

# Le bureau du Joli **Chroniques enchantées**

**Un rapport pour  
les gouverner tous**

# SOMMAIRE

*hello*

Je voudrais remercier toute l'équipe du pôle com pour ces deux années d'alternance à leurs côtés.  
Je remercie aussi particulièrement mon tuteur Alexis Bogatchek et Marc Teynier pour tout ce qu'ils ont fait pour moi.  
Merci à mes copines des Restos, elles m'ont beaucoup appris et m'ont fait énormément rire, gros bisous sur elle.

03	Introduction	15
05	Les Restos du Cœur	25
10	Le pôle communication	31
13	Le studio graphique	33
	Mes missions	
	À quoi sert le design en entreprise ?	
	Conclusion	
	Annexe	

# Spoiler : je ne vais pas tout réexpliquer.

*(Parce qu'au bout de deux ans, j'ai mérité un peu de raccourcis, non ?)*



Hello hello moi, c'est **Elisa Clairet**. Je suis étudiante en deuxième année de **mastère Direction Artistique**. J'ai un bachelor en création design effectué à l'IIM avec la troisième année en échange à Dublin. J'ai grâce à ces études, de bonnes connaissances dans les différents **logiciels de création**. J'ai de plus, une bonne connaissance en **dessin et autres arts plastiques** grâce à mon cursus en année préparatoire aux écoles d'arts.

Vous l'aurez compris, ou peut-être pas encore si vous avez loupé l'épisode précédent, je suis en **deuxième année d'alternance aux Restos du Cœur**. Mon premier rapport expliquait déjà en long, en large et en empathie pourquoi j'ai choisi cette alternance, pourquoi le milieu associatif me parle autant. Alors pour cette suite tant attendue, je vous propose une introduction version binge-watcher averti : un résumé express de la saison 1, avant d'entrer dans le vif de la saison 2.

## Previously, on « Elisa chez les Restos »



- Je suis graphiste, formée à l'IIM avec une envie très claire : faire un peu de tout, dans un univers visuel fort, porteur de sens, et surtout, **humain**.
- J'ai grandi avec l'art d'un côté (merci mamie) et des informaticiens de l'autre (merci le reste de la famille), ce qui m'a naturellement conduite vers le graphisme, cet étrange mélange entre **esthétique et logique**.

- Grâce à (ou à cause de) ma mère, je suis tombée dans la marmite associative quand j'étais petite. Quand elle a rejoint les Restos du Cœur, j'ai compris que moi aussi, je voulais participer.
- Après une saga de CV, de lettres et de relances dignes d'un thriller administratif, j'ai décroché une alternance au bureau du Joli des Restos. Une alternance avec du cœur, de la rigueur, et pas mal de jeu de mots.



## Pourquoi continuer en mastère ?

Parce que j'aime apprendre, évoluer, faire mieux et surtout... comprendre pourquoi on fait ce qu'on fait. Le graphisme n'est pas qu'une compétence, c'est une responsabilité, notamment quand il s'agit de la communication en association.

Après deux années d'alternance, je sais que je veux aller encore plus loin, maîtriser davantage la direction artistique et la gestion de projet, et faire de ce métier un engagement personnel et professionnel.

## Mes objectifs ?

Évidemment, mon premier objectif est d'**approfondir mes compétences** techniques (DA, print, motion...).

Ensuite c'est de **m'épanouir dans ce que je fais**. D'avoir le sentiment que mon travail est **cohérent avec son public, son contexte, et ses enjeux**. Ne pas faire du beau juste pour le beau, mais penser chaque visuel pour ceux qui vont l'utiliser : une bénévole pressée, une personne non-francophone, quelqu'un qui imprime en noir et blanc avec deux cartouches sur quatre à sec. Bref : faire du design **utile, accessible et intelligent**.

Et puis, j'ai envie de grandir. Pas juste en années d'études, mais en confiance. Pouvoir **me débrouiller seule**, savoir gérer un projet de A à Z, oser faire des choix, les défendre, et même (parfois) les assumer quand ils plantent.

Dans la conclusion, je reviendrai sur ces objectifs pour voir ce que j'ai vraiment coché... ou pas... suspens.

# LES RESTOS DU COEUR UN ENVIRONNEMENT

Travailler aux Restos du Cœur, ce n'est pas juste «faire son alternance dans une asso». C'est entrer dans un écosystème, avec une culture d'engagement, une organisation aussi complexe que bien huilée, et une mission profondément humaine : lutter contre l'exclusion sous toutes ses formes.

## Une association née d'un cri du cœur

Tout commence en 1985 avec un micro et un homme au franc-parler : Coluche. En lançant un appel à la solidarité à la radio, il déclenche une mobilisation nationale pour offrir des repas aux plus démunis. Aujourd'hui, **40 ans plus tard**, les Restos du Cœur sont devenus un acteur central de l'aide alimentaire et de l'accompagnement social en France.

Mais ils ne se sont pas arrêtés à la distribution de repas.

Aujourd'hui, l'association agit aussi dans les domaines du logement, de l'insertion, de l'accès aux droits, de la santé, de l'éducation, de l'accompagnement des enfants, et même de la culture. Et toujours avec la même idée : aller à la rencontre des personnes en difficulté pour les aider à **retrouver un chemin vers l'autonomie**.



## Une organisation nationale... mais humaine

L'Association Nationale (où je travaille) chapeaute l'ensemble du réseau. Les décisions se prennent entre bénévoles et salariés, les rôles sont définis, mais la convivialité est omniprésente. Et le tutoiement est automatique.

## UNE ORGANISATION EN TROIS NIVEAUX

### ASSOCIATION NATIONALE (SIÈGE)

Le conseil d'administration national définit chaque mois la stratégie générale, relayée par un bureau permanent et une équipe de salariés et de bénévoles.

### DÉLÉGATIONS RÉGIONALES (DR)

Au nombre de 11, elles déclinent le projet national dans chaque grande région, coordonnent les Associations Départementales, et veillent à l'harmonisation des actions.

### ASSOCIATIONS DÉPARTEMENTALES (AD) ET CENTRES D'ACTIVITÉ

111 AD, juridiquement autonomes, animent 2 343 centres de distribution et d'accompagnement. Chaque AD adapte l'aide aux réalités locales (aide alimentaire, chantiers d'insertion, accueil de jour...).



# L'ORGANISATION DES RESTOS DU CŒUR\*

1 Association nationale

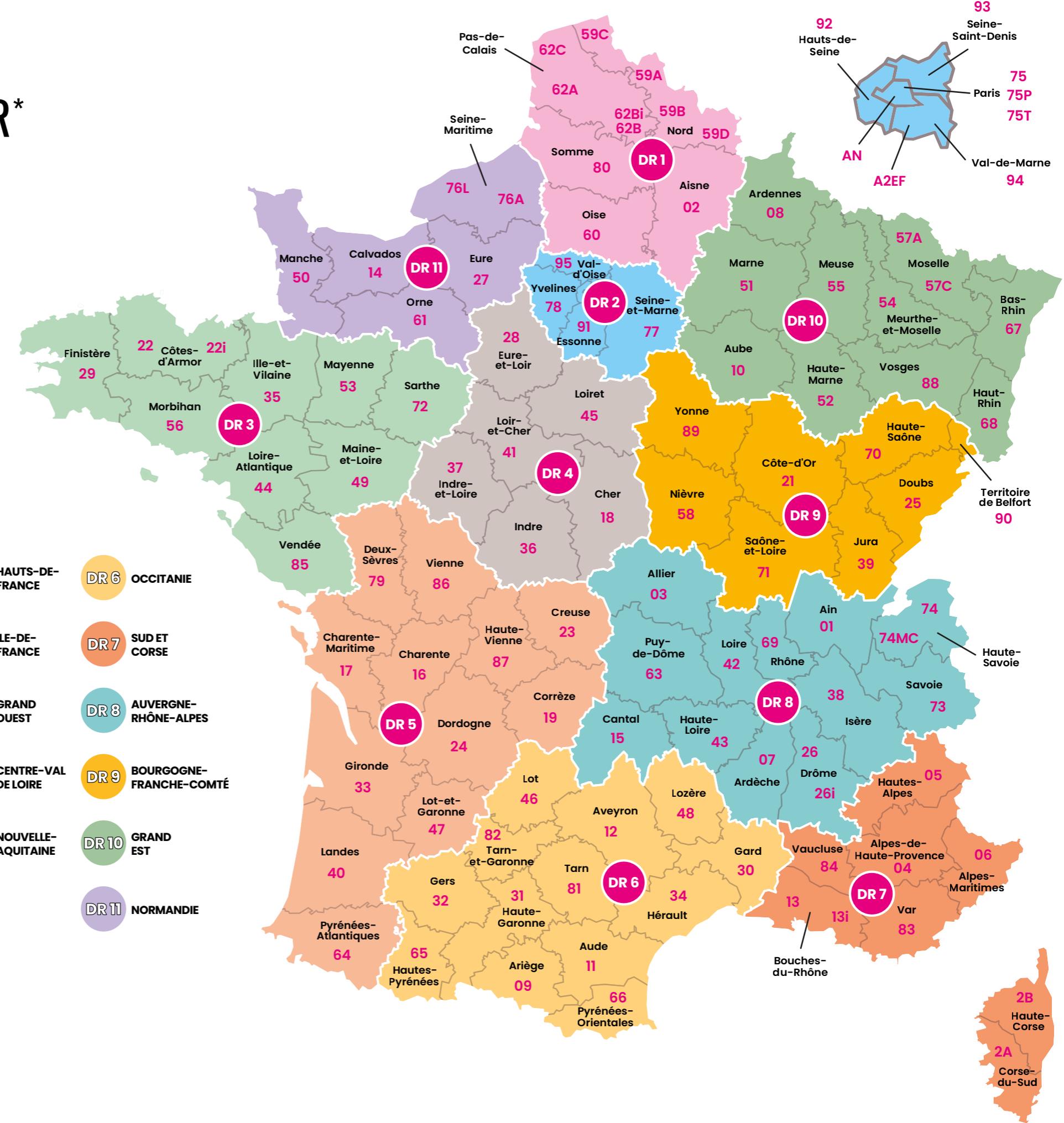
11 Délégations Régionales

POUR UNE DYNAMIQUE TERRITORIALE DE PROXIMITÉ

111 Associations Départementales

SUR TOUTE LA FRANCE MÉTROPOLITaine

- DR 1 HAUTS-DE-FRANCE
- DR 2 ÎLE-DE-FRANCE
- DR 3 GRAND OUEST
- DR 4 CENTRE-VAL DE LOIRE
- DR 5 NOUVELLE-AQUITAINE
- DR 6 OCCITANIE
- DR 7 SUD ET CORSE
- DR 8 AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
- DR 9 BOURGOGNE-FRANCHE-COMté
- DR 10 GRAND EST
- DR 11 NORMANDIE



## Un réseau humain et bénévole

- Plus de **75 000 bénévoles** réguliers et 30 000 occasionnels.
- Les salariés sont généralement en binôme avec un bénévole, garantissant la transmission des savoir-faire et la complémentarité des compétences.

L'association nationale est structurée autour de nombreux pôles (communication, informatique, insertion, logistique, alimentation, RH...), chacun avec ses propres missions, interactions et urgences. Le bénévolat est le pilier : un salarié est doublé d'un ou d'une bénévole, et beaucoup de missions se font à deux têtes. C'est une vraie richesse, et sur le terrain ce sont les bénévoles qui font battre le cœur de l'asso, ils font la partie la plus importante et utile.

## Contexte et actualité : la solidarité sous pression

Depuis la pandémie, la précarité a explosé. En 2023, les Restos ont alerté publiquement sur une **situation critique** : les besoins augmentent, les ressources stagnent, voire diminuent. Le président Patrice Douret est allé jusqu'à interpeller l'opinion lors du 13h de TF1, ce qui est très rare pour l'association. Cette prise de parole visait à réveiller les acteurs économiques et politiques, alors que la demande d'aide n'a jamais été aussi forte.

À cela s'ajoute un contexte économique tendu (inflation, crise énergétique,...), qui fragilise encore plus les plus vulnérables. Aujourd'hui, l'ensemble des familles accueillies aux Restos vit en dessous du seuil de pauvreté, et près d'un million de personnes poussent chaque année la porte des Restos.



# Bienvenue !

Ma deuxième année d'alternance s'est déroulée dans le cadre d'un moment fort pour l'association : **la 40<sup>e</sup> campagne des Restos**, qui précède aussi les 40 ans de leur création, célébrés le 26 septembre 2025.

Pour marquer cet anniversaire, plusieurs initiatives ont vu le jour. Notamment, le retour du **chapiteau à Gennevilliers**, là où tout a commencé en 1985 avec Coluche. Ce lieu symbolique a accueilli, du 23 au 30 novembre, une exposition immersive et pédagogique retraçant l'histoire des Restos, à travers des photos d'archives, des témoignages et la reconstitution d'un centre d'accueil type. Une manière de rappeler d'où viennent les Restos... et pourquoi ils existent toujours aujourd'hui.



Autre événement marquant : l'exposition photographique "**C'est l'histoire d'un pauvre...**" présentée par l'Agence France-Presse (AFP) dans sa galerie parisienne, du 27 février au 5 avril 2025. Cette exposition inédite offrait un regard sur les visages de la précarité dans la France des années 1980, avec 40 images issues de l'AFP, des objets et des documents d'époque. Des SDF, des ouvriers licenciés, des jeunes sans repères... mis en parallèle avec des portraits d'aujourd'hui, soulignant que la pauvreté

“

**Cette série permet de s'interroger sur le regard que l'on pose 40 ans plus tard sur la pauvreté et la précarité.**

*Marielle Eudes, directrice de la galerie AFP*

”



s'est enracinée, parfois banalisée. Après Paris, l'exposition s'est tenue (et encore pendant l'écriture de ce rapport) dans plusieurs autres grandes villes de France, chacune importante dans l'histoire de l'association.



Pour les Restos, cette exposition était bien plus qu'un hommage : c'était un rappel nécessaire, de ce qui a motivé la création de l'association... et de ce qui la rend encore indispensable aujourd'hui. Elle montrait aussi que la mission n'a pas changé, même si les formes d'aide, elles, ont évolué.

[Vidéo qui explique l'exposition](#)

## Des rendez-vous annuels structurants

L'année des Restos est rythmée par plusieurs événements incontournables, fédérateurs et médiatiques :

- Les **Enfoirés** (fin janvier) : concert caritatif avec de grandes personnalités publiques
- La **collecte des Restos** (mars) : grand week-end de mobilisation dans tous les supermarchés, pour récolter denrées et don
- **Radio Restos** (septembre) : webradio éphémère mobilisant personnalités et bénévoles, pour collecter des fonds et sensibiliser
- Le **lancement de campagne** (novembre) : Marquée par un slogan et une communication forte chaque année autour d'un sujet lié au combat de l'association



Radio Restos, Enfoirés, collecte et campagne se complètent pour maintenir un lien constant avec le grand public et les partenaires.



## Ce qui rend l'association unique

Ce qui frappe en travaillant ici, c'est la cohérence entre les valeurs affichées et la réalité du terrain. On parle ici de sobriété visuelle, de rigueur dans les dépenses, et de communication utile. Tout est pensé pour être compréhensible, accessible. Le tout avec une vigilance constante sur la neutralité politique et religieuse, sur la dignité des personnes accueillies.

## Une structure qui évolue

Les Restos, ce n'est pas une vieille machine figée. Ces dernières années, l'association s'est modernisée : refonte de l'organisation interne, développement du numérique, création de nouveaux supports plus inclusifs et accessibles, et réflexion sur l'impact environnemental des actions menées. Le pôle communication, s'est agrandi et professionnalisé. On y gère aussi bien des campagnes nationales que des demandes très concrètes de terrain, dans un esprit de solidarité et d'entraide inter-pôles.



# LE PÔLE COMMUNICATION NOTRE CUISINE DES RESTOS



L'année dernière, j'avais parlé de notre pôle com comme d'une forêt enchantée. Cette année, je préfère l'imaginer comme la cuisine d'un grand restaurant (Restos du Cœur... restaurants).

*Je préviens, je ne suis pas la plus calée sur le monde de la restauration.*

**Les deux chefs de brigade** : un salarié et un bénévole, véritables maîtres de cuisine qui veillent à l'harmonisation des saveurs.



Manon B. qui était 6 mois en CDD avec nous <3

**Les sous-chefs internes** : une commise salariée, une commise bénévole et une apprentie.  
**Leur mission ?** Prendre toutes les commandes internes, du siège jusqu'à chaque AD, orchestrer la diffusion des infos et des outils, et faire vivre l'intranet, notre grand livre de recettes collaboratif.

**Les sous-chefs externes : deux cheffes de partie (presse & médias d'un côté, numérique & réseaux de l'autre), épaulées par une apprentie et cinq commis bénévoles (rédaction, modération,...).**

Elles gèrent toutes les commandes destinées au grand public : relations presse, sites AD, animations social media, tournages, co-créations de docs avec les autres pôles...  
Bref, tout ce qui fait parler des Restos hors de nos murs.



# LE STUDIO GRAPHIQUE OU LE « BUREAU DU JOLI »



On est un peu les commis multi-usage : on passe de la soupe interne aux amuse-bouches externes, on adapte nos plats selon les régimes (végé, vegan, sans gluten....) et les supports (Word, PowerPoint, InDesign, Illustrator, After Effects, Premiere Pro...). On ne refait pas le menu à chaque fois, mais on épice, on améliore, on crée, on met à jour. Toujours en jaugeant les ingrédients pour un résultat logique, éthique et... délicieux à l'œil.s

Mais attention, on ne reçoit pas les demandes comme ça, en direct live. **Il y a une chaîne de validation.** Les demandes passent d'abord par nos chefs de pôle, ou par les fameuses Aurélie (celle de la com interne, celle de la com externe, un vrai duo de choc).

L'idée, c'est de filtrer ce qui est prêt à être maquetté, ce qui a encore besoin d'un peu de cuisson, ou ce qui n'est tout simplement pas dans notre périmètre. Mais bon, la vie étant ce qu'elle est, il y a parfois des allers-retours, des oublis, des trucs qui changent en cours de route. On reçoit de temps en temps des demandes de bénévole sur le terrain qui nous contacte directement, et ce sont souvent des petites questions, de l'aide sur un document, des éléments qu'ils ne trouvent pas sur l'intranet. Généralement ça nous prend peu de temps et après tout **nous sommes là pour ça.**



# **Une mission permanente : la cohérence visuelle**

Une de nos missions fil rouge, c'est d'unifier tout ce qui sort du studio. Grâce à Alexis, on a posé les bases d'une vraie cohérence graphique. Alexis a proposé de réintégrer **le rond** dans nos créations, en clin d'œil au logo des Restos. Résultat : on l'utilise partout. En masque photo, en encadré, en icône, en fond. Ça dynamise, ça apporte de la douceur, de la rondeur (et accessoirement, ça évite l'effet trop sérieux et renfermé).

Mais surtout, on réfléchit. À qui est destiné le document? Est-ce qu'il sera lu sur écran? Imprimé en noir et blanc? Sur une vieille imprimante de centre d'accueil? Est-ce qu'il est compréhensible? Est-ce qu'on n'a pas mis trop d'infos d'un coup? Est-ce qu'on respecte les bases de l'éco-conception? Quand j'y réfléchis, on applique quelques **règles du design de Dieter Rams**.

Et quand quelqu'un nous demande « un flyer urgent » alors que c'est un PDF pour un mail interne, on le dit. On propose autre chose. Plus efficace. Moins coûteux. Et surtout, utile. Parce que notre but, ce n'est pas que ce soit joli en vitrine, c'est que ce soit utilisé.

# **Les 10 commandements d'un bon design par Dieter Rams**

- 
  - 1. Un bon design est innovant
  - 2. Un bon design rend un produit utile
  - 3. Un bon design est esthétique
  - 4. Un bon design rend un produit compréhensible
  - 5. Un bon design est discret
  - 6. Un bon design est honnête
  - 7. Un bon design est durable
  - 8. Un bon design est approfondi, jusqu'aux moindres détails
  - 9. Un bon design est respectueux de son environnement
  - 10. Un bon design est le minimum de design possible



# Travailler mieux, pour aujourd’hui et pour demain

Une mission permanente du studio, c'est aussi de **travailler plus intelligemment**. Avec Alexis, on prend le temps de mieux organiser les fichiers, de mieux les nommer, de mieux les ranger. L'idée, c'est de penser aux suivants : les futurs alternants, ceux qui reprendront nos projets dans un an, deux ans... ou même nous-mêmes, dans quelques mois, quand on aura oublié où était rangé ce fichu fichier .ai.

Par exemple, je monte plusieurs vidéos pour la com interne, à partir d'interviews de bénévoles. Et pour optimiser la prod, j'ai créé un dossier "base" contenant tout ce qu'il faut : les fichiers After Effects avec les animations prêtes, les panneaux, la musique, un projet Premiere avec les

éléments déjà calés. Il suffit de copier-coller le dossier, et hop, on peut commencer à monter direct. Pas besoin de tout refaire à chaque fois. Le but : **gagner du temps plus tard en prenant un peu plus de temps maintenant.**

Et ça vaut aussi pour les anciens fichiers. Parfois, il y a juste deux modifs à faire, mais le fichier de base est mal construit, et mal rangé. Alors on ne se contente pas de bricoler vite fait. On **reprend tout proprement**, on remaquette sur le bon logiciel, on regroupe ce qui peut l'être. On ne bosse pas que pour aujourd'hui, on bosse aussi pour demain. **Pour ceux qui suivront.** Et franchement, ça change la vie.

# METTRE EN IMAGES LA NOUVELLE AIDE DES RESTOS

Faire une vidéo, ce n'est jamais anodin. Et encore moins quand il s'agit d'expliquer à plus de 75 000 bénévoles, dans plus de 2000 lieux d'accueil partout en France, ce qui change concrètement dans le fonctionnement des Restos.

Alors quand on m'a confié la réalisation d'un film pour expliquer la Nouvelle aide des Restos, j'ai tout de suite compris que ce ne serait pas juste une question d'habillage graphique ou de choix de musique sympa. Il fallait transmettre un changement de cap, tout en respectant le ton juste, ni alarmiste, ni institutionnel, ni "com' pour la com".

Un assez gros chantier. Important. Mais pas forcément simple à expliquer. Alors, comment résumer tout ça en quelques minutes, sans perdre les gens, tout en respectant le ton, les valeurs, et la complexité du sujet ? Voilà tout l'enjeu.

On va voir comment s'est passé le projet : le brief, le concept, le style graphique, les choix de narration, les allers-retours avec l'équipe...



## Pourquoi une "nouvelle aide" ?

La 40<sup>e</sup> campagne des Restos, ce n'est pas une campagne comme les autres. D'abord, parce qu'elle succède à une année très difficile : un afflux massif, des critères de sélection plus stricts, et pour la première fois... plus de 110 000 personnes refusées.

Ensuite, parce qu'elle marque une volonté d'évolution profonde, construite sur des mois de travail, d'études, de consultation terrain. Avec une seule idée en tête : répondre plus dignement et plus efficacement à la réalité de la pauvreté aujourd'hui.

Face à ça, les Restos ont élaboré un nouveau socle d'aide, mieux pensé, plus équitable, plus structuré. Il repose sur cinq mesures clés :

- **Un barème unique** pour simplifier l'aide tout au long de l'année.
- Un dispositif spécifique **petite enfance**, pour casser le cycle de pauvreté dès le départ.
- Un soutien renforcé aux **familles monoparentales**, souvent en première ligne.
- Une prise en compte des situations de **mal-logement**, avec un forfait de charges.
- Une **répartition plus équitable** de l'aide alimentaire entre familles et personnes seules.

Bref, un chantier essentiel et pas si simple à résumer.



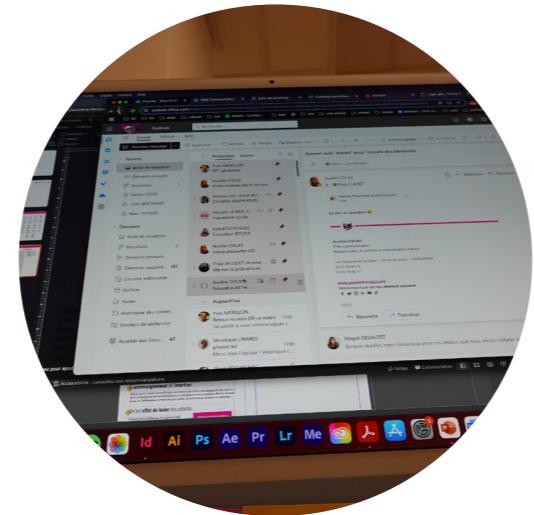
# Une vidéo pour tout dire... sans tout balancer

La vidéo que j'ai réalisée devait donc faire le lien entre les intentions du siège, la réalité du terrain et les besoins en communication des bénévoles. Elle devait être pédagogique sans être scolaire, engageante sans surjouer l'émotion, technique sans perdre personne.

L'objectif : que chaque bénévole, salarié ou membre de l'association comprenne pourquoi on parle de "**Nouvelle aide**", ce que ça implique pour eux, pour les personnes accueillies, et comment ça se met en place concrètement.

Dans les parties qui suivent, je vais détailler comment j'ai abordé cette mission :

- Le brief initial et les contraintes de fond,
- Les choix narratifs et graphiques,
- Les retours, ajustements, échanges d'équipe,
- Et ce que j'ai appris en chemin.



Fin juillet. Je reçois un brief de la com interne : il faut une vidéo en motion design pour expliquer la Nouvelle Aide des Restos. Cool. Petit détail : elle doit expliquer un changement majeur, être compréhensible par tous (70 000 bénévoles quand même), sans être ennuyeuse, ni trop légère. Bon. Challenge accepté.

Le brief était structuré autour de sept parties : c'est quoi la nouvelle aide, ce qu'il y a dedans, ce qui change, pour qui c'est, pourquoi c'est mieux, avec un focus sur les familles monoparentales, la petite enfance, et une conclusion qui renvoie vers un guide complet. On m'envoie un script. Il a été relu, validé... sauf que certaines parties sont incohérentes. Mais on me dit "ça passera". Spoiler : ça n'est pas passé.

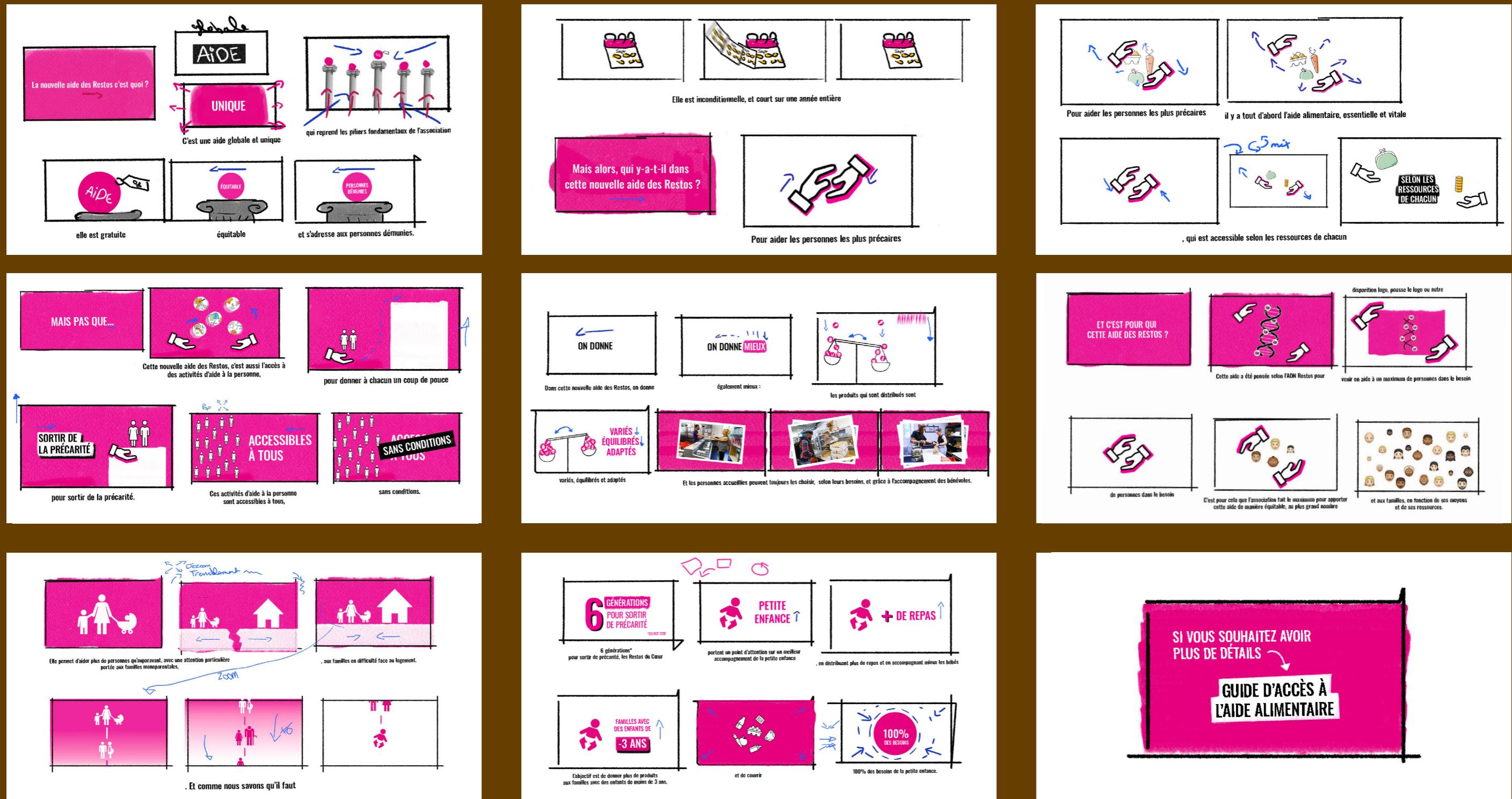
## Script Motion Design

1. (La nouvelle aide des Restos c'est quoi ?) C'est une aide globale et unique, qui reprend les piliers fondamentaux de l'association : elle est gratuite, équitable, et s'adresse aux personnes démunies. Elle est inconditionnelle, et court sur une année entière – (de septembre à septembre?).
2. (Mais alors, qui y-a-t-il dans cette nouvelle aide des Restos ?) Pour aider les personnes les plus précaires, il y a tout d'abord l'aide alimentaire, essentielle et vitale, qui est accessible selon les ressources de chacun. Mais pas que... Cette nouvelle aide des Restos, c'est aussi l'accès à des activités d'aide à la personne, pour donner à chacun un coup de pouce pour sortir de la précarité. Ces activités d'aide à la personne sont accessibles à tous, sans conditions.
3. Dans cette nouvelle aide des Restos, on donne également mieux : les produits qui sont distribués sont variés, équilibrés et adaptés. Et les personnes accueillies peuvent toujours les choisir, selon leurs besoins, et grâce à l'accompagnement des bénévoles.
4. (Et c'est pour qui cette aide des Restos ?) Cette aide a été pensée selon l'ADN Restos pour venir en aide à un maximum de personnes dans le besoin. C'est pour cela que l'association fait le maximum pour apporter cette aide de manière équitable, au plus grand nombre et aux familles, en fonction de ses moyens et de ses ressources.
5. Elle permet d'aider plus de personnes qu'auparavant, avec une attention particulière portée aux familles monoparentales, aux familles en difficulté face au logement.
6. Et comme nous savons qu'il faut 6 générations\* pour sortir de précarité, les Restos du Cœur portent un point d'attention sur un meilleur accompagnement de la petite enfance, en distribuant plus de repas et en accompagnant mieux les bébés. L'objectif est de donner plus de produits aux familles avec des enfants de moins de 3 ans, et de couvrir 100% des besoins de la petite enfance.
7. Si vous souhaitez avoir plus de détails, n'hésitez pas à vous référer au guide d'accès à l'aide alimentaire

\*Source OCDE

Je commence donc par faire un storyboard sur Illustrator. Chaque phrase a sa scène. Je veux quelque chose de simple, avec des pictos déjà utilisés aux Restos, un fond blanc ou rose, de la typo animée. Un style épuré, pas bling-bling. L'idée : rester **clair, ludique**, sans tomber dans le PowerPoint ennuyeux.

Je montre le storyboard à Alexis, puis on le présente aux chefs de pôles. Vu la taille du projet, il fallait tout valider avant de passer au motion design. Les retours sont globalement positifs. Quelques modifs de script, quelques ajustements visuels, et feu vert.



Je prépare tous les éléments dans Illustrator, je cherche une musique, des images, et comme on n'a pas encore la voix off, je génère une version IA pour caler mes timings. Une fois les premières animations faites sur After Effects, je peux enregistrer avec Théa (alternante en com interne). Elle assure. On enregistre la voix proprement, et fin août, j'envoie une première version complète.

Je reçois les premiers retours. Certains passages sont trop rapides, d'autres trop lents, la musique ne porte pas assez le message, et la voix off, pourtant validée, ne colle pas vraiment. Incohérences, certains passages sont durs à comprendre. Résultat : le script est réécrit. On enregistre. Puis, on remonte. On recommence. Beaucoup d'allers-retours, beaucoup de versions, et une grosse inquiétude : perdre notre voix off.

Théa, "ma" comédienne pour la voix, terminait son contrat fin août. Une fois partie, impossible de refaire un enregistrement avec elle. Et pendant que les jours passaient à toute vitesse, moi, j'essayais d'alerter : il me faut un script validé, une bonne fois pour toutes. Sans ça, chaque modification devient un casse-tête.

Le souci, c'est que les voix off enregistrées à différents moments ne sonnaient pas pareil. Ça s'entendait. Donc il a fallu mixer les voix, retoucher, tricher un peu pour donner l'illusion d'un seul enregistrement fluide. Je réanime ensuite une bonne partie de la vidéo. Un vrai chantier.

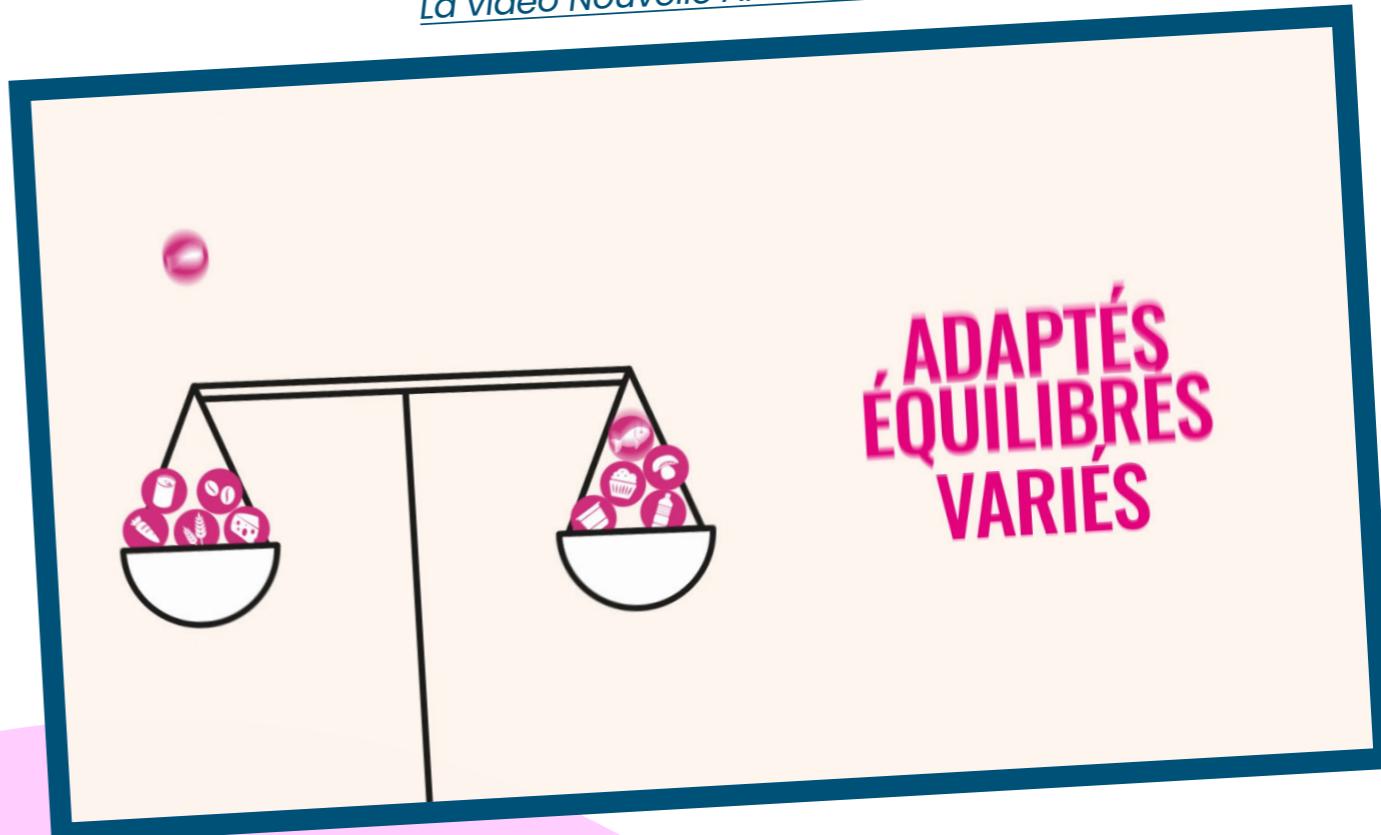


Théa

Mais à la fin, on y arrive. La vidéo est prête. Elle est projetée sur grand écran au théâtre Mogador, pour le lancement de campagne. J'étais fière. Un peu épuisée. Mais au final tout a bien fini.

Ce projet m'a beaucoup appris. Que préparer, c'est bien. Mais que prévenir, c'est encore mieux. J'aurais dû insister sur les incohérences du script au départ. Ça m'aurait évité de devoir tout refaire. Mais bon, c'est comme ça qu'on apprend. J'ai adoré faire une vidéo aussi importante, aussi longue. J'ai dû me challenger techniquement, trouver des solutions créatives, guider une comédienne, et surtout, rester zen dans le chaos.

[La vidéo Nouvelle Aide des Restos](#)



# LE GUIDE DU BÉNÉVOLAT PONCTUEL L'ALCHIMIE DU JOLI PDF

Chaque année, une tonne de documents est à revoir, corriger, mettre à jour, revoir la mise en page. Et chaque année, c'est un peu le grand ménage de printemps du studio. Un des projets dont je me suis occupée, c'était un tout nouveau guide : celui du bénévolat ponctuel.

La com interne m'a transmis un PowerPoint réalisé par le service Parcours de bénévoles, déjà validé côté contenu. À première vue, tout y était : les infos, les blocs de texte, quelques tentatives de mise en forme. Mais visuellement, disons que ce n'était pas encore très engageant. Il y avait un peu de travail pour transformer ça en un vrai document agréable à lire, cohérent avec notre charte, et surtout utilisable sur le terrain.

Alors, j'ai commencé à bosser. Papier, crayon. J'ai imprimé le PowerPoint, regardé ce qu'on avait déjà fait sur des sujets similaires, notamment des docs signés Alexis (aka modèle absolu du bon goût en mise en page). J'ai regardé les logiques de composition, comment les textes sont hiérarchisés, comment les visuels prennent place dans une page, comment on joue avec les ronds pour aérer et structurer.

PowerPoint fait par le service Parcours de bénévoles



**Exemple de mises en pages faites par Alexis**

Puis direction InDesign. J'ai défini mes styles : taille des titres, corps de texte, interlignage, marges. J'ai esquissé des gabarits, testé des compositions. J'ai tenté des placements de photos, équilibré les textes, intégré quelques pictos ici et là, notamment pour illustrer certaines infos.

Mais là, souci : les photos. On n'a pas beaucoup de visuels représentant le bénévolat ponctuel. La plupart sont des photos de la collecte, qu'on voit partout. Et là, dans ce guide, justement, on explique que le bénévolat ponctuel, ce n'est pas QUE la collecte. Donc j'ai dû fouiller dans Keepeek, notre base de données photo, pour trouver des images qui fassent sens, qui ne mentent pas, mais qui évoquent une diversité de missions. Portraits, scènes de vie, bénévoles à l'action... j'ai fait au mieux.

## CE QU'ON RETIEN EN UN COUP D'OEIL DE CE PREMIER VOLET D'ÉTUDE D'IMPACT



**GUIDE**

## Bénévolat ponctuel

Chaque engagement,  
quelle que soit  
sa durée, compte

**IDÉES REÇUES**

- Les bénévoles ponctuels ne sont pas flexibles, donc c'est difficile d'avoir de la disponibilité sur le planning.
- Ils prennent trop de temps à former et à accompagner alors qu'ils ne vont pas rester dans les équipes.
- Ils ne se positionnent pas sur des missions qui oublient qu'ils sont des ambassadeurs des Restos, et qu'ils doivent donc être intégrés et sensibilisés à nos valeurs et missions sociales.
- Ils ne sont pas engagés sur le projet Restos.
- Les bénévoles ponctuels qui nous rejoignent sont souvent des personnes moins ou de disponibilités et qui ont choisi ce volontariat temporaire pour diverses raisons : à leur échelle, l'engagement est irrégulier.
- Même si les bénévoles pour l'opération et l'équipe à la charte des bénévoles Restos peuvent profiter de ce temps pour votre expérience.
- On ne sait pas sur quelles missions l'équipe dans la cohésion est défaillante.
- Ils n'ont pas le temps de s'intégrer dans l'équipe dans la cohésion est défaillante.
- En accueillant ces bénévoles ponctuels, on entraîne les volontaires Restos d'accueils, et chaque fois plus ouvertes (diversité d'engagement), des personnes de la vie, des temps les moments de convivialité (généralement, toutes).

GUIDE BÉNÉVOLAT PONCTUEL RESTOS DU COEUR 5

### 1. LE BÉNÉVOLAT PONCTUEL AUX RESTOS ?

**DÉFINITION RESTOS DU BÉNÉVOLE PONCTUEL**

Appelé également bénévole occasionnel ou bénévolat d'un jour, il définit un bénévole qui rejoint les Restos pour une durée limitée pouvant aller de quelques heures à un mois d'affilé maximum. Ce bénévolat, ou le temps d'un événement (ex: Collecte des Restos ou Opération Paquets Cadeaux), les bénévoles ponctuels de ce qui participent à plusieurs répétées, à l'image des Restos.

Nous sommes engagés et fiers d'aider les Restos. C'est que l'on a aimé : c'est les sourires des gens que l'on aide, c'est ça notre récompense. Mathéa, Laura, Marion et Loura, lydiens engagés à nos côtés le temps des vacances d'été.

**LES CHIFFRES DU BÉNÉVOLAT PONCTUEL AUX RESTOS**

**50%**  
des candidats au bénévolat sur le site des Restos ont des disponibilités ponctuelles

**EN 2023/2024 :**  
**75000** bénévoles réguliers  
**30000** bénévoles ponctuels\*

\*Nombre de bénévoles ponctuels renseignés dans PARCOEUR.

GUIDE BÉNÉVOLAT PONCTUEL RESTOS DU COEUR 4

### UNE OPPORTUNITÉ POUR LES RESTOS

Un peu, beaucoup, passionnément... Tous les temps d'engagement sont bons. Ces temps offrent la possibilité à l'association et permettent la réalisation de notre projet solidaire vis à vis des personnes accueillies. Ces bénévoles de renfort permettent :

- de solliciter moins souvent les équipes régulières, en formant par exemple des binômes constitués d'un bénévole confirmé avec un bénévole novice. Ex: actions de ramassage...
- de soulager les missions en leur confiant des tâches «courtes» ou avec une paix en main rapide. Ex: bénévole ponctuel qui enregistre les listes des bénévoles collecte dans PARCOEUR...
- d'assurer des remplacements pendant les petites et grandes vacances pendant des pauses des équipes régulières. «ils sont autant à l'aise que les autres après quelques heures»
- de proposer des activités, des animations supplémentaires en fonction de leur savoir-faire. Ex: atelier pour réaliser des CV, animation musicale, théâtre...
- d'emballer le lieu d'accueil en constituant des groupes de bénévoles ponctuels. Ex: rangement, tri, classement, petits travaux de rénovation, peinture...
- de s'enrichir collectivement de nouvelles idées, projets, expériences...
- de transmettre les savoir-faire, les valeurs et le projet des Restos et ainsi de créer une nouvelle communauté d'ambassadeurs (futur donneur, futur bénévole...).

**3. QUELLES MISSIONS LEUR CONFIER ?**

**DE NOMBREUSES MISSIONS SUR TOUS LES LIEUX**

On a commencé à intégrer des bénévoles ponctuels lors de la période COVID, pour remplacer les bénévoles de plus de 60 ans. Depuis, c'est devenu un mode de bénévolat indispensable au fonctionnement des équipes, en centres et à l'entrepôt. Les années précédentes nous avons accueillis en moyenne 2 000 bénévoles ponctuels. Parmi eux près de la moitié sont revenus plusieurs fois.

Témoignage de l'ADS/

Pour vous aider à identifier d'autres missions que vous pourrez leur confier voici quelques exemples issus des pratiques de terrain.

**EN ENTREPÔT**  
Préparation des commandes, inventaire, tri de denrées...

**EN CENTRE D'ACTIVITÉS**  
Distribution alimentaire, animation du coin enfants, accompagnement lors des événements pour faire des repas, préparation des repas, distribution, bilan pour accompagner un bénévole plus confirmé sur des ramassages, animation et atelier spectaculaire...

**AU SIÈGE DES AD**  
Selon leurs savoir-faire, appui administratif, réponse aux mails, saisie informationnelle, préparation des repas lors d'événements des abonnements de frais...

Retrouvez sur internet en cliquant ici un tableau qui regroupe des idées de missions à confier à ce type d'engagement.

GUIDE BÉNÉVOLAT PONCTUEL RESTOS DU COEUR 7

GUIDE BÉNÉVOLAT PONCTUEL RESTOS DU COEUR 8

J'ai envoyé une première version à la com interne, qui a transmis au service demandeur. Les retours ont été nombreux : reformulations, relectures faites en groupe de travail, discussions sur les photos, les tournures, le ton... Rien d'anormal, mais beaucoup de petites modifs. Puis deuxième version. Et re-retours. Notamment sur une page où ils voulaient intégrer la vraie fiche de mission.

Problème : visuellement, ce n'était pas lisible. La fiche est trop dense. Alors j'ai proposé une alternative : mettre un visuel simplifié, avec des infos-types, et ajouter une miniature de la vraie fiche avec un lien vers l'intranet. Plus clair, plus lisible, et surtout plus utile. Une fois les derniers retours reçus, j'étais en cours, donc c'est Alexis qui a finalisé le document avec les ajustements restants.

### RÉDIGER DES FICHES DE MISSIONS

Même si les engagements sont plus courts, les bénévoles qui nous rejoignent ont besoin de savoir ce que l'on attend concrètement d'eux le temps de leur mission. C'est pourquoi il est important de leur décrire la mission en amont et le jour de leur arrivée !

Retrouvez sur Intranet en cliquant ici un modèle de **fiche de mission bénévolat ponctuel** à personnaliser selon vos besoins et en cliquant quelques **fiches prêtes à l'emploi**.

GUIDE BÉNÉVOLAT PONCTUEL RESTOS DU COEUR 9

### UN EXEMPLE POUR S'INSPIRER

**INITIÉ**  
Bénévole pour décharger et trier des denrées alimentaires  
Viens découvrir les coulisses de la logistique qui se cache derrière les distributions alimentaires des Restos du Cœur !

**CONTEXTE POUR DONNER DU SENS À L'ACTION**  
Les denrées récupérées sont triées dans un entrepôt des Restos avant d'être envoyées sur les lieux de distribution. Elles seront proposées des denrées aux personnes qui en ont besoin.

**MISSION & ACTIVITÉS (être très concréte)**  
Réceptionner les denrées à l'arrivée des camions,  
Trier les denrées collectées en fonction des dates de consommation,  
Préparer les camions pour le transfert des denrées vers les centres de distribution.

**INFORMATIONS PRATIQUES**  
Cette action est accessible à partir de 16 ans avec une autorisation parentale ou à partir de 14 ans en famille.  
Engagement demandé : 3h  
Déjeuner : Pour le créneau du matin, tu peux apporter un casse-crûte et déjeuner avec l'équipe sur place,  
Adresse : xxxx  
Transport en commun le plus proche : xxx

GUIDE BÉNÉVOLAT PONCTUEL RESTOS DU COEUR 9

Ce projet m'a permis de gérer de A à Z une maquette avec une vraie autonomie, de prendre des décisions de design assumées, de négocier des choix graphiques et de m'appuyer sur des arguments. C'était pas juste « fais joli », c'était « fais utile ET joli ». Et je suis fière du résultat.

# LE CARROUSEL RESTORDIS TRANSFORMER UN POWERPOINT EN ARME LINKEDIN

Un jour, la com externe reçoit un mail du Pôle Insertion et Accompagnement (PIA) : un bénévole engagé des chantiers d'insertion Restordis souhaite publier un post LinkedIn. Pour faire connaître l'activité, valoriser l'initiative, et surtout, attirer de nouveaux partenariats. Très bonne idée. Sauf que ce post, il l'a imaginé... en PowerPoint. Plein de bonne volonté (et d'informations), mais beaucoup trop dense, trop technique, pas vraiment calibré pour les réseaux sociaux.

Le PIA revoit donc un peu le contenu avec la com externe, puis me le transmet pour que je m'occupe de la forme.

Objectif : transformer cette présentation en un carrousel LinkedIn, clair, fluide, accrocheur, et fidèle à la tonalité des Restos.

**Restos du Cœur**

Vous connaissez les **Restos du Cœur** pour son action auprès des plus démunis notamment dans la distribution alimentaire mais parce qu'un repas ne suffit pas, les Restos ont développé une palette d'actions permettant de répondre aux besoins qu'entraîne la précarité.

Votre organisation est confrontée à l'obligation depuis 2005, par décret européen, d'organiser et de financer la collecte mais aussi le recyclage de vos équipements informatiques **Obligation Légale**.

Votre société est sensible aux **causes sociales et environnementales**. Vous voulez **challenger votre stratégie RSE** en donnant une deuxième vie à vos PCs.

« **RestOrdis** », la nouvelle activité des **Restos du Cœur**. C'est l'action solidaire qui répond à vos enjeux RSE en participant à la réinsertion de personnes éloignées de l'emploi grâce à ses ateliers de recyclage ou de rénovation d'ordinateurs.

C'est simple, c'est gratuit, comment ça marche ?

- 1/ Signature d'une convention de mécénat afin d'activer vos dons
- 2/ Nous mandatons un transporteur pour recevoir vos dons
- 3/ Visibilité de votre action sur nos et vos sites Internet, Intranet
- 4/ Nous vous délivrons un **reçu fiscal** et des certificats de blanchiment

**RestOrdis**

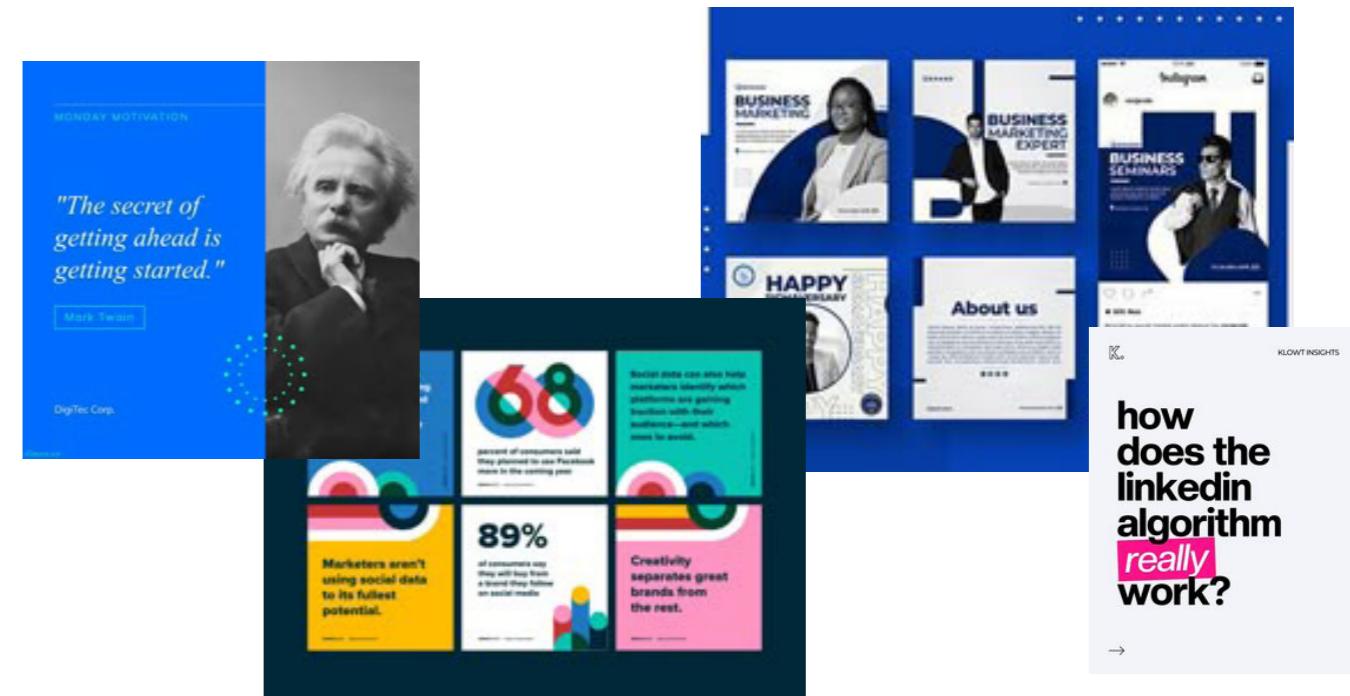
**Avantages Fiscaux**

**Les Restos du Cœur comptent sur votre générosité.**

**40** ANS DES RESTOS DU COEUR

Je commence comme souvent par une veille rapide : comment faire un carrousel impactant sur LinkedIn ? Quels formats marchent bien ? Quelles structures de slides sont efficaces ? Je regarde ce qui

se fait ailleurs, je liste ce qui me semble pertinent, et je commence à esquisser une architecture.



Je décide d'utiliser nos codes graphiques classiques (on ne change pas une équipe qui gagne) : des formes rondes, des fonds blancs ou colorés pour rythmer un peu plus, une hiérarchie visuelle bien claire. Pour la première slide, j'opte pour un rond jaune en accroche dans un coin, comme un petit soleil (clin d'œil à Alexis), avec un picto et un titre bien lisible. Ensuite, j'enchaîne les slides avec une alternance entre texte et image, en jouant sur les couleurs secondaires des Restos (du bleu, notamment) pour varier un peu du rose.

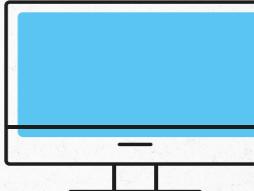
J'utilise Keepeek pour trouver des visuels : ordinateurs, ateliers de réparation, bénévoles en action. Après quelques retours avec Alexis, sur les textes, les espacements, les contrastes, la version finale est prête.

Le carrousel est transmis à la com externe, qui le fait suivre au PIA et au bénévole. Les retours sont très positifs. J'ai même eu l'occasion de croiser ce bénévole plus tard, et il a remercié le studio et la com pour notre aide. Pour lui, ce design valorisait son message, le rendait plus lisible, plus « pro », sans être trop institutionnel.

Keepeek

## Affûtez votre stratégie RSE en donnant une deuxième vie à vos PC

Agissez aux cotés des Restos du Cœur avec **RestOrdis**



On le sait peu mais, en plus d'être un des piliers de l'aide alimentaire en France, les Restos du Cœur développent une palette d'actions permettant de lutter contre toutes les formes de précarité et d'accompagner au plus près les plus fragiles.

**Le saviez-vous ?**

Depuis 2005, un décret européen oblige les organisations à financer la collecte et le recyclage des équipements informatiques.

**Agissez à nos côtés avec RestOrdis**

Votre société est sensible aux causes sociales et environnementales ?

Affûtez votre stratégie RSE en donnant une deuxième vie à vos PC. RestOrdis propose des ateliers de recyclage ou de rénovation d'ordinateurs à des personnes éloignées de l'emploi, peu voire pas qualifiées. Cette action solidaire répond à vos enjeux RSE et participe à la réinsertion par l'emploi.

C'est simple, c'est gratuit.  
Comment ça marche ?

- 1 Signature d'une convention de mécénat et édition d'un reçu fiscal
- 2 Envoi d'un transporteur pour recevoir vos dons



Crédits photos :  
Sylvie Grosbois

**RestOrdis**

Les Restos du Cœur comptent sur votre générosité.

on compte sur vous.  
*Olivier*



C'était une mission rapide, mais très concrète, avec un vrai impact : montrer qu'avec un peu de design, une idée peut prendre forme, être vue, comprise, partagée. Et qu'on peut aider un bénévole à faire passer son message, sans avoir à tout refaire. Juste en accompagnant, en rendant lisible. Et ça, pour moi, c'est exactement ce que doit faire le graphisme au quotidien.

# SOLIDAYS

## L'ATELIER DIY

### VERSION XXL

L'année dernière, avec trois autres alternantes du pôle com, on s'est vu confier une mission un peu spéciale : organiser la participation des Restos du Cœur aux Solidays. On devait imaginer, créer, fabriquer, commander, transporter et mettre en place le stand de A à Z, avec la précieuse aide du pôle bénévolat. Tout ça, bien sûr, en plus de nos missions habituelles.

On s'est vite retrouvées à écrire des listes de courses, à repeindre des cartons en rose, à bricoler des panneaux informatifs à la main, à refaire des flyers qui dataient un peu. On a géré les prestataires, les commandes, les livraisons, on a même commandé des tatouages éphémères avec le cœur des Restos (une grande fierté perso). C'était un joyeux bazar, mais ça avançait.



Et le jour J est arrivé. Levées à l'aube, installées sous le soleil, les bras chargés de flyers et de paillettes, prêtes à accueillir les festivaliers. On a fait des jeux, posé des tatouages, parlé des Restos toute la journée à des jeunes curieux, un peu perdus, très festifs. Le soir, on était cassées. Mais contentes.



Alors oui, ce n'est pas du graphisme pur. Mais c'est de l'évènementiel, de la gestion de projet en conditions réelles, c'est du travail d'équipe, c'est de la communication terrain. Et c'est ultra-formateur. Et puis... c'est aussi des fous rires avec les collègues, des litres d'eau pour survivre à la chaleur, des gens qui dansent avec un tatouage cœur sur la joue. C'est différent. Et j'adore ça.

Et évidemment, j'ai hâte d'y retourner en juin. Cette fois, peut-être avec un peu plus de crème solaire.

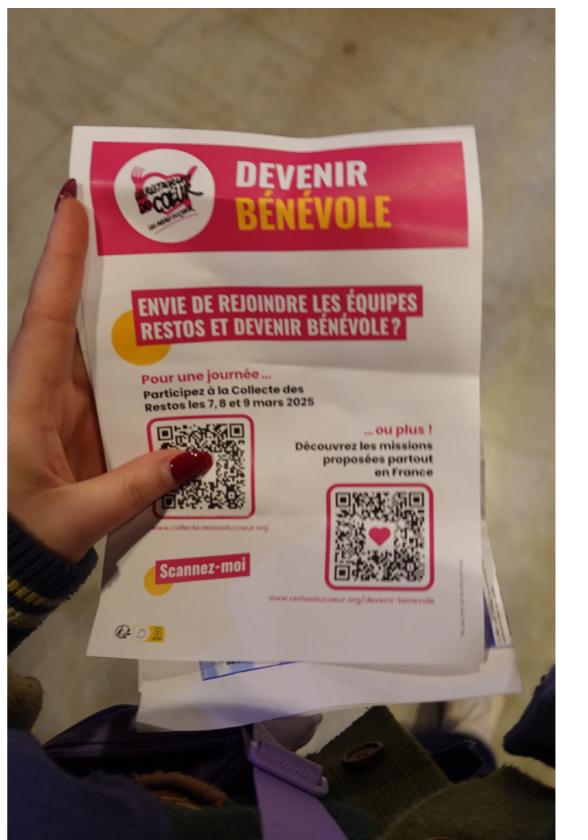
Cette année, le format a changé. Julie, chargée de mission à la com interne, a pris les rênes côté organisation, et le pôle bénévolat nous soutient sur toute la logistique et la présence terrain. Ce qui est franchement plus confortable. Parce que cette année, ce n'est pas seulement Solidays, c'est aussi Lollapalooza et le Main Square Festival. Trois événements, donc plus de visibilité, mais aussi plus de taf.

Comme l'année dernière, j'ai géré le tableau Excel qui répertorie tout le matériel, les achats. J'ai fait des recherches pour trouver quoi acheter (matériel pour les jeux, éléments de déco, etc). Une fois que les animations ont été listées, les alternantes (dont moi) ont rédigé les fiches explicatives, et moi je suis en charge de les mettre en page pour qu'elles soient jolies, pratiques et bien compréhensibles sur le terrain. Donc oui, je reste dans le visuel, mais j'ai aussi mis la main à la pâte dans la préparation logistique, remise à jour des éléments imprimables, et recontacté avec le prestataire des tatouages. Avec Julie à la tête, on s'est réparti les missions, chacun dans son domaine d'expertise, et c'est fluide.

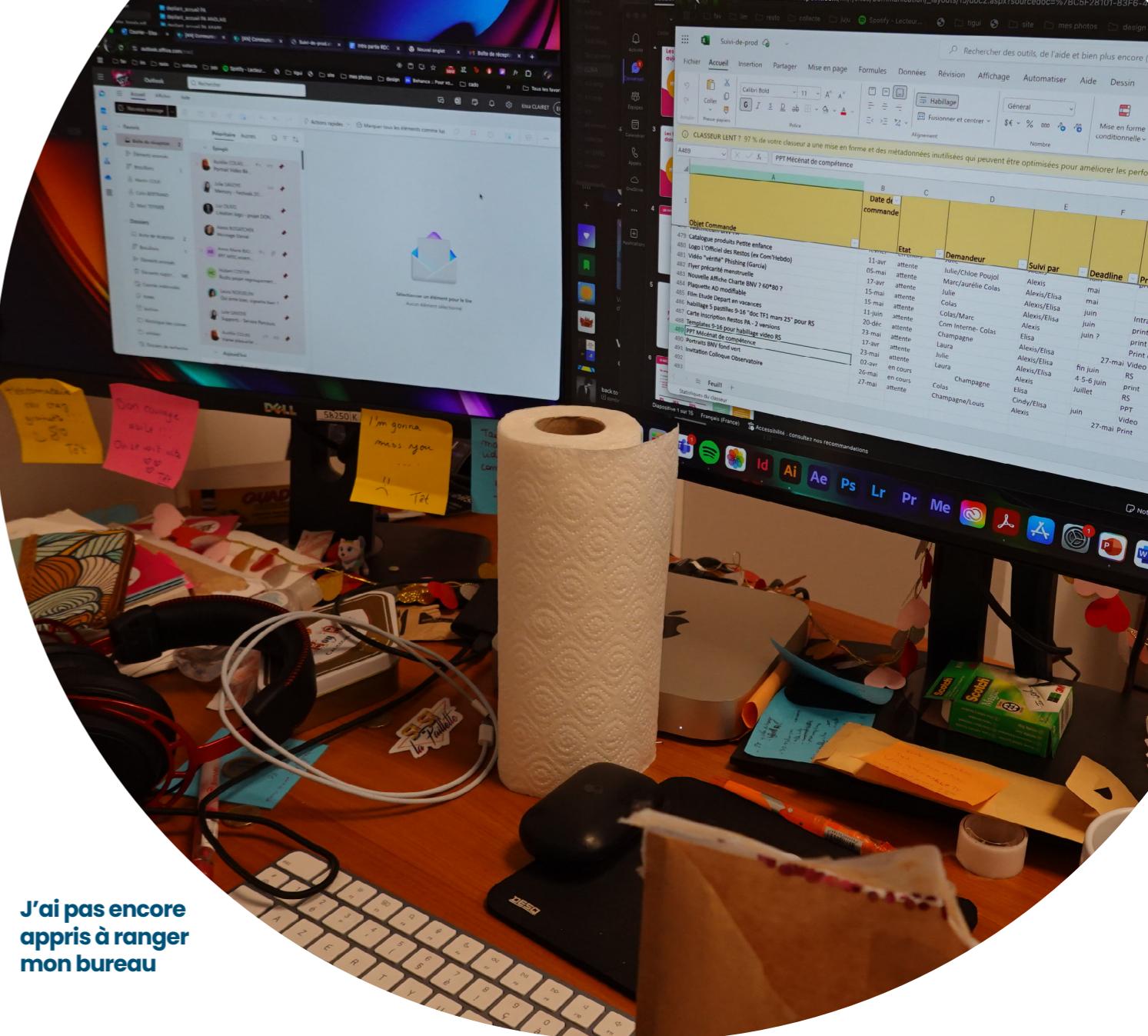
# DEUX ANS PLUS TARD TOUT CE QUE J'AI INTÉGRÉ (ET DIGÉRÉ)

Difficile de tout lister, parce qu'en vrai, j'ai appris sur tous les plans. Pas juste à mieux utiliser InDesign ou à faire des animations qui bougent bien. J'ai appris à penser plus large, à me demander pour qui je travaille, pourquoi je le fais, et comment le faire de façon cohérente, lisible et respectueuse des gens qui vont recevoir ça.

En deux ans, j'ai pris confiance dans mon jugement graphique, mais aussi dans ma capacité à m'adapter. J'ai appris à aller chercher une info quand elle manque, à poser les bonnes questions, à reformuler les briefs (même flous) et à transformer des demandes parfois bancales en choses concrètes. Et puis surtout, j'ai compris que "faire du design", ce n'est pas juste faire quelque chose de joli. C'est traduire une idée, la rendre lisible, utile, humaine. Et parfois, éviter une galère à quelqu'un qu'on ne verra jamais.



Un flyer que j'ai fait distribué aux Enfoirés



J'ai pas encore appris à ranger mon bureau

## CE QUE JE RETIENS SURTOUT

J'ai appris à faire mieux avec moins : moins de temps, moins de ressources, mais plus de réflexion. À ne pas foncer tête baissée, mais à me poser deux minutes : est-ce que ça a du sens ? Est-ce que c'est lisible ? Est-ce que c'est utilisable ?

J'ai gagné en autonomie, en rigueur, en réactivité. Et j'ai aussi appris à lâcher un peu prise, à ne pas vouloir que tout soit parfait tout le temps (même si c'est

encore dur). À dire "stop" quand ça va trop loin. Et "ok" quand c'est déjà bien.

Et surtout, j'ai compris que je pouvais être utile. Que mon travail servait à quelque chose. Que je pouvais aider, même avec une simple mise en page. Que je pouvais transmettre. Que je savais plus que je ne le croyais. Et que même quand je doute (souvent), j'avance quand même.

À quoi sert le design  
en entreprise ?

# JUS D'ORANGE PAS ORANGE ET AUTRES TRAGÉDIES DU DESIGN OUBLIÉ

OU COMMENT LE DESIGN SAUVE  
DES PROJETS, DES GENS...  
ET NOS YEUX

Le design en entreprise, c'est comme le sel dans les patates : quand il est bien dosé, on ne le remarque pas, mais s'il manque, tout devient fade, incompréhensible, ou franchement indigeste.

Et pourtant, certains se posent encore la question. À quoi ça sert ? Alors petit rappel utile sur ce qu'on ferait sans lui : pas grand-chose.

Le design  
sert à tout.  
  
Fin de  
l'article ?

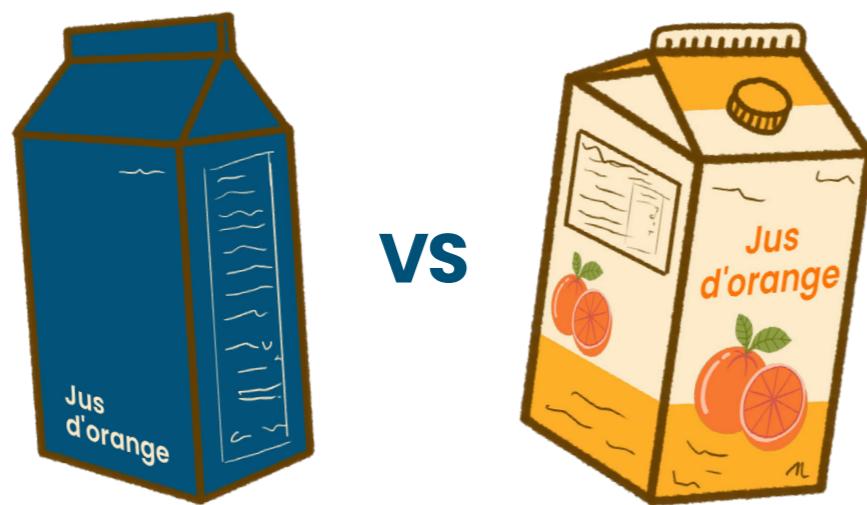
Franchement, posons-la honnêtement cette question : comment peut-on encore demander à quoi sert le design en entreprise ? On est en 2025, les PowerPoints moches existent toujours, les formulaires sont toujours faits en Times New Roman 9pt, et on doit encore justifier pourquoi "non, on ne peut pas mettre 14 logos différents sur la première slide".

Eh bien oui, le design sert à tout. Absolument tout. Que ce soit en interne ou en externe, pour faire comprendre une idée, valoriser un produit, faire gagner du temps ou juste éviter que quelqu'un pleure devant un tableau Excel devenu affiche. Il est là. Discret parfois, mais fondamental.

## Tu veux vendre ton jus d'orange ? Qu'il ressemble à du jus d'orange.

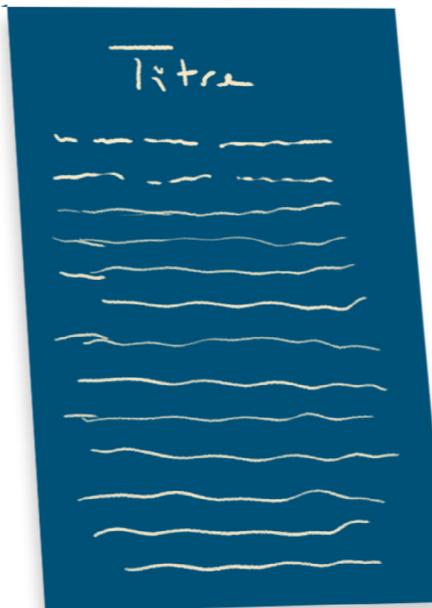
Exemple très sérieux : tu as devant toi une bouteille avec écrit «Jus d'orange» en tout petit, sans photo d'orange, sans couleur orange, rien. Tu passes devant, tu captes pas, tu prends autre chose. Pas besoin d'un diplôme en design pour se dire que, peut-être, un peu d'orange et un mot lisible, ça aide.

Mais voilà. Tu as 40 autres bouteilles autour. Certaines sont flashy, d'autres sobres, d'autres très vieillottes, mais bien faites. Le design ne fait pas qu'être joli, il guide, il oriente, il rassure. Il fait gagner du temps dans un monde où personne n'a le temps.



VS

## En interne, le design te sauve la vie



Coûteux en encre, pas de design, aucune information priorisée

VS



Hiérarchie des informations, design simple mais efficace, moins coûteux en encre

On pense souvent à la com externe, les grandes affiches, les vidéos, les logos stylés. Mais en interne d'une entreprise, le design est partout. Dans le mail que tu lis en 3 secondes au lieu de 12. Dans l'intranet qui ne te donne pas envie de changer de métier. Dans le document que tu peux imprimer sans cramer l'imprimante du bureau.

On fait du design pour les vraies personnes. Pour ceux qui n'ont pas de budget, pas de temps, pas de logiciel. Et surtout pour ceux qui vont devoir utiliser ce qu'on a fait. Le design est là pour traduire, simplifier, adapter. Ce design

passe par de vraies réflexions : utiliser moins d'encre, faire des mises en page faciles à comprendre, qui guident l'œil. Un compte-rendu sans titre, sans sections, sans gras ni listes claires ? 25 minutes pour tout comprendre. Et encore, si tu captes tout.

Le design s'adapte au public, on ne communique pas pareil pour différentes cibles. Il s'adapte à son support, son époque, son message. Il évolue et ne reste pas figé.

# Et en externe ? Bah... pour exister tout court

Dans un monde où tout le monde communique tout le temps, le design te donne une tête reconnaissable. Il te rend crédible, lisible, fiable. Il t'évite d'être pris pour une arnaque ou une marque discount roumaine en dropshipping.

Il n'est pas là juste pour "être joli". Il est là pour que ce que tu dis soit vu, compris et retenu. C'est aussi lui qui t'aide à ne pas noyer ton message dans une soupe de contenus inutiles.

## Le design pour sauver le monde (ou aider)

On peut faire la révolution avec un flyer. Et si on veut que ce flyer informe, mobilise, explique, voire touché... il faudra un peu de design. Il peut être simple, fait avec un pochoir et de la peinture, mais il doit être clair et logique.

Le design a toujours servi à revendiquer. C'est une arme : en mai 68, pour la cause LGBTQIA+, pour le climat, contre les discriminations. Chaque combat a ses codes graphiques, ses couleurs, ses symboles. Le design c'est de l'expression politique, humaine.

Ce n'est pas une question de goût. C'est de l'utilité, de l'intention, et de la responsabilité.



Après le travail, la maison.  
Double journée



## Le design n'est pas (juste) de l'art, et tant mieux

Le design, ce n'est pas un tableau qui veut juste être vu. C'est quelque chose pensé pour être compris, utilisé, partagé. L'art peut prendre son temps. Le design, lui, cherche à résoudre un problème, clair pour Mamie Nicole comme pour le Parisien hyper pressé.

Et oui, de temps en temps, on utilise du graphisme dans l'art, et de l'art dans le graphisme. Mais le fond n'est pas le même : l'un veut dénoncer, l'autre veut aligner des infos pour que tu comprennes à quelle heure tu dois être à la réunion sans relire cinq fois le mail.

“

Le bon design, c'est quand on n'a pas besoin d'expliquer comment ça fonctionne.

*Un designer, à bout.*

”



Utilisation d'une référence artistique pour un but uniquement marketing

## Quand on ne veut pas vendre, mais transmettre



C'est là que mon expérience en association vient perturber ma vision. Au pôle communication de Restos du Cœur, on ne fait pas du marketing. On ne veut pas vendre à tout prix. C'est du design utile.

Parfois, j'ai l'impression que tout est devenu spectacle. Des visuels pour vendre des valeurs recyclées : bienveillance, liberté, authenticité. Mais derrière, c'est du greenwashing, promesses creuses, storytelling bien huilé.

Et nous ? On crée les images qui vont avec.

Oui, la pub est nécessaire, utile. Mais on est arrivé à un niveau de surconsommation visuelle. De l'affichage partout, du contenu qui n'en finit plus. Et parfois, on est les outils (ou les complices) de cette pollution visuelle.

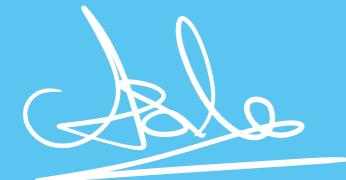
C'est pour ça que le monde associatif, culturel, éducatif me parle. Je veux que mon design serve à transmettre des infos utiles, essentielles, humaines. Dans un monde où l'on communique trop souvent sans réfléchir, **le design c'est le filtre entre "tout dire" et "bien dire"**.

# Conclusion : design ≠ luxe visuel

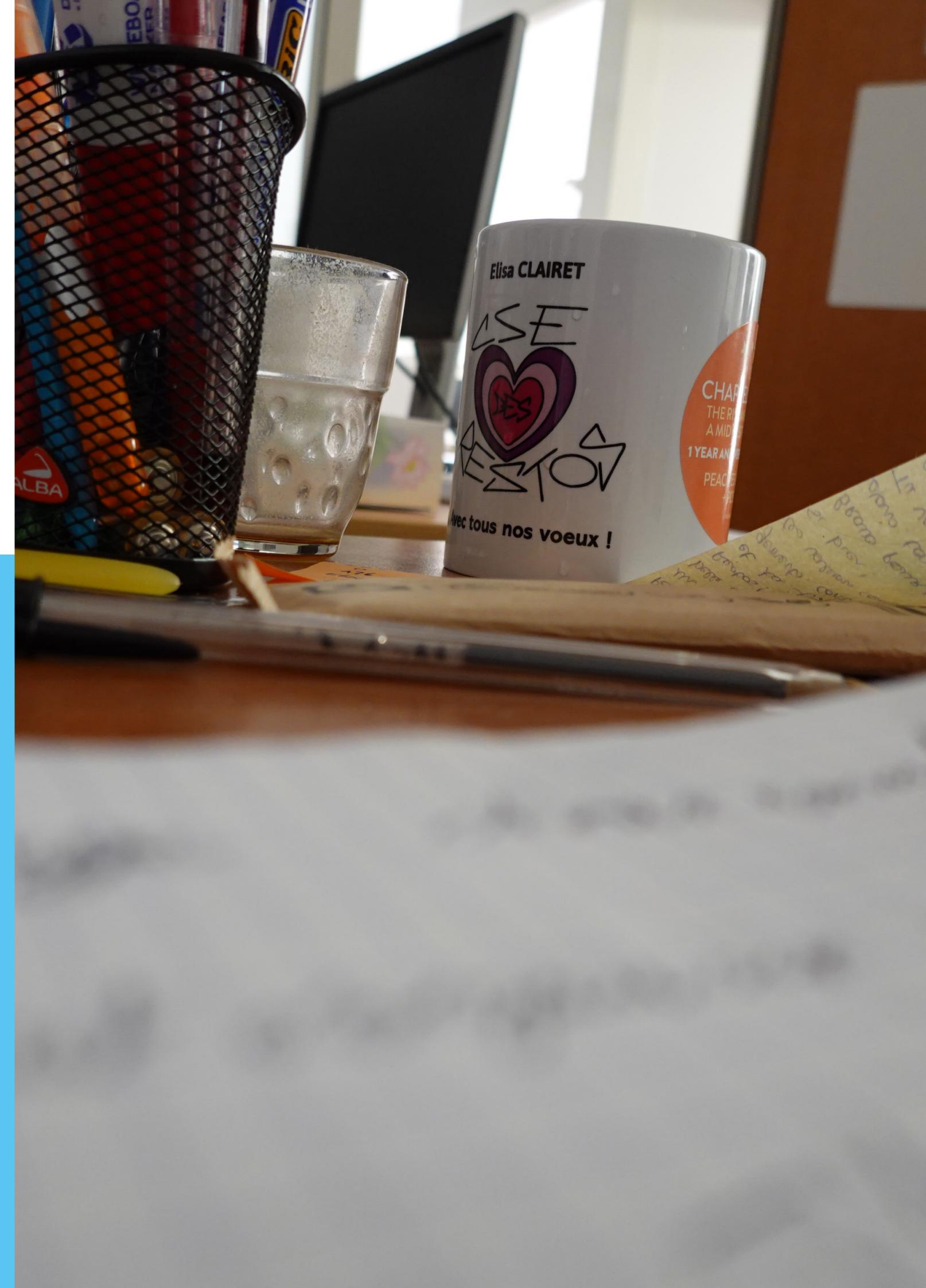
Ce n'est pas un bonus. Ce n'est pas une option. Ce n'est pas que pour les grandes boîtes. C'est un outil, un traducteur, un guide, une boussole. En interne comme en externe.

Un bon design rend l'information compréhensible, utile, innovante, durable, esthétique. Et tout ça, avec discrétion.

Tu connais Dieter Rams ? Il aurait validé.



**Elisa Clairet**  
Graphiste  
Alternante aux Restos du Coeur



C'est une fin de  
saison, mais peut-  
être pas de série,  
la vie est longue.

# LA FIN D'UNE ALTERNANCE, LE DÉBUT D'UNE QUÊTE

## Les Deux Tours de l'alternance

Durant ces deux ans, j'ai tellement appris, sur tout, humainement, professionnellement, socialement, politiquement, techniquement, etc.

J'ai approfondi mes compétences, tous logiciels confondus, même Excel et Word. Et ce fut un réel épanouissement, certains projets étaient fun, d'autre moins, mais plus utile et avec plus d'enjeux. Je me suis senti utile, pour pleins de personnes et à moi-même. J'ai fait de belles rencontres, j'ai énormément changé et grandi, j'ai transmis mon savoir à plusieurs personnes, j'ai donné des cours de Premiere pro, d'Illustrator, d'InDesign. J'ai su être autonome dans les moments nécessaire.

Je suis encore loin d'être confiante et d'assumer tout ce que je fais, toutes mes idées, mais bon, ce n'est que le début de l'aventure.

Quand j'écris ce rapport, je viens à peine de fêter mes 24 ans, quand j'étais petit, je pensais être bien plus fort et opérationnel pour ce monde alors qu'en vrai, je suis juste une personne qui tente d'écrire son rapport dans les temps avec un petit chat qui passe sur le clavier.

J'aurais adoré rester aux Restos, continuer l'aventure, avoir une saison 3, mais malgré l'envie de tout le monde que je reste, il n'en est pas possible. C'est une fin de saison, mais peut-être pas de série, la vie est longue. C'était une belle aventure, assez triste que ça soit la fin. J'aurais aimé faire plus, comme toujours rien n'est suffisant pour moi, mais bon. Je vais manquer voir mes copines, Divine, Émeline, Manon, Julie, l'autre Manon, Laura, rigoler avec elle, manger des salades avec elles, manquer mon petit bureau jamais bien rangé, pouvoir embêter Alexis mon tuteur avec des questions, les happenings d'idées de Marc notre responsable com, les révoltes d'Yves, notre responsable bénévole, sur les erreurs de chiffres. Voir Aurélie la responsable de com externe courir entre les réunions, l'autre Aurélie la responsable com interne engueuler les autres services qui veulent faire de la com et rigoler avec les bénévoles si dévoués, Hubert, Baudoin, Sophie, Rose-Marie, (encore une) Julie. Ne plus pouvoir monter quelques étages et voir ma mère travailler et l'embêter.

C'était tellement une habitude, la vie, mes journées entières et le plaisir que ça a été.

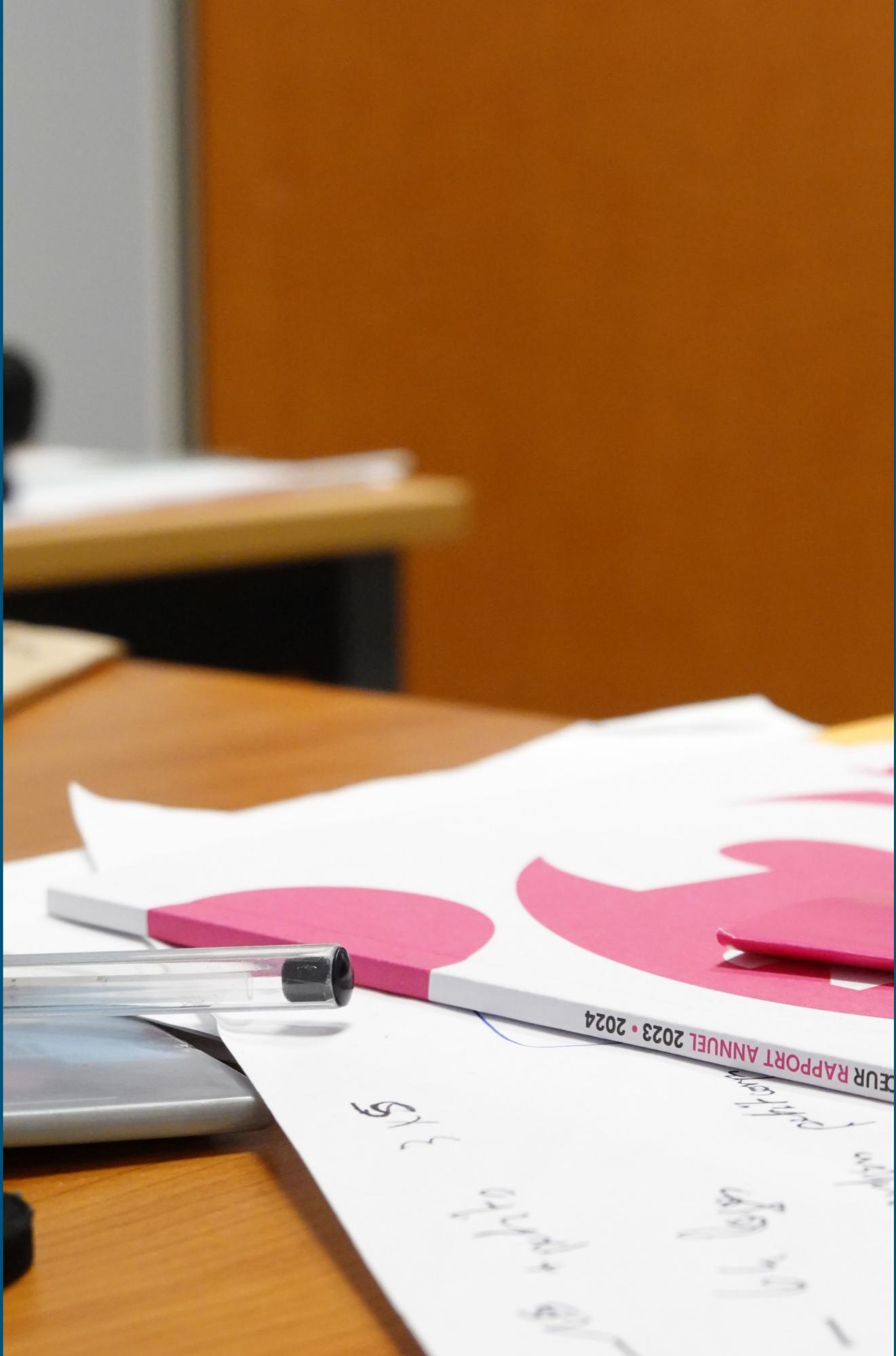


Là tout de suite, je suis juste terrifié et je veux trouver un endroit sympa où travailler. Faire de la vidéo, du montage, de la mise en page, de la retouche photo, du dessin. La vraie vie active arrive et ça va vite, pas le temps de se reposer, on repart au galop.

Sur le long terme, j'aimerais travailler dans une association militante, engagée contre les discriminations, LGBTQIA+, féministe, ou alors dans le milieu culturel. En gros, aller quelque part où on essaie vraiment de faire bouger les choses. Que ce soit par le militantisme, l'éducation,

ou simplement en ouvrant les esprits. C'est pour ça que le monde culturel m'attire aussi : quand il est accessible à tous, il peut être un vrai levier pour faire avancer une société. À sa manière, mais profondément.

Mon vrai vrai projet professionnel secret que personne ne sait (du moins avant aujourd'hui), écrire mon recueil de poème et illustré, dessiné moi-même celui-ci. Peut-être, je prendrai 10 ans à le faire, en attendant, moi, je vais sur InDesign, j'ai un rapport à finir.



# ANNEXE

## Radio Restos saison 5

Depuis 2020, Radio Restos, c'est 48 heures de live non-stop, avec une quarantaine d'animateurs et animatrices de toutes les grandes radios qui viennent, bénévolement, prêter leur voix à une programmation survoltée. Au menu : des émissions cultes, des interviews, des moments drôles... mais surtout : des dons pour les Restos du Cœur.

Mais cette année, pour la cinquième édition, changement de direction : fini les dons pour les camions, place aux bébés. Les fonds récoltés servent à financer des kits petite enfance : couches, petits pots, lait infantile, tout le nécessaire pour aider les familles les plus en difficulté à prendre soin de leurs enfants. Parce qu'en 2024, devoir choisir entre se nourrir et nourrir son bébé, c'est inacceptable.

Donc Radio Restos version 2024, ce n'est pas juste une opération radio : c'est une vraie déclaration de solidarité envers ceux qui ne peuvent même pas encore dire "j'ai faim". Un engagement doux mais crucial, dans la continuité des priorités de la 40<sup>e</sup> campagne.

[Le motion Radio Restos pour la petite enfance](#)

Pour accompagner ce changement, tout l'univers graphique de Radio Restos a été revu. Alexis a imaginé une nouvelle direction artistique autour de la petite enfance. Couleur dominante : violet, pas présent dans la charte graphique des Restos, justement pour que l'événement ait son identité propre. Il a aussi créé plein de petites illustrations : des biberons, des jouets, des bébés stylisés... Un vrai terrain de jeu.

Toutes ces illustrations ont ensuite été déclinées pour alimenter les supports de com. Et dans ce cadre, j'ai eu pour mission de réaliser une vidéo en motion design pour expliquer la nouvelle cause.



## Visuels pour la Collecte des Restos



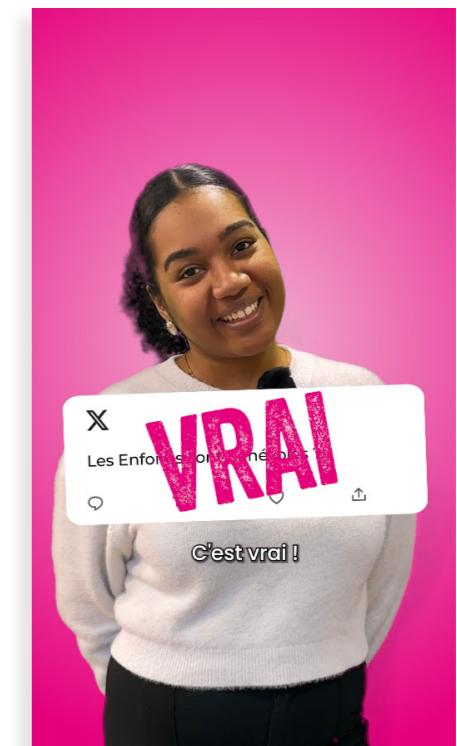
# MERCI!

## Charte des bénévoles



[Lien vers la vidéo](#)

## «Vérifiés» spécial Enfoirés



[Lien vers la vidéo](#)

# IIM A5 2024 – 2025 DA

**Clairet Elisa**

*Graphiste en alternance  
aux Restos du Cœur*

**Alexis Bogatchek**

*Tuteur entreprise*

**Franck Chastanier**

*Tuteur école*

## Crédits photos

*Sylvie Grobois • Nicolas Tanné • AFP • Restos du Cœur*