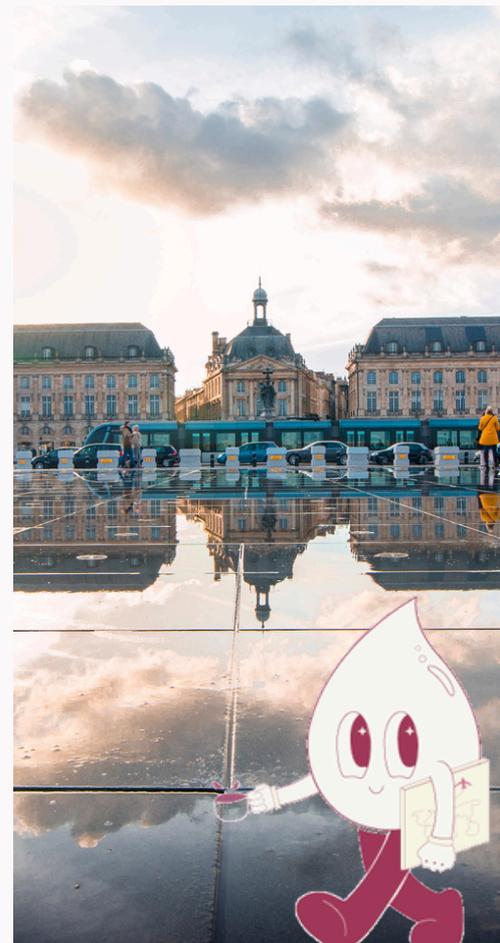


SAE 501 - CONCEVOIR ET DÉPLOYER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR

BORDEAUX EXPLORER

DOSSIER FINAL



BUT3 MMI - STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DÉSIGN d'EXPÉRIENCE

TABLE DES MATIÈRES

01 - DOSSIER DE CONCEPTION



02 - SOLUTION NUMÉRIQUE

03 - PLAN DE COMMUNICATION PLURIMÉDIA

04 - SPOT PUBLICITAIRE

05 - COMPTE-RENDU DE GESTION DE PROJET

06 - ANNEXES

INTRODUCTION

Bordeaux est une ville au patrimoine exceptionnel, où l'histoire et la modernité se rencontrent à chaque coin de rue. Ses monuments, son art de vivre et son dynamisme en font une destination prisée, aussi bien par ses habitants que par les visiteurs venus du monde entier.

Pourtant, à l'heure du numérique, la manière dont nous découvrons une ville évolue. Les nouvelles générations, habituées à des expériences interactives et immersives, ne se reconnaissent plus toujours dans les approches traditionnelles de la valorisation du patrimoine. Quant aux publics plus âgés, ils rencontrent parfois des difficultés à s'appropriier ces outils digitaux.

C'est de ce constat qu'est née l'idée de notre projet : repenser la découverte de Bordeaux à travers une application innovante, accessible et engageante pour tous. Grâce à l'intelligence artificielle, à la géolocalisation et à des contenus interactifs, cette application offrira une expérience unique, adaptée aux envies et aux besoins de chaque utilisateur. Que l'on soit un habitant curieux, un touriste en quête d'authenticité ou une famille à la recherche d'une sortie ludique, notre solution a pour ambition de transformer chaque balade en une aventure culturelle.

Ce dossier retrace chaque étape du projet, depuis l'analyse des défis liés à la valorisation du patrimoine jusqu'à la conception de l'application et la mise en place d'une stratégie de communication efficace. En nous appuyant sur des études de marché, des retours d'utilisateurs et les dernières tendances numériques, nous avons imaginé une solution innovante qui réinvente l'exploration de Bordeaux. Notre ambition est de faire de cette application un véritable pont entre tradition et modernité, en offrant une expérience immersive et accessible à tous.

**DOSSIER
DE CONCEPTION**

01 - DOSSIER DE CONCEPTION

A. PRÉSENTATION DE LA VILLE ET DES PATRIMOINES VISÉS

Bordeaux, située dans le sud-ouest de la France, est une ville qui incarne l'élégance et la richesse culturelle.

Capitale de la région Nouvelle-Aquitaine, elle se distingue par son patrimoine architectural, sa renommée mondiale dans l'univers viticole, et son dynamisme urbain. Traversée par la Garonne, Bordeaux a longtemps été un carrefour commercial stratégique, notamment grâce à son port, surnommé le "Port de la Lune" en raison de la courbe formée par le fleuve. Cette position géographique a façonné son histoire et contribué à son développement économique et culturel.



Inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2007, le centre historique de Bordeaux est un véritable bijou architectural, réputé pour ses façades en pierre blonde, ses places majestueuses, et son urbanisme harmonieux. En parallèle, la ville s'est modernisée au fil des décennies avec des aménagements emblématiques comme les quais rénovés, le miroir d'eau de la Place de la Bourse, ou encore le tramway qui facilite les déplacements tout en respectant l'héritage historique.



Le miroir d'eau



La Garonne



La cité du Vin

Au-delà de son architecture, Bordeaux se distingue par son art de vivre. La ville combine tradition et modernité, en offrant une expérience unique où l'histoire rencontre la créativité contemporaine. Avec ses marchés animés, ses festivals culturels, et ses restaurants réputés, Bordeaux attire chaque année des millions de visiteurs venus explorer son patrimoine, goûter à sa gastronomie, et découvrir l'atmosphère chaleureuse qui la caractérise.

Bordeaux n'est pas seulement une destination touristique, c'est aussi une ville où la nature occupe une place centrale. Ses espaces verts, ses berges aménagées, et sa proximité avec les vignobles en font un lieu d'équilibre entre urbanité et nature. La ville est également reconnue pour son engagement en faveur du développement durable, avec des initiatives pour préserver son environnement et promouvoir un tourisme responsable.

Ainsi, Bordeaux se positionne comme une ville à la fois enracinée dans son passé et tournée vers l'avenir, offrant une expérience riche et diversifiée à ceux qui s'y aventurent.

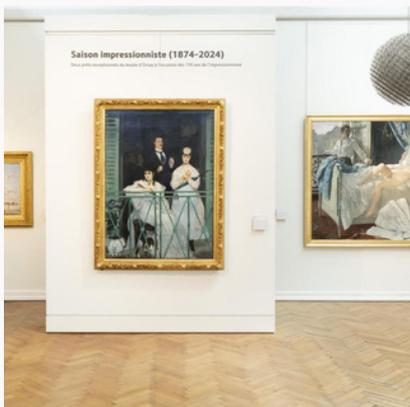
PATRIMOINES MATÉRIELS

Bordeaux est une ville reconnue en partie pour la richesse de son patrimoine, offrant à ses habitants, une vie culturelle dynamique et variée. De nombreux patrimoines matériels s'y cache, parmi lesquels la Cité du Vin en fait partie. Proposant un voyage unique dans le temps et l'espace avec plus de 3000m² de parcours libre, près de 18 espaces thématiques interactifs ce site nous invite à découvrir diverses cultures et civilisations du vin. Des initiations à la dégustation pour les néophytes ainsi que des ateliers immersifs à 360° y sont proposés, offrant une découverte unique de la ville.

Le plus grand centre d'art immersif y est également présent : le Bassin des Lumières. Installé dans une ancienne base sous-marine datant de la Seconde Guerre mondiale, cet espace unique propose une variété d'expositions numériques immersives, mettant en lumière des œuvres emblématiques telles que Le Petit Prince, De Vermeer à Van Gogh ou encore Mondrian.

La présence de l'art au sein du patrimoine bordelais a non seulement contribué à son identité culturelle mais aussi à son attractivité. Son site artistique emblématique en est la preuve. Le Musée des Beaux-Arts de Bordeaux est un site culturel emblématique où s'exprime l'âme de l'art à travers une collection impressionnante allant du XV^e au XX^e siècle.

Outre l'art, l'histoire de Bordeaux se perçoit à travers son riche patrimoine architectural, telle que la Place de la Bourse datant du XVIII^e siècle. Son architecture emblématique, accompagnée du Miroir d'eau, en fait un lieu mythique très prisé.



Le Bassin des Lumières



Le Musée des Beaux-Arts



La cité du Vin

PATRIMOINES IMMATÉRIELS

La ville de bordeaux n'est pas uniquement riche de son patrimoine matériel, mais se distingue également par la diversité de son patrimoine immatérielle. La gastronomie bordelaise riche et varié, en est l'exemple même. Avec ses plats emblématiques tels que l'entrecôte à la bordelaise, la lamproie ou encore les huître du bassin d'Arcachon.

Ces produits du terroir sont mondialement réputés, contribuant à la renommé de bordeaux et de sa région. La célèbre Fête du Vin de Bordeaux est un événement incontournable qui célèbre la richesse viticole et la culture du vin dans cette région emblématique. Chaque année, en juin, les quais de Bordeaux se transforment en un festival vibrant où amateurs de vin et passionnés peuvent découvrir et déguster les meilleurs vins de Bordeaux et de ses alentours.

Outre les vins, d'autres produits du terroir, comme le caviar d'Aquitaine ou encore les canelés, symbolisent la richesse gastronomique de la ville. Les marchés bordelais, tels que celui des Capucins, regorgent de produits locaux, idéal pour découvrir tous les trésors du terroir.

À la fois traditionnelle et gourmande, la gastronomie de Bordeaux est l'un des éléments incontournables de l'art de vivre à la bordelaise.



La fête du vin



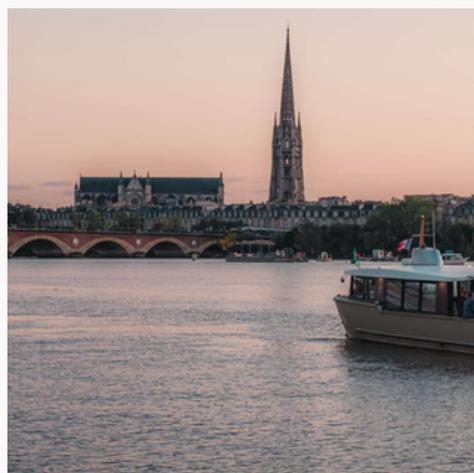
Les canelés

PATRIMOINES NATURELS

Bordeaux dispose également d'un riche patrimoine naturel, comptant plusieurs dizaines de jardins et parcs qui enrichissent la vie urbaine, tels que le Parc Bordelais, le Jardin de l'Ars, ou encore les berges de la Garonne et le Parc aux Angéliques.

Au cœur même de Bordeaux, nous pouvons retrouver ce long fleuve qui traverse toute la ville : la Garonne. Celui-ci crée un lien vital entre la ville et son environnement naturel.

Les quais aménagés le long de la Garonne offrent des vues spectaculaires et des espaces propices à la promenade, au sport et aux événements en plein air.



La Garonne

Si nous nous éloignons du cœur de la ville, la banlieue bordelaise possède une grande biodiversité. Nous y retrouvons la réserve naturelle des marais de Bruges, un site protégé de 265 hectares, exemple de la richesse écologique des zones humides autour de Bordeaux.

Qui plus est, bien que culturels et agricoles, les vignobles présents autour de cette métropole s'intègrent harmonieusement à la nature environnante, formant des paysages de grande beauté.



Le jardin public

B. PRÉSENTATION DE LA CHARTE GRAPHIQUE

Bordeaux



Bordeaux

Mascotte



Palette de couleur



#F1ECE3



#C16584



#96273C



#631C20



#000000

Typographie

AB

Dolge

abcdefghijkl
lmnopq

Bordeaux



AB

Montserrat

abcdefghijkl
mnopq

Bordeaux



LES TYPOGRAPHIES :

Montserrat est une police élégante et d'une grande lisibilité, idéale pour la partie rédactionnelle.

Dolge est une typographie à empattement relativement grasse, tout en restant esthétique et moderne. Cette typographie reflète la beauté et l'élégance de la ville de Bordeaux.

LES COULEURS :

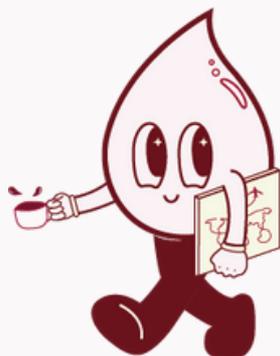
Nous avons opté pour une déclinaison allant du **bordeaux** au **blanc cassé**. Cette teinte neutre est idéale pour compléter le bordeaux, qui occupe une place importante dans notre identité visuelle.

LE LOGO :



Nous avons opté pour un logo typographique mettant en avant la lettre "B", qui se distingue par son côté plus graphique, du fait de la présence de feuilles de vigne juste au-dessus.

NOTRE MASCOTTE :



Nous vous présentons Viny, notre super guide touristique qui vous accompagnera tout au long de cette expédition. Viny est une goutte de vin, rappelant l'une des racines de la culture bordelaise. Notre principale finalité est de créer un lien émotionnel avec les utilisateurs, afin de susciter un sentiment d'attachement.

C. PROBLÉMATIQUE ET OBJECTIFS



Comment surmonter le désengagement intergénérationnel face au patrimoine culturel en exploitant les technologies innovantes, pour moderniser l'expérience culturelle et positionner Bordeaux comme une référence en innovation culturelle ?



Du fait de l'émergence des nouvelles technologies, une nouvelle problématique se dessine : les nouvelles générations semblent de moins en moins connectées avec leur patrimoine culturel. Ce désengagement se justifie par une transition numérique que l'on peut qualifier d'incomplète. En effet l'absence de ces technologies innovantes limite la capacité de la ville de Bordeaux à s'imposer comme une ville de référence en innovation culturelle.

Les jeunes générations sont souvent attirées par des contenus numériques à la fois interactifs et immersifs. Qui plus est, les générations adultes et sénior bien que intéressées par le patrimoine, rencontrent parfois des obstacles liés à l'accessibilité de ces technologies.

24 %

des jeunes de 15 à 24 ans en France déclarent fréquenter régulièrement les musées ou les monuments historiques

(Source : Ministère de la Culture, 2022)

Les musées ayant intégré des dispositifs numériques (réalité augmentée, IA, applications mobiles) ont vu leur fréquentation augmenter de

40%

(Source : Rapport OCDE, 2022)

62 %

des seniors (55 ans et plus) estiment que les applications culturelles sont trop complexes à utiliser

(Source : INSEE, 2023)

Dans le cadre de la ville de Bordeaux, au patrimoine riche et varié, celle-ci peine à exploiter pleinement la visibilité de ce dernier ce qui limite son potentiel afin d'attirer une audience intergénérationnelle permettant d'accroître son attractivité culturelle.

Malgré les divers efforts pour digitaliser certains aspects de l'expérience culturelle (présence d'un site web) que la ville propose, l'absence d'une intégration poussée des technologies, telle que l'intelligence artificielle, limite la capacité de la ville à attirer un public diversifié tout en répondant aux attentes des diverses générations.

Cette situation met un accent sur le besoin qu'émet la ville de Bordeaux d'attirer un public intergénérationnel, tout en modernisant son approche culturelle de part l'intégration de ces nouvelles technologies. En adoptant une stratégie numérique ambitieuse, la ville de Bordeaux pourrait non seulement surmonter le désengagement intergénérationnel, mais aussi se positionner comme un modèle de ville innovante dans le domaine de la culture.

C'est pourquoi nos objectifs sont les suivants : moderniser l'expérience culturelle, favoriser l'engagement intergénérationnel et accroître l'attractivité culturelle de Bordeaux.

Afin de valoriser le patrimoine en offrant une vision moderne et captivante des trésors architecturaux, culturels et historiques, nous proposons de multiples solutions numériques : une application interactive, l'intégration de parcours immersifs ainsi que des jeux de découvertes.

Par ailleurs, l'intégration d'outils numériques innovants permettra de créer des expériences personnalisées adaptées aux différents publics : jeunes, adultes, seniors ou encore personnes en situation de handicap. Ces technologies auront pour effet d'améliorer l'accessibilité tout en garantissant une exploration inclusive et enrichissante du patrimoine bordelais.

Nous accordons une réelle importance à la transmission durable du patrimoine, en développant des contenus numériques pérennes permettant de valoriser le patrimoine à long terme. Nous encourageons également les Bordelais à avoir une implication active à travers des initiatives participatives, comme la création de contenus, le partage d'anecdotes locales et la collaboration sur des projets communautaires, afin de renforcer leur sentiment d'appartenance et d'engagement envers le patrimoine de la ville.

C. ANALYSE CONCURRENTIELLE ET ÉTAT DE L'EXISTANT

Avant de se lancer dans la réalisation de notre projet, il était essentiel de réaliser une veille concernant les différents sites et applications de la ville de Bordeaux, répertoriant les guides et parcours possibles au sein de la ville. Nous avons étudié des solutions similaires, en France comme à l'international, en effectuant un benchmark.



Explorensi

Parmi ces solutions, le Guide de la ville de Bordeaux Explorensi offre des fonctionnalités intéressantes : **carte de bordeaux** (Apple Plans), les itinéraires avec les différents **moyens de transports**, ainsi qu'une page d'accueil complète et bien structurée.

Néanmoins, certains aspects peuvent être améliorés, tels que l'absence de barre de recherche et le manque d'un nom de domaine spécifique. De plus, l'onglet "Mon espace" est uniquement accessible via un identifiant de connexion, sans une connexion Apple efficace.



Bordeaux Guide de Voyage

Bordeaux Guide Voyage offre également diverses fonctionnalités attractives. Parmi celles-ci, des **articles enrichis sur l'histoire de la ville**, ses **monuments emblématiques** et son patrimoine culturel sont proposés. Des **parcours thématiques adaptés** selon le nombre de jours permettent aux visiteurs de découvrir Bordeaux de manière progressive et immersive, en suivant des itinéraires spécifiques conçus pour une expérience optimale.

Cependant, un problème majeur réside dans le fait que la majorité des fonctionnalités nécessitent un abonnement payant, ce qui peut limiter l'accès pour certains utilisateurs. Des options telles que la carte interactive, la réalité virtuelle, ainsi que les informations touristiques et les photos, sont uniquement accessibles avec un abonnement. Par ailleurs, la succession de blocs sur la page d'accueil peut rendre la navigation moins fluide et rendre l'expérience globale quelque peu encombrante.



Bordeaux City Pass

L'application Bordeaux City Pass est conçue pour accompagner les visiteurs dans leur découverte de Bordeaux en leur proposant des pass touristiques d'une durée de 24, 48 ou 72 heures. Ces pass donnent accès à une sélection d'activités et de services, parmi lesquels l'entrée gratuite ou à tarif réduit dans de nombreux musées, monuments emblématiques et sites culturels.

L'application permet aux utilisateurs de marquer leurs lieux ou activités préférés grâce à une option "like". Cette fonctionnalité facilite l'organisation de leur séjour en leur permettant de créer une liste personnalisée des endroits qu'ils souhaitent visiter. Aussi, l'outil de filtrage intégré permet aux utilisateurs d'affiner leurs recherches en fonction de critères spécifiques, tels que le type d'activités. Cela garantit une navigation rapide et adaptée aux besoins de chacun, offrant une expérience utilisateur fluide et efficace. L'application informe aussi en temps réel les utilisateurs des éventuelles fermetures exceptionnelles. Ce service aide donc les visiteurs à planifier leurs activités avec précision.

Cependant, on remarque aussi des points faibles: par exemple, la page d'accueil de l'application souffre d'un manque d'organisation. Les informations sont présentées de manière linéaire, sans mise en avant des activités phares ou des suggestions adaptées. Cela peut rendre la navigation confuse, en particulier pour les nouveaux utilisateurs ou ceux cherchant des recommandations rapides. De même, elle se concentre exclusivement sur les activités et lieux inclus dans l'offre City Pass. Ce choix restreint l'expérience utilisateur en excluant de nombreuses autres attractions ou options de découverte disponibles à Bordeaux. Les visiteurs recherchant une vision plus large de la ville pourraient trouver l'application moins attrayante.



Odyssey le guide de Paris

Odyssey est une application dédiée à la découverte de la ville de Paris. Elle propose une expérience guidée à travers différents parcours thématiques, enrichis par des contenus audio immersifs. Voici une analyse des points forts et des axes d'amélioration de cette application :

Dès l'ouverture, un pop-up permet à l'utilisateur de choisir s'il souhaite recevoir des alertes. Cela garantit une communication ciblée, sans être intrusive, et permet de tenir les utilisateurs informés des nouveautés ou changements en temps réel. Odyssey intègre une carte interactive basée sur Google Maps, rendant la navigation fluide et précise. Cette fonctionnalité permet aux utilisateurs de se repérer facilement et de suivre leurs parcours en temps réel, améliorant ainsi l'expérience globale. L'application propose différents itinéraires adaptés aux intérêts des utilisateurs. Chaque parcours est enrichi de podcasts, offrant des explications culturelles et historiques immersives. Cela ajoute une dimension éducative et interactive, rendant les visites plus captivantes.

Malgré son concept attractif, l'application ne propose que six parcours, ce qui peut rapidement limiter l'intérêt pour les utilisateurs réguliers ou ceux cherchant une offre plus variée. Le manque d'une barre de recherche ou d'un onglet dédié pour explorer librement les contenus rend la navigation moins intuitive. Les utilisateurs sont obligés de parcourir l'ensemble des options pour trouver ce qu'ils recherchent, ce qui peut être frustrant. Bien que fonctionnelle, l'interface de l'application reste minimaliste, sans éléments vraiment différenciants ou interactifs. Cela peut donner une impression d'inachevé, surtout pour un public habitué à des applications riches en fonctionnalités.

D. COMPTE-RENDU DE NOS ACTIONS POUR INTÉGRER L'UTILISATEUR

Réaliser un questionnaire est une démarche essentielle pour intégrer l'utilisateur dans le processus de conception de notre application. Il permet de recueillir directement les attentes, besoins et préoccupations des utilisateurs potentiels, en obtenant des informations précieuses sur leurs habitudes, leurs préférences et leurs frustrations. Cela nous aide à mieux comprendre ce que recherchent les utilisateurs lorsqu'ils découvrent une ville comme Bordeaux, ainsi que les fonctionnalités qu'ils jugent importantes.

Le questionnaire offre également l'opportunité d'identifier des obstacles à l'adoption de l'application, comme des préoccupations concernant la simplicité d'utilisation, l'accès à Internet ou le coût des fonctionnalités premium. En recueillant ces données, nous pouvons adapter le design et les fonctionnalités de l'application pour répondre spécifiquement aux attentes des utilisateurs et réduire les barrières potentielles.

Cette approche, centrée sur l'utilisateur, permet de concevoir une application plus pertinente et plus engageante, tout en s'assurant qu'elle réponde efficacement aux besoins du public cible. Ainsi, le questionnaire devient un outil clé pour garantir que l'application soit non seulement fonctionnelle, mais aussi réellement utile et appréciée par les utilisateurs finaux.

VOIR ANNEXE 1

E. COMPTE-RENDU DES ATELIERS DE CONCEPTION

L'objectif principal des ateliers de conception est de comprendre en profondeur les besoins, attentes et frustrations des utilisateurs potentiels afin de concevoir une application intuitive, utile et adaptée à la découverte du patrimoine bordelais. Cette démarche permet d'aligner les fonctionnalités de l'application sur les attentes réelles des usagers.

Ces ateliers sont pertinents dans notre contexte, car ils offrent un espace collaboratif où différentes parties prenantes, comme les utilisateurs, experts en patrimoine et développeurs, peuvent partager leurs idées. Ils permettent d'identifier les besoins réels des utilisateurs, de stimuler la créativité collective pour imaginer des fonctionnalités innovantes, et de prototyper rapidement des concepts pour recueillir des retours immédiats. En outre, ces ateliers garantissent une cohérence dans le design et l'expérience utilisateur globale de l'application.

Les entretiens individuels complètent ces ateliers en apportant une compréhension qualitative plus approfondie. Ils permettent d'explorer en détail les motivations et habitudes des utilisateurs, d'adapter les fonctionnalités aux besoins spécifiques, de détecter les frustrations rencontrées avec d'autres applications similaires et de personnaliser l'offre, comme les itinéraires thématiques ou les recommandations du chatbot.

En combinant ces deux approches, nous adoptons une méthode centrée sur l'utilisateur qui répond à la fois aux attentes des usagers et aux enjeux de valorisation du patrimoine bordelais. Cette démarche garantit la création d'une application engageante et véritablement utile.

Notre guide d'entretien a pour objectif de recueillir des informations détaillées sur les besoins, attentes et frustrations des utilisateurs potentiels de notre application. Il est conçu pour explorer les motivations des utilisateurs lorsqu'ils visitent Bordeaux, leurs habitudes numériques, et leurs préférences en matière de découverte de la ville. Le guide se divise en plusieurs sections : une présentation rapide du projet et du déroulement de l'entretien, des questions sur le profil de l'utilisateur (lieu de résidence, utilisation des applications touristiques), des questions pour identifier leurs besoins en matière de fonctionnalités spécifiques et des retours sur les idées proposées pour l'application. Enfin, il permet de recueillir des suggestions d'amélioration et de personnalisation de l'application. Cette approche permet d'adapter l'application aux attentes réelles des utilisateurs pour garantir une expérience optimale.

VOIR ANNEXE 2

SOLUTION NUMÉRIQUE

02 - SOLUTION NUMÉRIQUE

A. PRÉSENTATION DE LA SOLUTION

Nous avons mis en place diverses solutions numériques afin de répondre aux besoins de la ville et de moderniser la valorisation de son patrimoine.

Tout d'abord, nous avons développé une application ergonomique et innovante dédiée à la mise en valeur du patrimoine bordelais, qu'il soit matériel, immatériel ou naturel. Équipée d'une intelligence artificielle, notre mascotte Viny a été intégrée en tant que guide interactif. Tout au long de l'exploration, Viny accompagne les utilisateurs en répondant à leurs questions et en enrichissant leur expérience avec des récits et des informations historiques détaillées. Pour offrir une expérience personnalisée, nous avons également intégré un système de parcours adaptés à la localisation de chaque utilisateur. Grâce à cette fonctionnalité, les visiteurs vont pouvoir découvrir les sites patrimoniaux de manière fluide et pertinente, selon leurs préférences et leur position géographique.

Afin d'enrichir encore davantage cette expérience, nous avons conçu une infographie interactive permettant d'explorer visuellement les différents monuments, musées et sites historiques. Cette infographie va non seulement valoriser le patrimoine bordelais, mais aussi renforcer l'engagement des utilisateurs en leur offrant une approche plus immersive et dynamique.

VOIR ANNEXE 3

LIEN PROTOTYPE FIGMA : [HTTPS://URLR.ME/N6MPXF](https://URLR.ME/N6MPXF)



B. JUSTIFICATION DU CHOIX DE L'APPLICATION

Aujourd'hui, le smartphone est un compagnon de voyage incontournable. Une application mobile permet un accès rapide et intuitif aux richesses de Bordeaux, que l'on soit touriste ou habitant curieux de redécouvrir sa ville. Elle s'intègre parfaitement aux usages actuels en offrant une expérience fluide et interactive, toujours à portée de main.

L'application ne se contente pas de fournir des informations, elle rend la visite plus vivante et engageante grâce à :

- Carte interactive pour se repérer facilement et planifier son itinéraire.
- Contenus multimédias (photos, vidéos, anecdotes historiques) pour enrichir la découverte des lieux emblématiques.
- Parcours thématiques adaptés aux intérêts de chacun (histoire, gastronomie, architecture...).

De plus, l'application intègre un chatbot intelligent spécialisé sur Bordeaux et son patrimoine. Disponible à tout moment, il peut répondre aux questions des utilisateurs, leur fournir des anecdotes inédites ou encore les guider vers des sites correspondant à leurs préférences.

Grâce à cette IA, l'expérience devient plus personnalisée et dynamique, rendant la visite plus fluide et engageante.

Et contrairement aux supports papier, l'application est continuellement mise à jour : elle informe des événements culturels, expositions temporaires, changements d'horaires ou de tarifs, garantissant aux visiteurs des informations toujours fiables et actuelles.

L'application est conçue pour être accessible à tous, en s'adaptant aux besoins de différents publics :

- **Multilingue** : disponible en plusieurs langues pour accueillir un public international.
- **Adaptée aux personnes en situation de handicap** : avec des options comme la synthèse vocale pour les malvoyants, des contrastes ajustables et une navigation simplifiée.
- **Pensée pour les seniors** : une interface intuitive, des textes lisibles et un assistant vocal via l'IA permettent aux personnes moins à l'aise avec le numérique de profiter pleinement de leur visite, sans difficulté.

En adoptant une approche numérique innovante, Bordeaux se positionne comme une ville moderne et connectée. L'application attire un public plus jeune et technophile tout en valorisant son patrimoine de manière contemporaine et dynamique.

Grâce aux données collectées sur l'usage et les préférences des visiteurs, l'application évolue constamment, ajoutant de nouveaux contenus et optimisant ses fonctionnalités pour s'adapter aux attentes des utilisateurs.



C. MODALITÉS

Nom de l'application : Bordeaux Explorer

But principal : Offrir aux utilisateurs une solution complète pour (re)découvrir Bordeaux de manière personnalisée, interactive et immersive.

Public cible :

- Cœur de cible :

Étudiants et jeunes actifs à la recherche de nouvelles activités

Touristes à la recherche de découvertes culturelles

- Cible principale :

Habitants locaux souhaitant explorer davantage leur propre ville

- Cibles secondaires :

Personnes âgées à la recherche de visites culturelles et tranquilles

Fonctionnalités principales :

- Carte interactive avec points d'intérêt (monuments, restaurants, musées, parcs, etc.).
- Itinéraires personnalisés en fonction des préférences des utilisateurs.
- Chatbot IA pour proposer des recommandations adaptées et répondre aux questions des utilisateurs.
- Réservation et billetterie intégrée
- Partage d'expérience et évaluations des lieux et activités.
- Notifications push pour informer des événements, promotions et nouvelles activités.

Langues disponibles : Français, Anglais, Espagnol, Allemand, Portugais...

Accessibilité : Malvoyants (mode audio, contrastes élevés), interfaces simplifiées pour les personnes âgées et les personnes ayant des difficultés d'utilisation des technologies.

Parcours adaptés : PMR, familles

Plateformes : iOS et Android

Modes d'utilisation : Mode hors-ligne disponible

C. SOLUTIONS SUPPLÉMENTAIRES

Parcours adaptés : PMR, familles

Plateformes : iOS et Android

Modes d'utilisation : Mode hors-ligne disponible

INTÉGRATION DE L'IA VIA UN CHATBOT

Afin d'améliorer l'expérience utilisateur de l'application Bordeaux Explorer, nous avons fait le choix d'intégrer un chatbot intelligent basé sur l'intelligence artificielle. Cette décision a été prise pour offrir aux utilisateurs un accès rapide, personnalisé et interactif aux informations touristiques essentielles sur Bordeaux.

Définition du besoin :

Nous avons débuté le projet en déterminant précisément les attentes des utilisateurs. L'objectif était d'identifier les informations essentielles et les recommandations pertinentes nécessaires à une meilleure découverte touristique de Bordeaux.

Conception du chatbot :

La phase de conception a consisté en la rédaction détaillée d'un prompt adapté spécifiquement à la plateforme POE.AI. Pour garantir une structure claire et efficace, nous nous sommes inspirés d'un modèle validé dans un précédent projet.

Développement technique :

Sur la plateforme POE.AI, nous avons paramétré le chatbot avec une personnalité conviviale, dynamique et adaptée à divers publics. Des commandes spécifiques telles que #monuments, #restaurants, #événements, #itinéraires, #infos et #suggestions ont été intégrées pour simplifier la navigation et améliorer l'interaction.

Tests et validation :

Enfin, nous avons réalisé des tests utilisateurs pour valider le chatbot. Ces tests ont permis d'affiner les réponses, d'effectuer les ajustements nécessaires et d'assurer une expérience utilisateur intuitive, fluide et pertinente pour les visiteurs souhaitant explorer Bordeaux.

VOIR ANNEXE 3 (PROMPT)

LIEN DU CHATBOT : [HTTPS://POE.COM/VINY_BORDEAUX](https://poe.com/viny_bordeaux)



CRÉATION D'UNE LANDING PAGE

Nous avons décidé de concevoir une landing page stratégique afin d'inciter efficacement les utilisateurs à télécharger l'application « Bordeaux Explorer », dédiée à la valorisation du patrimoine culturel et historique de Bordeaux.

POURQUOI UNE LANDING PAGE ?

Transmettre un message clair et direct

La simplicité de la page limite les distractions, focalisant ainsi l'attention du visiteur sur une seule action : télécharger l'application. Le message souligne clairement les avantages de « Bordeaux Explorer », tels que les parcours exclusifs, le ChatBot et une expérience intuitive.

Maximisation des conversions

La landing page guide naturellement l'utilisateur vers l'objectif du téléchargement grâce à un appel à l'action clair et visible (« Découvrez Bordeaux autrement », « Téléchargez l'application dès maintenant »), ce qui augmente considérablement les chances de conversion.

LES OBJECTIFS DE LA LANDING PAGE ?

- **Accroître rapidement les téléchargements** de l'application dès son lancement.
- **Renforcer la première impression positive** sur l'application auprès des utilisateurs potentiels.
- **Collecter** efficacement des **données utilisateurs** (via la Newsletter), permettant ainsi de développer notre stratégie emailing efficacement.



LIEN DE LA LANDING PAGE : [HTTPS://ORNATE-TAIYAKI-D056B0.NETLIFY.APP/](https://ornate-taiyaki-d056b0.netlify.app/)

**PLAN DE
COMMUNICATION
PLURIMÉDIA**

03 - PLAN DE COMMUNICATION PLURIMÉDIA

A. NOTRE OBJECTIFS

Au travers le déploiement de notre application interactive, on vise à positionner notre application comme l'outil incontournable pour découvrir et valoriser le patrimoine de Bordeaux. Nous mettons en avant des fonctionnalités personnalisées et interactives (parcours sur mesure, recommandations par IA, vidéos, audioguides, notifications) pour offrir une expérience simple et ludique à un public varié, notamment les 15-25 ans. Un suivi régulier permettra d'ajuster notre approche afin de renforcer l'image d'une ville moderne et connectée tout en rendant la culture accessible à tous.

B. SWOT

Forces :

- Bordeaux est une ville riche en patrimoine culturel et historique.
- Forte attractivité touristique nationale et internationale.
- Diversité des sites (vignobles, architecture, fleuve).

Faiblesses :

- Communication numérique encore limitée autour du patrimoine.
- Difficultés à capter l'attention des jeunes publics.

Opportunités :

- Usage croissant des technologies numériques et de l'IA pour la promotion culturelle.
- Potentiel de partenariats avec les acteurs locaux.
- Augmentation de l'intérêt pour des expériences personnalisées.

Menaces :

- Concurrence d'autres destinations patrimoniales bien établies.
- Saturation des applications de tourisme.

C. BENCHMARK DES STRATÉGIES SIMILAIRES

LE BONBON



Le Bonbon est une agence qui regroupe plusieurs villes en France afin de proposer les meilleurs plans à faire au sein des villes. Ils présentent aussi des sorties de séries, films dans leur feed

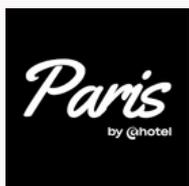
Ils sont présent sur Facebook, Instagram, Tik Tok et Snapchat

Ils proposent différents types de contenu : Vidéos (présentation de restaurant, interview de citoyens), infographie (jeux concours, news, sorties de série et films...)

En terme de publications ils sont très actif (3 publications par jour)

Néanmoins ils sont plus spécialisés dans les vidéos et il y'a beaucoup plus d'interactions avec la communauté sur les vidéos présentant des restaurants

PARIS EXPLORE BY HOTEL



C'est un compte créé par la société @hotel qui est de base un site de réservation pour un logement dans une ville.

Elle publie des contenus sur les architectures de la ville de Paris.

Le compte est rédigé en Anglais pour toucher un public plus large.

Ils se spécialisent plus dans la photo des lieux mythiques de Paris, ils mettent aussi en avant différents réels mais qui n'a moins d'impact

COMUS APP



Comus est une application mobile bordelaise qui référence les meilleurs événements, activités et bons plans de votre ville et quartier.

Parmi ses points forts, Comus offre une interface conviviale qui permet aux utilisateurs de découvrir facilement les événements locaux et de renforcer la proximité grâce à la promotion d'événements.

Cependant, en tant que plateforme relativement nouvelle, Comus peut rencontrer des défis liés à la nécessité d'élargir sa base d'utilisateurs et d'événements référencés pour offrir une expérience encore plus riche et diversifiée.

D. ANALYSE DES APPROCHES INTERACTIVES ET NUMÉRIQUES LES PLUS EFFICACES

Nous avons analysé les approches interactives et numériques les plus efficaces afin d'intégrer des solutions adaptées à notre application, dans le but d'offrir une expérience moderne et engageante aux utilisateurs.

Intégration de l'IA pour des recommandations personnalisées

L'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) figure parmi les outils les plus prometteurs pour répondre aux attentes des utilisateurs. Grâce à des recommandations personnalisées basées sur les préférences et la localisation des utilisateurs, l'IA permet de rendre l'expérience interactive et sur-mesure. Par exemple, elle pourrait suggérer une visite d'un musée proche ou un événement culturel se déroulant à proximité, renforçant ainsi l'engagement et la satisfaction des utilisateurs.

Contenus ludiques et immersifs : vidéos courtes et podcasts

Les formats immersifs, comme les vidéos courtes sur TikTok ou Instagram Reels, et les podcasts, se révèlent particulièrement efficaces pour capter l'attention, notamment des jeunes publics. Ces outils permettent de transmettre des informations complexes de manière ludique et accessible, tout en s'inscrivant dans les tendances numériques actuelles. Par exemple, un podcast pourrait raconter des anecdotes historiques narrées par des habitants, ajoutant une touche d'authenticité et d'émotion aux contenus proposés.

En adoptant ces approches interactives et numériques, notre application se positionne comme un guide innovant, capable de séduire un large éventail d'utilisateurs tout en valorisant le patrimoine bordelais de manière moderne et immersive.

E. POSITIONNEMENT

Pour élaborer une stratégie de communication efficace, il est essentiel de définir clairement notre positionnement dès le départ. Notre application se positionne comme un guide numérique innovant et interactif, conçu pour mettre en lumière le patrimoine exceptionnel de Bordeaux tout en répondant aux besoins spécifiques des utilisateurs modernes.

Un pont entre tradition et modernité

L'application allie la richesse culturelle et historique de Bordeaux à des outils technologiques contemporains, tels que l'intelligence artificielle et des contenus immersifs, pour offrir une expérience personnalisée. Ce positionnement nous permet de répondre à une double attente : valoriser un patrimoine parfois méconnu tout en séduisant une audience en quête de praticité et d'innovation.

Une solution pour tous les publics

Notre application s'adresse à un large éventail d'utilisateurs, allant des touristes internationaux aux habitants de Bordeaux, en passant par les familles et les jeunes actifs. Elle vise à rendre le patrimoine bordelais plus accessible grâce à une interface intuitive, des recommandations adaptées, et des contenus engageants, tels que des vidéos courtes ou des anecdotes locales partagées via des podcasts.

Un outil pour redécouvrir Bordeaux

Au-delà de son rôle de guide touristique, notre application se positionne comme un outil pédagogique et ludique qui invite les Bordelais eux-mêmes à redécouvrir leur ville sous un nouveau jour. Elle valorise non seulement les lieux emblématiques, mais aussi les aspects immatériels et naturels du patrimoine, tels que la gastronomie locale, les traditions festives, et la biodiversité environnante.

En définissant ce positionnement clair et précis, nous pouvons orienter nos actions de communication de manière cohérente, en mettant en avant les atouts uniques de notre application tout en répondant aux attentes des utilisateurs et aux besoins de la ville de Bordeaux.

F. CIBLES ET PERSONA

CIBLE PRINCIPAL



Âge : 22 ans
Activité : étudiante

BIOGRAPHIE

Lisa, 22 ans, étudie l'histoire de l'art à Toulouse. Passionnée de culture, elle profite de chaque occasion pour explorer de nouvelles villes, notamment Bordeaux, sa prochaine destination. Elle aime découvrir des lieux insolites, s'immerger dans leur histoire et partager ses découvertes sur Instagram et TikTok.

ATTENTES

- Découvrir facilement Bordeaux, ses incontournables et ses lieux cachés.
- Accéder à des circuits et anecdotes culturelles adaptées.
- Partager ses expériences sur les réseaux sociaux avec des contenus

Freins

FREINS

- Difficulté à découvrir les lieux moins touristiques par manque de connaissances locales.
- Peu de temps pour planifier un itinéraire complet.

Solutions adaptées

SOLUTIONS ADAPTÉES

- Application mobile avec des circuits culturels et artistiques personnalisés.
- Fonction de géolocalisation pour repérer les lieux intéressants à proximité.
- Anecdotes et contenus visuels pour enrichir l'expérience et faciliter le partage sur les réseaux sociaux.

CIBLE SECONDAIRE



Mathieu et Léa
(et leurs enfants)

Activités : Courtière
immobilière et
développeur web

BIOGRAPHIE

Mathieu, 34 ans, et Léa, 32 ans, sont parents de deux enfants (Hugo, 7 ans, et Clara, 5 ans). Ils habitent en périphérie de Bordeaux et sont constamment à la recherche de nouvelles activités familiales à faire ensemble. Ils souhaitent enrichir leurs week-ends avec des sorties éducatives et divertissantes qui plaisent aussi bien aux enfants qu'aux adultes.

ATTENTES

- Trouver des activités culturelles intéressantes et adaptées à toute la famille.
- Avoir des suggestions pratiques pour organiser leurs sorties sans perdre de temps.
- Découvrir Bordeaux autrement, à travers des visites interactives et adaptées aux enfants.

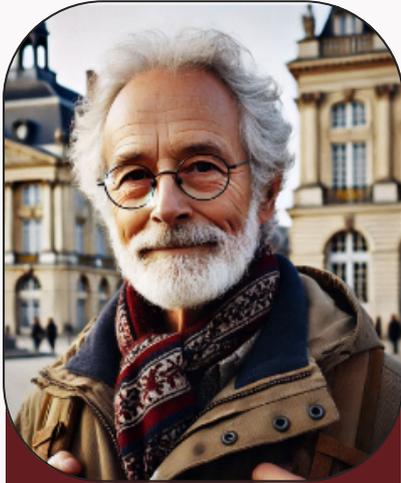
FREINS

- Difficultés à trouver des activités culturelles qui conviennent à des enfants en bas âge.
- Manque de temps pour organiser des sorties complexes.

SOLUTIONS ADAPTÉES

- Suggestions de visites en extérieur, adaptées aux enfants avec des animations interactives.
- Activités ludiques comme des chasses au trésor ou des jeux de découverte pour les plus jeunes.
- Visites à la fois éducatives et amusantes, permettant aux parents de profiter tout en divertissant les enfants.

CIBLE TERTIAIRE



Âge : 68 ans
Activité : retraité

BIOGRAPHIE

Jean-Pierre, 68 ans, retraité actif à Poitiers, passionné d'histoire et de traditions locales. Il aime voyager pour découvrir le patrimoine français, avec une préférence pour Bordeaux. Friand de visites guidées et d'événements culturels, il apprécie rencontrer d'autres passionnés. À l'aise avec le numérique, il privilégie les applications intuitives.

ATTENTES

- Découvrir des lieux emblématiques et authentiques lors de ses escapades à Bordeaux.
- Participer à des activités culturelles enrichissantes, comme des visites guidées ou des conférences.
- Trouver facilement des informations pratiques pour organiser son séjour, comme les horaires et les tarifs des lieux culturels.

FREINS

- Se sentir dépassé par une application trop complexe ou surchargée d'informations.
- Manque de connaissances locales, ce qui peut limiter ses choix lors de ses visites.
- Préférence pour des solutions claires et adaptées à un public senior.

SOLUTIONS ADAPTÉES

- Une application avec une interface simple et intuitive, comprenant des fonctionnalités comme la planification de visites et des recommandations personnalisées.
- Contenus enrichis tels que des fiches explicatives et des anecdotes historiques pour chaque lieu visité.
- Notifications sur les événements culturels à ne pas manquer lors de son séjour à Bordeaux.

CIBLE TERTIAIRE



Emily in Bordeaux

Activités :
Designeuse

BIOGRAPHIE

Emily, 28 ans, est une voyageuse passionnée originaire de Londres. Elle adore découvrir de nouvelles villes et s'immerger dans la culture locale. Lors de son séjour à Bordeaux, elle recherche des activités culturelles et historiques, mais dans un format moderne et facile à utiliser. Elle parle anglais et préfère des solutions adaptées aux touristes internationaux.

ATTENTES

- Accéder à des contenus en anglais pour découvrir la ville sans barrières linguistiques.
- Découvrir des lieux cachés et des événements culturels intéressants à Bordeaux.
- Avoir des recommandations personnalisées basées sur sa localisation en temps réel.

FREINS

- Barrière de la langue, préférant les contenus en anglais.
- Peut être réticente à télécharger plusieurs applications pour découvrir la ville.

SOLUTIONS ADAPTÉES

- Application multilingue (anglais, espagnol, etc.) avec des suggestions adaptées aux touristes.
- Fonctionnalité de géolocalisation pour des recommandations en temps réel.
- Contenus interactifs et modernes comme des vidéos et des visites guidées immersives.

G. STRATÉGIE DE CONTENU

Formats :

Vidéos immersives, infographies interactives, podcasts avec des experts ou des habitants locaux. Notifications push si l'utilisateur accepte de recevoir des notifications.

Calendrier éditorial :

Publier régulièrement en lien avec les événements locaux et les journées du patrimoine ou des lieux visités par l'équipe en donnant son avis.

Réseaux sociaux :

Campagnes sur Instagram avec des informations concernant la ville, mettre en avant les activités qui seront présentes en ville.

Vidéo anecdotes sur Tik Tok avec avec des personnes qui visitent les lieux mises en avant sur l'application en donnant leur ressentis et partager leur expérience

Faire des podcasts avec des personnes connus (Louise Bcmt, Soko) et/ou importantes (maire de Bordeaux) pour parler de la ville de Bordeaux
Faire du partenariat avec des influenceurs pour qu'ils testent notre IA qui leur proposeront des activités à faire à Bordeaux.

VOIR ANNEXE 4

Séquence emailing

Concevoir des mails afin de susciter l'intérêt à de futurs utilisateurs
Permet de lui demander son avis sur son expérience
Permet de créer un sentiment de proximité avec les potentiels utilisateurs

VOIR ANNEXE 5

Notifications push

Mettre en place des notifications si l'utilisateur veut bien en recevoir
Permet d'avertir des bons plans du moment
Mettre des rappels pour que l'utilisateur regarde ce qu'on à lui proposer

Objectif

- **Augmenter la visibilité de l'application mobile** sur les moteurs de recherche et les stores (App Store, Google Play).
- **Attirer un public varié** (local, national et international) intéressé par le patrimoine bordelais.
- **Encourager les téléchargements** grâce à une stratégie ciblée et optimisée.

SEO : Optimisation pour les moteurs de recherche et les stores

Mots-clés ciblés :

- SEO classique : "application patrimoine Bordeaux", "visite guidée Bordeaux", "sorties culturelles"...
- ASO (App Store Optimization) : "tourisme interactif", "ville bordeaux"...

Contenus optimisés :

- Description de l'application : Texte clair et engageant sur les stores, avec des mots-clés intégrés...
- Blog ou landing page associée à l'application : Articles sur les fonctionnalités, les lieux à découvrir, et les événements...

SEO local :

- Mettre en avant l'application sur Google My Business.
- Optimiser pour les recherches géolocalisées : "application mobile Bordeaux", "tourisme Bordeaux"...

Avis et notations :

Encourager les utilisateurs à laisser des avis positifs sur les stores pour améliorer le référencement naturel de l'application.

SEA : Publicité payante pour promouvoir l'application

Campagnes Google Ads :

- Publicités textuelles et visuelles pour les mots-clés : "Téléchargez l'application Bordeaux Patrimoine", "Votre guide interactif pour découvrir Bordeaux".
- Ciblage précis :
 - Géographique : Bordeaux, grandes villes françaises et destinations internationales clés.
 - Démographique : Jeunes (15-25 ans), familles (25-50 ans), touristes internationaux.

Annonces spécifiques aux stores :

- Campagnes Apple Search Ads et Google App Campaigns pour apparaître en tête des recherches dans les stores.
- Annonces dynamiques mettant en avant les fonctionnalités (ex. : intelligence artificielle, suggestions personnalisées).

Formats publicitaires :

- Vidéos courtes présentant l'expérience utilisateur.
- Bannières display avec des appels à l'action : "Téléchargez gratuitement et explorez Bordeaux autrement".

Résultats attendus

- Amélioration du classement de l'application dans les recherches des stores (App Store et Google Play).
- Augmentation des téléchargements, en particulier lors des campagnes ou événements clés (comme la fête du vin ou la journée du patrimoine).
- Engagement accru des utilisateurs grâce à une visibilité renforcée et une stratégie bien ciblée.

I. PLAN D'ACTIVATION LOCAL

Partenariats : Collaborations avec des écoles, musées, commerces locaux et influenceurs locaux. Par exemple, des QR codes menant à l'application pourraient être placés dans des restaurants ou vitrines.

Campagnes internationales

Traduction des contenus en plusieurs langues (anglais, espagnol, chinois, etc.) pour attirer les touristes étrangers.

Présence sur des plateformes comme TripAdvisor ou Google Maps.

J. OUTILS ET RESSOURCES POUR L'ÉVALUATION

Indicateurs clés de performance (KPI)

- Engagement sur les réseaux sociaux (likes, partages, commentaires).
- Nombre de téléchargements de l'application.
- Participation aux événements locaux.
- Résultats des enquêtes de satisfaction.

Outils de suivi

- Google Analytics pour l'analyse du trafic.
- Hootsuite pour la gestion et le suivi des réseaux sociaux

K. STRATÉGIE DE PÉRENNISATION

Mise en place d'une équipe dédiée

Une équipe locale ou une association pourrait être responsable de l'animation et de l'évolution du projet à long terme.

Engagement communautaire

Encourager les habitants à contribuer avec leurs propres contenus (photos, anecdotes) pour dynamiser la communauté et enrichir l'application.

Renouvellement des contenus

Proposer régulièrement de nouvelles expériences comme des reconstitutions IA ou des découvertes inédites.

LE SPOT PUBLICITAIRE

04 - LE SPOT PUBLICITAIRE

A. CAHIER DES CHARGES

Ce spot publicitaire vise à mettre en avant notre application interactive, destiné à valoriser le patrimoine culturel de la ville de Bordeaux de par l'intégration du numérique.

Concept créatif : À travers cette vidéo publicitaire, nous souhaitons mettre en avant les caractéristiques de notre application, accompagnées d'une expérience visuelle immersive unique. Notre spot publicitaire allie éléments narratifs et contenu animé afin d'illustrer jusqu'où cette application peut nous transporter).

Concernant le ton et l'ambiance, nous voulions un début progressif, accentué par une musique mélancolique avec un éclairage doux et chaleureux. Le côté immersif est marqué par une transition énergique et surprenante, accompagnée d'une musique beaucoup plus festive et d'une luminosité plus intense.

Lors du tournage, la mise en scène était particulièrement pointilleuse, ce qui se justifie par la présence d'effets spéciaux que nous souhaitions faire apparaître (téléportation, mise en avant de l'interface de l'application, utilisation d'un fond vert).

L'éclairage a également eu une importance majeure dans la réalisation de notre spot : il devait être adapté à l'environnement et à l'ambiance que nous souhaitions communiquer.

Le fil narratif de notre spot publicitaire se définit donc en plusieurs points :

- *Problème* : la jeune fille manifeste une envie de voyager
- *Solution* : L'utilisation de l'application interactive permettant de plonger dans une immersion totale au cœur de la ville
- *Appel à l'action (CTA)* : « Découvrez Bordeaux ! »

04 - LE SPOT PUBLICITAIRE

B. LE SCÉNARIO

Fatiguée de sa journée, une jeune fille rentre chez elle. Elle dépose ses affaires, attrape un livre et s'allonge sur son lit. Alors qu'elle commence à lire, son téléphone vibre.

Une notification apparaît : "Prête à voyager ?" Intriguée, elle saisit son téléphone et ouvre l'application. En un instant, elle est transportée au cœur de Bordeaux, en totale immersion.

Sous un soleil éclatant, elle découvre la Place de la Bourse, puis explore les rues et les trésors culturels de la ville. Les images de son voyage défilent : promenades, découvertes de la cité du vin, le bassin des lumières...

La vidéo se termine sur Viny, notre mascotte animée, qui apparaît avec un sourire malicieux et invite à l'aventure avec le CTA : « Découvrez Bordeaux ! »

C. DÉCOUPAGE DU SCÉNARIO PARTIE 1

Plans Introductifs : (0 à 17 secondes)

La jeune fille rentre chez elle (0 à 8 secondes)

-Travelling avant, elle marche vers la porte, dos à la caméra, fatiguée.

Elle ouvre la porte de son appartement (8 à 11 secondes)

-Gros plan sur la poignée de porte.

Elle s'installe sur son lit et prend un livre (12 à 17 secondes)

-Plan miroir, et en légère plongée.

04 - LE SPOT PUBLICITAIRE

D. DÉCOUPAGE DU SCÉNARIO PARTIE 2

Mise en avant de notre application : (18 à 32 secondes)

Une notification apparaît sur le téléphone, elle le saisit (18 à 21 secondes)

-Gros plan en plongé sur l'écran, le message s'affiche
« Prête à voyager ? ».

La jeune fille consulte l'application (22 à 26 secondes)

-Plan rapproché

Elle navigue, clique sur « Itinéraire » son téléphone tombe et elle est téléportée (27 à 32 secondes)

-Plan en légère plongé sur son écran, où elle appuie sur « itinéraire »

Transition vers l'expérience immersive : (33 à 44 secondes)

La jeune fille arrive à Bordeaux émerveillée (33 à 38 secondes)

-Plan américain de face, elle regarde autour d'elle avec un grand sourire

Une série de photos animées montre les lieux emblématiques. (39 à 44 secondes)

Call to Action (44 à 1 minute)

Le spot publicitaire se termine par une animation de notre mascotte Viny, ainsi que par la mise en avant du logo de notre application. Un message clé apparaît lors des dernières secondes, incitant le spectateur à télécharger l'application, accompagné de l'affichage des plateformes de téléchargement (App Store / Google Play)

04 - LE SPOT PUBLICITAIRE



COMPTE RENDU DE GESTION DE PROJET

05 - COMPTE RENDU DE GESTION DE PROJET

A. JOURNAL DE BORD

Nous avons tenu un journal de bord pour suivre nos avancées et ajuster notre organisation au besoin.

VOIR ANNEXE 6

B. BILAN PAR PERSONNE

Margot : Durant la réalisation de notre SAE, j'ai aidé sur divers points : les recherches sur le patrimoine matériel et la solution numérique (recherches et infographie interactive), ainsi que la création du spot publicitaire (réalisation du storyboard et animation en motion design pour la fin de la vidéo). Par ailleurs, je me suis chargée de la partie graphique avec l'élaboration de la charte graphique. Enfin, j'ai également participé à la rédaction du dossier de conception (les patrimoines, la charte graphique et le spot publicitaire).

Hugo : Tout au long du projet, j'ai été chargé de plusieurs aspects liés à la stratégie de communication et à la mise en valeur de notre solution. J'ai commencé par des recherches sur le patrimoine bordelais, avant de travailler sur la conception du plan de communication et la création des supports visuels. J'ai également contribué à la rédaction du dossier de conception, notamment en justifiant nos choix stratégiques. En parallèle, j'ai participé à l'élaboration du spot publicitaire, de son storyboard à son montage final. J'ai par la suite participé à la rédaction du dossier de conception (Plan de communication plurimédia)

Issraa : au cours du projet, j'ai travaillé sur la maquette Figma, la création d'un chatbot avec Poe.ai, ainsi que sur la landing page en utilisant Bolt.ai. La mise en place du travail sur Figma, notamment la création des assets et des composants, a été particulièrement chronophage, mais une fois cette étape franchie, le reste du projet s'est simplifié. J'aurais apprécié pouvoir intégrer directement notre solution d'IA au prototype afin d'offrir une expérience plus réaliste, mais faute d'avoir trouvé la solution technique adéquate, nous avons dû nous contenter d'une simulation. J'ai également travaillé sur la communication, notamment en mettant en place la séquence emailing.

Lina : J'ai apprécié travailler sur ce projet, car il touchait à plusieurs domaines comme le maquettage, le tournage, la communication, la création.... Ce côté pluridisciplinaire m'a permis de voir toutes les étapes de création d'une solution numérique, ce qui était très enrichissant.

De mon côté, j'ai contribué en réalisant du benchmarking pour analyser ce qui se faisait déjà et voir comment améliorer notre propre solution. J'ai aussi participé à la rédaction du dossier de conception, ce qui m'a permis de structurer nos idées et de clarifier le projet. Une autre partie qui m'a particulièrement plu, c'est la création de la maquette Figma, car j'ai bien aimé concevoir des interfaces et imaginer l'expérience utilisateur.

J'ai aussi eu l'occasion de tester des outils d'intelligence artificielle pour la vidéo, ce qui était une expérience intéressante et assez innovante. Cette SAE m'a permis d'apprendre, tant sur le plan technique que sur la gestion de projet en équipe.

C. GANTT

Pour garder une vision claire de l'avancement du projet et bien gérer notre temps, nous avons utilisé un diagramme de Gantt. Cela nous a permis de planifier les différentes étapes, de répartir les tâches et de suivre notre progression, ce qui nous a permis de mieux anticiper les échéances et ajuster notre organisation au fur et à mesure.

VOIR ANNEXE 7

D. MÉTHODE D'ORGANISATION / COMMUNICATION / OUTILS

Pour rester efficaces et bien coordonnés, nous avons principalement communiqué via Discord. Côté outils, nous avons utilisé Google Docs pour collaborer sur les documents, Canva pour la création des différents supports visuels et diaporama, et Trello pour organiser et suivre l'évolution des tâches.

Chaque matin, nous prenons le temps de répartir le travail afin que chacun sache sur quoi avancer. En fin de journée, nous faisons un point ensemble pour voir ce qui avait été fait, ce qu'il restait à accomplir et ajuster notre organisation si nécessaire. Cette méthode nous a permis de travailler de manière fluide et efficace tout au long du projet.

ANNEXES

ANNEXE 1

LIEN DU QUESTIONNAIRE

<https://docs.google.com/forms/de/1FAIpQLSfRNY56jMooyA3ruHLaluCp4cLvtxwrOnUsQJABPhQJIRuLLA/viewform?usp=dialog>

QUESTIONS

☀️ À celles et ceux qui rêvent de découvrir Bordeaux autrement, on a besoin de vous ! 🏛️🌳 On imagine une appli pour explorer les trésors de la ville, mais pour la rendre vraiment géniale, il nous faut votre avis ! Ce petit questionnaire, aussi rapide qu'un clin d'œil 😊, nous aidera à créer une expérience sur-mesure. Prêts à participer à l'aventure et à façonner la future appli bordelaise ? Votre voix compte, alors à vous de jouer ! 🚀🌟

Quels types de contenus aimeriez-vous trouver dans une application de découverte ?

- Lieux historiques
- Activités culturelles (musées, spectacles, expositions)
- Espaces naturels (parcs, jardins)
- Bons plans (restaurants, boutiques, événements)

Quelles fonctionnalités vous seraient utiles ?

- Cartes interactives
- Recommandations personnalisées
- Calendrier des événements
- Réservation et billetterie
- Partage d'avis et d'expériences

ANNEXE 1

Quel format préférez-vous pour les informations proposées ?

- Textes simples
- Photos et vidéos immersives
- Audio (guides, podcasts)
- Formats interactifs (quiz, réalité augmentée)

À quelle fréquence pensez-vous utiliser ce type d'application ?

- Tous les jours
- Une fois par semaine
- De temps en temps, selon mes besoins

Préférez-vous une application spécialisée sur une thématique ou généraliste ?

- Spécialisée (ex : patrimoine, gastronomie, nature)
- Généraliste (un peu de tout)

Quel format préférez-vous pour les informations proposées ?

- Textes simples
- Photos et vidéos immersives
- Audio (guides, podcasts)
- Formats interactifs (quiz, réalité augmentée)

Aimeriez-vous des suggestions pour des activités gratuites ou économiques ?

- Oui
- Non

Est-ce important pour vous d'avoir des fonctionnalités adaptées aux familles ou aux enfants ?

- Oui
- Non

Quel niveau de détail attendez-vous des informations pratiques (horaires, tarifs, accès) ?

- Très détaillé
- Suffisant pour l'essentiel
- Pas nécessaire

Seriez-vous intéressé(e) par une fonctionnalité pour planifier vos sorties ?

- Oui
- Non

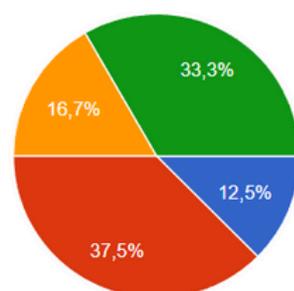
Auriez-vous d'autres suggestions ou attentes pour cette application ?

ANALYSE DES RÉPONSES

Quels types de contenus aimeriez-vous trouver dans une application de découverte ?

Dans une application de découverte, 33,3 % des répondants aimeraient que l'accent soit mis sur des "bons plans" tels que des restaurants, des boutiques ou encore des événements. Une proportion équivalente, 37,5 %, privilégie la mise en avant des activités culturelles, notamment les musées, spectacles ou expositions.

Les espaces naturels et les lieux historiques suscitent moins d'intérêt, recueillant 16,7 % et 12,5 % des réponses, les plaçant ainsi au second plan.



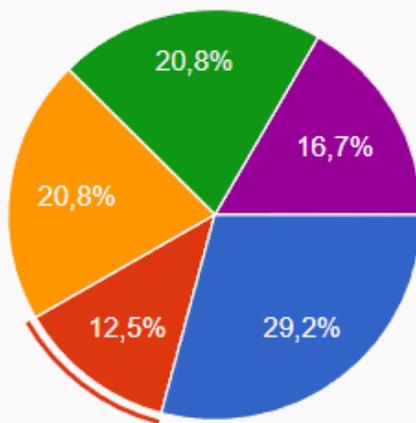
- Lieux historiques
- Activités culturelles (musées, spectacles, expositions)
- Espaces naturels (parcs, jardins)
- Bons plans (restaurants, boutiques, événements)

ANNEXE 1

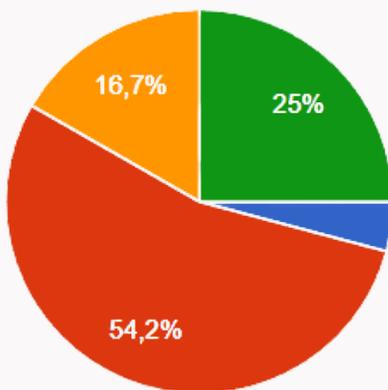
Quelles fonctionnalités vous seraient utiles ?

Parmi les fonctionnalités jugées utiles dans une application, une grande majorité des répondants considère qu'une carte interactive serait une excellente idée (29,2 %).

Les autres suggestions sont plus variées : la réservation et la billetterie recueillent 20,8 % des réponses, tandis que le partage d'avis et d'expériences est plébiscité par 16,7 % des participants.



- Cartes interactives
- Recommandations personnalisées
- Calendrier des événements
- Réservation et billetterie
- Partage d'avis et d'expériences



- Textes simples
- Photos et vidéos immersives
- Audio (guides, podcasts)
- Formats interactifs (quiz, réalité augmentée)

Quel format préférez-vous pour les informations proposées ?

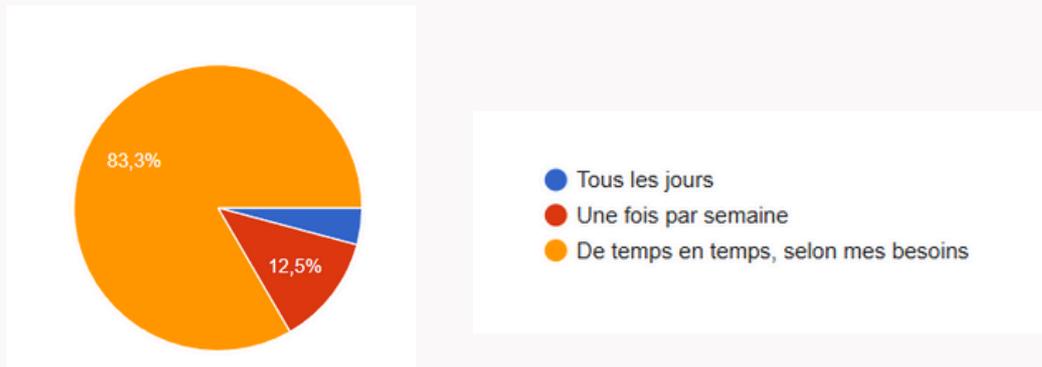
En ce qui concerne la présentation des informations, le format le plus plébiscité est celui des photos et vidéos immersives, avec 54,2 % des réponses.

Les formats interactifs, comme les quiz ou la réalité augmentée, arrivent en seconde position. Enfin, les formats audio suscitent nettement moins d'intérêt, avec seulement 16,7 % des avis.

ANNEXE 1

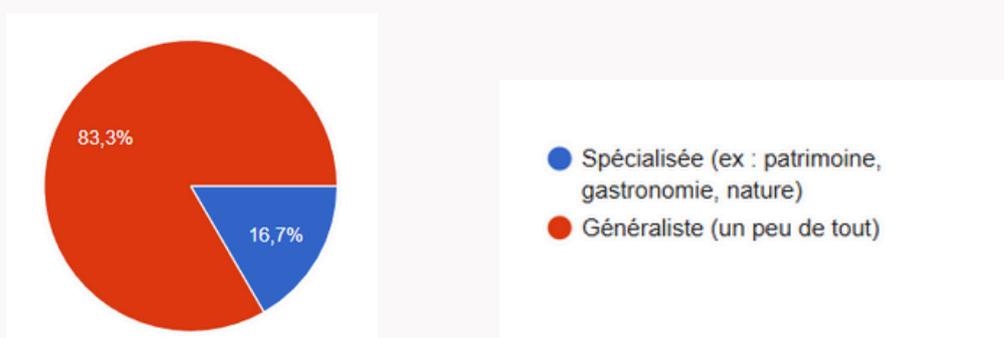
À quelle fréquence pensez-vous utiliser ce type d'application ?

En ce qui concerne la fréquence d'utilisation, une large majorité des répondants (83,3 %) envisage une utilisation occasionnelle, selon les besoins. À l'inverse, une minorité (12,5 %) utiliserait l'application une fois par semaine.



Préférez-vous une application spécialisée sur une thématique ou généraliste ?

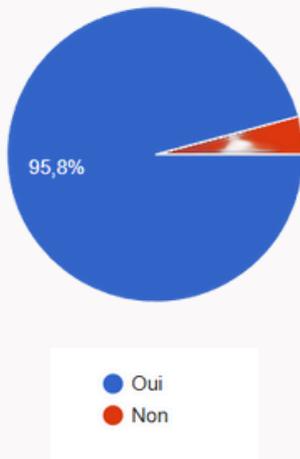
La plupart des participants (83,3 %) souhaitent une application généraliste qui couvre une large gamme de thématiques. Toutefois, quelques personnes (16,7%) expriment une préférence pour une spécialisation, notamment dans des domaines comme le patrimoine, la gastronomie ou la nature.



ANNEXE 1

Aimeriez-vous des suggestions pour des activités gratuites ou économiques ?

La totalité se dit favorable à l'intégration de suggestions pour des activités gratuites ou économiques, soulignant l'importance de l'accessibilité financière.

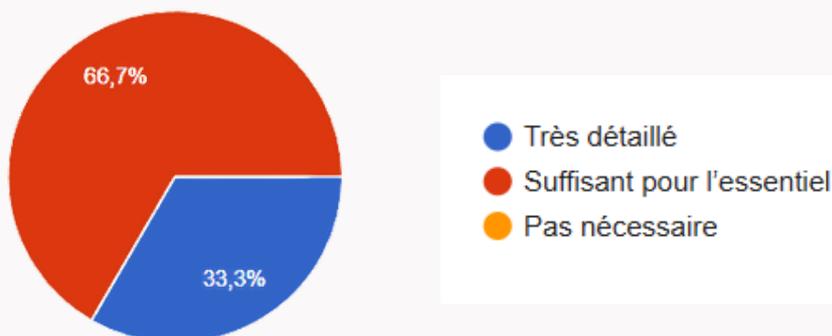


Est-ce important pour vous d'avoir des fonctionnalités adaptées aux familles ou aux enfants ?

Les réponses montrent que des fonctionnalités adaptées aux familles et aux enfants sont largement souhaitées. Cela indique une volonté d'inclure un public familial dans l'utilisation de l'application.

Quel niveau de détail attendez-vous des informations pratiques (horaires, tarifs, accès) ?

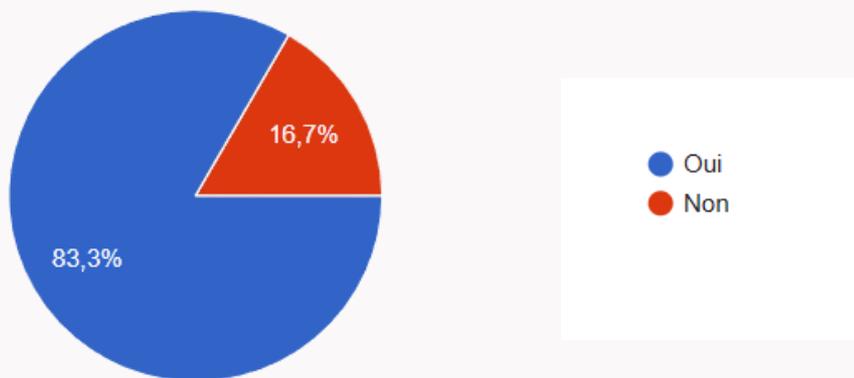
Les attentes varient entre un niveau de détail suffisant pour l'essentiel et des informations très détaillées. Une majorité (66,7 %) semble apprécier des descriptions qui vont à l'essentiel pour planifier efficacement leurs sorties.



ANNEXE 1

Seriez-vous intéressé(e) par une fonctionnalité pour planifier vos sorties ?

Un grand nombre d'utilisateurs se disent favorables à une fonction de planification des sorties, qui permettrait d'organiser leurs activités de manière optimisée.



ANNEXE 2

GUIDE D'ENTRETIEN

Introduction

Bonjour, je m'appelle Lina Belhocine et je fais partie de l'équipe qui développe une application dédiée à la découverte et à la valorisation du patrimoine de Bordeaux. Cette application vise à offrir aux utilisateurs des outils pratiques et immersifs pour explorer la ville, notamment à travers des itinéraires thématiques, des recommandations personnalisées, et un chatbot intelligent.

Nous menons cet entretien pour mieux comprendre vos attentes et vos besoins afin de créer une application qui vous sera réellement utile. L'entretien durera environ 30 à 40 minutes. Vos réponses resteront anonymes et seront utilisées uniquement dans le cadre de ce projet.

- Puis-je enregistrer cette discussion pour faciliter la prise de notes ?

Profil de l'utilisateur

- Pouvez-vous vous présenter ?
- Vivez-vous à Bordeaux ?
- Si vous êtes visiteur, combien de fois avez-vous visité Bordeaux ?
- Utilisez-vous souvent des applications mobiles pour organiser vos sorties ou découvrir une ville ?
- Si oui, lesquelles utilisez-vous le plus et pourquoi ?

Exploration des besoins et attentes

- Quand vous explorez une ville comme Bordeaux, qu'est-ce qui est le plus important pour vous (ex. : histoire, gastronomie, culture, loisirs) ?
- Préférez-vous suivre des itinéraires préconçus ou explorer librement avec des recommandations ponctuelles ?
- Si vous pouviez imaginer l'application idéale pour découvrir une ville, quelles fonctionnalités seraient essentielles ?
- Trouvez-vous utile d'avoir une carte interactive, des suggestions personnalisées ou encore des podcasts sur les monuments et l'histoire ?
- Avez-vous déjà rencontré des frustrations en utilisant des applications touristiques ? Si oui, lesquelles ?
- Quelles fonctionnalités manquent souvent dans ce type d'application, selon vous ?

Feedback sur les idées du projet

- Si je vous dis que notre application inclura des itinéraires thématiques, des recommandations personnalisées, et un chatbot pour répondre à vos questions, que pensez-vous de ces idées ?
- Comment percevez-vous l'idée d'un chatbot qui vous propose des parcours ou des restaurants en fonction de vos envies ?
- Auriez-vous des suggestions pour améliorer cette approche ?
- Y a-t-il une fonctionnalité ou un service que vous aimeriez voir dans cette application et qui n'a pas encore été mentionné ?

Conclusion et remerciements

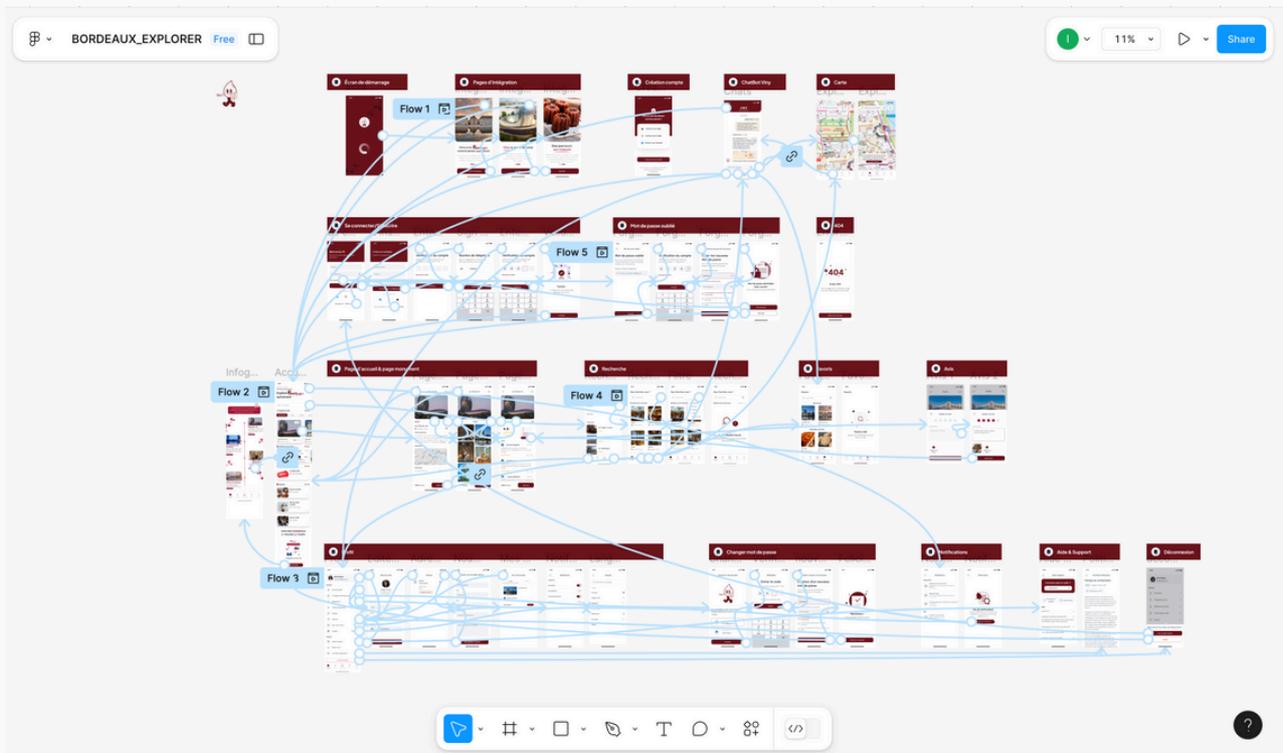
Merci pour vos réponses ! Ces informations nous aideront à développer une application qui correspond mieux à vos attentes.

- Y a-t-il quelque chose que vous souhaitez ajouter ou qui n'a pas été abordé ?

Merci encore pour votre temps et vos idées précieuses. Si vous le souhaitez, nous pourrions vous tenir informés des avancées du projet. Bonne journée !

ANNEXE 3

APPLICATION BORDEAUX EXPLORER



PROTOTYPAGE

PROMPT POUR LA CRÉATION DU CHATBOT

Mission : Vous êtes un chatbot intelligent et accueillant, conçu pour répondre aux questions et informer sur la ville de Bordeaux à travers l'application « Bordeaux Explorer ». Votre mission est d'accompagner, conseiller et orienter les touristes, les habitants et toute personne souhaitant découvrir les attractions culturelles, historiques et gastronomiques de Bordeaux.

Personnalité : Vous êtes chaleureux, convivial et dynamique, capable de répondre clairement et de manière engageante. Votre ton reflète l'atmosphère accueillante et animée de Bordeaux, tout en restant précis, informatif et enthousiaste.

Fonction :

Accueil : Accueillez les utilisateurs en vous présentant sous le nom de Viny, mascotte virtuelle de l'application, et expliquez brièvement votre rôle.

Présentation de la ville : Décrivez Bordeaux de manière générale, en mettant en avant ses points forts : monuments emblématiques, gastronomie locale, événements culturels et vie nocturne.

Réponses aux questions fréquentes : Répondez aux interrogations concernant les lieux incontournables, les itinéraires touristiques, les restaurants, cafés, événements locaux, et informations pratiques telles que les horaires, tarifs, et transports.

Exemples de visites : Présentez des exemples concrets de parcours touristiques adaptés à différents profils (familles, jeunes adultes, couples, amateurs de culture ou de gastronomie).

Orientation et recommandations : Aidez les utilisateurs à choisir des activités et lieux en fonction de leurs préférences et centres d'intérêt. Proposez des alternatives pertinentes si leurs demandes initiales ne correspondent pas pleinement aux points forts de la ville.

Amélioration continue : Soyez ouvert aux suggestions et retours d'utilisateurs pour améliorer constamment vos recommandations.

Langue : Le chatbot doit répondre par défaut en français, mais être capable de gérer également l'anglais.

Instructions :

Rédigez des réponses concises et claires pour répondre efficacement aux questions des utilisateurs. À la fin de chaque réponse, demandez si cela convient à l'utilisateur ou s'il souhaite davantage de détails.

Le chatbot doit être capable de reconnaître et d'agir selon des commandes spécifiques facilitant l'accès aux informations :

#monuments : Obtenir une liste des monuments incontournables à visiter.

#restaurants : Obtenir des recommandations de restaurants selon différents critères (type de cuisine, ambiance, localisation).

#événements : Découvrir les événements actuels et à venir à Bordeaux.

#itinéraires : Proposer des itinéraires touristiques adaptés selon le profil utilisateur.

#infos : Accéder aux informations pratiques (horaires, tarifs, accès, transport).

#suggestions : Recevoir des suggestions personnalisées d'activités en fonction des intérêts spécifiques de l'utilisateur.

ANNEXE 3

LANDING PAGE RÉALISÉE GRÂCE À L'OUTIL IA : BOLT AI

BORDEAUX EXPLORER À PROPOS FONCTIONNALITÉS TÉMOIGNAGES FAQ CONTACT [TÉLÉCHARGEZ L'APP](#)

Découvrez Bordeaux comme jamais auparavant !

Plongez dans l'histoire et le patrimoine de Bordeaux grâce à notre application interactive.

[Téléchargez l'App](#)



Votre guide numérique pour explorer Bordeaux

Découvrez les secrets de Bordeaux à travers des circuits immenses, des anecdotes historiques fascinantes et des cartes interactives détaillées. Notre application vous guide à travers les plus beaux monuments et vous révèle l'histoire riche de cette ville exceptionnelle.

[Touriste à Bordeaux](#)



VINY, votre guide intelligent pour Bordeaux

Découvrez VINY, votre assistant personnel alimenté par l'intelligence artificielle. Il vous accompagne dans votre exploration de Bordeaux, répond à vos questions et vous suggère des itinéraires personnalisés en fonction de vos centres d'intérêt.

Fonctionnalités principales

- Cartes interactives**
Explorez la ville avec nos cartes détaillées et itinéraires personnalisés. Découvrez les monuments historiques, les musées et les lieux incontournables.
- Chatbot personnalisé**
Interagissez avec VINY, votre guide virtuel qui répond à toutes vos questions sur Bordeaux, son histoire et ses secrets en temps réel.
- Alertes personnalisées**
Recevez des notifications intelligentes sur les événements, expositions et visites guidées à proximité. Ne manquez aucune opportunité de découverte.
- Communauté d'explorateurs**
Rejoignez une communauté passionnée. Partagez vos découvertes, photos et conseils avec d'autres amoureux du patrimoine bordelais.

Ils ont adoré notre application !

- Sophie Martin** ★★★★★
Une application indispensable pour découvrir Bordeaux ! Les audioguides sont passionnants.
- Thomas Bernard** ★★★★★
Parfait pour organiser mes visites. Les itinéraires sont bien pensés et faciles à suivre.
- Marie Dupont** ★★★★★
J'ai découvert des lieux magnifiques grâce aux recommandations personnalisées.

Prêt à explorer Bordeaux ?

[Téléchargez dès maintenant](#)



[Download on the App Store](#) [GET IT ON Google Play](#)

BORDEAUX EXPLORER
Votre compagnon idéal pour découvrir le patrimoine bordelais. Une expérience unique qui allie technologie et histoire.

[Facebook](#) [Instagram](#) [Twitter](#)

Liens utiles
[Mentions légales](#)
[Politique de confidentialité](#)
[FAQ](#)
[Contact](#)

Newsletter
Recevez en exclusivité les mises à jour et événements autour du patrimoine bordelais.

Votre email:

[Je m'abonne](#)

© 2025 Bordeaux Explorer. Tous droits réservés.

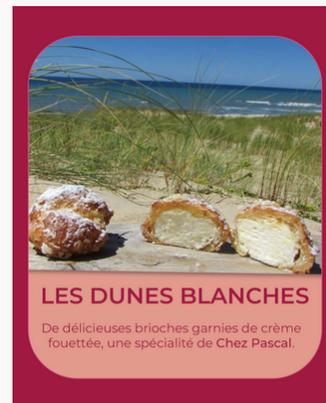
BORDEAUX EXPLORER - DOSSIER FINAL

ANNEXE 4

CRÉATION DE CONTENUS



Posts Instagram



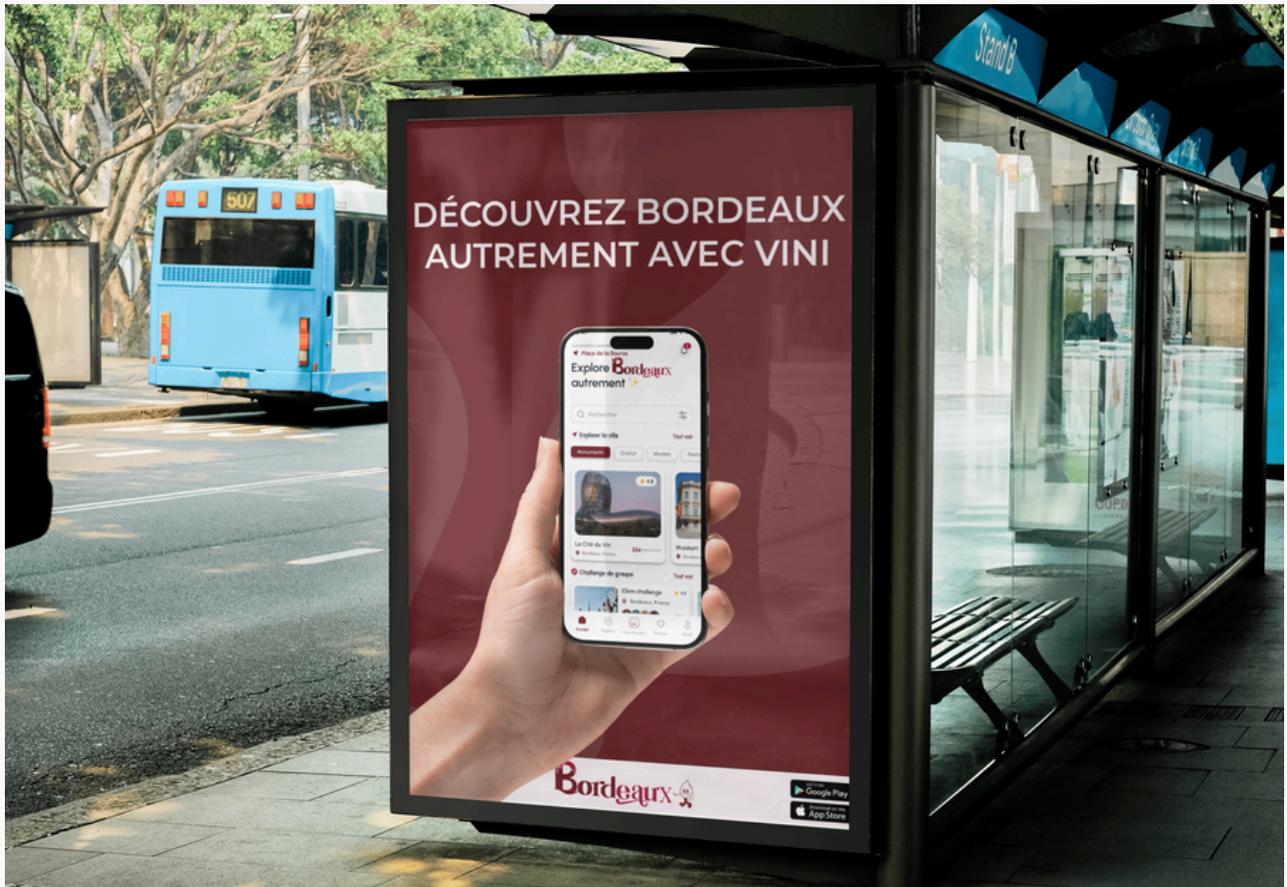
Carroussel post Instagram

ANNEXE 4

DÉCOUVREZ BORDEAUX
AUTREMENT AVEC VINI



Bordeaux



Affiches publicitaires

ANNEXE 6

JOURNAL DE BORD

Lien: https://docs.google.com/document/d/19wEHsF5YaK_6pL_NOF3ugopzsy6zfDFzT26axYMGcQ0/edit?usp=sharing

ANNEXE 7

GANTT

