplement de m'écarter de mes missions.

8.4. Mise en lien globale avec la formation

Ce stage m'a permis de donner une consistance pratique à plusieurs enseignements du Master. L'exemple le plus marquant pour moi, c'est la manière organisée et raisonnée d'envisager les étapes d'une collaboration dans l'enseignement de *gestion de projet*, cela m'est apparu essentiel dans la conduite de mes missions. Cependant, lors des différentes mises en situation des cours, ou des projets pratiques, la plus grande difficulté que j'ai rencontrée, durant le cursus, a été de collaborer avec une équipe de travail. Le travail collectif m'a confronté aux limites concrètes de la collaboration : écarts d'investissement, difficultés de coordination, sentiment de dilution des responsabilités ou tensions autour de la qualité du travail produit. Ces expériences m'avaient éloigné d'un potentiel plaisir à exercer l'activité de communicant.

En fin de semestre, mon intervention lors d'une conférence sur le don d'organes, rendue possible par Philippe Schmit, a toutefois contribué à renverser mes perceptions. Après avoir rédigé un article de presse, puis préparé et monté un reportage, j'ai pu présenter tout cela en le reliant à la présentation des chiffres clés de la campagne de *l'Assistance Publique - Hôpitaux de Marseille (AP-HM), MProvence et AMU*. Ce moment d'animation, où j'ai pu partager mes inspirations, puis répondre aux différentes questions sur un sujet qui me tenait à cœur, m'a permis de reconsidérer mes aprioris concernant la communication. Je me sentais enfin prêt à intégrer une structure avec une réelle confiance en ce que je pouvais faire, en ce que je pouvais apporter concrètement, et dans le sens que je pouvais donner à ma pratique de la *communication*.

Le stage m'a ensuite permis de redécouvrir une forme de collaboration plus « réelle » et plus stimulante, parce qu'elle reposait sur des investissements personnels visibles, des enjeux concrets, des ambitions partagées et une confiance qui s'est progressivement construite. J'ai trouvé une place qui me permettait à la fois de partager humainement sans frustration, mais également d'investir mon énergie dans un projet qui restait en adéquation avec mes valeurs personnelles. Je ne peux que m'appuyer sur une formule des *Entretiens de Confucius*, « 学而时习之，不亦说乎 » (Entretiens, I, 1), que Pierre Ryckmans traduit ainsi : « N'est-ce pas une joie d'étudier, puis, le moment venu, de mettre en pratique ce que l'on a appris ? » (Confucius, 2017, p. 13). Anne Cheng fait une traduction différente du passage et propose cette interprétation : « l'apprendre est une expérience qui se pratique, qui se partage avec autrui et qui est source de joie, en elle-même et pour elle-même » (Cheng, 1997, p. 65). Cette citation se suffit à elle-même pour transmettre ma réflexion. Pour précision, j'indiquerais que la pratique est au centre de l'apprentissage, et que son inscription dans le processus s'agrémenté également d'indices permettant de rendre compte de certains acquis ou de certaines évolutions. Mon expérience à Marie-Galante m'a donc permis de prendre conscience de certaines choses apprises durant mon parcours universitaire, mais également

de l'évolution d'autres capacités plus personnelles toujours en développement. J'en retire que ces deux années m'ont progressivement permis de retrouver du sens dans mon expérimentation globale de la vie ; ce qui me permet de me sentir à distance de la période précédant ce Master, durant laquelle j'avais du mal à donner du sens à ce que je vivais.

8.5. Regard analytique global

Ce stage m'est apparu très formateur parce qu'il m'a mené à penser la communication dans un sens large. Pour moi, la communication de l'entreprise traverse beaucoup de choses, comme les documents administratifs, la manière de répondre à un client, la qualité d'un mail automatique, la clarté du site, la cohérence de l'étiquette, ou encore les outils et supports employés dans l'activité et dans la communication. Ensuite, la communication en tant que domaine d'intervention peut intégrer les logiques interactionnelles. Si l'on envisage des aspects *socio-constructivistes* ou encore *psycho-sociaux*, en visant des enjeux relationnels ou pédagogiques par exemple, l'intervention se construit alors dans une réalité dont les besoins sont illimités, et ne se restreignent pas à des tâches en *communication*.

Ma propre polyvalence en termes de formations et d'emplois, m'est apparue comme étant un atout durant cette expérience de stage, elle m'a permis d'envisager mes missions dans un système global intégrant les opérations de terrain et les relations avec les clients et partenaires. J'ai moi-même pu contribuer à repenser des éléments de gestion, de *marketing*, de comptabilité, tout en gardant une posture liée à mon attrait pour la *pédagogie*, puis alors aussi à l'*autonomisation*. Ce que je nomme *autonomisation*, rejoint simplement l'idée que l'on met en place des dispositifs, que l'on entreprend des actions, tout en s'assurant que l'entreprise pourra poursuivre ce qui est entrepris et utiliser ce qui est mis en place. Ma démarche de transmission, appliquée à la gestion du site, aux démarches en ligne, ou à la production de supports sur *Canva*, rejoint l'idée d'une *autonomisation* progressive dans l'apprentissage des outils numériques. Lelong explique que « la familiarisation avec internet implique un processus d'incorporation » et suppose aussi une « autonomisation graduelle vis-à-vis des appuis nécessaires à l'apprentissage : textes, équipements, et personnes auprès desquelles on apprend » (Lelong, 2002, p. 2). Cela rejoint donc ma posture.

J'ai aussi compris qu'une action de communication n'a pas forcément besoin d'être très moderne ou sophistiquée pour être utile. Dans une petite structure comme celle-ci, une solution trop complexe peut même devenir un problème si elle demande trop de temps ou trop de régularité dans le suivi. À l'inverse, une solution simple peut être plus efficace si elle correspond aux moyens disponibles et aux habitudes de travail de l'entrepreneur. J'ai donc beaucoup dialogué avec Virginie et Alexandre, pour comprendre ce qui était réellement faisable et ajuster certaines demandes. Cela m'a mené à ne pas réduire ma fonction de *communicant* seulement à un devoir de production, mais plutôt à y intégrer un travail d'ajustement entre des idées, des contraintes, dans une forme de mise en cohérence collaborative.

Dès mes premières interventions, je me suis rendu compte de l'effet qu'avait le « concret » sur ma motivation. Mon contexte de stage m'a permis une forte relation avec cet aspect. Ce que je produisais devenait rapidement visible, à la fois sur internet, mais également sur l'île. Je pouvais retrouver mes affiches A3 dans les restaurants sur l'ensemble de l'île, je pouvais

rencontrer des personnes qui me parlaient de mon site internet, et lorsque j'effectuais d'autres opérations ou formulais des conseils, l'application était directe, concrète et réelle.

Ce n'est pas ce que l'on imagine quand on envisage le statut de stagiaire, car les propositions pourraient simplement être formulées sans qu'une suite soit envisagée. Ce n'est pas non plus, ce que j'envisage dans le secteur de la communication, car les missions pourraient tout à fait déboucher sur une activité exclusivement en ligne et finalement peu rattachée à l'interaction réelle. Et dans le cas où tout se réalisait tout de même, sur un territoire plus étendu que Marie-Galante, il serait difficilement envisageable d'être confronté régulièrement au fruit de son travail. C'est en ce sens que je considère qu'intervenir dans une micro-entreprise polyvalente avec de nombreux besoins, dans un contexte géographique restreint et fermé, m'a permis de ressentir l'effet de la réalisation concrète au quotidien.

Selon moi, la communication doit supposer une compréhension du fonctionnement réel de l'activité, de ses contraintes, de ses priorités et de ses projections futures. Je souhaite alors faire référence à un élément que j'avais intégré dans ma lettre de motivation pour intégrer ce Master : j'avais repréré par le passé que les produits et discours des services communication ne rendaient pas toujours forcément compte d'une réalité de l'expérience promise. J'envisageais alors ce cursus avec une posture critique vis-à-vis des pratiques des communicants, et je souhaitais ainsi apprendre à intervenir dans la communication avec davantage de connaissances concernant les sujets en jeu dans les discours. C'est finalement ce que m'a permis ce stage, et qui s'illustre bien dans la partie *Yakabwè* ; il m'a permis de participer à une activité en connaissant à la fois le produit, son origine, sa conception, puis l'entrepreneur, et enfin le réseau de partenaires.

J'ai donc pu intervenir en tant que communicant « conscient », et c'est un paramètre essentiel pour moi, car cela m'a permis de construire des messages, sans potentielle remise en doute des valeurs, selon des convictions réelles et avec assurance. Le terme « conscient » est emprunté à Peretti, qui observe la communication en entreprise.

[...] quand l'information descendante diffuse sans condescendance des messages portant sur la politique et les grandes orientations de l'entreprise, [...] elle mobilise des acteurs conscients de leur rôle. Motiver tout en évitant qu'à l'organisation de l'entreprise corresponde l'ignorance organisée de ceux qui y travaillent, tel est l'enjeu de l'information des salariés [...]. (Peretti, 2019, p. 592)

Cette analyse qui porte sur les grandes entreprises, offre un éclaircissement évident sur le lien entre connaissance des activités de l'entreprise et motivation. Une relation que j'ai donc également ressentie dans le contexte de mon stage dans la micro-entreprise, et qui s'est renforcée de par mon intervention dans d'autres secteurs que la communication. La confiance accordée par les deux entrepreneurs, m'a permis d'avoir une vision globale de l'entreprise, soit une transparence perçue comme totale au niveau informationnel.

Le sentiment collaboratif s'est également inscrit dans les expériences de la vie quotidienne. Dans la continuité de l'aspect horizontal des relations, abordé précédemment, j'ai envisagé les relations comme des sources de partages permanents. Virginie et Alexandre m'ont inspiré chaque jour dans le travail, dans les comportements, dans les raisonnements, et ceci

sans restriction de domaines. J'accueillais ainsi toutes les expériences partagées avec une volonté d'intégrer les aspects découverts à mon champ de réflexion. Cette posture rejoint une formule attribuée à Confucius : « 三人行，必有我师焉 » (*Entretiens*, VII, 22) que Anne Cheng traduit par « quand on se promène ne serait-ce qu'à trois, chacun est certain de trouver en l'autre un maître, faisant la part du bon pour l'imiter et du mauvais pour le corriger en lui-même » (Cheng, 1997, pp. 65-66). L'interprétation plus littérale que je propose est celle-ci : « parmi trois personnes qui marchent, l'un d'eux a nécessairement quelque chose à m'apprendre ». Dans cette perspective, je dirigeais chaque jour mon attention vers des aspects que je voulais renforcer : apprendre, apprendre de l'autre, partager, inciter l'autre à apprendre.

CONCLUSION

Mon stage au sein de la micro-entreprise *Yakalouer / Yakabwè* m'a permis de découvrir de manière concrète les enjeux de la communication dans une petite structure polyvalente implantée sur un territoire insulaire. À travers des missions variées : analyse des supports existants, correction de documents administratifs, création de *designs*, production de contenus, dématérialisation de contrats, réflexions stratégiques ; j'ai pu me rendre compte que la *communication* ne se limitait pas forcément à la production ou publication de contenus. Dans la situation d'un entrepreneur, selon moi, on pourrait plutôt se demander : « qu'est-ce qui n'est pas *communication* ? ». Je pense aux éléments de l'activité professionnelle, mais également à la vie privée lorsqu'elle est visible de l'extérieur, ainsi que les activités du quotidien, tout ça est directement lié à la réputation de la marque étant donné que nous sommes sur une île où « tout le monde se connaît ».

Globalement, cette expérience m'a permis de renforcer des compétences techniques, tout en travaillant mon autonomie dans le travail. Une autonomie qui naît dans l'adaptation au contexte et dans la compréhension du lien entre communication, organisation et activité sur le terrain. J'ai donc appris à ajuster mes propositions, parfois à renoncer, et surtout à considérer la cohérence comme un objectif central de toute démarche entreprise. Enfin, ce stage ouvre pour moi une réflexion plus large sur les formes de communication dans les petites structures locales, où la proximité, la polyvalence et les contraintes matérielles transforment profondément la manière d'envisager les dispositifs, de penser les messages et de maintenir les relations. C'est ce qui en a fait, à mes yeux, un terrain adapté à mon profil. Pour terminer ici en des réalités plus personnelles forgées sur des concepts de la pensée chinoise, je dirais que j'ai finalement vécu ce stage pratique en tâtonnant chaque jour pour maintenir un *équilibre*, m'inscrivant ainsi dans l'*harmonie* des choses de l'univers.

« 怪之，可也，而畏之，非也 » (*Xunzi*, XXI)

La traduction proposée par Nicolas Zufferey est la suivante : « Si des phénomènes apparemment extraordinaires peuvent intriguer, ils ne sauraient devenir l'objet d'inquiétude ou de trop d'attention, car cela serait s'épuiser dans une quête inutile ». L'interprétation et le commentaire du traducteur mettent en lumière la nécessité de contribuer à l'*harmonie* : « Pour Xunzi, l'homme n'a pas à comprendre le monde "qui est comme il est" mais à se conformer à l'harmonie universelle, à laquelle il doit contribuer en renforçant l'ordre social » (Zufferey, 2008, p. 82).

Il convient de se questionner sur la volonté de *comprendre le monde*. Effectivement la recherche de compréhension a chaque jour nourri mon rapport à l'expérience vécue, cependant l'humilité reste au centre du raisonnement. Toutes les réalités ne sont pas fondamentalement accessibles. Une compréhension totale de tous les événements, de tous les choix, de toutes les logiques n'est pas possible, c'est là que doit se placer l'acceptation de ce qui s'illustre sans que l'on puisse le comprendre, car l'orientation exercée doit rester centrée sur la « contribu[tion à] renforç[er] l'ordre social », en s'adaptant donc à l'environnement physique et social. C'est ici que se fonde l'intervention dans un respect de l'*harmonie*, avec une volonté de s'accorder à l'ordre des choses pour favoriser une évolution commune en interaction, celle de l'homme et celle de l'univers qui l'entoure.

BIBLIOGRAPHIE

Calvet, L.-J., & Philippe, K. (2020). Pour une écologie des langues (entretien). *Sciences Humaines*, (HS25), 33-34. <https://doi.org/10.3917/sh.hs25.0033>

Cheng, A. (1997). *Histoire de la pensée chinoise*. Éditions du Seuil.

Confucius. (2017). *Les entretiens de Confucius* (P. Ryckmans, trad. et annoté ; préf. É. Balazs). Gallimard.

Conseil de l'Europe. (2008). *Livre blanc sur le dialogue interculturel : « Vivre ensemble dans l'égalité dignité »*.

https://www.coe.int/t/dg4/intercultural/source/white%20paper_final_revised_fr.pdf

Janin, P. (2004). Relation verticale, relation horizontale. Le pari gestaltiste du « nous ». *Gestalt*, 26(1), 163-185. <https://doi.org/10.3917/gest.026.0163>

Lelong, B. (2002). Savoir-faire technique et lien social : L'apprentissage d'internet comme incorporation et autonomisation. C. Chauviré & A. Ogien (Éds.), *La régularité : Habitude, disposition et savoir-faire dans l'explication de l'action* (pp. 267-292). Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales. <https://doi.org/10.4000/books.editionsehess.11023>

Peretti, J.-M. (2019). Information et communication dans l'entreprise. *Ressources humaines* (pp. 591-620). Vuibert. <https://shs.cairn.info/ressources-humaines--9782311406986-page-591?lang=fr>

Riom, A., Libaert, T., & Adary, A. (2010). *Toute la fonction communication*. Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.adary.2010.01>

Zufferey, N. (2008). *Introduction à la pensée chinoise : Pour mieux comprendre la Chine du XXI^e siècle*. Marabout.