



**Comprendre l'importance des outils digitaux et  
l'influence qu'ils ont dans la manière de  
produire du contenu**

Février  
2024



# L'outil de base indispensable

1

Site Internet

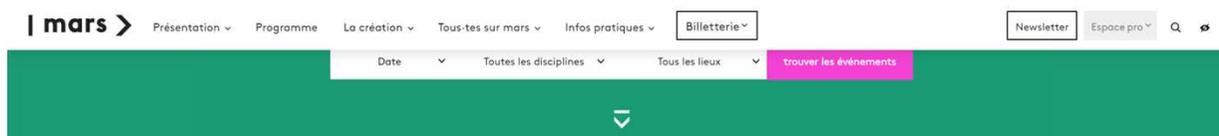
Outils :



odoo

Utilité :

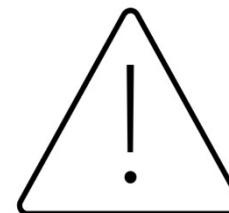
Il s'agit de votre vitrine en ligne.  
Elle doit être à votre image tout en étant efficace  
et utile pour atteindre vos objectifs.



## les spectacles à venir

La Semaine  
du violoncelle

Une semaine pour s'immerger dans les  
charmes du violoncelle Saviez-vous que le



Search  
Engine  
Optimisation

# Utilisation de la data

2

Newsletter

Outils :



Utilité :

Informer et maintenir en éveil vos clients ou vos prospects sur les activités de votre structure

Infos pratiques ▾

Billetterie ▾

Newsletter

Espace pro ▾



De : Mars - Mons arts de la scène <[public@surmars.be](mailto:public@surmars.be)>

Date: mer. 1 nov. 2023, 10:00

Subject: En novembre sur Mars...

To: <[@gmail.com](mailto:@gmail.com)>

# Utilisation de la data

2

Newsletter

**Outils :**



**Utilité :**

Informer et maintenir en éveil vos clients ou vos prospects sur les activités de votre structure

1

Les « First Party » Datas

2

Les « Second Party » Datas

3

Les « Third Party » Datas

# Gestionnaire de communauté

3

Réseaux Sociaux

Outils :      

Utilité :

Développer des communautés autour de votre secteur.  
Echanger avec eux pour faire évoluer votre communication ou vos produits/services.

 Mars - Mons arts de la scène  
15 h · 🌐

Une ouverture de la Semaine du violoncelle en beauté avec le trio : [Roshko Brothers](#) et [Voytek Proniewicz - Violinist](#) 🥰🎻... Voir plus



 Mars - Mons arts de la scène  
4 j · 🌐

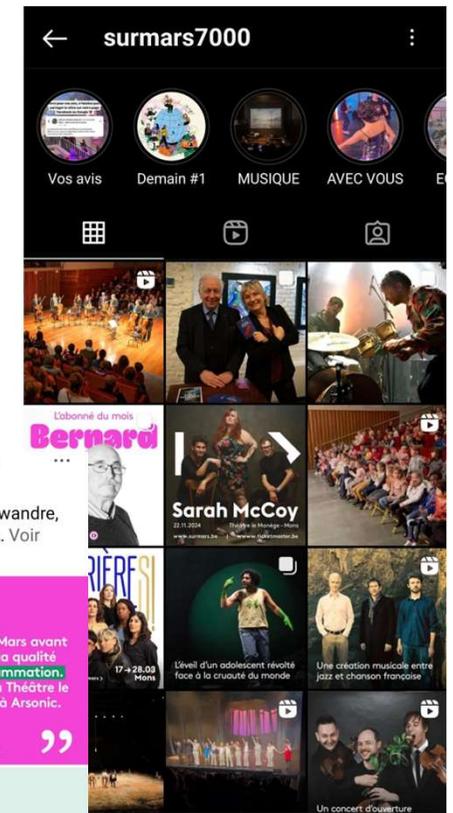
Partez à la rencontre de Bernard Dewandre, notre abonné star de février ! 🎵🥰... Voir plus

L'abonné du mois  
**Bernard**

Je viens sur Mars avant tout pour la qualité de la programmation. Aussi bien au Théâtre le Manège qu'à Arsonic.

Envie de multiplier les moments de qualité ?

**Abonnez-vous !**  
Payez votre billet 10€ au lieu de 18€!



# Atteindre un nouveau public via Les Réseaux Sociaux

4

Publicité

Outils :

 TikTok for Business

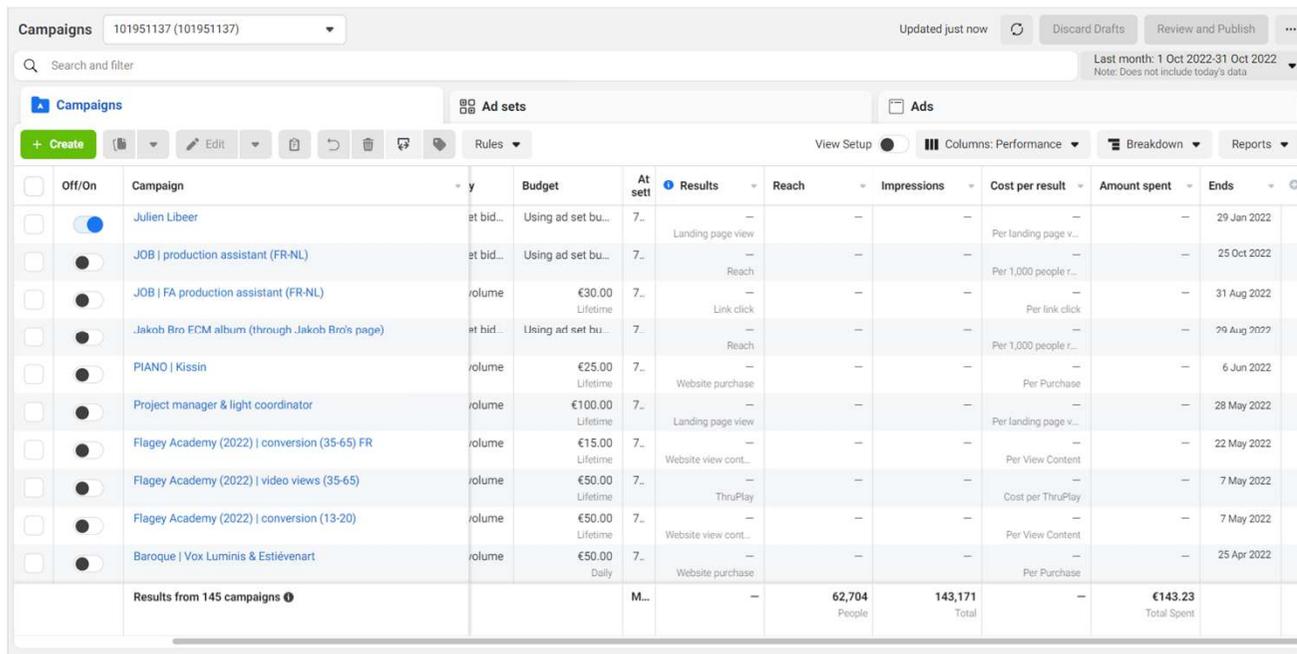
 Meta for Business

 LinkedIn Business Manager

Utilité :

Centralisation de vos campagnes publicitaires à un seul endroit.

Chaque application sociale à son outil.



Off/On	Campaign	Budget	At set	Results	Reach	Impressions	Cost per result	Amount spent	Ends
<input type="checkbox"/>	Julien Libeer	et bid...	Using ad set bu...	7..	—	—	—	—	29 Jan 2022
<input type="checkbox"/>	JOB   production assistant (FR-NL)	et bid...	Using ad set bu...	7..	—	—	Per landing page v...	—	25 Oct 2022
<input type="checkbox"/>	JOB   FA production assistant (FR-NL)	volume	€30.00 Lifetime	7..	—	—	Per 1,000 people r...	—	31 Aug 2022
<input type="checkbox"/>	Jakob Bro ECM album (through Jakob Bro's page)	et hid...	Using ad set bu...	7..	—	—	Per link click	—	29 Aug 2022
<input type="checkbox"/>	PIANO   Kissin	volume	€25.00 Lifetime	7..	—	—	Per 1,000 people r...	—	6 Jun 2022
<input type="checkbox"/>	Project manager & light coordinator	volume	€100.00 Lifetime	7..	—	—	Per Purchase	—	28 May 2022
<input type="checkbox"/>	Flagey Academy (2022)   conversion (35-65) FR	volume	€15.00 Lifetime	7..	—	—	Per landing page v...	—	22 May 2022
<input type="checkbox"/>	Flagey Academy (2022)   video views (35-65)	volume	€50.00 Lifetime	7..	—	—	Per View Content	—	7 May 2022
<input type="checkbox"/>	Flagey Academy (2022)   conversion (13-20)	volume	€50.00 Lifetime	7..	—	—	Cost per ThruPlay	—	7 May 2022
<input type="checkbox"/>	Baroque   Vox Luminis & Estiévenart	volume	€50.00 Daily	7..	—	—	Per View Content	—	25 Apr 2022
Results from 145 campaigns				M...	—	62,704 People	143,171 Total	—	€143.23 Total Spent

# Toucher un nouveau public via les Moteurs de Recherches

4

Publicité

Outils :



Utilité :

Augmenter votre présence lorsque les utilisateurs montrent une réelle intention de se renseigner ou de convertir.

A screenshot of a Google search for "Voiture d'occasion". The search bar shows the query and navigation icons. Below the search bar are tabs for Images, Shopping, Places, Places sites, Videos, Job sites, News, Books, and Finance. The search results show "About 139.000.000 results (0,36 seconds)". The first result is a sponsored ad from Autohero, titled "Véhicules d'Occasion", with a description: "Choix Autos d'Occasion — Autohero, la boutique en ligne de voitures d'occasion avec +1000 voitures disponibles. Découvrez toutes nos voitures d'occasion en ligne avec une garantie d'un an incluse." The second result is a sponsored ad from Cardoen, titled "Online et dans nos succursales - Cardoen, supermarché de l'auto", with a description: "Une voiture d'occasion au prix le plus bas, c'est chez Cardoen. Découvrez ici notre stock." The third result is a sponsored ad from gocar.be, titled "60.000+ voitures disponibles", with a description: "Trouvez le meilleur prix ici — Cherchez facilement selon vos options désirées en Belgique ! Cherchez facilement des...".

# Attirer un nouveau public via l'Online Advertising

4

Publicité

Outils :



Utilité :

Diffuser votre communication sur une grande variété de sites internet en fonction de critères établis en amont.



# Connaitre ses visiteurs

5

Tracking & Suivi

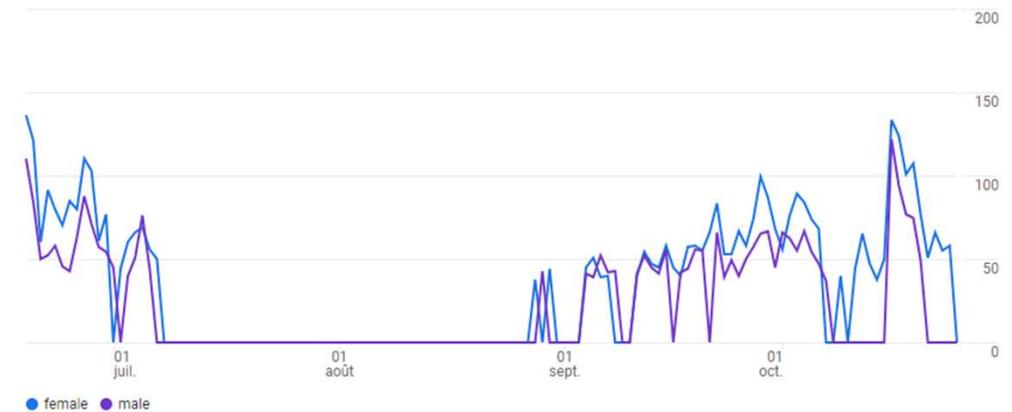
Sexe	Utilisateurs	Nouveaux utilisateurs	Sessions avec engagement	Taux d'engagement	Sessions avec engagement par utilisateur	Durée d'engagement moyenne	Nombre d'événements	Conversions
	↓						Tous les événements	Tous les événements
	42 105 100 % du total	41 840 100 % du total	35 456 100 % du total	56,74 % Égal à la moyenne	0,84 Égal à la moyenne	1 min 17 s Égal à la moyenne	390 659 100 % du total	0,0
1 unknown	34 158	33 991	28 015	55,71 %	0,82	1 min 16 s	314 935	0,0
2 female	4 474	4 307	3 878	55,85 %	0,87	1 min 26 s	42 518	0,0
3 male	3 705	3 542	2 930	54,34 %	0,79	1 min 12 s	33 206	0,0

Outils :  

Utilité :

Analyser l'utilisation du site Internet pour offrir une expérience utilisateur (UX) optimale et améliorer la performance de vos activités marketing.

Utilisateurs par Sexe au fil du temps



# Connaitre ses visiteurs

5

Tracking & Suivi

**Outils :** Urchin Tracking Module

**Utilité :**

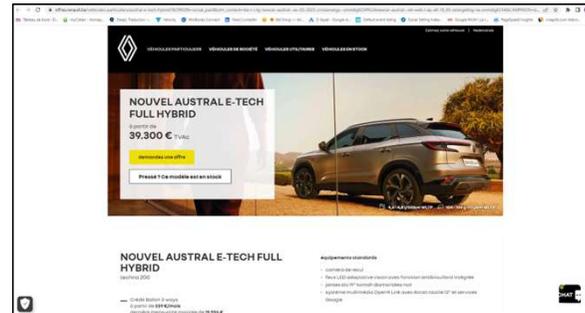
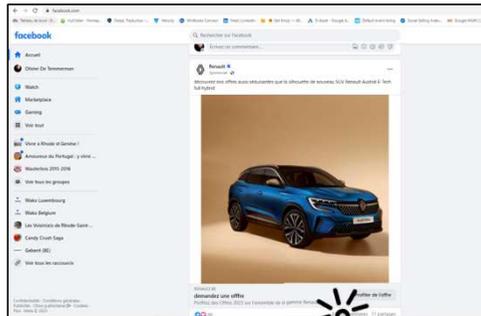
Analyser le trafic vers votre site Internet pour optimiser vos choix de communication et connaître les sources de visite et la qualité de ces dernières.

The screenshot shows the Google Analytics Campaign URL Builder tool. The interface is split into a dark sidebar on the left and a main content area on the right. The sidebar contains navigation links for 'Home', 'Demos & Tools', and 'Resources'. The 'Demos & Tools' section is active, showing options for 'UA' and 'GA4', with 'GA4' selected. Below this are links for 'Campaign URL Builder', 'Event Builder', 'Dimensions & Metrics Explorer', 'Query Explorer', and 'Enhanced Ecommerce'. The 'Resources' section includes 'About this Site' and 'Help & feedback'. The main content area is titled 'Campaign URL Builder' and has tabs for 'WEB' and 'PLAY'. It contains a description of the tool, a form to enter website URL and campaign information, and a section to share the generated campaign URL. The form fields are: 'website URL' (https://twocents.be/), 'campaign ID', 'campaign source' (rtbf.be), 'campaign medium' (banner), 'campaign name' (Awareness\_2023), 'campaign term', and 'campaign content'. The generated URL is displayed as: https://twocents.be/?utm\_source=rtbf.be&utm\_medium=banner&utm\_campaign=Awareness\_2023.

# Connaitre ses visiteurs

5

Tracking & Suivi



5 paramètres :

- ❖ **Medium**= type d'achat
- ❖ **Source**= plateforme
- ❖ **Campagne** = nom de la campagne
- ❖ **Content** = nom de la publicité
- ❖ **Term** = termes de recherches

**Outils :** Urchin Tracking Module

**Utilité :**

Analyser le trafic vers votre site Internet pour optimiser vos choix de communication.

[https://offres.renault.be/vehicules-particuliers/austral-e-tech-hybrid?&ORIGIN=social\\_paid&utm\\_content=be-r-l-lg-newcar-austral--ao-03-2023-crossenergy--omndig6234%2Anewcar-austral--ret-web-l-ap-all-18\\_65-retargeting-na-omndig6234&&utm\\_medium=social\\_paid&utm\\_source=fb&utm\\_campaign=be-r-l-lg-newcar-austral--ao-03-2023-crossenergy--omndig6234&fbclid=IwAROPmYLQgF-Lq60S4ZQR8Fbu4qwlNwVUBJDCJP5LmzTPEnNtirTLIJG8zHc&dclid=CjkKEQjwwb6lBhDkxt-T1rXyms4BEiQA93mjpvXg9z\\_NcyA0o8LtuyK-CcCPsLR\\_HW-W1CxGpEgAtHw\\_wcB](https://offres.renault.be/vehicules-particuliers/austral-e-tech-hybrid?&ORIGIN=social_paid&utm_content=be-r-l-lg-newcar-austral--ao-03-2023-crossenergy--omndig6234%2Anewcar-austral--ret-web-l-ap-all-18_65-retargeting-na-omndig6234&&utm_medium=social_paid&utm_source=fb&utm_campaign=be-r-l-lg-newcar-austral--ao-03-2023-crossenergy--omndig6234&fbclid=IwAROPmYLQgF-Lq60S4ZQR8Fbu4qwlNwVUBJDCJP5LmzTPEnNtirTLIJG8zHc&dclid=CjkKEQjwwb6lBhDkxt-T1rXyms4BEiQA93mjpvXg9z_NcyA0o8LtuyK-CcCPsLR_HW-W1CxGpEgAtHw_wcB)

# Connaitre ses visiteurs

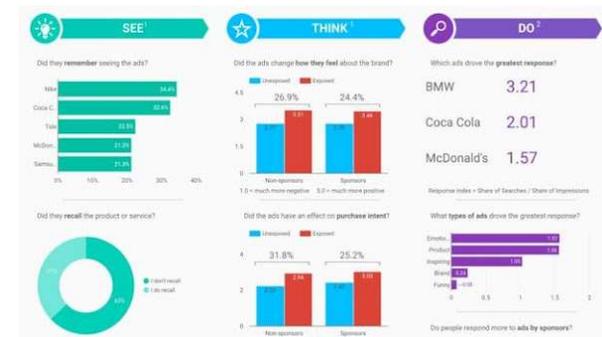
5

Tracking & Suivi



**Outils :**  Looker Studio  datorama 

**Utilité :**  
Centraliser les résultats de vos campagnes dans des dashboards qui sont mis à jour en temps réel.



# S'adapter aux habitudes des consommateurs

6

Canaux Vidéos

Outils :  

Utilité :

Proposer du contenu différent, souvent plus long, dont les sujets exposés sont en lien avec votre industrie.



**Mars - Mons arts de la scène**

@mars-monsartsdelascene5676 · 625 abonnés · 273 vidéos

Il y a de la vie sur Mars. Explorez la ! >

[surmars.be](https://surmars.be) et 2 autres liens

S'abonner

Accueil Vidéos Shorts En direct **Playlists** Communauté

Playlists créées

Trier par



Saison 23-24 : famille

Afficher la playlist complète



Saison 23-24 : théâtre

Afficher la playlist complète



Saison 23-24 : musiques

Afficher la playlist complète



Avec vous

Afficher la playlist complète



Festival au carré

Afficher la playlist complète



Festival des musiques sacrées

Afficher la playlist complète



Interviews des spectateur·rices



Mars confiné



Concerts de Musiques Nouvelles



La Semaine de la voix



Semaine du violoncelle



Festival Demain

# Optimiser sa fiche d'entreprise

7

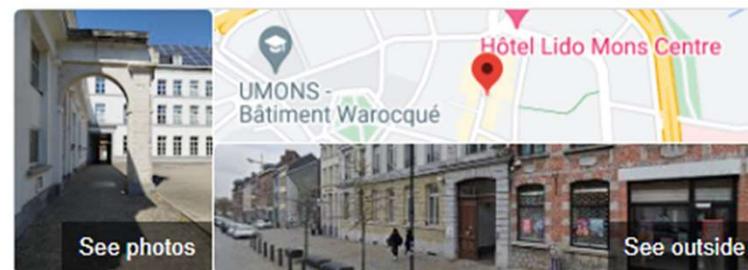
Google  
Business Profile

Outils :



Utilité :

Offrir rapidement les informations de base de votre structure aux internautes.



# La communication digitale dépend de multiples piliers

1

Site Internet

2

Newsletter

3

Réseaux Sociaux

4

Publicité

5

Tracking & Suivi

6

Canaux Vidéos

7

Google  
Business Profile

8

Applications



# Le digital en quelques chiffres

---

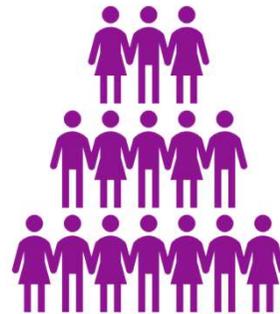
# Utilisation du digital au niveau mondial



**5,35**  
Milliards  
d'utilisateurs



**6h40**  
Par jour



**66%**  
de la population  
mondiale



**96,5%**  
via les  
Smartphones

# Utilisation du digital au niveau belge



**11**  
Millions  
d'utilisateurs



**5h27**  
Par jour



**95%**  
de la population  
nationale



**93,7%**  
via les  
Smartphones

# Une nouvelle réglementation européenne

**25 mai 2018 :**



**Règlement Général sur  
la Protection des  
Données**

**25 août 2023 :**



**Digital Services Act**

# Le Digital Services Act

25 août 2023 :



Digital Services Act

## OBJECTIFS

Ensemble de règles pour encadrer les grands acteurs du numérique (Minimum **45M** d'utilisateurs) et protéger le citoyen sur :



Booking.com

amazon



# Le Digital Services Act

**25 août 2023 :**



**Digital Services Act**

## OBLIGATIONS

- Avoir un représentant légal dans chaque pays européen donc y compris Malte et le Luxembourg
  - Publier des conditions d'accès lisible et intelligible
  - Obligation de mettre à disposition un système de signalement
    - Obligation de répondre à ces signalements
- Obligation d'éliminer du contenu illégal ou contraire au règlement des plateformes
  - Obligation d'indiquer pourquoi le contenu a été retiré

# Le Digital Services Act

**25 août 2023 :**



**Digital Services Act**

## OBLIGATIONS

- Possibilité pour cette personne de pouvoir introduire un recours
  - Obligation d'analyser les risques de la plateforme
  - Obligation de faire des audits annuels sur les risques
- Obligation de référencer du contenu scientifiquement relevant en matière de santé publique
  - Accorder un accès aux algorithmes aux chercheurs et aux scientifiques
- Protéger les mineurs de tout contenu qui pourrait leur être préjudiciable + Interdiction de la publicité ciblée
  - Obligation en termes de transparence

# Ad Library



## Le catalogue des publicités en ligne

On retrouve sur Ad Library

Les publicités actuellement en ligne :

- ❖ Le type de catégorie
- ❖ Les plateformes
- ❖ Les versions
- ❖ Le targeting
- ❖ Le budget

Permet de visualiser les publications qui ne sont pas affichées sur la page : dark post

The screenshot shows the Meta Ad Library interface. At the top, there's the Meta logo and the text 'Bibliothèque publicitaire'. Below that, there are search filters: 'Belgique', 'Toutes les pubs', and a search bar containing 'Renault'. The main content area is titled 'Lancée en août 2022' and displays two columns of ad results. Each result card includes a status 'Actif', a start date 'Début de diffusion le 10 août 2022', platform icons for Facebook and Instagram, and an ID. Below the filters, there's a 'Voir les détails de la publicité' button. The ad content features the Renault logo and the word 'Sponsorisé'. The first ad has the headline 'Beleef als 1 van de 6 gelukkigen dit unieke duel tussen nieuwe Renault Megane E-tech 100% electric en een sterrenchef' and shows two images: a Renault Megane E-tech car and a chef. The second ad has the headline 'soyez parmi les chanceux à assister au duel unique entre nouvelle Renault Megane E-tech 100% electric et un chef étoilé' and shows the same two images. Each ad card also includes a 'Learn More' button and a 'je participe' link.

# Ad Library – Political Ads



## Données sur la publicité

Inactive  
23 déc 2021 - 26 déc 2021  
ID : 432551188356236

### Taille de l'audience estimée

La taille estimée de l'audience permet généralement d'estimer combien de personnes répondent aux critères de ciblage et de placement publicitaire que les annonceurs sélectionnent lors de la création d'une publicité... [Voir plus](#)

Taille de l'audience estimée

>1 M personnes

### Montant dépensé

L'estimation du montant total dépensé sur une publicité sur son calendrier. [En savoir plus](#)

Montant dépensé

<100 € (EUR)

### Impressions

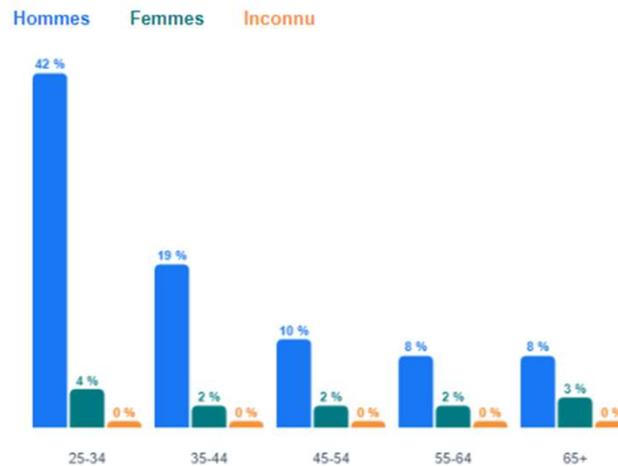
Le nombre de fois où une publicité a été vue à l'écran. Cela peut inclure plusieurs vues par les mêmes personnes. [En savoir plus](#)

Impressions

25 K - 30 K

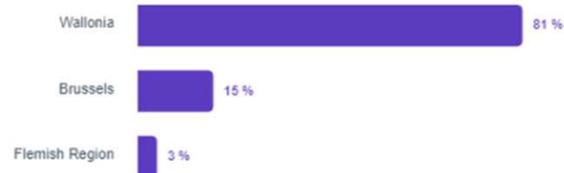
## À qui cette publicité a été montrée

La répartition par âge et par genre des personnes qui ont vu cette publicité.



## Où cette publicité a été montrée

Les régions où se trouvent les personnes qui ont vu cette publicité.



## À propos du profil



MR - Mouvement Réformateur

@MRbe  
39,264 abonnés · Parti politique

@mrbe  
7,393 abonnés

## Total dépensé par Page sur des publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique.

15 avr 2019 - 12 août 2022  
Belgique

57 665 €

[Voir les détails des dépenses](#)

## Récemment dépensé par Page sur des publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique.

7 jours · 6 août - 12 août 2022  
Belgique

512 €

[Voir les détails des dépenses](#)

# TikTok Top Ads = Ad Library

## Explore **Top Ads** on TikTok

See high-performing auction ads on TikTok. Let successful cases inspire your creativity. ⓘ

Search by brand or product keywords

Search

Trendy searches shop now 50% off #tiktokmademebuyit free shipping tiktokmac ↻

Belgium ×



Industry



Objective



Last 30 days



Ad Language



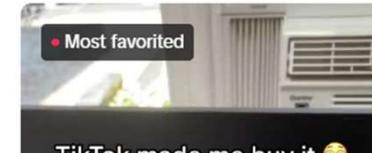
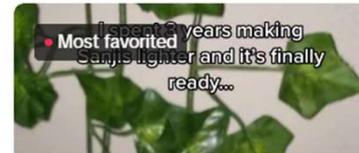
Ad Format



Likes



Sort by: **For You** ⓘ Reach ⓘ CTR ⓘ Others ▾



# LinkedIn Médiathèque de publicité = Ad Library

LinkedIn Bibliothèque de publicités

## Médiathèque de publicités

La bibliothèque de publicités de LinkedIn offre une transparence en matière de publicité en fournissant une collection de publicités dans laquelle vous pouvez effectuer vos recherches.



 Rechercher par entreprise ou nom d'ann...

 Rechercher par mot-clé

Pays ▼

Date ▼

Recherche

# Pinterest Ad Library

 Business ▾ Créer ▾ Analytics ▾ Annonces ▾ Vous consultez actuellement : D-Asset ▾



## Exemples d'annonces

Date de début: 06/09/2023  Date de fin: 11/09/2023  Catégorie d'annonce: Toutes les catégories ▾ Pays: France ▾

Identité de genre: Toutes les identités de genre ▾ Âge: Tous les âges ▾ Nom de l'annonceur: Recherche par annonceur ▾ [Recherche](#)



2022 NEW Spring Skirts to Try



# Google Centre de Transparence publicitaire = Ad Library



Transparence publicitaire pour  
un Internet sécurisé et ouvert

Trouvez des annonces actives publiées via Google

Date indifférente  Emplacement de diffusion : Belgique  Tous les formats

# Apple Ad Repository = Ad Library

## Ad Repository

Search and view Apple-delivered ads on the App Store in select European countries and regions.

🔍 Developer or App

Country or Region  
Belgium ^

Date Range  
Last 90 Days v

Showing 16-30 of 17914 ads found



2248 Number Puzzle G...

2248 Merge Number Game

Ad ☆☆☆☆☆ 115k

GET



24baby.nl - Zwanger & ...

#1 zwangerschap app

Ad ☆☆☆☆☆ 115k

GET

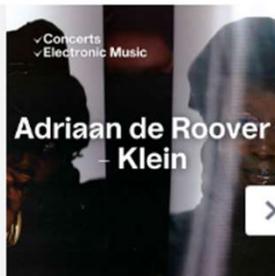
# Développer sa stratégie Digitale

---

# Des contenus adaptés à la stratégie

Bozar  
Sponsored

Experience the future of music this spring where pioneering artists like Ryoji Ikeda and Jlin will electrify your senses.



Meet pioneering artists in electronic music.

With a new spring comes a new sound.

BOZAR.BE

Learn More

BOZAR.BE  
21 Feb.'24 -  
20:00

Learn More

Sponsored

Bozar  
<https://www.bozar.be>

Concerts 2024 - Concerts in Brussels

**Concerts 2024** - BOZAR. The **concerts** to come, discover our program.

[Concerts](#) · [Concerten](#) · [Films](#) · [Film](#) · [Rencontres & Débats](#) · [Tentoonstellingen](#)



Bozar  
Sponsored  
Library ID: 397025996072460

Don't miss Florian Noack, the headline during the not-to-be-missed Prokofiev Festival! 🌟

Witness his mesmerizing piano mastery, bringing the evocative Sonata No. 6 to life against the backdrop of World War II. An essential night of musical transcendence.



"Ferrari", Paul Mescal et Dior : les trois coups de cœur de nos critiques

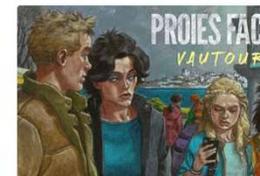
FILMS

Jouets et BD chez BD  
Enchères et 68-Art  
Auction



ARTS & EXPOS

Entre Asie et art contemporain chez Soudant



☆☆☆☆  
"Proies faciles, Vautours" de Miguelanxo Prado : Le suicide d'une ado au centre d'une enquête qui dérange

LIVRES & BD

Legia a sorti quelques pépites



ARTS & EXPOS

"Oppenheimer" triomphe avec 7 prix dont celui du meilleur film. Emma Stone



Publicité

8>16 MARS 2024

IMAGIX MONS  
PLAZA ARTHOUSE CINEMA  
THÉÂTRE ROYAL DE MONS

INFORMATIONS ET TICKETS SUR MONS.FEST

# Les objectifs de campagnes...

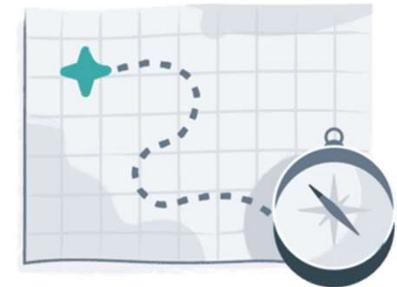
---

# Les objectifs

**Nous disposons de plusieurs possibilités pour atteindre nos objectifs\* de campagnes**

Choose a campaign objective

-  Sales
-  Leads
-  Engagement
-  App promotion
-  Traffic
-  Awareness



Your campaign objective is the business goal you hope to achieve by running your ads. Hover over each one for more information.

# Les objectifs

1



Awareness

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

Image



Vidéo



Instant  
Expérience



# Les objectifs

2



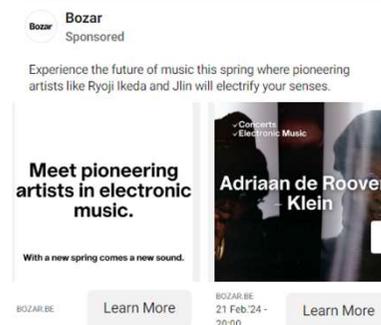
Trafic

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

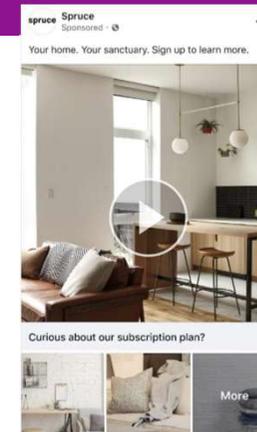
Image Link



Carousel



Collection Ads



# Les objectifs

3



Engagement

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

Image



Vidéo



Lense/Filter



# Les objectifs

4



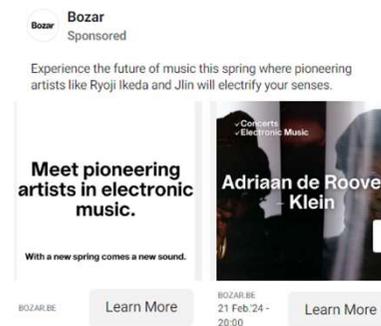
Leads

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

Image Link



Carousel



Instant Forms



# Les objectifs

5



**App  
Promotion**

**Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :**



# Les objectifs

6



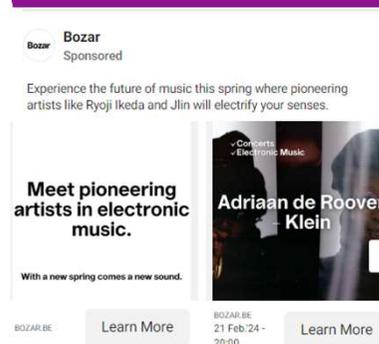
Sales

Nous utiliserons prioritairement les types de formats suivants :

Image Link



Carousel



Messenger/  
What's App



**...qui sont intégrés  
dans des phases  
stratégiques**

---

# Atteindre le plus de monde

## Awareness

### **KPIs :**

**Reach**

**Frequency (OTS)**

**Impressions**

**Videos Views / Thruplay**

La phase d'Awareness (ou de Notoriété) est la première étape du parcours du consommateur.

Nous avons pour objectif d'augmenter la reconnaissance de la marque et/ou du produit.

# Les pousser à s'informer ou à interagir

Awareness

Consideration

## **KPIs :**

**Engagement**

**CPE & Engagement Rate**

**Clicks/Link Clicks /  
Landing Page Views**

**CPC & CTR**

Dans cette deuxième phase du parcours du consommateur, nous voulons créer un premier engagement vis-à-vis de la marque et/ou du produit.

Ça comprend les commentaires sur un post, le nombre de vue d'une vidéo à 100% ou le trafic sur le site.

# Les faire passer à l'action

Awareness

Consideration

Conversion

## KPIs :

**Conversion**

**CPA & Conversion Rate**

A ce niveau du parcours, nous voulons que notre utilisateur prenne une action sur le site. Qu'il devienne un prospect ou un client.

Les conversions peuvent être de tous types. Avec des valeurs plus ou moins importantes.

# Les relancer

Awareness

Consideration

Conversion

Loyalty

## KPIs :

Engagement

CPE & Engagement Rate

Clicks/Link Clicks /  
Landing Page Views

CPC & CTR

Dans cette quatrième et dernière phase du parcours, nous voulons que notre client soit réengagé avec la marque.

On souhaite augmenter le lien entre lui et notre produit et/ou la marque.

# Récapitulons !

## Phases

## Objectifs

## Supports

**AWARENESS**



Reach

**CONSIDERATION**



Traffic

Engagement

**CONVERSION**



Sales

Leads

App

**LOYALTY**



Traffic

Engagement

Site Internet

Newsletter

Réseaux Sociaux

Publicité

Tracking & Suivi

Canaux Vidéos

Google business  
Profile

Applications

**A vous  
de jouer !**

---



# Exercice : analyse de la communication digitale

**1** Chaque groupe va choisir un des 5 musées de cette année

**2** Lister les moyens de communication digitaux pour le musée sélectionné

**3** Lier-les à une phase & un objectif

**4** Analyser la communication.  
Qu'est-ce qui est cohérent ou  
qu'est-ce qui doit être améliorer ou à développer ?

**5**

Présentation de votre  
analyse à l'ensemble de la  
classe

Temps de préparation : 20 min

Temps de présentation : 10 min max



**D-Asset**

**YOUR DIGITAL MARKETING PARTNER**