

LES JARDINS  
*De sainte cécile*

# RAPPORT DE STAGE

**Ryan FLOCARD**  
**Assistant communication  
digitale**

**27 janvier - 21 mars 2025**

**Maître de stage : ANAIS VOLTUCCI**  
**Tuteur enseignant : THIBAULT DI TUCCI**



# RAPPORT DE STAGE

**Ryan FLOCARD**

**Mission :** Chargée de communication

**Organisme d'accueil :** Restaurant Les Jardins de Sainte Cécile

**Maître de stage :** ANAIS VOLTUCCI

**Tuteur enseignant :** THIBAULT DI TUCCI

**Durée :** 8 semaines

27 janvier - 21 mars 2025

**IUT1 – Université Grenoble Alpes – Département MMI**





# *Remerciements*

Je tiens tout d'abord à remercier toutes les personnes qui m'ont permis de réaliser ce stage dans un domaine qui me passionne.

Un grand merci à mon maître de stage, Anaïs Voltucci, pour sa confiance, son accompagnement constant et sa bienveillance. Elle a toujours veillé à ce que je trouve ma place au sein de l'entreprise tout en me supervisant avec attention.

Je remercie également toute l'équipe, qui m'a pleinement intégré dans les projets en cours, m'offrant un environnement professionnel tout en étant accueillant et convivial.

Un merci particulier à mon tuteur de stage, Thibaut Di Tucci, pour sa disponibilité, son écoute et ses conseils toujours pertinents.

Enfin, je remercie l'ensemble de l'équipe enseignante pour les connaissances transmises tout au long de ma formation, qui m'ont été précieuses durant cette immersion en entreprise.



# Résumé

Ce rapport de stage représente une étape transitoire entre le monde professionnel de la communication et ma deuxième année de formation au sein du Département Métiers du Multimédia et de l'Internet.

Un nouveau pas en quête de découverte, afin de mettre à profit mes compétences acquises lors de mes enseignements.



Passionné par la communication, je cherche encore le domaine qui me représente le mieux. La restauration fait partie d'une branche inspirante. C'est donc avec chance que le restaurant Les Jardins de Sainte-Cécile m'a accueilli avec confiance pour diriger tout cela, m'aidant à créer un lien entre mes domaines favoris et la réalité.

C'est donc du 27 janvier 2025 au 21 mars 2025 que j'ai intégré le rôle de chargé de communication digitale. Étant un domaine public de restauration, qui accueille du monde du matin au soir, il se doit d'entretenir une image à la hauteur de la qualité de ses assiettes.

Pendant ces jours, j'ai donc été confronté aux missions de la communication, mais aussi à la concurrence grenobloise. C'est donc en animant les pages TikTok et Instagram quotidiennement avec des photos et vidéos des œuvres culinaires que mes journées étaient remplies de 9h à 16h.

Grâce à cette expérience unique, j'ai pu encore plus développer mon sens de communicant. J'ai donc gagné en autonomie, en confiance et en créativité. En raison des demandes rigoureuses du monde du digital, j'ai énormément apprécié découvrir l'étendue de la créativité et de son organisation.

Bénéfiquement, j'ai beaucoup renforcé mes compétences d'adaptation au sein d'une entreprise et face à ses demandes.

Pour finir, cette expérience m'a confirmé ma vocation pour la communication et m'a donné envie de creuser encore plus loin dans ce puits digital infini.

This internship report is an important step between the professional world of communication and my second year of studies in the Multimedia and Internet Professions.

It was a new experience for me, to use the skills I learned during my classes.

I love communication but I am still looking for the right field for me. The restaurant world is interesting to me. I was lucky because the restaurant Les Jardins de Sainte-Cécile gave me the chance to work with them. This helped me connect my favorite subjects with real work.

From January 27, 2025, to March 21, 2025, I worked as a digital communication assistant. The restaurant is open all day, so it needs to have a good image to show the quality of the food.

During this time, I did communication tasks and also learned about the competition in Grenoble. I posted photos and videos of the food every day on TikTok and Instagram. My work hours were from 9h to 16h.

Thanks to this special experience, I improved my communication skills. I became more independent, confident, and creative. The digital world is demanding, but I really liked using my creativity and learning how to organize my work.

This experience also helped me become better at adapting to a company and understanding its needs.



To finish, this internship confirmed that communication is the right path for me. It made me want to learn more and continue in the digital world.

# SOMMAIRE

01	INTRODUCTION .....	P.01
02	RECHERCHE DE STAGE.....	P.02
	2.1 . Projet de départ	
	2.2 . Démarches entreprises	
	2.3 . Difficultés rencontrées	
	2.4 . Conseils	
03	PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE .....	P.04
	3.1 . L'établissement	
	3.2 . L'organisation interne	
	3.3 Le positionnement du restaurant	
04	MISSIONS RÉALISÉES .....	P.07
	4.1 . Analyse des réseaux sociaux	
	4.2 . Création de la carte spéciale Saint-Valentin	
	4.3 . Captation de moments (photographies et stories)	
	4.4 . Réalisation de la carte du menu du midi	
	4.5 . Conception et envoi d'une newsletter	
	4.6 . Mise en avant de la nouvelle carte du restaurant	
05	COMPÉTENCES ET APPORTS DU STAGE .....	P.18
	5.1 . Compétences techniques développées	
	5.2 . Liens avec la formation MMI	
	5.3 . Progrès personnels et professionnels	
06	ANALYSE RSE .....	P.22
	6.1 . Politique locale et circuit court	
	6.2 . Actions environnementales observées	
07	CONCLUSION .....	P.24
08	ANNEXES .....	P.28

# 1 Introduction

« Pour apprendre quoi que ce soit, commencez par y trouver un sens. »

C'est avec cette pensée de Seymour Papert, tirée de *Jaillissement de l'esprit*, que j'ai abordé mon stage de deuxième année en BUT MMI.

Selon moi, c'est plus qu'une simple immersion dans le monde professionnel, c'est une opportunité de confronter mes connaissances à un environnement concret, porteur de sens : la communication dans le secteur de la restauration.

Dans le but de donner du sens à une scolarité et de valider l'année en BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet, nous devons réaliser un stage en entreprise d'une durée de 7 à 13 semaines, tout en étant accompagnés, si besoin, par un professeur.

Mon expérience s'est déroulée dans un restaurant semi-gastronomique\* (Les Jardins de Sainte-Cécile), en présentiel pendant 8 semaines, de 9h à 16h. Pendant cette période, j'ai participé à un rafraîchissement de leur présence sur les réseaux sociaux, où j'ai pu apporter mes compétences et en acquérir de nouvelles.

De la création de flyers au montage vidéo, la pluridisciplinarité apprise en cours a été retransmise dans l'ensemble de mes missions en entreprise.

Recherche, apprentissage et reconnexion ont été présents durant cette période.

Je commencerai donc par expliquer, dans un premier temps, comment j'ai trouvé cette opportunité et comment j'en ai tiré pleinement parti. Dans un second temps, les projets demandés et réalisés seront partagés, pour aboutir à un bilan global.

# 2 Recherche de stage

## Projet de départ

2.1

Au début de ma première année de BUT MMI, j'ai pris conscience qu'on devait faire un stage en entreprise. Ayant comme attirance la création et la démarcation digitale d'une entreprise, je me suis donc tourné vers la filière Stratégie de communication pour ma deuxième année. Et donc, ma première pensée pour ce stage était vers la mode, mais je me suis vite rendu compte que Grenoble n'était pas la ville avec le plus de débouchés dans ce domaine. Donc je me suis tourné vers la restauration et plus particulièrement la gastronomie française.

2.2

## Démarches entreprises

Concernant les recherches pour cette immersion, j'ai commencé par en parler avec ma famille début décembre. Habitée de la restauration française à Grenoble et dans ses alentours, elle m'a donné le nom de bonnes adresses à Grenoble. J'ai donc rapidement eu une liste de plusieurs restaurants. J'ai ensuite cherché sur des plateformes en ligne comme Indeed et HelloWork s'il y avait des offres correspondant à mon projet. Rapidement, Les Jardins de Sainte-Cécile avaient besoin d'une personne pour rafraîchir leur image digitale. L'offre était adaptée à mon profil, j'ai donc envoyé spontanément mon CV et une lettre de motivation. Le lendemain, mon téléphone a sonné, et le jour même, l'entretien s'est terminé avec une promesse d'embauche. Ayant trouvé dans le domaine que je visais, pour réaliser les missions que je souhaitais, j'ai finalement effectué mon stage dans cette structure.



## Difficultés rencontrées

2.3

Ce qui m'a posé le plus de difficulté pendant ma recherche, ce n'était pas forcément de trouver les informations, mais plutôt de savoir où chercher. On a tellement de sources possibles aujourd'hui que ça devient très rapidement flou, et on ne sait plus trop ce qui est vraiment utile ou fiable.

Mais au fond, le plus dur pour moi, ça a été de réussir à me projeter. Choisir dans quel domaine se spécialiser, c'est pas évident. On a toujours cette crainte de se tromper, de faire un choix qui ne nous apportera pas ce qu'on espère. J'ai vraiment eu du mal avec ça, parce qu'on veut tous faire le bon choix, celui qui nous permettra d'avancer, de réussir et de tirer le meilleur de ce qu'on entreprend.

2.4

## Conseils

Si je pouvais donner des conseils aux futurs étudiants MMI

Je dirais avant tout de commencez tôt. Même si cela peut être dans longtemps et on se dit "on a le temps", prendre de l'avance vous permettra d'avoir plus de choix, de personnaliser vos candidatures et d'éviter le stress en dernière minute.

Essayez d'en parler-en autour de vous : le bouche-à-oreille fonctionne vraiment, surtout si vous avez une idée du domaine où vous souhaitez évoluer. Une simple discussion peut parfois vous mener à une vraie opportunité. Ensuite, ne négligez pas les candidatures spontanées : c'est souvent comme ça qu'on décroche des postes non publiés.

Soyez clair dans vos intentions, montrez que vous connaissez un minimum l'entreprise, et surtout, soyez vous-même. Enfin, n'attendez pas de trouver le stage "parfait" : cherchez un lieu où vous pourrez apprendre, tester, vous exprimer et surtout progresser. C'est tout l'enjeu de cette expérience.

# 3

## *Présentation de l'entreprise*

### L'établissement

3.1

Le restaurant Les Jardins de Sainte Cécile, c'est une petite adresse qui a su se faire un vrai nom à Grenoble. Ce n'est pas qu'un simple restaurant : c'est un jardin caché en plein centre-ville, installé dans l'ancien couvent\* Sainte-Cécile, un bâtiment du XVIIe siècle qui donne dès les premières pas une atmosphère spéciale, presque hors du temps.

On y retrouve une cuisine française bistronomique\* avec des plats travaillés. C'est le bon équilibre entre le raffinement et le côté chaleureux.

Le lieu est tenu par Élisabeth et Joël Votte, un couple de passionnés qui ont une vraie carrière derrière eux, anciens médaillés en cuisine. Ils ont monté ce projet ensemble, et ça se sent dans tout ce qu'ils font, aussi bien dans l'assiette que dans l'ambiance.

C'est donc une structure qui mise sur le fait maison et la qualité. Et c'est justement cette identité que j'ai eu envie de mettre en valeur pendant mon stage.



## 3.2

# L'organisation interne

Pour parler de l'organisation interne, Élisabeth et Joël Votte ne sont pas sur place tous les jours. Ils ont aussi une imprimerie à côté, donc ils ne sont pas toujours dans les bureaux du restaurant. La gestion du quotidien est surtout entre les mains de Anaïs Voltucci qui cumule donc plusieurs rôles comme directrice adjointe, responsable RH, mais aussi maître de stage dans mon cas. C'est elle qui s'occupe des plannings, du recrutement et gère aussi une partie de la communication.

En cuisine, c'est Marie Picart la cheffe qui est aux commandes, avec son équipe de cuisiniers. En salle, on retrouve un responsable qui gère le service et le contact client. C'est une petite équipe mais bien structurée où chacun a son rôle bien défini.

Même si la structure fonctionne comme une micro-entreprise, elle reste très active. En 2022, elle a généré un chiffre d'affaires de 728 500 €, ce qui montre une certaine solidité surtout face à la concurrence bien présente à Grenoble.

Ce qui m'a le plus marqué pendant mes 8 semaines, c'est l'équilibre entre l'organisation et l'ambiance familiale. On sent que tout le monde connaît bien son travail, mais il y a aussi une vraie proximité entre les membres de l'équipe, ce qui rend l'environnement à la fois pro et humain.



# Le positionnement du restaurant

Où mange-t-on aujourd'hui ? C'est une question qu'on se pose facilement à Grenoble, avec tous les choix de restaurants disponibles en ville et dans ses alentours.

Il y a de tout comme des brasseries, des concepts modernes et des restos traditionnels...

Alors comment Les Jardins de Sainte Cécile font pour se démarquer et résonner encore dans les oreilles des Grenoblois depuis 2013 ?

Leur première force, c'est d'avoir réussi à créer un lieu unique et presque secret.

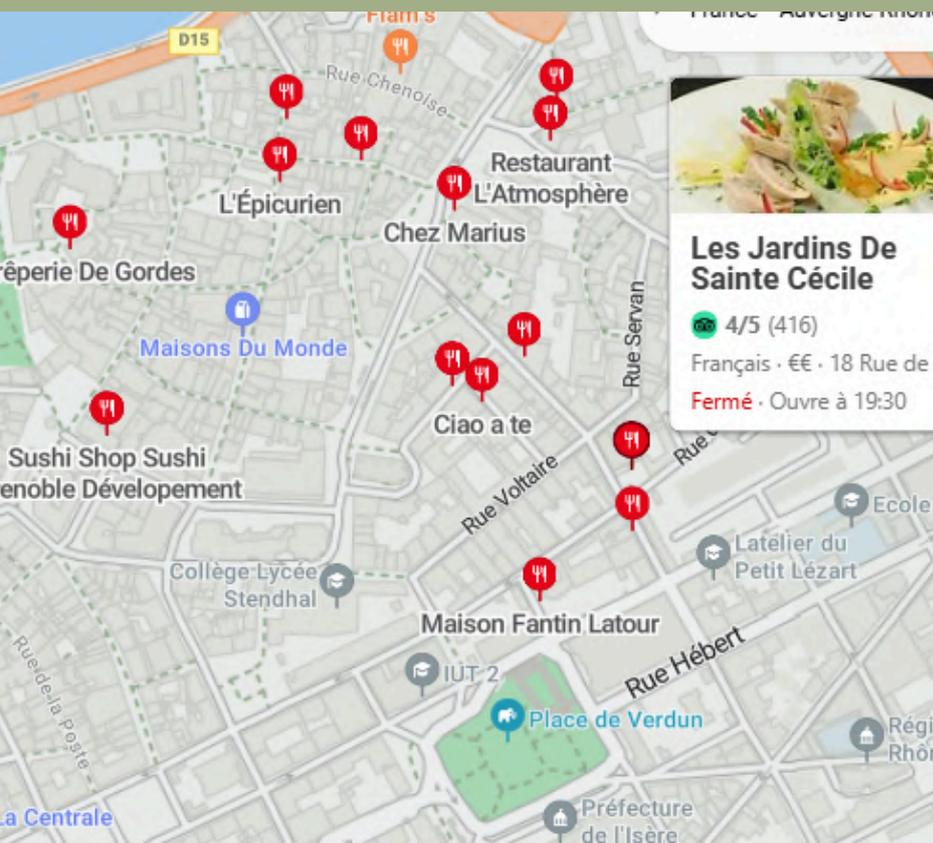
Installé dans un ancien couvent du XVIIe siècle, avec un jardin intérieur en plein centre-ville, le restaurant propose une cuisine française bistronomique qui ramène l'élégance avec accessibilité.

Ce positionnement est un vrai équilibre entre le raffinement d'un bon resto et l'authenticité d'une cuisine maison, qui varie tous les mois.

On y vient pour bien manger et aussi pour le cadre unique. La clientèle est pour la plupart des habitués qui ont mangé une fois et reviennent, mais on y retrouve aussi beaucoup d'entreprises ou de grands groupes qui profitent du cadre et de la place.

Ce que j'ai constaté est que leur réputation repose beaucoup sur le bouche-à-oreille.

Ils ne sont pas dans une logique agressive de communication sur les réseaux mais leur image est forte et bien ancrée dans la ville.



Les Jardins de Sainte Cécile dans Grenoble

# 4

## *Missions réalisées*



Ce stage m'a permis de mettre en pratique plein de choses qu'on voit en cours, mais que je n'avais jamais appliquées dans un vrai cadre pro. Et clairement, c'est pas pareil. On apprend beaucoup plus vite quand il y a des vraies échéances, un vrai lieu, une équipe autour, et surtout un vrai besoin de communication.

### 4.1 Gestion des réseaux sociaux

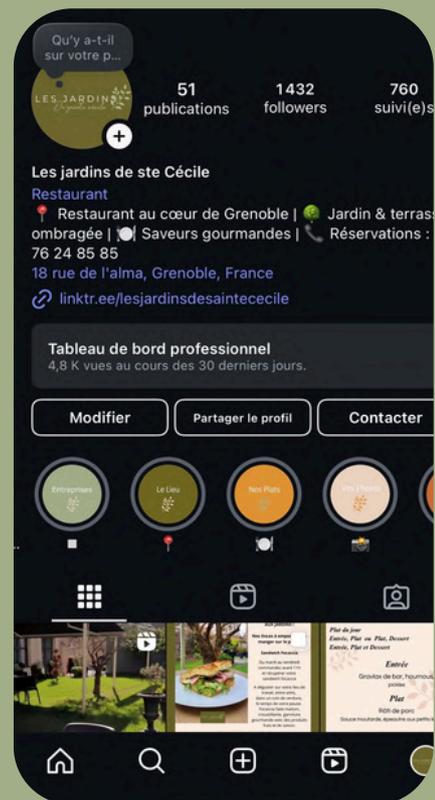
Dès la première semaine, j'ai repris en main les réseaux sociaux du restaurant : Instagram, Facebook, et j'ai créé le compte TikTok moi-même. J'ai commencé par analyser ce qui avait été fait avant : les stats, les publications qui avaient marché ou pas, les horaires de publication, etc. Puis j'ai mis en place un petit calendrier éditorial\* pour m'organiser selon les événements à venir (Saint-Valentin, Mardi Gras, etc



Statistique des vues du compte Instagram

Grâce à ses statistiques, j'ai pu me projeter et me fixer un petit objectif. Ça m'a également donné des idées sur ce qui fonctionne le mieux ou le moins bien sur le compte, ce qui m'a permis de m'adapter en fonction des abonnés. J'ai été surpris de voir que, dès la première semaine d'immersion, j'ai touché +41,1 % de comptes en plus, ce qui montre qu'une simple actualisation peut déjà être valorisante.

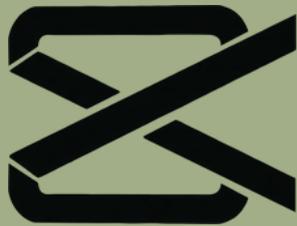
J'ai également pris connaissance des éléments essentiels manquants sur la page numérique, ainsi que de l'absence d'un directeur artistique (DA). J'ai donc procédé, dès les premières heures, à une harmonisation complète de la page Instagram afin de la rendre plus claire. Cela va permettre d'introduire mes créations audio et visuelles dans le but de renforcer la visibilité de mon projet.



Compte Instagram entreprise

# Création digitale

Avant de parler de toutes mes créations pour le restaurant, il faut savoir que j'ai utilisé les logiciels que je maîtrisais le mieux afin de traiter les missions avec plus de qualité. Je suis donc resté dans ma zone de confort et j'ai utilisé CapCut pour le montage vidéo, Adobe Illustrator pour les créations graphiques, Adobe Express et Lightroom pour les retouches photo, et enfin Brevo pour le mailing\*.





Menu initial du restaurant



Ma version 1.0

## Première mission

La première mission que j'ai réalisée en arrivant a été de refaire le menu de la Saint-Valentin. Un menu avait déjà été publié, mais en avance, avec un design peu professionnel. J'ai donc refait entièrement une nouvelle carte sur Illustrator, tout en respectant la direction artistique de la Saint-Valentin. Comme appris en formation, j'ai créé plusieurs designs afin de proposer plusieurs choix à ma responsable. Cette première réalisation m'a plongé directement dans le bain, car je n'ai pas réussi à satisfaire les attentes immédiatement et j'ai dû recommencer plusieurs fois.

Le but de ma première réalisation était vraiment d'enlever l'aspect « vieillot » du menu initial. Une refonte avec plus d'espace entre les textes, afin de faire respirer la carte, était mon idée principale. Pour les couleurs, je me suis inspiré du cadre déjà en place et d'un dégradé pour faire ressortir le rouge des cœurs, présents pour rappeler l'amour. Dans mon menu, j'ai pensé à mettre en avant le prix et les modalités de réservation, afin de créer un élément complet qui réponde à toutes les questions de l'utilisateur en un seul coup d'œil.



Ma version 1.1

Une fois la version 1.0 et la version 1.1 présentées, nous avons pu identifier les points positifs et négatifs, et adapter les couleurs vers quelque chose de plus harmonieux. Les éléments qui ont réellement été modifiés concernaient principalement la typographie. Trouver une police adaptée pour une entreprise qui ne dispose pas d'une direction artistique « poussée » n'est pas évident. J'ai donc proposé, en temps réel, plusieurs versions de la carte avec différentes polices, afin que nous puissions choisir celle qui convenait le mieux à l'ensemble.



Version finale

Une fois le menu validé, nous l'avons partagé sur Instagram et Facebook, ce qui m'a permis de générer mes premiers likes.

Mes premiers résultats ont été assez positifs : j'ai touché de nombreux comptes et atteint mon premier objectif.



Statistique Saint-Valentin



Galerie photo carte



Galerie photo salle

## Deuxième mission

Concernant ma deuxième mission, je me suis muni de mon appareil photo, le Canon SX520 HS, et j'ai réalisé des photos du lieu afin de constituer une galerie d'éléments utiles pour mes futurs projets. J'ai ainsi joué avec la lumière et les effets visuels en mettant en valeur les éléments de mon décor.

Mon idée était de réaliser des photos dans un style que l'on retrouve régulièrement dans les montages vidéo sur TikTok et Instagram.



Galerie photo bar

J'ai également tourné des vidéos avec des travellings fluides pour renforcer l'aspect dynamique et immersif du contenu.



Galerie photo espace



Galerie photo espaceba



Galerie photo table

Suite à cela, j'ai directement publié les photos sur le compte Instagram, dans le but de créer une story à la une intitulée « Lieux », où l'on peut retrouver des photos de l'intérieur et de l'extérieur. L'objectif était de permettre aux visiteurs de savoir à quoi s'attendre en venant, et de les attirer grâce au cadre. Le tout en conservant une atmosphère sombre, romantique et chaleureuse, en lien avec l'esprit de la Saint-Valentin.

J'ai également pris de nombreuses photos des plats, à raison d'une photo par jour. Cela m'a permis d'accumuler beaucoup de contenu. Ma mission principale était de publier quotidiennement ces photos en story sur Instagram et Facebook. Le fait de maintenir cette régularité permettait de créer une harmonie visuelle sur les réseaux et d'encourager l'engagement, avec des likes et des commentaires de potentiels clients intéressés.



Galerie photo plat 1



Galerie photo plat 2



Galerie photo plat 3



Galerie photo plat 4

Pour maintenir un bon équilibre et tenir notre communauté informée au quotidien de ce qui se passait en cuisine, j'ai mis en place un « menu du jour ». Les cuisiniers le changeaient chaque jour, il était donc essentiel que nos clients soient rapidement au courant. Cette stratégie visait à publier le menu du jour à 10h, afin d'attirer des clients potentiels séduits par les plats proposés. Pour cela, j'ai opté pour un visuel graphique respectant les couleurs de l'entreprise, avec une mise en page aérée et facile à lire. Toutes les informations importantes y sont clairement visibles au premier coup d'œil.



LES JARDINS  
 Du goût à croquer

Carte menu du midi



Statistique 8 semaines

Ces statistiques mettent en évidence la différence entre la période de mon stage et celle allant du 5 novembre au 2 février. On constate que ma stratégie fonctionne plutôt bien.

Une grande partie de la clientèle du restaurant est constituée d'événements d'entreprise ou d'associations. Mais comment faire en sorte que les grands groupes pensent à nous ? C'était la question que je me suis posée pour ce projet. J'ai finalement compris qu'envoyer des newsletters\* liées à notre site web et faire du mailing ciblé aux agences, accompagné de flyers présentant notre offre, était une stratégie pertinente.

J'ai donc commencé par créer des flyers : un format classique, aéré, avec les couleurs principales de l'entreprise, mais sur fond blanc. Ce choix est lié au fait que la plupart des logiciels de messagerie professionnels ont un fond blanc, ce qui rend l'ensemble plus harmonieux visuellement. Ensuite, grâce au logiciel Brevo, nous avons envoyé ce flyer à 300 entreprises afin de nous faire connaître.

Enfin, j'ai conçu une carte de visite dédiée à l'entreprise pour faciliter les démarches commerciales futures.



Flyer



Carte de visite

Pour finir, une semaine avant mon départ, le restaurant lançait une nouvelle carte d'été ainsi qu'une présence sur Deliveroo. Concernant la carte, je n'ai pas pu avancer pleinement dessus car les plats n'étaient pas encore finalisés par le restaurant lui-même. J'ai donc simplement créé un visuel promotionnel à publier sur Instagram, dans un style simple, lumineux et estival, avec un message clair et direct.

Par ailleurs, pour l'arrivée sur Deliveroo, j'ai également réalisé un design mettant en avant la formule disponible en ligne, afin de communiquer efficacement sur cette nouveauté.



Nouvelle carte



Pendant shooting



Formules en ligne

Suite à cela, ma responsable disposera de tous les éléments nécessaires pour les publier au moment opportun sur les réseaux sociaux.

# Bilan

Toutes ces missions ont été un vrai plaisir à réaliser. J'ai découvert un domaine passionnant, riche d'une infinité de possibilités où la seule limite était mon imagination. Mes résultats sont satisfaisants, même si je suis conscient qu'il me reste encore beaucoup à explorer, que ce soit sur les logiciels ou en stratégie de communication. Dans l'ensemble, j'ai pu toucher à la fois au côté créatif et au côté stratégique, ce qui rend ces missions particulièrement enrichissantes pour mon profil.



Bilan audience



Bilan vues

Pour faire un bilan statistique aussi, j'ai réussi à générer une croissance des vues sur le profil. Pendant ma période, la régularité a permis de créer une communauté avec des actifs qui interagissaient. Même si le nombre n'est pas impressionnant, les statistiques sont en croissance, ce qui est bénéfique.

# 5

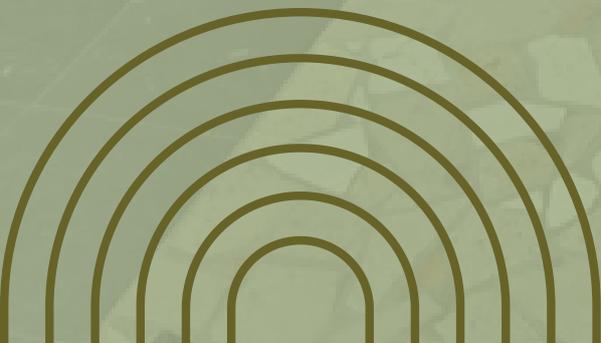
## *Compétences et apports du stage*

### 5.1

Concernant les compétences techniques que j'ai développées lors de ces huit semaines :

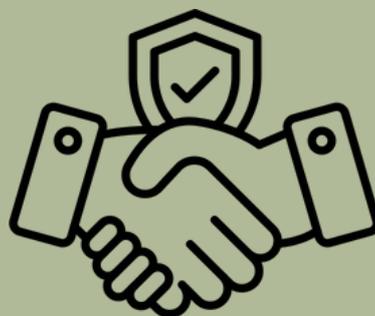
Premièrement, le domaine où j'avais le plus de fragilités était la photographie. Afin de produire des photos de qualité avec un appareil photo, j'ai regardé de nombreuses vidéos explicatives pour apprendre à gérer les réglages, la luminosité et le décor. Mon premier shooting photo n'était pas réussi, mais grâce aux erreurs commises, j'ai pu me renseigner sur ce qu'il ne fallait plus faire. Le lendemain, j'ai donc réussi à produire des photos et vidéos de bien meilleure qualité.

Deuxièmement, l'organisation. Étant une personne naturellement organisée, j'ai appris que l'organisation au quotidien et l'organisation dans le monde professionnel sont très différentes. En effet, j'ai dû m'organiser avec les membres de la cuisine pour réaliser des photos et vidéos pendant le service, un moment où le temps est très limité. De plus, pour des raisons sanitaires, je ne pouvais pas rester en cuisine avec ma tenue et ma caméra. J'ai donc dû discuter, m'adapter et collaborer avec l'équipe. Cette capacité d'organisation a été une compétence technique que j'ai beaucoup développée.





Ensuite, j'ai énormément utilisé Illustrator. N'étant pas familier avec la suite Adobe, j'ai dû m'y investir sérieusement afin de produire des designs épurés, conformes à mes attentes. En étant autodidacte et grâce aux tutoriels, j'ai pu créer ce que je voulais. Bien que mon niveau soit débutant, j'ai réussi à concevoir des visuels d'un niveau intermédiaire, qui ont été appréciés. Léonard de Vinci disait : « La simplicité est la sophistication suprême. » J'ai pris cette idée à cœur pour donner le meilleur de moi-même et progresser tout au long de mon expérience.



Pour finir, j'ai énormément appris sur le monde du travail. Étant dans le bureau de la responsable, j'étais en première ligne pour observer la réalité quotidienne : les hauts et les bas du monde salarial. J'ai beaucoup appris sur la gestion de la pression et sur l'importance d'avoir confiance en soi. Je parle de confiance, car elle commence d'abord envers soi-même, puis envers son équipe. Elle est primordiale pour le bon fonctionnement d'un groupe, quel que soit le domaine. Savoir gérer ses responsabilités avec assurance est une compétence qui se développe avec l'expérience. J'en ai pris pleinement conscience durant cette immersion professionnelle.



## 5.2

Si je devais faire le lien entre ma formation et ce stage, je dirais que c'est exactement le genre de terrain qui donne tout son sens aux cours qu'on suit depuis deux ans. Que ce soit les stratégies de communication, la création de contenu ou même les bases en développement web tout m'a servi d'une façon ou d'une autre. J'ai pu mettre en pratique des compétences qu'on apprend souvent en théorie, et voir leur impact direct dans un vrai cadre professionnel.

En production de contenu par exemple, tout ce qu'on a vu sur l'image donc photos et vidéos, m'a permis de proposer des visuels propres et cohérents. Les outils comme Illustrator qu'on manipule en cours, sont devenus des alliés concrets dans la réalisation de stories de montages ou de posts.

Côté communication les cours sur le storytelling ou le marketing m'ont clairement aidé à mieux comprendre les objectifs des publications à cibler les bons formats selon les réseaux, et à savoir comment faire passer un message de manière efficace. L'analyse des performances et les ajustements en fonction des retours, c'est ce qu'on aborde en cours.

Et même sur la partie plus "projet" avec l'organisation du planning éditorial, la gestion des deadlines ou le contact avec des entreprises je me suis senti à l'aise grâce aux méthodes apprises dans les SAE\* où on apprend à s'organiser et à anticiper. Travailler en autonomie était la clé.

Pour finir, ce stage m'a vraiment permis de relier les points entre ce qu'on apprend à l'IUT et ce que demande le terrain. C'est motivant, et ça prouve que les cours appris en classe peuvent s'écrire dans n'importe quelle situation en entreprise.



### 5.3

Ce stage a vraiment été une belle opportunité de progresser, autant sur le plan professionnel que personnel. J'ai découvert le quotidien d'un restaurant et j'ai pu m'intégrer dans une équipe dynamique, avec une vraie liberté et confiance dans mes missions. J'ai appris à mieux gérer mon temps et à anticiper mes publications.

Professionnellement, j'ai amélioré mes compétences sur les outils de création, audio-visuel mais aussi en stratégie de communication. J'ai compris comment adapter un message à une cible et surtout comment valoriser une marque au quotidien, de manière cohérente et attractive.

Mais au-delà de l'apprentissage technique ce stage m'a aussi conforté sur ce que j'aime vraiment. J'ai pris beaucoup de plaisir à créer du contenu et à chercher des idées originales. Ce que j'ai appris ici me servira clairement pour la suite. Mais je sais aussi que mon domaine de cœur reste la mode. C'est dans cet univers que j'aimerais évoluer plus tard car je sais que mon imagination et mon savoir faire aura de quoi faire la différence.

Pour conclure, ce stage de 8 semaines m'a fait grandir, m'a permis de mieux cerner mes envies et m'a confirmé que la communication digitale est une voie que je veux continuer à explorer, mais dans un univers qui me passionne encore plus.





# Analyse RSE



## 6.1

Aujourd'hui, on ne se contente plus seulement de bien manger. Ce qu'on veut aussi, c'est comprendre ce qu'on a dans l'assiette, d'où ça vient, et comment c'est préparé. Aux Jardins de Sainte Cécile, cette démarche est prise très au sérieux. Le restaurant s'inscrit dans une politique locale engagée, en misant sur le circuit court et les produits de saison.

Que ce soit les viandes, les fromages, les légumes ou même certains alcools, tout est sélectionné auprès de producteurs locaux, parfois situés dans les alentours immédiats de Grenoble.

De plus, tous les matins, une livraison de produits frais arrive directement au restaurant dans les premières heures d'ouverture, spécialement prévue pour les menus de jour. Cela garantit donc la fraîcheur et la qualité des produits dans chaque assiette. Le restaurant n'a pas fait cela par hasard, grâce à ce choix, il permet de soutenir l'économie des petites producteurs de la région.

C'est une vraie démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) qui a du sens aujourd'hui. Le restaurant se positionne comme un acteur conscient et proche de son territoire. Cherchant à proposer une cuisine responsable, tout en limitant son impact écologique.

De mon côté, j'ai aussi voulu mettre en valeur cette approche dans la communication, notamment à travers des textes et des stories qui parlent de la saisonnalité des produits ou du travail des producteurs. C'est un point fort du lieu, une vraie richesse qu'on peut encore plus exploiter pour affirmer l'identité du restaurant.



## 6.2

Même si ce n'est pas affiché partout, dans cette entreprise on sent que l'environnement est pris en compte dans les habitudes. L'approche est simple, mais reste efficace. Travailler au maximum avec des produits locaux, de saison et frais qui sont livrés chaque matin pour assurer une consommation raisonnée et éviter le gaspillage.

Les portions sont maîtrisées en commande donc les plats sont pensés pour limiter les déchets et en cuisine, rien n'est laissé au hasard. Les produits sont souvent réutilisés dans différents plats, et les déchets organiques sont triés avec attention.

Même côté communication, on évite le gaspillage de papier donc pas de flyers imprimés en masse. La carte du menu est affichée à l'entrée avec des mise à jour en ligne et parfois projetée sur une tablette, ce qui évite les impressions à répétition.



Une autre action concrète que j'ai vécu, pour le lancement du service de livraison, tous les emballages ont été soigneusement choisis pour respecter l'environnement. Le restaurant a opté pour du carton kraft 100% recyclable, sans plastique ni sur-emballage inutile, afin de rester en accord avec ses valeurs et limiter son impact écologique.

Ce sont des petits gestes concrets, mais réguliers, qui montrent une vraie volonté de faire mieux, sans tomber dans le greenwashing. Et pour un restaurant semi-gastronomique en plein centre-ville, c'est une démarche à souligner.

# Conclusion

Pour conclure sur cette expérience, je vais m'appuyer sur la citation de Richard Buckminster Fuller qui dit :

« Chaque fois que l'homme fait une nouvelle expérience, il apprend toujours plus. Il ne peut pas apprendre moins. »

Parce que c'est en effet en mettant un pied dans un nouveau monde qu'on y voit les couleurs. Et en mettant un pied aux Jardins de Sainte-Cécile, j'ai vu et appris de toutes les couleurs.

Mais comment ces huit semaines en immersion totale ont-elles pu tant m'apporter, que ce soit dans le monde professionnel ou personnel ?

Tout a commencé lors de la recherche, car on m'a souvent dit : trouver un emploi est plus dur que l'emploi en lui-même. Il fallait être confronté à ça pour le comprendre. Beaucoup de demandes d'emploi, mais aussi beaucoup de candidats pour chaque poste. Alors comment se démarquer et trouver sa place ? C'était ma première vraie problématique.

Mais par chance, je n'ai pas été freiné par ce dilemme, car l'opportunité s'est présentée à moi, et je l'ai saisie sans hésiter.



Focaccia photo



Ensuite est venu le moment d'entrer dans l'entreprise, de découvrir son fonctionnement et de m'y intégrer. L'adaptation a été la première étape : trouver ma place, m'adapter au rythme, à l'équipe, à l'ambiance. Et ça s'est fait naturellement.

Concernant l'organisation du travail, je suis arrivé avec un calendrier clair et des idées. Les photos, les vidéos, les idées de posts s'enchaînaient. J'ai vite compris que l'imagination, je l'avais mais la réalisation demandait bien plus. C'est là que le côté autodidacte a pris toute sa place. J'ai appris comment donner vie à mes idées, en allant chercher des tutos, en testant, en corrigeant.

J'ai progressé sur la photo, la vidéo, le montage, et surtout sur les logiciels comme CapCut ou Illustrator, en me construisant des bases solides.

Créer des visuels graphiques pour les menus ou les réseaux n'a pas été facile au début, surtout sans être un pro des outils Adobe. Mais avec de la persévérance, j'ai réussi, et surtout, j'ai appris.

Ce que j'ai trouvé le plus enrichissant, c'est la stratégie de publication. Quand publier ? À qui ? Pourquoi maintenant ? Par exemple, j'ai choisi de publier le menu du midi vers 10h, pour toucher les entreprises pendant leur pause et leur donner le temps de s'organiser. C'est tout bête, mais ça compte. Chaque décision sur les réseaux a été réfléchie, et j'ai appris à anticiper plein de cas concrets que je réutiliserai sûrement plus tard.

En réalisant tout ça en autonomie, j'ai aussi compris l'importance des cours MMI. Certaines matières me semblaient floues ou inutiles, mais là, sur le terrain, tout a pris du sens. Que ce soit en stratégie, en graphisme ou en audiovisuel, chaque heure de cours m'a apporté quelque chose. La formation MMI développe à la fois notre savoir-faire, notre réflexion, et surtout, notre créativité.

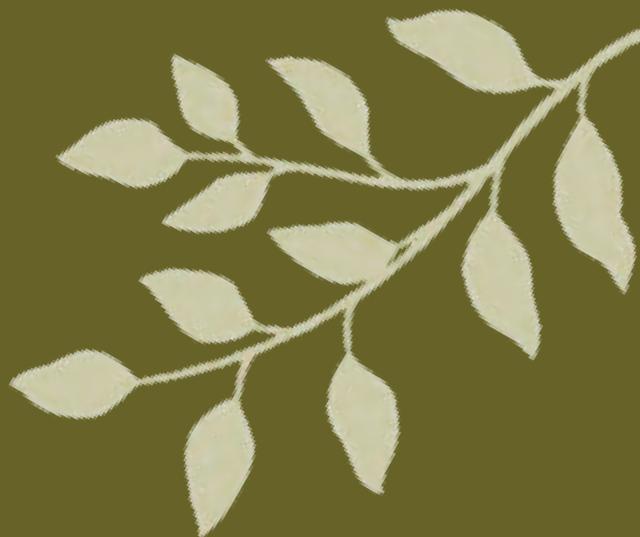




Enfin, ce stage m'a aussi permis de me positionner : la restauration m'a beaucoup appris, mais je me rends compte que j'ai envie de plus de diversité, de mouvement. Mon vrai domaine de cœur, c'est la mode. C'est là que je me vois exprimer ma créativité sur le long terme, avec plus de liberté, plus d'univers à explorer. Et grâce à ce stage, maintenant je le sais.

Sur le plan humain, j'ai aussi appris à comprendre le fonctionnement d'une entreprise de l'intérieur. Étant dans le bureau de la responsable, j'ai été témoin de tout : les échanges, les imprévus, les tensions comme les réussites. J'ai compris que même dans une ambiance agréable, la communication interne est un vrai défi, constant et essentiel. Et ça aussi, ça m'a fait grandir.

En résumé, ce stage a été bien plus qu'une simple obligation d'année. C'était une vraie expérience, humaine et professionnelle, qui m'a appris autant sur le métier que sur moi-même. Et ça, ça ne s'oublie pas



LES JARDINS  
*De sainte cécile*



*Merci*



# Annexe

## Glossaire

Semi-gastronomique : Type de restaurant qui propose une cuisine raffinée et soignée, mais dans un cadre plus décontracté qu'un restaurant gastronomique.

Bistronomique : Fusion entre bistrot et gastronomie ; cuisine de qualité servie dans un esprit convivial et à prix abordable.

Couvent Sainte-Cécile : Ancien couvent situé à Grenoble, aujourd'hui transformé en lieu d'accueil pour des événements, dont le restaurant Les Jardins de Sainte-Cécile fait partie.

Calendrier éditorial : Outil de planification qui permet d'organiser les contenus à publier sur les réseaux sociaux ou autres supports de communication.

DA (Directeur Artistique) : Personne responsable de l'identité visuelle et de la direction créative d'un projet ou d'une marque.

Mailing : Envoi massif d'e-mails à une liste de contacts, souvent à des fins marketing ou d'information.

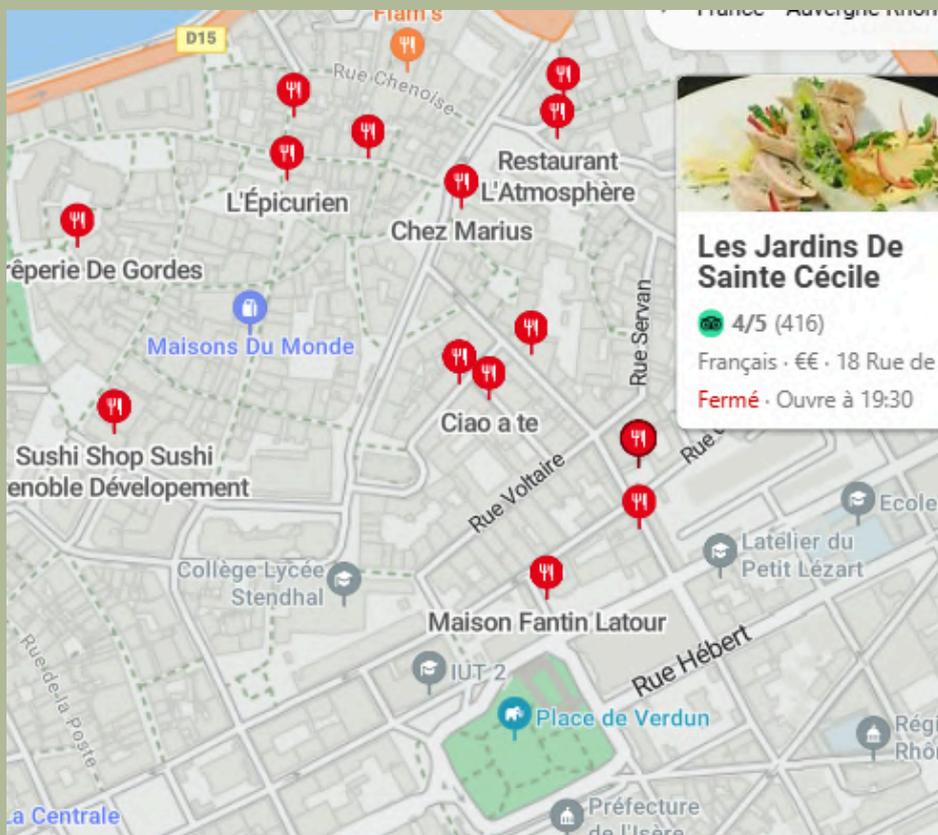
Newsletter : Courrier électronique envoyé régulièrement pour informer les abonnés des actualités, offres ou contenus d'une entreprise.

SAE (Situation d'Apprentissage et d'Évaluation) : Projet pédagogique réalisé en cours de formation MMI, combinant apprentissage pratique et évaluation.

# LES JARDINS

*De sainte cécile*

*Logo Jardins de Sainte Cécile*



*les Jardins de Sainte Cécile dans  
Grenoble*



Statistique des vues du compte Instagram

Qu'y a-t-il sur votre p...

LES JARDINS *De grands plats*

51 publications | 1432 followers | 760 suivi(e)s

**Les jardins de ste Cécile**  
Restaurant

Restaurant au cœur de Grenoble | Jardin & terras ombragée | Saveurs gourmandes | Réservations : 76 24 85 85  
18 rue de l'alma, Grenoble, France  
[linktr.ee/lesjardinsdesaintececile](https://linktr.ee/lesjardinsdesaintececile)

**Tableau de bord professionnel**  
4,8 K vues au cours des 30 derniers jours.

Modifier | Partager le profil | Contacter

Entreprises | Le Lieu | Nos Plats | Vos Photos

Menu de la Saint Valentin

Entrée, Plat ou Dessert

90.00 € par pers

Compte Instagram entreprise

**Menu de la Saint Valentin**

*Mises en bouche*  
Dégustation de la déclinaison du foie gras des Jardins

*Entrées*  
Bouillon forestier, morilles cèpes et girolles aux saveurs d'Asie

Langoustine flambée au Cognac, pancake moelleux au citron vert, crémeux de menthe

*Plats*  
Dos de lieu jaune en croûte de pistache et son beurre, crème de céleri aux arômes de truffe

Magret de canard mariné au piment d'Espelette et son jus au chocolat, poire pochée aux épices, crémeux de courge

*Duo de fromage*  
de Bernard Mure Ravaud, jeunes pousses d'épinard, vinaigrette fumée

*Dessert*  
Délice vanillé à la douceur de fruits rouges

90.00 € par pers  
Prix TTC service compris

LES JARDINS *De grands plats*

Menu initial du restaurant

**Menu de la Saint Valentin**

*Dites vous je t'aime dans notre jardin*

*Mises en bouche*  
Dégustation de la déclinaison du foie gras des Jardins

*Entrées*  
Bouillon forestier, morilles cèpes et girolles aux saveurs d'Asie

Langoustine flambée au Cognac, pancake moelleux au citron vert, crémeux de menthe

*Plats*  
Dos de lieu jaune en croûte de pistache et son beurre, crème de céleri aux arômes de truffe

Magret de canard mariné au piment d'Espelette et son jus au chocolat, poire pochée aux épices, crémeux de courge

*Duo de fromage*  
de Bernard Mure Ravaud, jeunes pousses d'épinard, vinaigrette fumée

*Dessert*  
Délice vanillé à la douceur de fruits rouges

90.00 € par pers  
Réservez au 04 76 24 85 85

\*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé et doit être consommé avec modération.

LES JARDINS *De grands plats*

Ma version 1.0

## Menu de la Saint Valentin

*Dites vous je t'aime dans notre jardin*

**Mises en bouche**  
Dégustation de la déclinaison du foie gras des Jardins

**Entrées**  
Bouillon forestier, morilles cèpes et girolles aux saveurs d'Asie  
-  
Langoustine flambée au Cognac, pancake moelleux au citron vert, crèmeux de menthe

**Plats**  
Dos de lieu jaune en croûte de pistache et son beurre, crème de céleri aux arômes de truffe  
-  
Magret de canard mariné au piment d'Espelette et son jus au chocolat, poire pochée aux épices, crèmeux de courge

**Duo de fromage**  
de Bernard Mure Ravaud, jeunes pousses d'épinard, vinaigrette fumée

**Dessert**  
Déllice vanillé à la douceur de fruits rouges

**90.00 € par pers**  
Réservez au  
04 76 24 85 85

\*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé et doit être consommé avec modération.



Ma version 1.1

## Menu de la Saint Valentin

*Dites vous je t'aime dans notre jardin*

**Mises en bouche**  
Dégustation d'une déclinaison du foie gras des Jardins

**Entrées**  
Bouillon forestier, morilles, cèpes et girolles aux saveurs d'Asie  
-  
Langoustine flambée au Cognac, pancake moelleux au citron vert, crèmeux de menthe

**Plats**  
Dos de lieu jaune en croûte de pistache et son beurre, crème de céleri aux arômes de truffe  
-  
Magret de canard mariné au piment d'Espelette et son jus au chocolat, poire pochée aux épices, crèmeux de courge

**Duo de fromage**  
de Bernard Mure Ravaud, jeunes pousses d'épinard, vinaigrette fumée

**Dessert**  
Déllice vanillé à la douceur de fruits rouges

**90.00 € par pers**  
Réservez au  
04 76 24 85 85

\*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé et doit être consommé avec modération.



Version finale



Statistique Saint-Valentin



*Galerie photo carte*



*Galerie photo salle*



*Galerie photo bar*





Galerie photo espace



Galerie photo espaceba



Galerie photo table



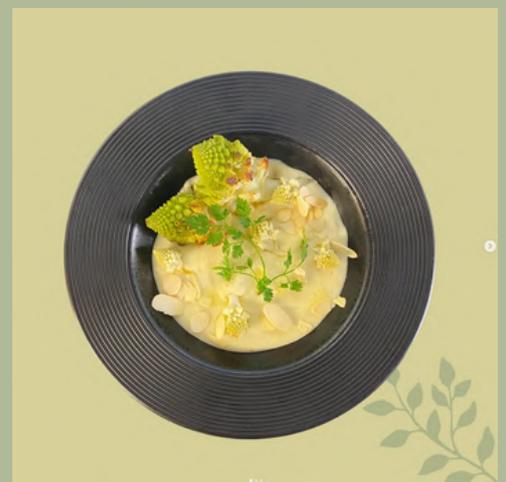
Galerie photo plat 1



Galerie photo plat 3



Galerie photo plat 4



Galerie photo plat 2

## Menu du midi

<b>Plat du jour</b>	<b>15€</b>
<b>Entrée, Plat ou Plat, Dessert</b>	<b>20€</b>
<b>Entrée, Plat et Dessert</b>	<b>25€</b>

### Entrée

Oeuf cocotte à l'Italienne

### Plat

Suprême de volaille,  
crèmeux de chou-fleur, p.d.t grenaille

### Dessert

Tarte tatin revisité,  
glace caramel beurre salé

LES JARDINS  
*De sainte cécile*

Carte menu du midi

## Activité du profil ⓘ

	<b>630</b>
par rapport à la période 5 nov. - 2 févr.	<b>+22,1%</b>
Visites du profil	583 <b>+23,8%</b>
Appuis sur des liens externes	39 <b>-2,5%</b>
Clics sur l'adresse de l'entreprise	8 <b>+60%</b>

Statistique 8 semaines

**Restaurant Les Jardins de Sainte-Cécile**

Le restaurant Les Jardins de Sainte-Cécile, situé en plein cœur de Grenoble, vous accueille dans un cadre à la fois historique et moderne.

Particulier ou professionnel, vous assurez une soirée réussie tout en profitant de l'ambiance paisible et chaleureuse de notre restaurant.

Pour tous vos événements, nous vous offrons un devis personnalisé.

**Cocktail dinatoire**  
Avec privatisation du restaurant  
de 40 à 100 personnes

**Repas soirée**  
Avec privatisation du restaurant  
Cerveau jusqu'à 400 personnes

**La Chapelle de sainte Cécile**

Pour des événements de plus de 100 personnes, attachés à notre restaurant, la chapelle est disponible à la location.

Le service de restauration est assuré par le restaurant Les Jardins de Sainte-Cécile.

**Réception debout**  
170 personnes  
300 avec privatisation du restaurant

**Conférence**  
140 personnes

**Dîner**  
120 personnes  
200 avec privatisation du restaurant

18 Rue de L'Alma, 38000 GRENOBLE

Flyer

**LES JARDINS**  
*De sainte cécile*

**Mardi - Samedi**  
12:00 - 14:30  
19:30 - 22:00

**Contactez nous**  
04 76 24 85 85  
contact@lesjardinsdesaintececile.com  
www.lesjardinsdesaintececile.com

18 Rue de L'Alma, 38000 GRENOBLE

Carte de visite



16,90€

**Nos formules**

Commandez maintenant ! 

Focaccia Végé	Focaccia Fish	Focaccia Met
Pain au vapeur, Ketchup maison, Caviar de moutarde, Oignon frit ou Crème de pistache, Burrata, pesto, Pignon, aubergine, Poivrons grillés + Boisson (au choix)	Ceviche de poisson blanc, Lèche de tigre, Stracciatella, Légumes grillés + Boisson (au choix)	Effiloché de volaille, Caviar de moutarde, Oignon frit ou Basilic, mortadelle, Crème truffe + Boisson (au choix)

Click and Collect

 Contactez nous au : **04 76 24 85 85**  
[contact@lesjardinsdesaintececile.com](mailto:contact@lesjardinsdesaintececile.com)  
[www.lesjardinsdesaintececile.com](http://www.lesjardinsdesaintececile.com)

Formules en ligne

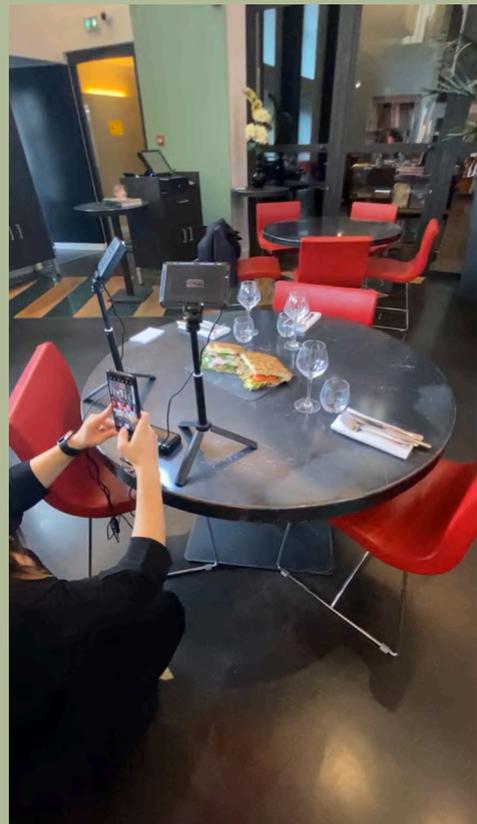


LES JARDINS DE SAINTE CÉCILE

  
RESTAURANT

**NOUVELLE  
CARTE**

Nouvelle carte



Pendant shooting



### Bilan audience

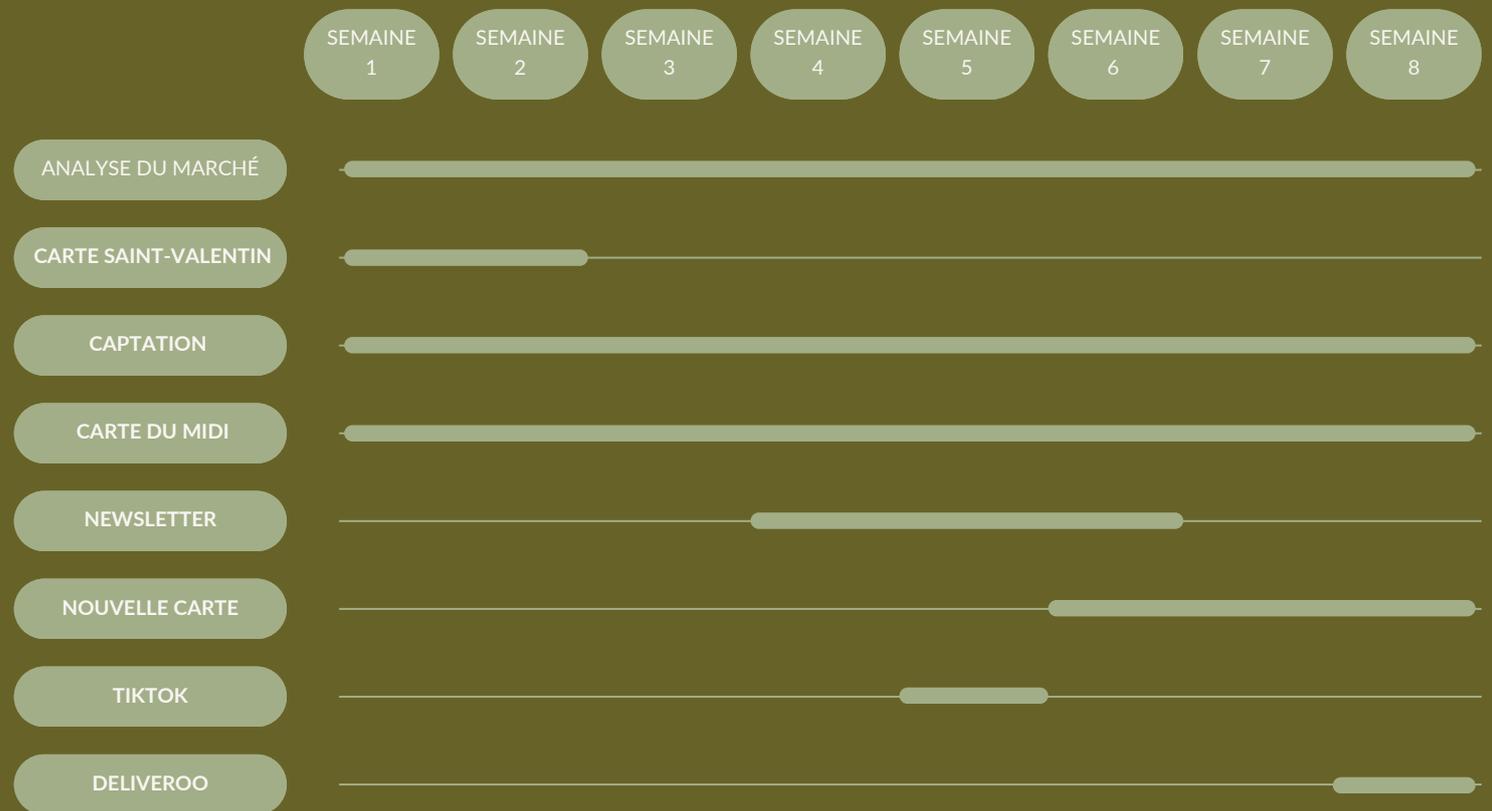


### Bilan vues

# LES JARDINS DE SAINTE CÉCILE

RYAN FLOCARD

## DIAGRAMME DE GANTT



### liens utiles

site web :

<https://www.lesjardinsdesaintececile.com/>

Instagram :

[https://www.instagram.com/lesjardinsdesaintececile?  
igsh=MXVxaG82NHNiNXQ4Nw%3D%3D&utm\\_source=qr](https://www.instagram.com/lesjardinsdesaintececile?igsh=MXVxaG82NHNiNXQ4Nw%3D%3D&utm_source=qr)

Facebook :

[https://www.facebook.com/people/Les-jardins-de-Sainte-  
C%C3%A9cile](https://www.facebook.com/people/Les-jardins-de-Sainte-C%C3%A9cile)

LES JARDINS  
*De sainte cécile* 

# Rapport de stage

Ryan FLOCARD