

# DIGITAL

LE 1ER RESEAU  
DES ECOLES DU WEB EN FRANCE CAMPUS

## *les Grands Projets*

# #GPDC



**6<sup>ÈME</sup> ÉDITION**

## *Présentations finales*

28 MARS 2017  
Théâtre FEMINA  
10 Rue de Grassi, 33000 Bordeaux

**19+ PROJETS**  
**40+ PORTEURS**  
**170+ ÉTUDIANTS**  
**22+ MARDIS**  
**880+ PIZZAS**  
**9000+ SODAS**



28 MARS 2017  
9h-20h  
THÉÂTRE FEMINA

**6<sup>ÈME</sup> ÉDITION  
GRANDS PROJETS**

**PRÉSENTATIONS FINALES  
DES GRANDS PROJETS  
DIGITAL CAMPUS  
2016-2017**

#GPDC

DOSSIER DE PRÉSENTATION

**...TOUJOURS + !**

**19+ PROJETS  
40+ PORTEURS DE PROJET  
170+ ÉTUDIANTS  
22+ MARDIS  
880+ PIZZAS  
9000+ SODAS**

\*\*\*

**Le MARDI 28 MARS 2017  
De 9h00 à 19h00**

Théâtre FEMINA  
10 rue de Grassi  
33000 BORDEAUX  
<http://www.theatrefemina.fr/>

**#CESTENLIGNE**

Entrée libre, réservation sur <http://events.cestenligne.pro/event/gpdc1617>

## **PROGRAMME**

8:30 Accueil

8:45 Introduction

9:00 CARDATING  
INSTITUT CULTUREL BERNARD MAGREZ  
ACT'IMAGE  
BEC ESCRIME  
HOTEL DE BOUILHAC\*\*\*\*

11:00 MARA FILMS  
L'ALTERNATIVE URBAINE BORDEAUX  
QUCIT  
BENOOLEND  
YESCAPA

13:00 Pause déjeuner

14:00 SAFRAN HELICOPTER ENGINES  
CEB Congrès Expo Bordeaux  
I BOAT  
ZEWORKERS  
COFFIN

16:00 WINEFING  
LE DÉSHABILLOIR  
FRENCHTECH BORDEAUX  
SABLES PRODUCTIONS

18:00 Conclusion

18:15 Délibération du jury + Vote des étudiants

19:00 Remise des prix

## **LES MARDIS À PROJET**

Pendant toute l'année, tous les mardis de 18h à 21h, tous les étudiants de Digital Campus se réunissent « en mode agence » pour travailler sur un Grand Projet réel. Les étudiants se retrouvent par équipes de tous niveaux confondus, pour un suivi de projet encadré par l'équipe pédagogique.

### Compétences développées

- Travail en équipe
- Leadership
- Communication
- Rigueur
- Autonomie et proactivité
- Conseil et relation client
- Attitude professionnelle
- Collaboration
- Partage
- Esprit de communauté
- Gestion de crise

### **Les dates-clés :**

20 Septembre 2016 - « 5 minutes pour Convaincre »

27 Septembre 2016 - Annonce des équipes

11 Octobre 2016 - « Kick Off Meeting »

8 Novembre 2016 - Présentations stratégiques

→ 3 minutes de présentation

10 Janvier 2017 - Présentations intermédiaires

→ 7 minutes de présentation

28 Mars 2017 - Présentations finales

→ 12 minutes de présentation

## **JURY PÉDAGOGIQUE**

- Eva Garraud (Présidente du Jury), Directrice du Développement, Digital Campus France
- Yvan Perrière, Directeur des Écoles, Campus Bassins à Flot
- Romain Auberger, Directeur Pédagogique, Digital Campus Bordeaux
- Arnaud Cueille, Intervenant Langages Web, Digital Campus Bordeaux ???

## **JURY PROFESSIONNEL**

- Pierre-Edouard Schmitt (Président d'Honneur), Consultant en Stratégie Digitale et Réseaux Professionnels
- Adèle Tanguy, Directrice des opérations, 1Kubator
- Nicolas Journiac, Directeur de Création, SoLocal Group
- Xavier Chétif, Directeur Commercial & Marketing, Hipok
- Damien Tourrette, Startup Program Manager, Cdiscount : 06 85 75 27 78 ???

## **COORDINATION DES GRANDS PROJETS DIGITAL CAMPUS**

### **TEAM DIGITAL CAMPUS**

- Sébastien Tricard, Responsable Grands Projets
- Sylvain Coudert, Coordinateur Technique
- Arthur Louge, Coordinateur

### **TEAM ÉTUDIANTE**

- Marie Boussion, Coordinatrice
- Joffrey Gentreau, Coordinateur
- Johan Joachim, Coordinateur

**ACT'IMAGE**

FOURGEAUD Lellia (Chef de Projet)  
VALIN Marco  
BELTRAMI Rebecca  
COURRIBET Loris  
DIEPPOIS Edouard  
IDIART Elorri  
MOULINEC Marie  
VAUTRIN Elisa

**BEC ESCRIME**

LARGY Coralie (Chef de Projet)  
ARDUIN Guillaume  
CLAME Cyril  
CUEILLE Lisa  
DEMONTOUX-POIRIER Clément  
LABESSAC Romain  
MAQUINGHEN Tom  
TORRO Rémi

**BENOOLEND**

GUILLOTEL Quentin (Chef de Projet)  
GAUZIN Thomas  
GAVARD Paul  
JEANPIERRE Marine  
MILLERIOUX Nicolas  
NADEAU Andy  
SIFRE Estelle

**CARDATING**

JOACHIM Johan (Chef de Projet)  
DUFFAUT Carl  
ABED-ROYER Eddy  
APERS Lauranne  
BLANCHARD Kevin  
DURAND Marie  
VAN HECKE Paul

**CEB Congrès Expo Bordeaux**

ANNAIX Elise (Chef de Projet)  
FROISSART Manon (Chef de Projet)  
BROUSTAU Antoine  
GARREAU Pablo  
LAJONIE Benjamin  
LARUELLE Yogan  
MADEIRA Fabio  
SLAOUA Lamia

**COFFIN**

CUVELLIER Claire (Chef de Projet)  
LECELLIER Adeline  
BAILLARDRAN Victoria  
CANET Bettina  
COMTE Emmanuelle  
D'ELBÉE Matthieu  
NALPAS Charlotte  
RIBEIRO Nicolas  
THOMAS Guillaume

**FRENCHTECH**

DUPUY Marie (Chef de Projet)  
SHARIPOVA Angélina (Chef de Projet)  
D'ARRROS Thibaud  
BRISTEAU Anna  
COBIGO Louis  
GRÉZIL Kévin

KOUVOULOU Mike  
PIED Cécile  
PLISSONNEAU Jade  
TREILHES Lisa  
VACHER Manon

**HÔTEL DE BOUILHAC\*\*\*\***

CANGINI Fabien (Chef de Projet)  
DEBORD Pauline  
ADAM Geoffrey  
AUBIN Pauline  
BOISGARD Valentin  
DOYEN Emile  
LANGLOIS Quentin  
LOPES Marie-Emeline

**I BOAT**

EGINARD Théo (Chef de Projet)  
LANGEVIN Marc (Chef de Projet)  
AMILHAT Elodie  
AUDEBERT Gaëlle  
DREVON Benjamin  
GHESQUIERE Morgane  
HERAUD Olivier  
MAUSSION Lise  
PERDUCAT Jérémie  
PEREIRA Arthur-Xavier

**INSTITUT CULTUREL BERNARD MAGREZ**

JACQUOT Julie (Chef de Projet)  
MINICELLE Alexandre  
BRUGAT Audrey  
CHASSAGNAC Louise  
GATINEAUD Nicolas  
LAVAL Louis  
LE GOFF Ludivine  
NICOLETTI Laurine  
TAUZIN Margaux

**L'ALTERNATIVE URBAINE BORDEAUX**

BERACOCHEA Vincent (Chef de Projet)  
LEFEBVRE Erwan  
BLUTEAU Clément  
CHAVELARD Héloïse  
FORSYTH Joseph  
MASSE Alexandre  
RAYNAUD Pierre  
STYLIANOS Louis

**LE DÉSHABILLOIR**

BIGAROLI Laura (Chef de Projet)  
DIANO Alex  
BILLOUX Margot  
BOTELLA Solène  
CAPDEBOS Julia  
DAIX Mathieu  
LAFFOND Alizée  
LEROUY Alexis

**MARA FILMS**

LAPRUN Angélique (Chef de Projet)  
APPERCÉ Marine  
BERTHONNEAU Guillaume  
BONNAUD Paul-Marie  
DUCHESNE Emmanuel  
GREGHI Irwin

**MARSAND Thibault**

RABAULT Anne-Sophie

**QUCIT**

KNEZEVIC Floran (Chef de Projet)  
MACK Victor (Chef de Projet)  
CLUZEAU Jeffrey  
COPELLI Laura  
DE SINETY Antoine  
DUGUER Pauline  
JARDEL Mathis  
QUESADA Mathieu

**SABLES PRODUCTIONS**

BONDU Clélia (Chef de Projet)  
ANDREEA Albéric  
ANGELY Caroline  
CAZÉ Elodie  
GERAUD Axel  
LAFOSSÉ Andrea  
THE Bertrand  
VERMILLON Bénédicte

**SAFRAN HELICOPTER ENGINES**

GROHANDO Thomas (Chef de Projet)  
JOUANNEAU Clément  
BÈGUERIE Anaïs  
CONSTANS Sébastien  
DUINAT Esteban  
DUPARC Wylliam  
GROELLY Bastien  
HAFFNER Laurie  
LOUBERY Anthony

**WINEFING**

VILLATTE Norman (Chef de Projet)  
PELERIN Maeva  
BERNET Cécile  
DARRIUTORT Pierre  
LLORCA Léo  
MAISONNETTE Mikael  
MARTINHITA Amandine  
MILCENDEAU Chloé  
RÉCHÈDE Rémi

**YESCAPA**

GUILLERM Jeremy (Chef de Projet)  
CHARTIER Félix  
FORGUE Romane  
LE LAY Olivier  
LEZHARI Myriam  
SACHOT Adèle  
SANTOS Mélanie  
SOUMAGNE Robin  
VALLEJO Thibaut

**ZWORKERS**

SIMONET Elliot (Chef de Projet)  
BIROT Baptiste  
ANDRES Clément  
LLADO Aurélien  
LOURENCO Ambre  
NINOT Yannick  
RABIER Maxime  
SCHEID Jimmy  
VINCENT Maxime

## CARDATING

www.cardating.fr

2 rue de la bénauge / 33100 Bordeaux



### ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Covoiturage & Rencontres

### PORTEURS DE PROJET

Marc BOULET, Président & Loïc MONCANY, Cofondateur

NOM DU PROJET : Cardating Plan de Communication Virale

### CONTEXTE

LAMCO, qui développe la start-up CARDATING, est une société spécialisée dans le Développement Hybride dont les solutions permettent d'offrir aux utilisateurs, et ce dès le départ, un site web et des applications mobiles sur les stores et plateformes de leur choix. CARDATING est le PREMIER RÉSEAU de covoiturage par affinités dédié à la rencontre. C'est un mix entre Tinder et Blablacar. Le service permet de mettre en relation deux ou plusieurs personnes ayant les mêmes affinités lors d'un trajet en voiture. Avec CARDATING la voiture devient tant un LIEU DE RENCONTRES qu'un moyen de transport.

### MISSIONS

- > Amélioration de l'ergonomie du site et de l'application
- > Création d'une proposition stratégique de Communication / Marketing afin de déterminer précisément les usagers et les usages.
- > Proposition d'un plan de communication d'envergure (budget prévu)

### OBJECTIFS

Cardating doit recruter des utilisateurs actifs. Lesquels ? Comment ? Combien ?

- > Déterminer l'utilisateur type
- > Améliorer l'usage par des propositions d'amélioration
- > Proposer un plan de communication adapté aux différentes cibles afin d'accroître la communauté
- > Acquérir du trafic et de nouveaux utilisateurs actifs

### LIVRABLES

- > Rédaction d'une étude concurrentielle, d'une étude de marché (questionnaire/Rencontres...) sur la cible la plus favorable à l'utilisation du service
- > Proposition d'une étude d'usage et suggestions de modifications et ajustements de l'ergonomie de l'application
- > Crédit et mise en place d'un plan de communication viral adapté sur 6 mois/1an.

# INSTITUT CULTUREL BERNARD MAGREZ

[www.institut-bernard-magrez.com](http://www.institut-bernard-magrez.com)

Château Labottière, 16, rue de Tivoli / 33000 Bordeaux

*Bernard Magrez*  
Institut Culturel  
Bordeaux

## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Création artistique relevant des arts plastiques

## PORTEUSE DE PROJET

Livia Perrier, Responsable événementiel artistique et culturel

NOM DU PROJET : Galerie Bernard Magrez

## CONTEXTE

La Galerie Bernard Magrez (nom en validation) est un espace consacré à la jeune création artistique. Pour aider à la création, l'Institut Culturel Bernard Magrez a mis en place dès 2015, un projet d'exposition mensuelle mettant en avant les artistes locaux et nationaux de demain afin de les propulser sur la scène de l'art contemporain. Dans une volonté de soutenir et d'accompagner les artiste, l'Institut donne la possibilité de créer des expositions monographiques, mêlant toutes les disciplines artistiques, au sein de ce haut lieu culturel bordelais. En 2016, l'espace acquiert un véritable statut de galerie, avec non seulement un important travail de vente d'œuvres mais aussi une mission de promotion des artistes exposés et représentés par la galerie.

## MISSIONS

- > Création d'une identité et d'un outil de promotion et de vente pour la galerie qui se fond dans les codes de la marque "Bernard Magrez"
- > Création d'une e-boutique (design et développement) avec un back-office simple d'utilisation
- > Travail sur le référencement

## OBJECTIFS

- > Promouvoir les activités (expositions d'artistes) de la galerie de l'Institut Bernard Magrez auprès du public d'amateurs d'art
- > Développer les ventes de la boutique de la galerie

## LIVRABLES

- > Proposition d'une stratégie web pour la galerie
- > Création d'une charte graphique (logo et webdesign) pour la galerie se rapprochant de l'univers Bernard Magrez (couleur doré, valeur prestige etc.)
- > Création d'une plateforme web pour la galerie qui devra servir de vitrine pour les expositions et les artistes
- > Fonctionnalité d'inscription à la Newsletter (implémentation en direct vers une liste Mailchimp)
- > Ajout d'une fonctionnalité eCommerce (boutique en ligne) pour la vente des œuvres d'art

# ACT'IMAGE

[www.act-image.fr](http://www.act-image.fr)

190, Rue Achard / 33300 Bordeaux



## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Photographie / Festival du Concours Photo Européen

## PORTEUR DE PROJET

David HELMAN, Directeur

## NOM DU PROJET : A définir

## CONTEXTE

Act'Image est une association de loi 1901 bordelaise, qui agit dans le domaine de la photographie. En 2015 la structure lance le concours européen What A Wonderful World #1 dont le but est de permettre aux participants de poster leurs images depuis les quatre coins de l'Europe. 2017 sera une année cruciale pour Act'Image. En effet, ce concours fera partie de la programmation du "Mérignac Photographic Festival" ainsi que d'"AGORA".

## MISSIONS

L'enjeu majeur est de réussir à développer une plateforme internet pour permettre une participation massive. Dans l'inspiration de feu "SFR jeunes talents", Act'Image souhaiterait, au travers de ce concours, donner un élan à la création photographique et permettre aux participants d'avoir leurs profils en ligne avec leurs portfolios. Développer un outil web de valorisation de la création photographique pour l'Aquitaine et l'Europe (concours What A Wonderful World). En 2017, le concours évoluera avec un jury de professionnels qui désignera les gagnants lors de la biennale AGORA 2017 parmi :

- > Concours pro : "séries de photos"
- > Concours étudiants : "jeune création"

## OBJECTIFS

- > Développer une plateforme concours dédiée aux photographes. Chaque photographe aura un profil avec son portfolio afin de pouvoir valoriser son travail et avoir le regard d'experts du monde de l'image.

## LIVRABLES

- > Validation du naming et de la mécanique du concours
- > Création d'une identité visuelle / charte graphique
- > Webdesign, UX et développement d'une plateforme fonctionnelle bilingue (FR/EN) de concours permettant la gestion de plusieurs concours sur un même modèle. Un concours actif et qui sera mis en ligne dès avril 2017
- > Proposition d'un plan de communication online et offline
- > Production des outils de communication

# BEC ESCRIME

www.bec-escrime.fr  
53, Rue Pauline Kergomard / 33800 Bordeaux



ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE  
Association sportive

PORTEUSE DE PROJET  
Amandine LECLERCQ, Manager

NOM DU PROJET : BEC Escrime

## CONTEXTE

Le BEC Escrime est un club sportif qui est né en 1912. Suite au fort développement du club sur Bordeaux et en Aquitaine, nous serions intéressés de bénéficier des compétences de jeunes dynamiques pour nous aider à adapter nos outils de communication.

## MISSIONS

Nous souhaitons développer le rayonnement du BEC Escrime et faire connaître nos activités.

## OBJECTIFS

- > Travailler sur l'attractivité de notre sport et sur l'image de notre club sur Bordeaux et l'Aquitaine
- > Faire connaître notre activité / nos actualités : le parcours de notre athlète olympique, notre Challenge International Damestoy/Segane, le maniement de sabre laser...
- > Avoir des outils de communication adaptés pour décrocher de nouveaux partenaires

## LIVRABLES

- > Proposition stratégique à la mesure du développement du club sportif
- > Refonte du site internet (responsive) avec stratégie de référencement)
- > Création d'outils de communication online (réseaux sociaux, presse) et offline (plaquettes, affiches, flyers, etc.)
- > Production de reportages photo et/ou vidéo

# HOTEL DE BOUILHAC\*\*\*\*

av du Pr Faurel / 24290 Montignac/Vézère

## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Hôtel 4\* restaurant, salon de thé haut de gamme



## PORTEURS DE PROJET

Christophe et Karine MAURY, DG et Présidente

NOM DU PROJET : Hôtel de Bouilhac\*\*\*\*

## CONTEXTE

L'Hôtel\*\*\*\* de Bouilhac est un hôtel particulier du 17ème siècle, inscrit aux monuments historiques. Le bâtiment est en pleine rénovation et il contient en plus des capacités d'hébergement un restaurant et un salon de thé. Le lieu ouvrira à 2 minutes du centre international d'art pariétal LASCAUX 4 en Avril 2017.

## MISSIONS

Création d'une identité visuelle luxueuse et d'un site internet pour l'hôtel restaurant.

## OBJECTIFS

Nous ne souhaitons pas un site basique basé sur un système de templates, mais un site dynamique, intuitif, dans un esprit élégant et esthétique.

Les fonctionnalités impératives du site sont les suivantes :

- > Module de réservation Hôtel et Restaurant (type ReservIt ou MrBooking) en partage du planning de réservation du PMS.
- > Intégration réseaux sociaux, TO (Tour Operator) tel que booking, expedia, Mr et Ms Smith...
- > Prévoir le système de paiement ou/et le versement d'arrhes.
- > Système de back-office permettant aux non-initiés de prendre la main quotidiennement afin de changer les menus, créer des événements ou opérations promotionnelles ponctuelles.
- > Module de fidélisation par questionnaire concis de satisfaction : le fait d'y répondre ouvrira droit à des offres ou remises lors d'une prochaine venue.

## LIVRABLES

- > Création de la charte graphique
- > Création du site internet de réservation administrable de l'hôtel

# MARA FILMS

[www.marafilms.fr](http://www.marafilms.fr)

13 Rue Professeur Demons / 33000 Bordeaux



## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Production audiovisuelle et cinématographique

## PORTEUR DE PROJET

Serge HOUOT, Gérant

NOM DU PROJET : Site web Mara Films

## CONTEXTE

Mara Films a fait réaliser un site web qui aujourd'hui n'est plus d'actualité. Nous souhaitons mettre en ligne un nouveau site proposant un design, une ergonomie et des prestations renouvelés.

## MISSIONS

- > Réfléchir au design du site
- > Trouver les solutions adéquates pour la diffusion de vidéos en ligne
- > Faire la mise en relation entre site internet et réseaux sociaux

## OBJECTIFS

Mettre en œuvre un nouveau site internet pour Mara Films au niveau des standards des meilleurs studios de production audiovisuelle.

## LIVRABLES

- > Refonte de la charte graphique
- > Refonte du site internet administrable (upload viméo avec password), avec éventuellement un module eCommerce

# L'ALTERNATIVE URBAINE BORDEAUX

© (projet coup de coeur Digital Campus)

<http://alternative-urbaine.net>  
33 rue Porte de la Monnaie / 33800 Bordeaux



## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Balades urbaines insolites au service de l'insertion sociale de personnes en situation de précarité formées et accompagnées pour être "éclaireurs".

## PORTEUSE DE PROJET

PROJET DE PROJET  
Elodie ESCUSA, Coordinatrice

## NOM DU PROJET : L'Alternative Urbaine Bordeaux

CONTEXTE

La ville de Bordeaux fait partie de ces villes en pleine mutation concernée par le défi de la cohésion entre une diversité de territoires et de populations aux dynamiques de développement inégal. Des quartiers prioritaires sont identifiés par le contrat de ville car ils concentrent des problématiques de pauvreté, de chômage, d'exclusion sociale et de mal-logement.

## MISSIONS

Le projet vise à faire découvrir la ville autrement par le moyen de balades urbaines dans les quartiers prioritaires à Bordeaux (Bacalan, Bordeaux Sud...) animées par des personnes en insertion : les "éclaireurs". La balade est donc d'une part, une expérience urbaine insolite et conviviale, et d'autre part, un outil de remobilisation et d'inclusion sociale. Les parcours sont co-construits par les habitants des quartiers visités et par les "éclaireurs" lors de leur formation.

## OBJECTIFS

L'association a pour objet de lutter contre l'exclusion des personnes en situation de fragilité et/ou de grande précarité, changer le regard du public sur les quartiers prioritaires, favoriser des formes d'inclusion sociale et professionnelle novatrices à travers la culture, participer à la réappropriation de l'espace public et de la ville par tous. L'impact souhaité est un mieux-être des personnes accompagnées qui conduit souvent à permettre de mieux cibler un projet d'emploi et ainsi d'y parvenir.

## LIVRABLES

- > Étude marketing (étude de marché et stratégie commerciale)
  - > Plan de communication
  - > Vidéo promotionnelle

QUCIT

www.qucit.com  
213 Cours Victor Hugo / 33130 Bègles



ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE  
Analyse de données

PORTEURS DE PROJET

Clément COLLIGNON, Directeur Commercial et Marketing & Marine WAGNER, Designer et Étudiante Mastère 2 Digital Campus.

NOM DU PROJET : Qsite 2.0

CONTEXTE

Qucit pour « Quantified Cities » est une startup bordelaise créée en mai 2014. Véritable plateforme prédictive, Qucit favorise l'émergence de villes plus intelligentes, plus agréables et plus efficaces où le gaspillage de ressources naturelles est minimisé. Sa vision ? Quantifier et modéliser la ville. Pour poursuivre son développement, et faire face à d'importantes levées commerciales et financières, Qucit renouvelle ses supports de communication et travaille sur son identité visuelle. En priorité, Qucit veut mettre en ligne une nouvelle version de son site web (le "Qsite »).

MISSIONS

La mission consiste à renouveler le site web de Qucit dans le but de mieux articuler l'exposé de la vision de l'entreprise et la mise en valeur des produits et solutions proposées. Cela passera donc en amont par l'élaboration d'un nouvel univers graphique / identité visuelle correspondant mieux à la vision de l'entreprise notamment son côté « clan-tech ». Il s'agira aussi de proposer un plan de communication pour alimenter le blog / réseau sociaux à un rythme pertinent et avec un contenu adapté. Enfin, une vidéo de présentation de l'entreprise est attendue afin de montrer les valeurs de Qucit, ses produits et ce qui l'a rendu unique.

OBJECTIFS

- > Travail de fond sur l'identité visuelle : proposer une nouvelle charte graphique, et des images qui correspondent mieux à la mission de l'entreprise
- > Refonte du site en réorganisant les rubriques
- > Harmonisation des différentes pages, en particulier des produits
- > Proposition pour alimenter le blog / réseau sociaux
- > Vidéo de présentation de l'entreprise

LIVRABLES

- > Proposition d'un nouvel univers graphique / identité visuelle
- > Proposition du site web fonctionnel en ligne
- > Proposition d'un plan de com pour blog et réseaux sociaux
- > Proposition d'une vidéo de présentation de l'entreprise

BENOO

www.benoolend.com  
87 quai de queyries / 33000 Bordeaux



ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE  
Intermédiaire en financement

PORTEUSE DE PROJET  
Tiphaine GOIX, COO

NOM DU PROJET : Plateforme Investisseurs

#### CONTEXTE

Benoo est un intermédiaire en financement qui vise à faire le lien entre des projets d'accès à l'énergie dans les pays en voie de développement et des financeurs.

Start-up installée au campement Darwin depuis bientôt un an, Benoo est en train de déployer un projet pilote d'électrification rurale au Togo. Dans ce cadre, nous souhaitons construire une plateforme web à destination de nos investisseurs pour leur permettre de suivre en temps réel ou quasi-réel les indicateurs clés en fonction de leurs profils d'investissement que nous pouvons remonter.

#### MISSIONS

Il s'agit de créer, développer et mettre en ligne la première version de cette plateforme. Il y a aura notamment des travaux à mener sur :

- > UX et web design,
- > Création de contenus, de data visualisation,
- > Développement et intégration web...

L'intégration de contenu ne sera pas automatisée dans un premier temps (pas d'intégration avec les systèmes de paiement ou d'énergie dans la phase pilote). Il faudra donc prévoir un back office pour que Benoo puisse alimenter la plateforme avec les données à mettre en ligne.

#### OBJECTIFS

Cette première version de notre plateforme sera mise à disposition d'un panel d'investisseurs pour obtenir leurs retours, et enrichir / amender cette dernière en fonction.

À plus long terme, cette plateforme sera enrichie d'un volet complémentaire pour communiquer auprès des porteurs de projets également. La création de cette plateforme représente un enjeu stratégique pour Benoo, et nous sommes ravis d'être accompagnés par les équipes / étudiants de Digital Campus sur ce projet.

#### LIVRABLES

- > Version en ligne d'une plateforme investisseurs

# YESCAPA

<https://www.yescapa.fr/>  
210 Cours Victor Hugo / 33130 Bègles



## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Location de camping cars entre particuliers

## PORTEUSE DE PROJET

Valentine PHILIPPONNEAU, Responsable Communication

NOM DU PROJET : Une Communauté Yescapa activée et solidifiée

## CONTEXTE

Dans le cadre de son internationalisation (services opérationnels en France, en Espagne et récemment en Allemagne), la startup bordelaise anciennement JeLoueMonCampingCar a choisi d'évoluer vers une nouvelle identité. Bien évidemment pour faciliter l'utilisation de nos services et les transactions effectuées, mais surtout pour rassembler notre communauté d'utilisateurs. Dans la continuité de ces actions nous souhaitons valoriser encore plus notre communauté, la rendre plus active et la solidifier.

## MISSIONS

Valoriser notre communauté pour qu'elle soit plus active : davantage d'échange, de partage et de convivialité.

Communiquer par la communauté pour la communauté.

Fidéliser notre communauté et acquérir de nouveaux utilisateurs / propriétaires (en priorité) et locataires.

## OBJECTIFS

1. Acquisition de nouveaux utilisateurs actifs
2. Fidélisation de la communauté
3. Activation de la communauté

## LIVRABLES

- > Veille sur la communication virale
- > Plan d'action
- > Liste de livrables
- > Production des livrables validés

# SAFRAN HELICOPTER ENGINES

www.safran-helicopter-engines.com  
26 Avenue des Lilas / 64000 Pau



ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE  
Industrie aéronautique

PORTEUSE DE PROJET  
Loeva MALACARNE, Marketing Manager

NOM DU PROJET : Événementiel digital / Safran Helicopter Engines

## CONTEXTE

Safran est un groupe international de haute technologie, équipementier de premier rang dans les domaines de l'Aéronautique de l'Espace, de la Défense et de la Sécurité. Leader mondial des moteurs d'hélicoptères, et implantée sur tous les continents, la filiale Safran Helicopter Engines est le seul motoriste aéronautique à se consacrer spécifiquement à ce marché, avec la plus large gamme de turbomoteurs entre 500 chevaux et 3000 chevaux. Safran Helicopter Engines a produit plus de 72 000 moteurs depuis sa création en 1938, et dispose actuellement de 2 500 clients répartis dans 155 pays.

## MISSIONS

En 2017 aura lieu le Salon Mondial de l'Hélicoptère aux États-Unis (Dallas) et le Salon du Bourget. Il s'agira alors de promouvoir un produit high tech et le rendre « grand public », ou comment casser les codes de l'industrie aéronautique. La mission des étudiants de Digital Campus sera de développer un support original et grand public pour promouvoir un moteur d'hélicoptère lors d'un salon mondial à Dallas.

## OBJECTIFS

- > Créer le buzz dans cette industrie tout à fait hors-norme
- > Apporter un maximum de visibilité au nouveau moteur d'hélicoptère Safran

## LIVRABLES

- > Campagne événementielle digitale innovante
- > Supports promotionnels digitaux (à définir en fonction des besoins de la stratégie)

CEB Congrès Expo Bordeaux  
[www.bordeaux.expo.com](http://www.bordeaux.expo.com)  
Rue Jean Samazeuilh / 33070 Bordeaux



ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE  
Accueil et organisation d'événements

PORTEUR DE PROJET  
Sébastien PARENT, Responsable Digital

NOM DU PROJET : CEB Lab

#### CONTEXTE

Le CEB Lab est une plateforme d'échange et de test, mise à disposition de l'écosystème numérique local (organisateurs d'événements, start-ups innovantes, entreprises, écoles, universités, institutionnels) en lien avec des événements.

Avec cette plateforme, CEB s'ouvre et met certains de ses actifs (manifestations, bâtiments, cohortes d'utilisateurs) à disposition des acteurs locaux du digital, dans l'objectif de tester « grandeur nature » des services, des outils ou des usages nouveaux.

C'est ainsi que CEB entend appuyer les dynamiques entrepreneuriales existantes pour les amplifier. Bordeaux et sa région bénéficient de l'existence d'une communauté numérique très active, qui contribue à mettre en place les conditions pour une croissance soutenue du secteur.

#### MISSIONS

Conception d'un kit de communication pour le CEB LAB

Conception d'un plateforme en ligne permettant de structurer et de communiquer sur l'activité du living lab du CEB. Cette plateforme doit permettre de :

- > proposer des projets,
- > suivre l'activité avec des outils en tel que le dataviz,
- > faire la promotion de l'activité du CEB LAB.

#### OBJECTIFS

- > Permettre au CEB LAB de recruter des projets innovants auprès des acteurs locaux
- > Permettre de positionner CEB comme un acteur innovant du monde de l'événementiel
- > Proposer un protocole de suivi des test

#### LIVRABLES

- > Kit de communication
- > Plateforme en ligne permettant de soumettre un projet, visualiser un projet (techno libre)

# I.BOAT

<http://www.iboat.eu>

Bassin à flot n°1 - Quai Armand Lalande / 33300 Bordeaux



## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Lieu Culturel

## PORTEUSE DE PROJET

Pauline LEVIGNAT, Responsable Communication

NOM DU PROJET : Développement de l'I.Boat

## CONTEXTE

L'I.Boat est une salle de concert, un lieu culturel avec une programmation très riche, et un restaurant (La Cantine). À l'occasion du 5<sup>ème</sup> anniversaire, un projet de développement à l'échelle métropolitaine est lancé, à l'horizon Mai 2017, avec notamment l'ouverture d'un restaurant d'été (La Plage), une piscine flottante (privée), d'une jauge de 400 personnes, un Roller Park. Le quartier est en forte mutation, et l'idée est d'impliquer les habitants dans ce projet.

L'activité de Bar/Restauration va nourrir le projet de piscine flottante, dont les éléments de communication doivent être pris en compte dans les livrables.

L'ouverture du restaurant d'été est également à prendre en compte dans le plan de communication.

Enfin, le rollerpark, qui sera en ouverture libre fera également partie de cet ensemble, avec une programmation d'événements qui lui seront propres.

## MISSIONS

- > Proposer une étude de marché à destination des différentes cibles (besoins, positionnement, benchmark, cibles)
- > Réfléchir à une ou plusieurs identités de marque pour l'ensemble des éléments du projet (naming, identité visuelle, etc.)
- > Créer et mettre en place des outils de communication (web et print) adaptés, en fonction des besoins des besoins de communication.

## OBJECTIFS

- > Renforcer l'attractivité de l'I.Boat auprès de sa cible, grâce à la mise en place de ces nouveaux événements.
- > Élargir l'identité de l'I.Boat tout en restant en phase avec la communication existante.

## LIVRABLES

- > Etude marketing et commerciale
- > Création de marque
- > Création de supports web du projet (site internet, réseaux sociaux, newsletter...)
- > Création de supports print du projet (affiches, signalétique, flyers)

# ZEWORKERS

www.zeworkers.fr

3 hameau du Bourdieu / 33720 Virelade



## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Site de mise en relation de services entre particuliers, et de professionnels à particuliers

## PORTEUR DE PROJET

Nicolas CAZÉ, CEO (Président)

NOM DU PROJET : zeWorkers

## CONTEXTE

La plateforme zeWorkers est basée sur un système innovant qui permet de mettre en relation les professionnels avec des particuliers, et des particuliers avec des particuliers, pour la prestation de services divers (coiffure, entretien, ménage, bricolage...). La sortie du site en paiement sécurisé est prévue en version Béta en septembre 2016.

## MISSIONS

Mission 1 : Développement du réseau et de l'activité zeWorkers

Mission 2 : Communication vidéo pour toucher la cible

## OBJECTIFS

L'objectif de zeWorkers est de développer son business, afin de convaincre des investisseurs en vue d'une levée de fonds.

> Il s'agit de faire connaître zeWorkers grâce à la mise en place d'une stratégie de développement de communauté et de communication digitale (réseaux sociaux, presse, multimédia) et de créer du trafic vers le site.

> zeWorkers souhaite une vidéo de promotion touchante avec un message clair, plusieurs histoires, une identité sonore, sur un sujet en rapport avec le quotidien. L'idée est que les cibles se projettent dans les bénéfices du lien social, et qu'elles se sentent touchées et concernées : pour déclencher l'inscription sur le site.

## LIVRABLES

- > Création d'une identité visuelle et sonore
- > Création d'une stratégie de communication web (publicité, réseaux sociaux)
- > Création d'outils de communication web (blog, newsletter, chaîne youtube, contenu éditorial)
- > Création d'une vidéo de promotion au centre de la stratégie de communication
- > Création d'une vidéo pédagogique en motion design

# COFFIN

www.coffin.animaux.com  
Darwin Le campement, 87 quai des Queyries / 33100 Bordeaux



ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE  
Accessoires pour animaux

PORTEUSE DE PROJET  
Laura IRIART, Dirigeante,

NOM DU PROJET : Coffin

## CONTEXTE

HURLU est un studio de design industriel fondé par Laura IRIART et Arthur TRICHELIEU, qui conçoit des produits pour des entreprises ou en auto-édition. L'agence imagine et développe des produits responsables, répondants à des problèmes sociologiques, écologiques et techniques. Un design minimaliste mettant au cœur du produit l'usage et l'environnement. Coffin est un produit développé en auto-édition par Hurlu (de la fabrication à la commercialisation), qui permet de rendre hommage à son animal de compagnie quand celui-ci décède. Un arbre et des fleurs naîtront là où l'animal a été enterré...  
Un site est dédié à Coffin : [www.coffin.animaux.com](http://www.coffin.animaux.com). C'est le produit "phare" de Hurlu, qui demande beaucoup de travail de communication et de mise en avant. Coffin est vendu sur ce site mais n'est pas assez présent sur internet.

## MISSIONS

Il est très important de faire connaître le produit auprès de deux cibles différentes :  
1. Vétérinaires (pour qu'ils proposent le produit au moment opportun : pédagogie, acceptation)  
2. Particuliers ( sachant qu'on ne pense pas forcément à ce genre de produit dans ces circonstances : notoriété)  
A cela va s'ajouter une cible internationale.

## OBJECTIFS

Proposition d'une stratégie online et offline pour :

- > Augmenter et optimiser la visibilité du produit sur le web auprès de 2 cibles distinctes
- > Dynamiser la marque par une activation de communication de manière générale (création d'un cimetière virtuel)
- > Création d'outils de communication adéquats

## LIVRABLES

- > Proposition d'une stratégie solide de communication web et print
- > Création de supports web (refonte du site, motion design, réseaux sociaux, presse)
- > Création de supports print

# WINEFING

www.winefing.com

6 Rue Porte Basse / 33000 Bordeaux



## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Mise en relation pour hébergement oeno-touristique

## PORTEUSE DE PROJET

Livia GONZALVES, Directrice Générale Adjointe

NOM DU PROJET : Design et stratégie de communication Winefing

## CONTEXTE

Winefing.com est un site web dédié à la réservation en ligne d'hébergement dans le vignoble français. C'est une place de marché sur laquelle les viticulteurs peuvent inscrire leur chambre d'hôtes ou gîte, et proposer des activités oenotouristiques complémentaires (dégustation, visite, initiation à l'oenologie, paniers pique-nique, etc.). Une version beta du site (M.V.P.), réalisée sur wordpress, est sortie début juillet afin de tester le marché et le concept. La prochaine saison hivernale nous permettra d'enrichir l'offre d'hébergements viticoles présents sur le site, de manière à pouvoir communiquer massivement au printemps 2017.

## MISSIONS

La mission de l'équipe sera de :

- > proposer une amélioration optimale du site (Webdesign, UX, front dev) sachant que notre CTO réalise le back office.
- > définir une campagne de communication à destination d'un public européen (cible déjà définie)
- > proposer une stratégie web (social media, posts, jeux-concours, Facebook Ads, GoogleAds) ciblée sur des événements particuliers, tout en y incluant les blogueurs

## OBJECTIFS

- > Améliorer l'expérience utilisateur du site pour une utilisation optimale
- > Développer la notoriété et l'image de WineFing autour de ses valeurs : modernité, expérientiel, qualité, flexibilité, convivialité
- > Développer la visibilité du site pour acquérir de nouveaux clients (Europe)

## LIVRABLES

- > Rédaction d'un cahier des charges pour la V2 du site internet (UX, Webdesign, WebDév Front uniquement)
- > Production d'une V2 du site internet (UX, Webdesign, WebDév Front uniquement)
- > Proposition d'un plan de communication web et mise en place des actions de communication

# LE DÉSHABILLOIR

216, cours du général de Gaulle / 33170 Gradignan

ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE  
design de mobilier

PORTEUSE DE PROJET  
Juliette DE FERLUC, Designer

NOM DU PROJET : Naissance digitale d'un atelier de création // Le Déshabilloir

## CONTEXTE

Le déshabilloir est le nom donné à l'atelier d'une artiste designer architecte d'intérieur. L'atelier choisit ses matériaux et exige ses lignes comme des énergies qui s'inscrivent dans un environnement. Une première collection de mobilier d'intérieur et d'extérieur pour les parents et leurs enfants a été réalisée d'après cette direction artistique. L'inspiration par la matière et par la forme pour penser les objets comme des vecteurs d'énergies.

## MISSIONS

Le Déshabilloir doit exister dans le monde du design. Trouver des clients et des distributeurs en créant une stratégie de communication forte créative et fidèle aux valeurs de l'atelier. L'atelier doit devenir une marque

## OBJECTIFS

Créer l'identité visuelle de la marque et la faire connaître.  
Concevoir des outils de communication et de vente.

## LIVRABLES

- > Plan stratégique et Marketing (déterminer une cible)
- > Création de marque. Création d'une charte graphique
- > Création d'un site internet
- > Création d'outils de communication print
- > Proposition d'un plan de communication globale + réseaux sociaux
- > Création d'une vidéo de présentation de la marque

# LE DESHABILLOIR

# FRENCHTECH BORDEAUX

www.frenchtechbordeaux.com  
14 Rue Lucien Faure / 33000 Bordeaux

ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE  
Écosystème, accélérateur de start-ups

PORTEUR DE PROJET  
Xavier LAINÉ, Délégué Général

NOM DU PROJET : FrenchTech World Tour 2017



## CONTEXTE

« FrenchTech » est une initiative du Gouvernement français lancée en 2013. Depuis 2016, FrenchTech Bordeaux s'est naturellement rapprochée de l'école Digital Campus Bordeaux. De ce partenariat découlent un certain nombre d'initiatives. L'une d'entre elles est la mise en place d'une plateforme de mise en relation de profils d'étudiants (un « tinder de la tech »), et un concours d'entreprenariat s'adressant exclusivement aux étudiants de la Nouvelle Région Aquitaine.

## MISSIONS

L'équipe Digital Campus travaillera sur une plateforme et l'événement qui restent à concevoir, en partenariat avec FrenchTech Bordeaux, Digital Campus, et leurs partenaires. Il s'agira de travailler sur :

1. Création d'une identité,
2. Stratégie de communication et d'animation online,
3. Création d'une plateforme de mise en relation de profils d'étudiants pour faire connaître leurs projets ET leurs compétences entre eux, et auprès de porteurs de projet en besoin de ces types de profils,
4. Conception d'une mécanique « concours en ligne » qui récompense les meilleurs projets d'entreprenariat d'étudiants (10 finalistes, 3 gagnants), grâce à un vote participatif,
5. Création d'outils de communication online/offline,
6. Evénementiel.

## OBJECTIFS

L'objectif est de fédérer un réseau de jeunes professionnels autour de la French Tech et de récompenser les meilleurs projets d'entrepreneuriat grâce à un prix qui permettra aux lauréats de bénéficier de services liés au réseau FrenchTech.

## LIVRABLES

- > Création de marque
- > Création d'une identité visuelle et de charte graphique
- > Création d'une plateforme pour les projets (dev Front et Back)
- > Proposition d'un plan stratégique de communication 360°
- > Création des outils de communication web / print
- > Événementiel

# SABLES PRODUCTIONS

33000 Bordeaux

## ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE

Création et édition de jeux de société



## PORTEUR DE PROJET

Stéphane LAULHERE, Associé

NOM DU PROJET : Infections

## CONTEXTE

Sables Productions est une future société de création et d'édition de jeux de société. Elle se crée(ra) avec le lancement d'un jeu dont le thème est la survie d'une équipe de scientifiques dans une base spatiale envahie par des créatures dangereuses et invisibles. Sables Productions tentera à travers ses productions de proposer des jeux de qualité, si possible transmedia, ou en tout cas en essayant d'être novateur dans l'industrie du jeu actuel. Infections est un jeu de plateau pour 3 à 6 joueurs, où chacun peut s'aider (sans y être contraint) d'une application sur son smartphone ou sa tablette pour jouer autour de la table.

## MISSIONS

Jouer à des jeux de plateaux était une première étape. Désormais la suivante est de créer le nôtre, avec nos noms sur la boîte. Et quand on parle de noms, c'est le nom de tous les acteurs qui se sont investis dans la création du jeu, vous compris !

Nous souhaitons ensuite « créer le buzz » pour que la sortie du jeu soit un succès.

Il faut enfin trouver des moyens de communication percutants sur le jeu en sortant des sentiers battus.

## OBJECTIFS

- > Présenter le jeu petit à petit, au fur et à mesure de sa création
- > Récupérer des « promesses d'achat » du jeu auprès d'une communauté grandissante
- > Faire vivre ce jeu avant, pendant et après sa mise en vente
- > Faire connaître Sables Productions pour obtenir des droits d'éditions de futurs jeux

## LIVRABLES

- > Participation à la création du jeu, dans sa partie visuelle, graphique et éditoriale
- > Proposition d'un plan de communication
- > Production des outils de communication
- > Création d'un site communautaire et d'informations sur le jeu
- > Activation d'une communauté de joueurs



## L'ÉQUIPE DIGITAL CAMPUS BORDEAUX

Yvan PERRIERE

Directeur des Écoles ESG-Bordeaux (CAMPUS BASSINS À FLOT)

05 56 12 40 55

[y.perriere@digital-campus.fr](mailto:y.perriere@digital-campus.fr)

Eva GARRAUD

Directrice du Développement, Digital Campus France

05 56 12 81 80

[e.garraud@digital-campus.fr](mailto:e.garraud@digital-campus.fr)

Romain AUBERGER

Directeur Pédagogique

05 56 12 40 52

[r.auberger@digital-campus.fr](mailto:r.auberger@digital-campus.fr)

Sébastien TRICARD

Coordinateur Pédagogique Mastère & Responsable des Projets

05 56 12 18 49

[s.tricard@digital-campus.fr](mailto:s.tricard@digital-campus.fr)

Sylvain COUDERT

Coordinateur Pédagogique Bachelor

[s.coudert@digital-campus.fr](mailto:s.coudert@digital-campus.fr)

Juliana PUYDEBOIS

Responsable Communication, Événements, Partenariats

07 78 38 20 67

[j.puydebois@digital-campus.fr](mailto:j.puydebois@digital-campus.fr)

Nadège CARON

Conseillère en Formation

05 56 12 18 50

[nadege.caron@digital-campus.fr](mailto:nadege.caron@digital-campus.fr)

Anne-France FARRE

Conseillère en Formation

05 56 12 36 15

[af.farre@digital-campus.fr](mailto:af.farre@digital-campus.fr)

Ana VILLEGER

Assistante Pédagogique

05 56 12 81 82

[a.villeger@digital-campus.fr](mailto:a.villeger@digital-campus.fr)

Célia GOUVERNEUR

05 56 12 40 58

[c.gouverneur@digital-campus.fr](mailto:c.gouverneur@digital-campus.fr)



20, quai Lawton - CS50100  
33070 Bordeaux Cedex

[www.digital-campus.fr](http://www.digital-campus.fr)  
[www.facebook.com/digital.campus](http://www.facebook.com/digital.campus)

Contact Projets  
Sébastien Tricard / [s.tricard@digital-campus.fr](mailto:s.tricard@digital-campus.fr) / 05 56 12 18 49

Contact Presse  
Juliana Puydebois / [j.puydebois@digital-campus.fr](mailto:j.puydebois@digital-campus.fr) / 07 78 38 20 67

# RS DE PROJET NTS

DIGITAL  
CAMPUS

#CESTENLIGNE  
Entrée libre, réservation sur <http://events.cestenligne.pro/event/gpdc1617>

WE  
ARE  
DC

DIGITAL  
CAMPUS

20, quai Lawton - CS50100  
33070 Bordeaux Cedex

[www.digital-campus.fr](http://www.digital-campus.fr)  
[www.facebook.com/digital.campus](https://www.facebook.com/digital.campus)

**Contact Projets**

Sébastien Tricard / s.tricard@digital-campus.fr / 05 56 12 18 49

**Contact Presse**

Juliana Puydebois / j.puydebois@digital-campus.fr / 07 78 38 20 67