




Gestly

Solène Geiss, Konstance Kruger, Matthis Carnicer, Valentin Deroo, Mathis Desraches, Mathéo Girardin-Tarby, Sacha Martin.

Département MMI - IUT Nord Franche-Comté

Sommaire

Sommaire	1
Pitch	3
Fonctionnalités	4
Scénario d'usage & Storytelling	5
Questionnaire	7
Contexte et objectif de l'étude.....	7
Profil des répondants.....	7
Genre.....	7
Âge.....	8
Situation professionnelle.....	8
Rapport à la Langue des Signes Française.....	9
Niveau de connaissance en LSF.....	9
Expérience d'apprentissage.....	9
Intention d'apprentissage sérieux.....	10
Freins à l'apprentissage de la LSF.....	11
Intérêt pour une application de mini-jeux.....	12
Intérêt déclaré.....	12
Niveau de motivation.....	12
Enseignements clés et implications pour le projet.....	13
Conclusion.....	13
DEEPLIST	16
Démographique.....	16
Economique.....	16
Environnemental / Ecologie.....	16
Politique.....	17
Legal.....	17
Informatif.....	17
Social.....	17
Technologique.....	18
SWOT	19
GANTT	20
Cible	21
Carte Heuristique	23



Viabilité Économique	24
Plan de communication et médias	29
Nos canaux de transmission.....	29
Planning éditorial.....	32
FÉVRIER.....	32
MARS.....	32
AVRIL.....	33
Les KPI.....	34
Tableau de nos KPI.....	34
Préventifs.....	36
Aspects Juridiques	37
Conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).....	37
Conditions Générales d'Utilisation (CGU).....	37
Conclusion	41
Documents de réunion	42

Pitch

Imaginez arriver dans un lieu public, avoir besoin d'aide... et ne pas pouvoir vous faire comprendre. Pour des milliers de personnes sourdes ou malentendantes, ce n'est pas une situation exceptionnelle.

C'est une réalité quotidienne. Une réalité faite de petits blocages répétés : demander de l'aide, comprendre une information, échanger avec quelqu'un. Pourtant, apprendre les bases de la langue des signes reste compliqué, souvent perçu comme long ou inaccessible. Et si apprendre la LSF devenait aussi simple et engageant que jouer à un mini-jeu ?

C'est de là qu'est né Gestly !

Gestly, c'est une webapp de mini-jeux ludiques et accessibles qui permet d'apprendre la langue des signes française en jouant, sans pression, sans prérequis, et surtout de manière inclusive. Notre objectif est simple : rendre l'apprentissage de la LSF visible et à portée de main, pour les étudiants, mais aussi pour toute personne qui souhaite mieux communiquer avec la communauté sourde. Aujourd'hui, nous ne vous présentons pas seulement un projet de classe. On vous présente un projet qui utilise le jeu comme levier concret d'inclusion.

Fonctionnalités

Gestly propose une variété de mini-jeux interactifs favorisant l'apprentissage par le jeu et la compétition. La web app met à disposition 6 à 8 mini-jeux, regroupés au sein de deux modes de jeu principaux : un mode d'entraînement et un mode arcade.

Le mode d'entraînement est conçu pour un apprentissage progressif et autonome. Il permet aux utilisateurs de s'exercer à leur rythme, sans pression liée au score ou à la compétition. Les mini-jeux proposés dans ce mode visent à renforcer la mémorisation, la reconnaissance visuelle et la compréhension des signes, tout en offrant un feedback immédiat sur les réponses. La difficulté s'adapte progressivement afin d'accompagner la montée en compétence de l'utilisateur et de consolider les acquis.

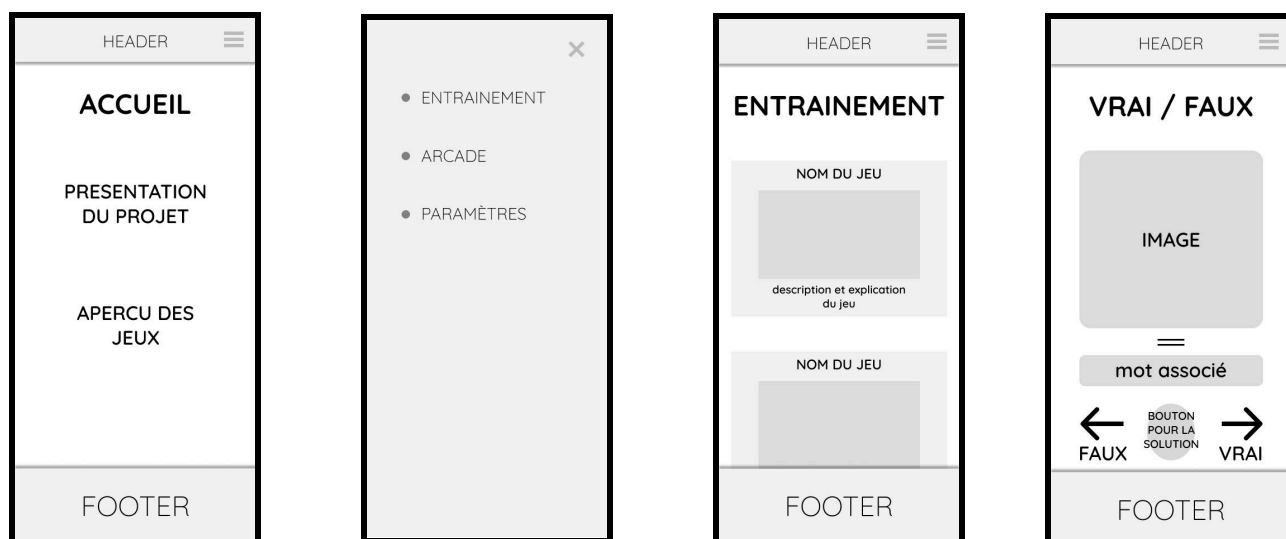
Le mode d'entraînement de Gestly intègre également des mini-jeux pédagogiques simples, pensés initialement pour le jeu en solo, tels qu'un jeu de memory associant mots et signes, un Vrai / Faux. Ces mini-jeux sont également adaptés au jeu en ligne, sous forme de duels ou d'affrontements, afin de proposer une continuité entre apprentissage individuel et mise en pratique compétitive.

Le mode arcade donne accès à l'ensemble des mini-jeux dans une logique plus dynamique et compétitive. Il permet de jouer rapidement, en solo ou en multijoueur en ligne, avec des amis ou des joueurs inconnus. Ce mode met l'accent sur le score, la rapidité d'exécution et la performance, favorisant des parties courtes, rythmées et engageantes. Des affrontements en duel ou à plusieurs joueurs sont proposés, renforçant l'aspect compétitif et social de l'expérience.

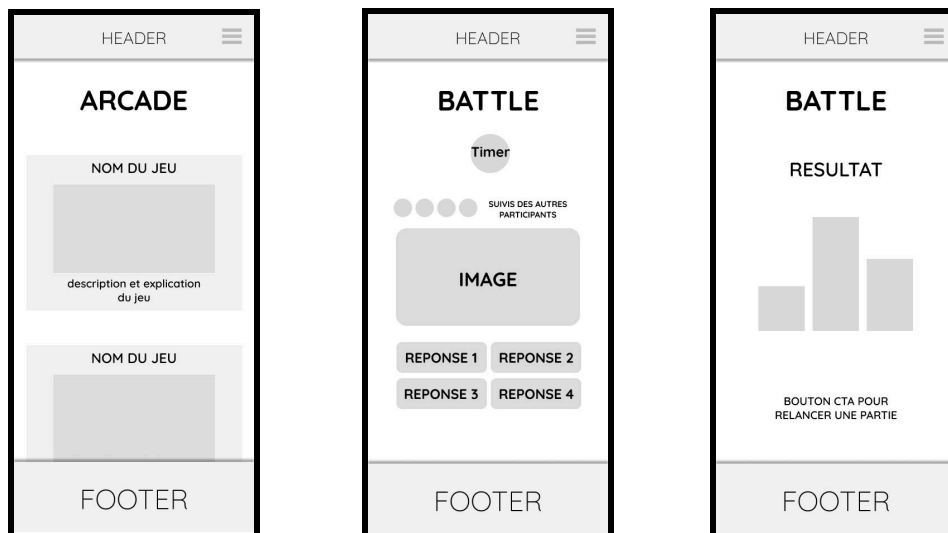
Gestly s'appuie sur une liste de mini-jeux évolutive, amenée à s'enrichir au fil du développement. Certains mini-jeux proposent une progression de la difficulté au fil des questions afin d'encourager la concentration et la montée en compétence. D'autres reposent sur un système d'élimination, où les joueurs sont progressivement exclus jusqu'à ce qu'il ne reste qu'un seul gagnant, créant tension et engagement.

Un mode Battle à plusieurs joueurs permet de répondre à des questionnaires en temps réel. Dans ce format, la rapidité et la justesse des réponses influencent directement le nombre de points gagnés, valorisant à la fois la maîtrise et la réactivité.

Scénario d'usage & Storytelling



- Lorsque l'utilisateur arrive sur notre web app, il y trouve dès la page d'accueil une courte présentation du projet, puis un peu plus bas l'aperçu des jeux.
- Ensuite il se dirigera vers le menu dans lequel il aura le choix entre le mode entraînement ou arcade.
- Sur la page entraînement on retrouve la liste des jeux sous la même forme et structure. (Nom, image, explication du jeu).
- Une fois le jeu choisi, ici le jeu vrai/faux avec un interface simple et fonctionnel pour un apprentissage optimisé et une utilisation simple et rapide, il faut donc swipe à droite si la réponse est vraie et à gauche si la réponse est fausse. L'utilisateur retrouvera également un bouton pour connaître la solution et/ou un indice pour faciliter l'apprentissage.



- Si l'utilisateur choisit le mode arcade alors, il arrivera sur une page similaire au mode entraînement, pour un parcours utilisateur simple et rapide à comprendre.
- Ici le jeu choisi est la "battle", l'utilisateur retrouve un interface simple avec l'avatar des joueurs qui jouent avec lui dans la partie, ici il retrouvera une image avec quatre réponses qu'il devra choisir le plus rapidement possible pour un maximum de points.
- Pour chaque jeu en ligne, à la fin de celui-ci l'utilisateur aura accès au classement des joueurs de la partie avec les avatars de ces derniers.

Questionnaire

Contexte et objectif de l'étude

Ce questionnaire a été diffusé afin de mieux comprendre le profil des utilisateurs potentiels et leurs attentes dans le cadre de la conception d'une application de mini-jeux dédiée à l'apprentissage de la Langue des Signes Française (LSF).

L'objectif principal est d'identifier :

- le public cible,
- son niveau de connaissance de la LSF,
- ses freins à l'apprentissage,
- et son intérêt pour une solution ludique et numérique.

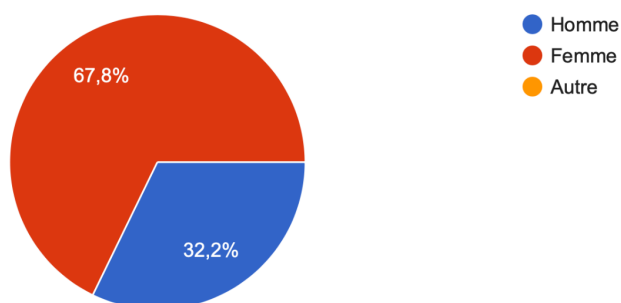
L'enquête a recueilli 204 réponses, ce qui permet d'obtenir des tendances significatives.

Profil des répondants

Genre

Quel est ton genre ?

205 réponses



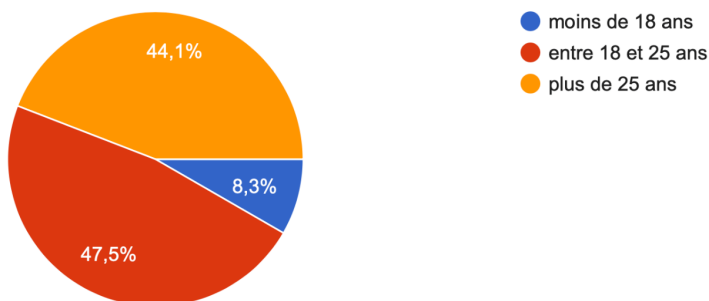
- 67,8 % de femmes
- 32,2 % d'hommes

Le public est majoritairement féminin, ce qui peut influencer certains choix de communication, de ton et de design de l'application.

Âge

Quel est ton âge ?

204 réponses



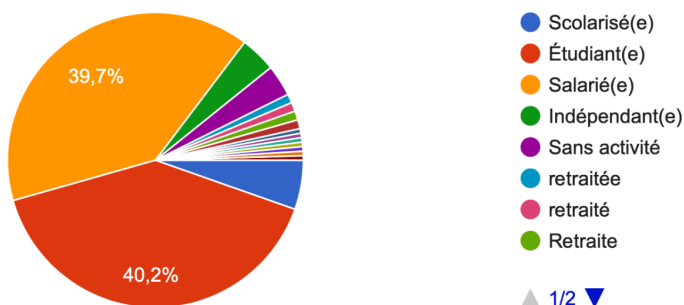
- 47,5 % : entre 18 et 25 ans
- 44,1 % : plus de 25 ans
- 8,3 % : moins de 18 ans

Les répondants se répartissent principalement entre jeunes adultes et adultes, indiquant la nécessité de concevoir une application accessible à un public large, sans connotation trop enfantine ni trop institutionnelle.

Situation professionnelle

Quel est votre situation professionnelle ?

204 réponses



- 40,2 % : étudiant(e)s

- 39,7 % : salarié(e)s
- Le reste des réponses est réparti entre indépendants, personnes sans activité, retraités, etc.

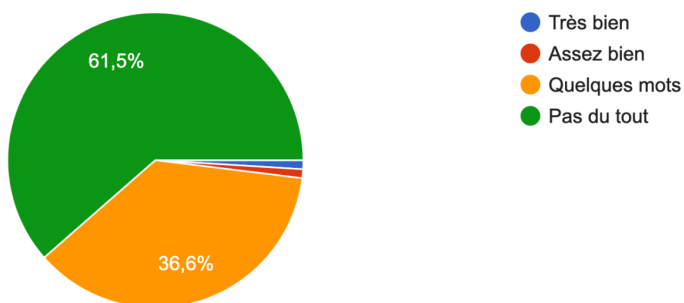
Ces données montrent que la majorité des utilisateurs potentiels ont un emploi du temps contraint, ce qui implique un besoin de flexibilité dans l'apprentissage.

Rapport à la Langue des Signes Française

Niveau de connaissance en LSF

Connaissez-vous la langue des signes française (LSF) ?

205 réponses



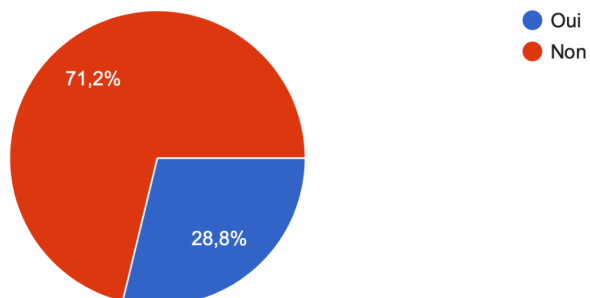
- 61,5 % : ne connaissent pas du tout la LSF
- 36,6 % : connaissent seulement quelques mots
- Une part très faible se considère à l'aise ou compétente

Le public est donc très majoritairement débutant, ce qui confirme la pertinence d'une application d'initiation.

Expérience d'apprentissage

Avez-vous déjà appris ou essayé d'apprendre la LSF ?

205 réponses



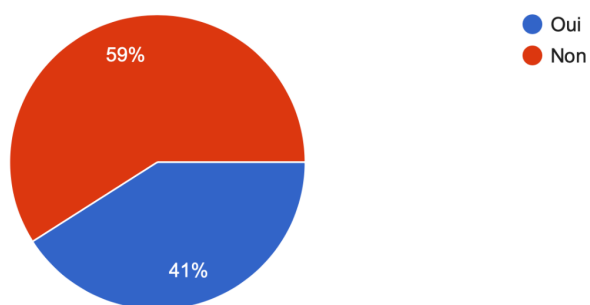
- 71,2 % n'ont jamais appris ni essayé d'apprendre la LSF
- 28,8 % ont déjà essayé ou appris

Il existe un fort intérêt latent pour la LSF, mais celui-ci ne se traduit pas encore en passage à l'action.

Intention d'apprentissage sérieux

Avez-vous déjà réfléchi à l'apprendre sérieusement ?

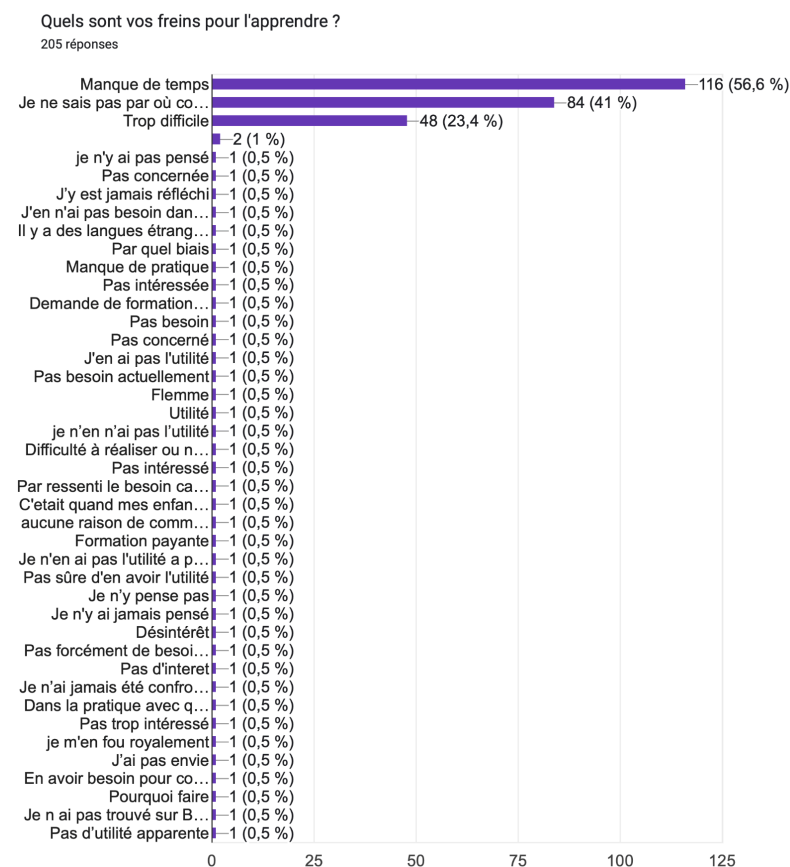
205 réponses



- 41 % ont déjà envisagé d'apprendre la LSF sérieusement
- 59 % ne l'ont jamais envisagé

Ces résultats indiquent un potentiel de motivation important, à condition de proposer un cadre rassurant et accessible.

Freins à l'apprentissage de la LSF



Les principaux obstacles identifiés sont :

1. Le manque de temps (56,6 %)
2. Le manque de repères pour débiter (41 %)
3. La perception de difficulté (23,4 %)

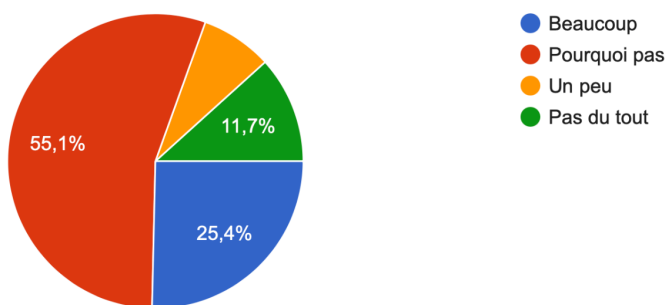
Les autres réponses sont très marginales (désintérêt, inutilité perçue, manque de motivation, etc.). Cela montre que le frein n'est pas l'envie, mais plutôt l'organisation et l'accessibilité de l'apprentissage.

Intérêt pour une application de mini-jeux

Intérêt déclaré

Seriez-vous intéressé(e) par une application avec des mini-jeux pour apprendre la LSF ?

205 réponses



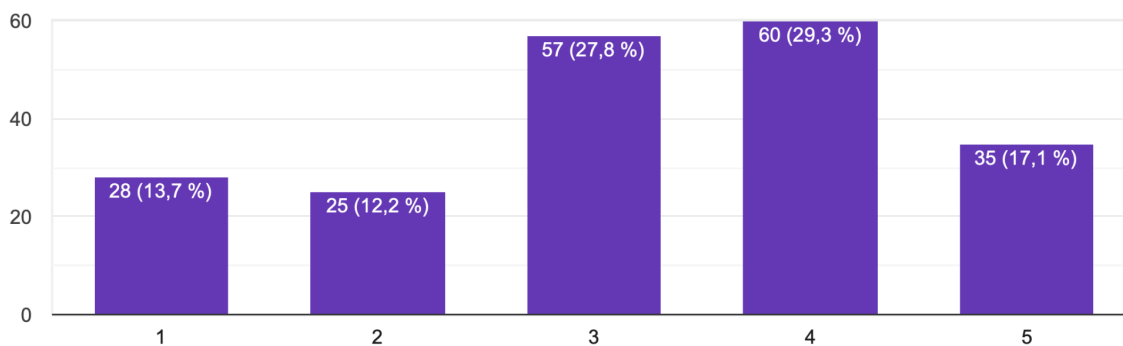
- 25,4 % : très intéressé(e)s
- 55,1 % : intéressé(e)s / "pourquoi pas"
- Environ 19 % : peu ou pas intéressé(e)s

Ainsi, plus de 80 % des répondants se montrent ouverts à l'idée d'une application ludique pour apprendre la LSF.

Niveau de motivation

Sur une échelle de 1 à 5, à quel point êtes-vous motivé(e) pour apprendre la LSF avec une Web App de minis jeux ?

205 réponses



Sur une échelle de 1 à 5 :

- Note moyenne : 3,24 / 5
- Les notes 3 et 4 sont majoritaires
- 17,1 % attribuent la note maximale (5)

La motivation est modérée mais réelle, et pourrait être renforcée par une expérience utilisateur engageante.

Enseignements clés et implications pour le projet

Les résultats mettent en évidence plusieurs points essentiels :

- Le public cible est curieux mais débutant.
- Les principaux freins sont le temps, la complexité perçue et le manque de guidance.
- Une approche ludique est largement acceptée, même par les personnes initialement peu engagées.

Implications pour la conception de l'application :


- Proposer des sessions courtes adaptées aux emplois du temps chargés
- Offrir une progression très guidée, sans prérequis
- Mettre l'accent sur la simplicité et le plaisir d'apprentissage
- Valoriser les petits progrès afin de maintenir la motivation

Conclusion

Cette étude confirme la pertinence du développement d'une application de mini-jeux pour l'apprentissage de la Langue des Signes Française. Le public interrogé montre un fort potentiel d'adhésion, à condition que l'outil soit accessible, ludique et pensé pour des débutants disposant de peu de temps.

L'application peut ainsi jouer un rôle clé de porte d'entrée vers la LSF, en facilitant le premier pas vers un apprentissage plus approfondi.

Les résultats de l'analyse du questionnaire mettent en lumière des différences et des similitudes notables entre les répondants masculins et féminins concernant leur rapport à




la Langue des Signes Française (LSF). Sur un total de 204 participants, l'analyse comparative permet d'observer plus finement les perceptions, le niveau de connaissance et l'intérêt pour des dispositifs d'apprentissage innovants selon le genre. Chez les hommes, qui représentent 66 répondants, la connaissance de la LSF apparaît globalement faible. En effet, près de huit hommes sur dix déclarent ne pas connaître du tout la langue des signes, et aucun ne s'estime la maîtriser très bien.

Cette méconnaissance est observable dans l'ensemble des tranches d'âge, y compris chez les 18–25 ans, pourtant majoritaires dans l'échantillon masculin. Du côté des femmes, le constat est similaire, bien que légèrement moins marqué. Un peu plus d'une femme sur deux indique ne pas connaître du tout la LSF, tandis qu'une très faible minorité, environ trois femmes sur cent, déclarent la connaître assez bien. Ces résultats montrent que, chez les deux genres, la LSF reste largement méconnue, même si les femmes semblent globalement disposer d'un niveau de familiarité légèrement supérieur à celui des hommes.

En ce qui concerne l'apprentissage, seule une minorité d'hommes, soit environ quatorze sur cent, a déjà appris ou essayé d'apprendre la LSF. Toutefois, près d'un quart d'entre eux affirment avoir déjà réfléchi sérieusement à son apprentissage. Chez les femmes, plus d'un tiers n'ont jamais essayé d'apprendre la langue des signes, mais près d'une femme sur deux déclare y avoir déjà pensé de manière sérieuse. Dans les deux cas, un écart notable apparaît entre l'intérêt exprimé et le passage à l'action, suggérant l'existence de freins tels que le manque de temps, l'accessibilité limitée des ressources ou l'absence de formats pédagogiques attractifs. L'analyse par tranche d'âge met en évidence que les 18–25 ans constituent, de manière générale, le public le plus réceptif au projet, aussi bien chez les hommes que chez les femmes. Cette tranche d'âge est celle qui a le plus fréquemment envisagé l'apprentissage de la Langue des Signes Française et qui manifeste la plus grande ouverture envers des modalités pédagogiques innovantes, notamment les formats numériques et ludiques intégrant des mini-jeux.

Ces résultats soulignent le rôle central des 18–25 ans comme cible prioritaire pour le développement d'une web app dédiée à l'apprentissage de la LSF. L'intérêt pour l'intégration de mini-jeux comme support d'apprentissage de la LSF apparaît important dans les deux populations, mais se révèle particulièrement marqué chez les femmes. Environ sept hommes sur dix se déclarent favorables ou potentiellement favorables à ce type de dispositif. Chez les femmes, plus de neuf sur dix indiquent être de un peu à beaucoup intéressées par une web app permettant d'apprendre la langue des signes à travers des mini-jeux. Cette forte adhésion met en évidence l'attrait d'un format ludique pour favoriser l'engagement sur la durée.



D'après nos statistiques, les éléments qui encourageraient une utilisation régulière de la web app reposent principalement sur la combinaison de plusieurs facteurs clés. Les répondants expriment un intérêt marqué pour une application à la fois ludique, simple d'utilisation et rapide, tout en garantissant un apprentissage efficace. Cette approche correspond à leurs attentes en matière de flexibilité et d'accessibilité. Par ailleurs, la motivation à apprendre la LSF est fortement liée au désir de mieux communiquer avec des personnes malentendantes, traduisant une dimension sociale et inclusive importante.

À cela s'ajoute un intérêt d'ordre professionnel, l'apprentissage de la langue des signes étant perçu comme une compétence valorisante susceptible d'apporter un avantage supplémentaire dans certains contextes professionnels. Enfin, les évaluations globales confirment une perception positive du concept. L'idée de notre projet a obtenu une note de trois étoiles ou plus au projet. Ces résultats indiquent que, malgré une connaissance initiale limitée de la LSF dans l'ensemble de la population interrogée, le projet de web app ludique répond à une attente réelle. Il présente ainsi un fort potentiel d'engagement, en particulier auprès des jeunes adultes et du public féminin.

DEEPLIST

Démographique

En France, environ 39,1 millions de personnes jouent régulièrement aux jeux vidéo. Notre webapp vise deux grands profils d'un côté les personnes directement concernées par la langue des signes françaises environ 100 000 à 300 000 locuteurs, souvent touchés par une déficience auditive, de l'autre les joueurs et utilisateurs curieux, proches des publics de Duolingo beaucoup ont entre 13 et 29 ans et utilisent déjà des applications d'apprentissage ou de jeux sur mobile. La cible prioritaire se situe donc chez les jeunes adultes urbains, ayant un bon niveau d'études, à l'aise avec le numérique et habitués aux formats courts et ludiques.

Economique

Le projet s'inscrit dans un marché de l'edtech en forte croissance en France, estimé à près de 8 milliards d'euros en 2024 avec des perspectives de croissance importantes d'ici 2030. Les grandes applications d'apprentissage de langues, comme Duolingo, montrent la viabilité du modèle plusieurs dizaines de millions d'utilisateurs actifs et une part importante de revenus issus des abonnements payants. Pour une webapp dédiée à la LSF, le marché est plus de niche, mais il existe une réelle demande, notamment chez les proches de personnes sourdes, les curieux et certains professionnels.

Environnemental / Ecologie

Par rapport à des cours en présentiel, une webapp d'apprentissage réduit fortement les déplacements, l'usage de papier et les besoins en salles physiques, ce qui limite l'empreinte carbone liée à la formation. L'impact principal vient de l'hébergement des vidéos et de la consommation de données, surtout si la webapp repose sur beaucoup de contenus vidéo. En optimisant la compression des vidéos, en adaptant la qualité au réseau de l'utilisateur et en autorisant le téléchargement local pour un usage hors ligne, il est possible de réduire significativement la consommation de bande passante. Pour un public jeune, souvent sensible aux enjeux climatiques, le fait de communiquer clairement sur ces optimisations et de choisir un hébergeur engagé sur la sobriété énergétique peut renforcer l'image responsable du projet. Enfin, un même contenu LSF peut être réutilisé pendant des années, ce qui en fait un investissement durable.

Politique

Le contexte politique français est plutôt favorable pour un projet autour de la langue des signes française, puisque cette langue est reconnue officiellement depuis 2005 et que les politiques publiques mettent de plus en plus l'accent sur l'accessibilité et l'inclusion des personnes en situation de handicap. Des dispositifs de soutien à l'innovation éducative et à l'accessibilité numérique existent au niveau national et régional, ce qui peut faciliter l'accès à des subventions ou à des partenariats institutionnels.

Legal

Sur le plan légal, notre projet doit faire attention à deux principes d'exigences celles liées à l'accessibilité numérique, et celles liées à la protection des données. En France, les sites et services numériques sont de plus en plus tenus de respecter des référentiels d'accessibilité (RGAA), qui imposent par exemple des sous-titres et une navigation clavier. Si nous collectons des données personnelles, le règlement général sur la protection des données s'applique : information claire, consentement, possibilité de suppression des données, sécurisation technique. À cela s'ajoutent les droits à l'image et la rémunération des personnes qui apparaissent dans les vidéos pédagogiques. Travailler avec une association en LSF peut aussi aider à crédibiliser la qualité du contenu.

Informatif

La webapp va générer beaucoup d'informations utiles. Bien exploitées, ces données permettent d'améliorer l'ergonomie, d'ajuster la difficulté, de prioriser les thématiques et, à terme, de personnaliser le parcours d'apprentissage. Il est important de définir dès le départ quelles données sont vraiment nécessaires et de limiter la collecte au strict utile, tout en respectant les règles de protection de la vie privée. Mettre en place une veille simple mais régulière évite d'être déconnecté des attentes réelles des publics.

Social

Socialement, notre projet répond à une attente forte d'inclusion et de lien social. Pour les proches de personnes sourdes l'enjeu est très concret, pouvoir tenir une petite conversation, dire bonjour, remercier, poser une question sans passer par l'écrit ou un interprète. Pour les jeunes curieux, la LSF est perçue comme une langue « stylée », associée à des valeurs d'ouverture d'esprit et d'engagement. La perception de la communauté sourde est déterminante, un projet conçu sans sa participation réelle risque d'être accusé de tokenisme. À l'inverse, l'implication visible des personnes sourdes, leur rémunération juste et leur rôle dans les décisions positionnent la webapp comme un véritable outil.

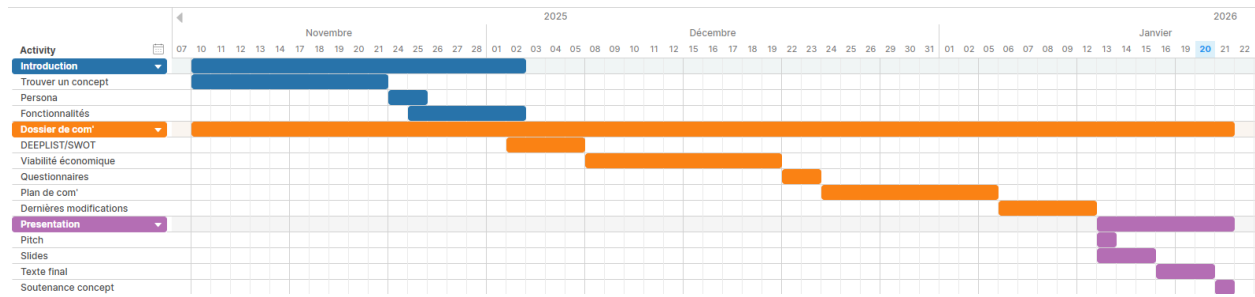
Technologique

Techniquement, la webapp repose sur des technologies web stables pour une expérience fluide sur mobile et ordinateur. Une contrainte principale est la qualité des vidéos et animations suffisante pour la lisibilité des signes tout en limitant poids fichiers et optimisant chargement mobile. Mise en cache, pré chargement leçons et mode hors ligne garantissent une expérience agréable même sur connexions moyennes.

SWOT



GANTT



Cible

Ciblage général :

Le ciblage de Gestly repose sur l'analyse des réponses recueillies auprès de potentiels utilisateurs lors du questionnaire. Cette analyse met en évidence un public jeune, curieux, mais encore peu familiarisé avec la Langue des Signes Française. La tranche d'âge la plus réceptive au projet se situe entre 18 et 25 ans, avec une forte représentation d'étudiants. Ce public se distingue par une connaissance très limitée de la LSF mais exprimant un intérêt réel pour son apprentissage, à condition que celui-ci soit simple, rapide et accessible.

Les résultats montrent que ces jeunes adultes partagent des centres d'intérêt communs, notamment pour les formats numériques, les applications mobiles, les mini-jeux et les contenus courts. Ils privilégient des expériences ludiques et interactives, compatibles avec un usage quotidien fragmenté. Cette appétence pour le numérique s'accompagne d'un rejet des formats perçus comme trop scolaires, longs ou engageants sur le plan temporel.

Au-delà de l'âge et des usages, l'analyse fait ressortir des motivations claires. Une grande partie des répondants exprime le souhait de mieux communiquer avec des personnes sourdes ou malentendantes, traduisant une sensibilité marquée aux enjeux d'inclusion et de lien social. À cela s'ajoute un intérêt personnel pour l'apprentissage de nouvelles compétences, la langue des signes étant perçue comme utile, valorisante et porteuse de sens, sans pour autant devenir une priorité nécessitant un engagement lourd.

Enfin, le questionnaire met en évidence une adhésion très positive au principe d'un apprentissage de la LSF par le jeu. Le format par mini-jeux est perçu comme une solution pertinente pour lever les freins identifiés, notamment le manque de temps et la peur de ne pas progresser. Cette approche ludique apparaît ainsi comme un levier essentiel pour transformer une curiosité latente en une pratique réelle et régulière.

CP1 Jeunes adultes étudiants

Les cibles principales de Gestly sont constitués de jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans, majoritairement étudiants. Les résultats du questionnaire montrent que ce public connaît peu ou pas du tout la langue des signes française, mais qu'il a déjà envisagé sérieusement son apprentissage. Ils sont particulièrement réceptifs aux formats numériques ludiques, rapides et accessibles, capables de lever le frein principal identifié : le passage à l'action.

CP2 Proches de sourds ou malentendants

La deuxième cible principale comprend les personnes entendant ayant un proche sourd ou malentendant, qu'il s'agisse d'un ami, d'un membre de la famille ou d'un collègue. Leur motivation repose sur un besoin de communication et de maintien du lien social. Bien que ce public présente une implication émotionnelle élevée, il reste plus ponctuel et en minoritaire, ce qui justifie son positionnement en CP2.

CS1 Jeunes adultes sensibles à l'inclusion

Cette cible regroupe des jeunes adultes, étudiants ou jeunes actifs, qui manifestent une sensibilité marquée aux enjeux d'inclusion et de communication. Sans avoir nécessairement de lien direct avec la surdité, ils perçoivent l'apprentissage de la LSF comme une démarche utile, valorisante et porteuse de sens. Les statistiques montrent que leur engagement dépend fortement de la simplicité et du caractère non scolaire du format proposé.

Pour mettre tout cela en cohérence, nous avons décidé de réaliser un persona.

Chloé

Âge : 24 ans
Situation : étudiante en infirmerie



Chloé est une femme guidée par ses émotions, elle est curieuse et n'aime pas laisser un proche mis de côté.

Joueuse dans l'âme elle est naturellement attirée par des sites/app qui la divertissent et peuvent lui apporter des connaissances.

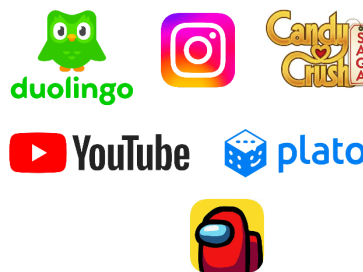
Les cours académiques et trop théoriques ne sont pas ce qui l'enjoue le plus. Elle aime organiser ses cours avec des quizzlet.

Déclencheur :

Sa cousine a perdu l'audition suite à une maladie. Elle se sent gêner de ne pas parvenir à communiquer avec elle.

Frustration :

Elle a regardé des vidéos YouTube, mais c'est passif et elle oublie vite. Elle a peur de faire les gestes "mal" et d'être irrespectueuse. Elle n'a pas le temps pour un cours du soir le jeudi à 19h.



"Je veux juste pouvoir lui demander comment s'est passé son week-end sans sortir mon téléphone pour écrire."

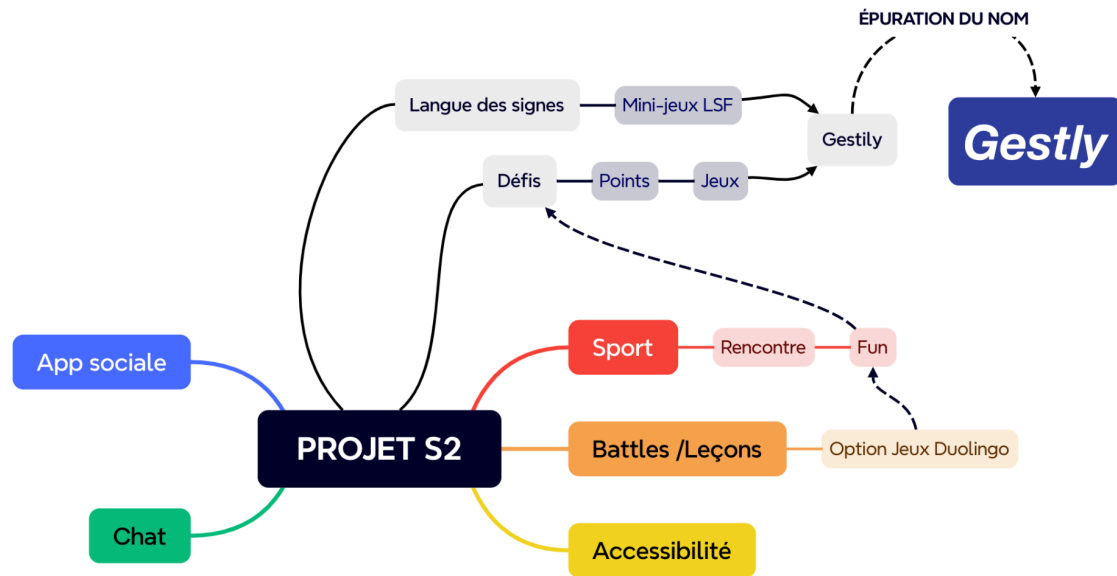
Curiosité ★★★★★
Sensible ★★★★★
Ludique ★★★★★
Compétitive ★★★

Passes temps :

Très active sur Instagram, utilise Trello au travail, joue occasionnellement à "Among Us" ou des jeux mobiles type "Candy Crush" dans les transports en commun.



Carte Heuristique



Viabilité Économique

Lien vers le excel : [📄 Budgétisation Gestly](#)

Afin d'assurer un lancement cohérent du projet, un budget prévisionnel a été établi. Celui-ci vise à anticiper l'ensemble des dépenses nécessaires à la visibilité du projet, en privilégiant des actions ciblées, adaptées à nos utilisateurs et en cohérence avec les valeurs d'accessibilité et d'inclusion portées par le projet. La budgétisation permet ainsi de structurer les choix stratégiques, d'optimiser les ressources disponibles et de garantir la faisabilité des actions envisagées, tout en conservant une approche réaliste et proportionnée à l'envergure du projet. Nous avons décidé de répartir le tout par semestre, séquentiel de cette manière le but était de prévoir sur un plus vaste laps de temps.

Voici les détails de notre budget.

Pour la partie des **produits** :

Produits		Revenus						
Catégories	Description	1ère Année		2ème Année		3ème Année		Semestre 7
		Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6	
Aide (FSDIE)		3 831,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Publicités		24,30 €	48,60 €	97,20 €	162,00 €	283,50 €	283,50 €	526,50 €
Total par semestre		3 855,30 €	48,60 €	97,20 €	162,00 €	283,50 €	283,50 €	
Total par an		3 903,90 €		259,20 €		567,00 €		

La partie aide :

FSDIE

Le Fonds de Solidarité et de Développement des Initiatives Étudiantes (FSDIE) est une aide financière mise en place par les établissements d'enseignement supérieur afin de soutenir des projets portés par des étudiants et ayant un impact positif sur la vie étudiante. Cette aide a pour objectif de financer les dépenses nécessaires à la mise en place et au développement d'un projet (communication, outils techniques, matériel, actions de diffusion), sans vocation de rémunération des porteurs. Le montant accordé varie selon les établissements et la nature du projet, mais peut atteindre jusqu'à environ 4 000 €, ce qui permet de disposer d'une marge suffisante pour structurer un projet étudiant de manière sérieuse et cohérente.

Notre projet s'inscrit dans ce cadre. Gestly est conçu comme une réalisation étudiante, développée par et pour des étudiants, avec pour objectif de favoriser l'accessibilité, l'inclusion et la sensibilisation à la langue des signes française à travers un outil ludique et pédagogique. En proposant une webapp accessible, gratuite et pensée pour un usage

étudiant, le projet contribue directement à l'amélioration de la vie étudiante et répond aux priorités du FSDIE. Les dépenses envisagées concernent la mise en place du projet (communication, développement, diffusion), ce qui justifie notre éligibilité et notre capacité à prétendre à cette aide.

Les publicités intégrées à notre webapp :

Dans le cadre de notre webapp de mini-jeux, nous envisageons d'utiliser des publicités dites récompensées, c'est-à-dire des publicités que l'utilisateur choisit de regarder pour obtenir un avantage, comme revivre une partie après un échec. Concrètement, ce type de publicité rapporte en moyenne entre 0,01 € et 0,05 € par visionnage complet, ce qui nous fait 0.03€. Cela signifie que les revenus restent petits au départ. L'objectif n'est donc pas de générer un revenu important, mais plutôt de proposer un mécanisme optionnel, cohérent avec le gameplay, permettant de soutenir légèrement le projet sans bloquer l'accès au contenu pédagogique.

Grâce aux KPIs que vous retrouverez dans le plan de communication nous avons pu viser une moyenne d'entre 15-40 visiteurs par jour. En sachant qu'environ 15 % des visiteurs regarderont une pub.

Gain de 0.03€

Par exemple pour le **semestre 1** on peut réaliser ces calculs:

$30 = \text{nombre de visiteurs} / 180 = \text{nombre de jours dans le semestre}$

$30 \times 180 = 5400 \text{ visiteurs}$

$5400 \times 15\% = 810$

Donc si on met une moyenne de 3 centimes cela fait :

$810 \times 0.03\text{€} = 24,30\text{€}$

Pour ce qui est des autres semestres, nos utilisateurs vont accroître fortement on peut donc établir:

Pour le **semestres 2** on peut viser les 60 utilisateurs par jour.

$60 \times 180 = 10800$

$10800 \times 15\% = 1620 \text{ pubs}$


$1620 \times 0.03 = 48.60\text{€}$

Semestre 3 :

120 visiteurs par jour

$120 \times 180 = 21600$

$21600 \times 15\% = 3240$


$$3240 \times 0.03\text{€} = 97,20\text{€}$$

Semestre 4 :

200 visiteurs par jour

$$200 \times 180 = 36000$$

$$36000 \times 15\% = 5400$$

$$5400 \times 0.03 = 162\text{€}$$

Semestre 5 :

350 visiteurs

$$350 \times 180 = 63000$$

$$63000 \times 15\% = 9450$$

$$9450 \times 0.03\text{€} = 283.50\text{€}$$

Semestre 6 :

500 visiteurs par jour

$$500 \times 180 = 90000$$

$$90000 \times 15\% = 13500$$

$$13500 \times 0.03\text{€} = 405\text{€}$$

Semestre 7 :

650 utilisateurs par jour

$$650 \times 180 = 117000$$

$$117000 \times 15\% = 17550$$

$$17550 \times 0.03\text{€} = 526.50\text{€}$$

Pour intégrer ce type de publicité, nous passons par une plateforme spécialisée Google Ads, qui est l'une des solutions les plus utilisées pour les jeux et applications gratuites. Concrètement, cela consiste à créer un compte sur la plateforme, déclarer notre webapp, puis intégrer un format spécifique de publicité vidéo récompensée. Techniquement, la publicité n'est affichée que si l'utilisateur le souhaite, et la récompense (par exemple une seconde chance dans le jeu) n'est accordée que si la vidéo est visionnée jusqu'au bout. Ce système est simple à mettre en place, largement documenté, et adapté à un projet étudiant.

Dépenses

Catégories	Description	Coûts					
		1ère Année		2ème Année		3ème Année	
		Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5	Semestre 6
	Flyers	556,27 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Promotion dans des forum,...	Déplacements	650,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Distributions	550,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Publicité sur les réseaux sociaux	2 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	Nom de domaine	29,99 €		29,99 €		29,99 €	
	Hébergement	34,50 €	34,50 €	34,50 €	34,50 €	34,50 €	34,50 €
	Total par semestre	3 820,76 €	34,50 €	64,49 €	34,50 €	64,49 €	34,50 €
	Total par an	3 855,26 €		98,99 €		98,99 €	

Le budget prévisionnel du projet repose sur deux grands axes : l'infrastructure technique (hébergement et nom de domaine) et le plan de communication destiné à assurer la visibilité du service dès son lancement. Chaque dépense a été étudiée afin de garantir un équilibre entre efficacité, cohérence stratégique et maîtrise des coûts.

Pour assurer la stabilité et la crédibilité de la plateforme, nous avons choisi de nous appuyer sur Infomaniak, un prestataire reconnu pour la qualité de ses services.

Nom de domaine : gestly.academy


Le choix de l'extension *.academy* s'inscrit dans une volonté d'être identifié comme un acteur sérieux et spécialisé dans l'apprentissage. Le coût du nom de domaine s'élève à 24,99 € HT, soit 29,99 € TTC.

L'hébergement est également assuré par Infomaniak, garantissant une infrastructure fiable et adaptée aux besoins du projet. Le coût est réparti de manière régulière sur les semestres.

Afin de maximiser la visibilité du projet dès son lancement, un ensemble d'actions de communication a été prévu, combinant supports physiques et présence sur le terrain.

Flyers (20 000 exemplaires)

L'impression est réalisée via Imprimerie Market pour un montant de 463,56 € HT, soit 556,27 € TTC. Ce volume permet une diffusion large dans les zones ciblées, notamment les villes étudiantes.



Un budget de 650 € est alloué aux déplacements en transports en commun (principalement bus), nécessaires pour couvrir 15 villes étudiantes.

Une mission de distribution professionnelle coûte environ 350 € pour 5 interventions. Pour 15 missions, le coût total serait d'environ 1 100 €.

Toutefois, afin de réduire les dépenses, une partie de la distribution sera assurée directement par notre équipe. Le coût final est ainsi ramené à 550 €.

Plan de communication et médias

Nos canaux de transmission

Dans le cadre de la promotion de notre web app d'apprentissage de la Langue des Signes Française, nous avons sélectionné plusieurs canaux de transmission complémentaires afin de toucher efficacement notre public cible. Les réseaux sociaux constituent notre canal principal, notamment Instagram, TikTok et Facebook, qui permettent de diffuser des contenus courts, ludiques et pédagogiques, en adéquation avec le format de notre application et les usages de notre cible. Ces plateformes favorisent également l'interaction, le partage et la viralité, éléments essentiels pour accroître la notoriété du projet.

En parallèle, nous utilisons des supports de communication physiques tels que des affiches et flyers, diffusés dans des lieux stratégiques (établissements scolaires, bibliothèques, centres culturels, associations, espaces jeunesse). Ces supports permettent de toucher un public local et de renforcer la mémorisation du projet par une présence visuelle répétée.

Enfin, le site web de la web app constitue le canal central vers lequel convergent l'ensemble de nos actions de communication. Il sert de point d'entrée pour l'inscription, la découverte du concept et l'accès aux jeux. L'articulation de ces différents canaux, à la fois numériques et physiques, nous permet d'assurer une communication cohérente, multicanale et adaptée à notre cible, tout en maximisant la visibilité et l'engagement autour du projet.

Février		
DI	1	
LU	2	
MA	3	
ME	4	
JE	5	
VE	6	
SA	7	
DI	8	
LU	9	
MA	10	
ME	11	Lancement des réseaux sociaux
JE	12	
VE	13	
SA	14	
DI	15	
LU	16	Teaser Gestly
MA	17	
ME	18	Post hebdomadaire instagram/tiktok
JE	19	Micro-trottoir
VE	20	
SA	21	
DI	22	
LU	23	F.A.Q.
MA	24	
ME	25	Post hebdomadaire instagram/tiktok
JE	26	
VE	27	
SA	28	

MARS		
DI	1	
LU	2	Démo preview de certains défis
MA	3	
ME	4	Micro-trottoir
JE	5	
VE	6	
SA	7	Teaser Gestly
DI	8	
LU	9	Lancement officiel de Gestly
MA	10	Présentation des fonctionnalités
ME	11	Post hebdomadaire instagram/tiktok
JE	12	
VE	13	
SA	14	
DI	15	
LU	16	Rencontre avec des membres d'une association
MA	17	
ME	18	Post hebdomadaire instagram/tiktok
JE	19	
VE	20	Défi spécial pour le printemps
SA	21	
DI	22	Démo du nouveau thème pour le printemps
LU	23	
MA	24	Présentation de statistiques pour sensibiliser
ME	25	Post hebdomadaire instagram/tiktok
JE	26	
VE	27	
SA	28	
DI	29	
LU	30	Teaser de nouvelles fonctionnalités
MA	31	

AVRIL		
ME	1	Thème spéciale poisson d'avril
JE	2	Présentation des nouvelles fonctionnalités
VE	3	
SA	4	Démo plus approfondie des nouvelles fonct.
DI	5	
LU	6	
MA	7	Micro-trottoir
ME	8	Post hebdomadaire instagram/tiktok
JE	9	
VE	10	
SA	11	Sensibilisation à l'aide de statistique
DI	12	
LU	13	
MA	14	
ME	15	Micro-trottoir
JE	16	
VE	17	
SA	18	
DI	19	
LU	20	
MA	21	
ME	22	Post hebdomadaire instagram/tiktok
JE	23	
VE	24	
SA	25	
DI	26	
LU	27	
MA	28	
ME	29	
JE	30	


Un rythme de publication hebdomadaire sera instauré sur deux plateformes : Instagram, TikTok.

L'objectif est d'optimiser la visibilité en s'appuyant sur la régularité, un facteur clé pour favoriser le référencement et tirer parti des algorithmes. Les contenus publiés chaque semaine seront courts, dynamiques et pensés pour maintenir l'intérêt des utilisateurs, actuels comme potentiels. Parmi les formats envisagés :

- ❖ Vidéos tendances du type « Tu connais la LSF à combien de pourcent ? »
- ❖ Courtes mises en scène de sensibilisation
- ❖ Carrousels d'images
- ❖ Publications orientées "call to action" avec redirections

Instagram s'adressera à un public plus large, tandis que TikTok permettra d'exploiter davantage les formats courts et viraux.

En complément de ces publications hebdomadaires, d'autres contenus viendront enrichir la ligne éditoriale afin de maintenir un rythme varié et engageant. Ils incluront notamment



des vidéos de présentation ou de démonstration de nouvelles fonctionnalités, diffusées lors de lancements produits ou de mises à jour importantes. Ces formats pédagogiques auront pour vocation d'accompagner les utilisateurs, de valoriser les évolutions de la plateforme et de faciliter l'adoption des nouveautés.

Parallèlement, des contenus dédiés à la sensibilisation seront développés pour illustrer de manière concrète les enjeux liés à la barrière de la langue. Des micro-trottoirs donneront la parole à des passants interrogés sur leurs expériences, leurs difficultés de compréhension ou les situations du quotidien où la communication devient un obstacle. Ces témoignages courts et spontanés mettront en lumière une réalité souvent méconnue.

Enfin, des vidéos percutantes basées sur des statistiques clés viendront renforcer cette démarche de sensibilisation. En associant données chiffrées et mises en situation visuelles, ces contenus démontreront l'impact réel des barrières linguistiques dans divers contextes (travail, santé, services publics, vie sociale). L'objectif est de susciter l'intérêt, encourager la réflexion et positionner la marque comme un acteur engagé en faveur de l'accessibilité linguistique.

Planning éditorial

FÉVRIER

Mercredi 11 : Lancement des réseaux sociaux

Premier post Instagram

Premier post LinkedIn

Publication de lancement avec aperçu du site et de ses futures fonctionnalités

Lundi 16 : Teaser

Mercredi 18 : Post hebdomadaire Instagram/TikTok

Jeudi 19 : Micro-trottoir

Lundi 23 : F.A.Q

Mercredi 25 : Post hebdomadaire Instagram/TikTok

MARS


Lundi 2 : Démo preview de certaines fonctionnalités de la future webapp

Mercredi 4 : Micro-trottoir

Samedi 7 : Teaser Gestly

Lundi 9 : Lancement officiel de Gestly

Mardi 10 : Présentation des fonctionnalités



Mercredi 11 : Post hebdomadaire Instagram/TikTok
Lundi 16 : Rencontre avec une association
Mercredi 18 : Post hebdomadaire Instagram/TikTok
Vendredi 20 : Défi spécial *PRINTEMPS EDITION*
Dimanche 22 : Démo du nouveau thème *PRINTEMPS EDITION*
Mardi 24 : Vidéo statistiques & sensibilisation
Mercredi 25 : Post hebdomadaire Instagram/TikTok
Lundi 30 : Teaser des nouvelles fonctionnalités

AVRIL

Mercredi 1 : Thème *POISSON D'AVRIL EDITION*
Jeudi 2 : Nouvelles fonctionnalités
Samedi 4 : Démo complète des nouvelles fonctionnalités
Mardi 7 : Micro-trottoir
Mercredi 8 : Post hebdomadaire Instagram/TikTok
Samedi 11 : Sensibilisation via statistiques
Mercredi 15 : Micro-trottoir

Les KPI

Nous avons établis des kpis afin d'avoir un réel outil de mesure indiquant si nos objectifs ont été atteints ou non. Certains objectifs permettent de savoir si notre site est bien construit tandis que d'autres mesurent l'efficacité de nos campagnes de communication sur les réseaux sociaux.

Tableau de nos KPI

KPI	OBJECTIFS	CORRECTIFS	JUSTIFICATIONS
NOMBRES D'INSCRITS	300 à 500 inscrits en 3 mois	Augmenter la fréquence des postes + faire des mises à jours	Donne une indication sur l'attractivité de la web app
NOMBRES DE NOUVELLES SESSIONS	1500 à 3000 sessions sur 3 mois	Augmenter la fréquence des postes + faire des mises à jours	Indique si la web app continue d'attirer les nouveaux utilisateurs
VISITES PAR JOURS	15 à 40 visites par jour en moyenne après le premier mois	Augmenter la fréquence des postes + faire des mises à jours	Permet de rendre compte de la visibilité du site internet.
IMPRESSIONS PAR UTILISATEUR D'UNE CAMPAGNE	3 à 6 impressions par personne	Avoir des affiches dans des lieux stratégiques	Nombre d'affichage d'une affiche de pub
DURÉE MOYENNE DE SESSION	4 à 8 minutes	Retravailler le site et augmenter le nombre de call to action	Indique si le site est réellement construit efficacement.

TAUX DE REBOND	Inférieur à 45%	Visuel plus attirant	Indique si les utilisateurs restent sur le site
TAUX DE CONVERSION INDIRECT	20 à 35%	Rétablir un nouveau persona	Outil mesurant l'efficacité de notre campagne de publicité
TAUX D'ATTRITION	Inférieur à 40%	Mise à jour + nouvelles fonctionnalités	Indique si les utilisateurs restent sur la web app dans le temps
FRÉQUENCE DE RETOUR	1,5 à 3 sessions par utilisateur par semaine	Progression et mises à jours	Indique si les utilisateurs reviennent régulièrement sur la web app

Notre tableau de KPI vise à mesurer la performance du lancement de la web app à travers l'acquisition, l'engagement et la fidélisation des utilisateurs. Le nombre d'inscrits, le volume de nouvelles sessions et les visites quotidiennes permettent d'évaluer l'attractivité et la visibilité de la plateforme. Le nombre d'impressions par utilisateur mesure l'efficacité de la diffusion du message de communication. La durée moyenne de session et le taux de rebond renseignent sur la qualité de l'expérience utilisateur et le niveau d'engagement. Enfin, le taux de conversion indirect, le taux d'attrition et la fréquence de retour permettent d'analyser l'efficacité du parcours utilisateur ainsi que la capacité de la web app à fidéliser les apprenants sur le long terme

Correctifs

Plusieurs facteurs peuvent expliquer la non-atteinte de nos KPI, tels qu'une utilisation inefficace des réseaux sociaux, une stratégie de communication peu adaptée ou encore une ergonomie perfectible du site. Il sera donc nécessaire de réévaluer l'ensemble de notre dispositif de communication. Nous analyserons nos objectifs afin de vérifier leur réalisme et d'ajuster notre niveau d'ambition si besoin. Des corrections pourront alors être mises en place pour améliorer nos performances.

Préventifs

L'analyse des formats et types de contenus (vidéos, publications, visuels) les plus performants nous permettra d'identifier ceux qui génèrent le plus d'engagement. En nous appuyant sur les statistiques des réseaux sociaux, nous pourrons optimiser notre ligne éditoriale et renforcer notre visibilité. En parallèle, l'ajustement de notre persona en fonction des comportements et attentes de notre audience nous aidera à cibler un public plus réceptif et à anticiper d'éventuelles baisses de performance.

Aspects Juridiques

Conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)

Dans le cadre de notre projet étudiant, nous appliquons les principes du RGPD en limitant la collecte de données au strict nécessaire (pseudo, adresse e-mail, progression de jeu).

Ces données sont utilisées uniquement pour le bon fonctionnement de l'application et dans un cadre pédagogique et non commercial.

Les utilisateurs sont informés de l'utilisation de leurs données et peuvent à tout moment demander la suppression de leur compte et des informations associées.

Les données ne sont pas transmises à des tiers et sont conservées uniquement pendant la durée du projet.

Conditions Générales d'Utilisation (CGU)

Présentation du service

L'application web, intitulée Gestly, est un projet étudiant réalisé dans le cadre du BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet (MMI).

Elle a pour objectif de proposer une initiation ludique à la Langue des Signes Française (LSF) sous forme de jeu pédagogique.

L'application ne constitue ni un service commercial, ni une formation certifiante, et est proposée à des fins pédagogiques et expérimentales.

Accès au service

L'accès à l'application est gratuit.

Certaines fonctionnalités peuvent nécessiter la création d'un compte utilisateur.

L'utilisateur s'engage à utiliser l'application de manière conforme à sa finalité pédagogique et à ne pas porter atteinte au bon fonctionnement du service.

Comptes utilisateurs

La création d'un compte peut nécessiter la fourniture de certaines informations (pseudo, adresse email, progression de jeu).

L'utilisateur est responsable :

- de l'exactitude des informations fournies,
- de la confidentialité de ses identifiants de connexion,
- de l'utilisation de son compte.

L'équipe du projet se réserve le droit de suspendre ou supprimer un compte en cas d'utilisation abusive ou contraire aux présentes CGU.

Propriété intellectuelle

L'ensemble des contenus présents sur l'application (textes, vidéos, animations, graphismes, éléments interactifs, code source) est protégé par le droit d'auteur.

Toute reproduction, diffusion ou utilisation de ces contenus, sans autorisation préalable des créateurs du projet, est interdite.

Responsabilité

L'application propose une initiation à la Langue des Signes Française à des fins pédagogiques et ludiques.

Elle ne garantit pas une maîtrise complète ou professionnelle de la LSF.

Les créateurs du projet ne sauraient être tenus responsables :

- d'une mauvaise interprétation des contenus,
- d'un usage inapproprié de l'application,
- d'éventuelles interruptions ou dysfonctionnements liés au caractère expérimental du projet.

Données personnelles

Les données personnelles collectées sont utilisées uniquement pour le fonctionnement de l'application (gestion des comptes, progression de jeu).

Aucune donnée n'est vendue ou transmise à des tiers.

L'utilisateur peut demander à tout moment la suppression de son compte et de ses données.

Pour plus d'informations, l'utilisateur est invité à consulter la politique de confidentialité de l'application.

Public concerné

L'application est destinée à un public adolescent et adulte souhaitant découvrir la Langue des Signes Française.

Si l'utilisateur est mineur, l'utilisation de l'application se fait sous la responsabilité d'un représentant légal.

Modification ou interruption du service

L'équipe du projet se réserve le droit de modifier, suspendre ou interrompre tout ou partie du service à tout moment, notamment dans le cadre de l'évolution ou de la fin du projet étudiant.

Acceptation des CGU

L'utilisation de l'application implique l'acceptation pleine et entière des présentes Conditions Générales d'Utilisation.

Conclusion

Gestly s'inscrit comme bien plus qu'un simple projet étudiant. À travers une approche ludique, accessible et ancrée dans les usages numériques actuels, notre webapp propose une nouvelle manière d'aborder l'apprentissage de la Langue des Signes Française, en levant les principaux freins identifiés, comme un temps restreint. Les analyses menées, les choix stratégiques et le plan de communication déployé démontrent la cohérence globale du projet, tant sur le fond que sur la forme.

Ce dossier met en lumière une vision claire : utiliser le jeu comme un levier d'inclusion, capable de transformer une curiosité passive en une pratique active et régulière. En s'adressant prioritairement à un public étudiant, Gestly répond à une attente tout en s'inscrivant dans une dynamique plus large de sensibilisation et d'ouverture. L'ensemble des actions envisagées, du positionnement à la budgétisation, a été pensé de manière réaliste, mesurable et évolutive, afin d'assurer la viabilité et la crédibilité du projet.

Enfin, Gestly incarne une démarche collective, portée par une équipe engagée, consciente des enjeux sociaux, techniques et humains liés à la communication inclusive. Ce projet pose les bases d'un outil qui pourrait, à terme, dépasser le cadre académique pour devenir un véritable support de médiation et d'apprentissage. En ce sens, Gestly n'est pas une finalité, mais un point de départ : celui d'une initiative qui montre que le jeu, lorsqu'il est bien pensé, peut devenir un vecteur puissant de lien, de compréhension et d'inclusion.

Documents de réunion

Compte rendu de la réunion du 10 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

Outil de gestion de projet:

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Présents

Valentin Deroo (président), Mathéo Girardin-Tarby (secrétaire), Konstance Kruger, Matthis Carnicer, Sacha Martin.

Absents : Solène Geiss, Mathis Desraches

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Définir le système d'organisation de l'équipe
- Commencer la recherche d'un concept innovant

Contenu de la réunion

- Tour de table pour définir un planning précis sur qui prends quelles fonctions à quel moment
- On a voté pour l'ordre suivant mais il est susceptible de changer en fonction des absences de chacun :

Séance	Président	Secrétaire
10/11/2025	Valentin Deroo	Mathéo Girardin Tarby
12/11/2025	Mathéo Girardin Tarby	Valentin Deroo
17/11/2025	Sacha Martin	Matthis Carnicer
19/11/2025	Solène Geiss	Mathis Desraches
24/11/2025	Konstance Kruger	Sacha Martin
26/11/2025	Matthis Carnicer	Solène Geiss
01/12/2025	Mathis Desraches	Konstance Kruger
13/01/2026	Pas encore voté	Pas encore voté
14/01/2026	Pas encore voté	Pas encore voté

- Il a été décidé à l'unanimité par les membres présents que, si la personne désignée pour l'un des deux rôles mentionnés ci-dessus est absente, celle prévue pour la séance suivante prendra sa place, et les rôles seront échangés en conséquence.
- Propositions de projets brute donner instinctivement par deux membres :

Une application où l'on peut échanger avant la rentrée avec les gens de notre future promo.

Application avec des défis pour gagner des choses (30 min de courses, ...).

- Mots-clés lancés lors d'un premier brainstorming

Ecologie
Sport
Chaussures
YouTube / vidéo
Discussion
Rassembler les gens
Voyage
Divertissement

Ordre du jour n°1

10 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Sacha Martin (président), Matthis Carnicer (secrétaire), Konstance Kruger, Valentin Deroo, Mathéo Girardin-Tarby.

Absents : Solène Geiss, Mathis Desraches

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Déroulement de la réunion

Définition du planning de prise des fonctions


- Tour de table pour définir un planning précis sur qui prends quelles fonctions à quel moment. (10 minutes)

Préparation préalable au projet

- Préparation d'un espace de travail partagé
- Mise en place d'un fichier grapheur pour les roulements des fonctions
- Partage des liens avec les membres du groupe et création d'un groupe de discussion. (10 minutes)

Préparation préalable au projet

- Réflexions individuelles d'idées, mots-clés, concepts, ...

- 
- Mise en commun des propositions
 - Eventuellement reformulation pour « rapprocher » les idées, les mots, ...
 - Réflexions collectives pour restructurer et lancer de nouvelles idées. (40 minutes)

Compte rendu de la réunion du 12 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

Outil de gestion de projet:

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Présents

Mathéo Girardin-Tarby (président), Valentin Deroo (secrétaire), Solène Geiss, Mathis Desraches, Konstance Kruger, Mattis Carnicer, Sacha Martin. Aucun absent parmi le groupe.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Continuer et approfondir le système d'organisation de l'équipe
- Continuer la recherche d'un concept innovant

Contenu de la réunion

- Débat sous forme de brainstorming, axé sur nos points d'intérêts communs -> mobilisation de toute l'équipe

Des mots clés en sont sortis comme le sport/la nourriture/favoriser le contact/l'activité physique/rencontrer/étudiant/récompenses/

- Définition des thèmes sur lesquels nous axerons la réflexion suite au débat avec des idées de concept comme des fonctionnalités liés au système de points = récompenses/ Ajoutés des fonctionnalités à des

sites déjà existants/ Activités sur le site comme des quizz.

- Travail sur le design des futurs compte-rendu et Ordre du Jour dans les choix typographiques, respecter les règles dans le traitement de texte, choix colorimétriques-> Sacha
- Confection du GANTT afin de planifier et d'organiser un projet (cf google doc veille sources brainstorming) -> Solène
- Travail individuel de veille sur ce qui existe ou non dans le monde actuel puis mise en commun.

Nous avons notamment pu réaliser cette veille sur ces différents sites (en voici deux en guise d'exemple):

<https://www.dropizi.fr/blog/nouveaux-business-qui-marchent>
[Modèles de business plan](#)

Prochaine réunion

Le lundi 17 novembre 2025 de 9h à 10h - Département MMI de Montbéliard 4 Pl.
Lucien Tharradin, 25200 Montbéliard - salle 105

Ordre du jour n°2

12 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Sacha Martin (président), Matthis Carnicer (secrétaire), Solène Geiss, Mathis Desraches, Konstance Kruger, Valentin Deroo, Mathéo Girardin-Tarby.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Déroulement de la réunion

Remise à niveau de l'état d'avancement du projet pour les absents

- Tour de table pour définir un planning précis sur qui prends quelles fonctions à quel moment. (15 minutes)

Accord sur la mise en forme des documents

- Concertation sur la mise en page des documents. (15 minutes)

Brainstorming

- Réflexions individuelles d'idées, mots-clés, concepts, ...
- Mise en commun des propositions
- Eventuellement reformulation pour « rapprocher » les idées, les mots, ...
- Réflexions collectives pour restructurer et lancer de nouvelles idées (15 minutes). (30 minutes)

Compte rendu n°3

17 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

Outil de gestion de projet: [Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo](#)

Participants

Présents

Sacha Martin (président), Matthis Carnicer (secrétaire), Solène Geiss, Mathis Desraches, Konstance Kruger, Valentin Deroo, Mathéo Girardin-Tarby. Aucun absent parmi le groupe.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Continuer la recherche d'un concept innovant
- Brainstorming autour d'une première idée

Contenu de la réunion

- Idée sur une extension Duolingo, afin de ramener des utilisateurs sur l'application.

Avatar personnalisable : Chaque utilisateur disposera d'un avatar qu'il peut personnaliser.

Système de collection : À la fin de chaque leçon ou série de leçons terminées, l'utilisateur reçoit une récompense de cosmétique qui contient

des vêtements, accessoires, arrière-plan, personnage pour notre avatar.

Systeme de rareté : Pour stimuler la collection, ces objets auraient différents (commun, rare, épique), poussant les utilisateurs à faire plus de leçons pour espérer tout collectionner.

- Nous avons visité le site [Duolingo Store](#), afin de voir les produits dérivés et le Merch de Duolingo, avec une réflexion sur leur moyen de revenu (Compte Super Duolingo, pub).

- Pour la prochaine séance, Matthis C, Konstance, Solène et Mathis D feront des recherches sur Duolingo. Valentin, Sacha et Mathéo trouveront d'autres idées de projet à apporter

Prochaine réunion

Mercredi 19 novembre 2025 de 13h30 à 14h30 - Département MMI de Montbéliard
4 Pl. Lucien Tharradin, 25200 Montbéliard - salle 105

Ordre du jour n°3

17 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Sacha Martin (président), Matthis Carnicer (secrétaire), Solène Geiss, Mathis Desraches, Konstance Kruger, Valentin Deroo, Mathéo Girardin-Tarby.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Déroulement de la réunion

Brainstorming final

- Mise en commun de la veille de chaque participant. (15-20 minutes)

Fixation du thème du projet

- Axer et décider le thème du projet et faire une première analyse des enjeux, des limites et des contraintes de l'idée retenue. (40 minutes)

Compte rendu n°4

19 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 104

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

Outil de gestion de projet:

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Présents

Matthis Carnicer, Valentin Deroo, Mathis Desraches (Secrétaire), Solène Geiss (Présidente), Mathéo Girardin-Tarby, Konstance Kruger, Sacha Martin.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Être sûr de la piste sur laquelle nous axerons notre sujet.
- Connaître les contraintes liées à notre concept.
- Définir notre plus-value avec notre concept.

Contenu de la réunion

- Idée de chat entre anglais et français (exemple : une personne parlant français et une personne parlant anglais pourraient échanger pour pouvoir améliorer le niveau tout en discutant avec un autre utilisateur de Duolingo).
- Nous avons commencer une recherche d'idées plus innovantes et d'une

idée de (secours) au cas où l'amélioration de Duolingo ne serait pas réalisable.

Babbel : Recherche de fonctionnalités de Babbel inexistantes chez Duolingo que l'on pourrait reprendre et améliorer.

Langue des signes : Recherche sur les sites d'apprentissages de langues existants s'ils proposent une fonctionnalité pour apprendre la langue des signes.

Idées de secours : Konstance et Matthis cherchent d'autres idées au cas où la réalisation de notre idée actuellement retenue n'est pas réalisable.

- Idée actuellement retenue : Réalisation d'une fonctionnalité complémentaire à Duolingo où nous proposons l'apprentissage de la langue des signes.
- Pour la prochaine séance, Matthis C et Konstance continueront la recherche d'une idée de (secours) et Solène, Mathis D, Valentin, Sacha et Mathéo continueront d'étudier la réalisation d'une fonctionnalité de langue des signes pour Duolingo.

Prochaine réunion

Lundi 24 novembre 2025 de 10h00 à 11h00 - Département MMI de Montbéliard 4
Pl. Lucien Tharradin, 25200 Montbéliard - salle 104

Ordre du jour n°4

19 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 104

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

13h30 - 14h30

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Matthis Carnicer, Valentin Deroo, Mathis Desraches (Secrétaire), Solène Geiss (Présidente), Mathéo Girardin-Tarby, Konstance Kruger, Sacha Martin.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de la réunion

- Être sûr de la piste sur laquelle nous axerons notre sujet.
- Connaître les contraintes liées à notre concept.
- Définir notre plus-value avec notre concept.

Déroulement de la réunion

- Continuer les recherches sur la "web app" sur laquelle déployer notre concept (ce serait un concept lié à un site existant).
- Recherches sur la cible et les concurrents.
- Recherches sur les contraintes liées au projet.

Compte rendu n°5

Réunion du 24 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

Outil de gestion de projet:

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Présents

Konstance Kruger (président), Sacha Martin (secrétaire), Solène Geiss, Mathis Desraches, Mathéo Girardin-Tarby, Matthis Carnicer, Valentin Deroo. Aucun absent parmi le groupe.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Mettre en avant toutes nos idées et faire un choix définitif pour notre projet.
- Définir les contraintes liées à notre concept.
- Commencer la "réalisation" du concept.

Contenu de la réunion

- Dans un premier temps, Matthis et Konstance nous ont proposé leurs idées pour un le projet de secours que nous voulions avoir en cas de problème
- On a donc retenu l'idée de Matthis qui consiste à faire une application web

dans le domaine des sneakers, la fonctionnalité innovante serait de pouvoir à partir d'une photo, avoir accès à une description de la paire de chaussures (référence, prix, disponibilités). Le fonctionnement reposerait sur une IA qui pourrait également permettre de proposer des alternatives d'une certaine paire à plus petit prix.

- Nous avons validé notre concept qui est donc une web app de mini-jeux (type *Plato*) destinée à l'apprentissage de la langue des signes. La plateforme proposerait des modes multijoueurs inspirés de formats ludiques (battles, impro, mini-jeux), potentiellement en partenariat avec l'Éducation nationale. Chaque mini-jeu permettrait :
 - de débloquer de nouveaux niveaux ou jeux.
 - d'accéder à des leçons courtes en fin de partie pour renforcer l'apprentissage.
 - d'identifier les notions à apprendre ou réviser.
 - d'assurer une approche ludique, engageante et validée par le terrain.

Prochaine réunion

Le mercredi 25 novembre 2025 de 10h à 11h - Département MMI de Montbéliard 4
Pl. Lucien Tharradin, 25200 Montbéliard - salle 105

Ordre du jour n°5

24 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 104

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

14h30 - 15h30

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Matthis Carnicer, Valentin Deroo, Mathis Desraches, Solène Geiss , Mathéo Girardin-Tarby, Konstance Kruger (Présidente), Sacha Martin (Secrétaire).

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de la réunion

- Mettre en avant toutes nos idées et faire un choix définitif pour notre projet.
- Définir les contraintes liées à notre concept.
- Commencer la "réalisation" du concept.

Déroulement de la réunion

- Matthis.C et Konstance.K donneront leurs dernières idées de concept plus innovant et nous ferons un dernier choix sur le projet.
- Continuer les recherches sur la "web app" sur laquelle déployer notre concept.
- Recherches sur la cible et les concurrents.
- Recherches sur les contraintes liées au projet.

Compte rendu n°6

Réunion du 26 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

Outil de gestion de projet:

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Présents

Konstance Kruger, Sacha Martin, Solène Geiss (Secrétaire), Mathis Desraches, Mathéo Girardin-Tarby, Matthis Carnicer (Président), Valentin Deroo. Aucun absent parmi le groupe.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Recherches des fonctionnalités
- Établir un persona et un ciblage

Contenu de la réunion

- Nous avons commencé par faire un point tous ensemble, où nous en étions par rapport à notre gantt
- Mathéo, Sacha et Valentin ont fait des recherches sur des mini-jeux qui pourraient être réalisés avec le langage des signes.

- Konstance, Matthis, Mathis et Solène ont travaillé sur le ciblage en passant par des statistiques trouvées sur internet, pour réaliser une mise en commun.

Prochaine réunion

Le Lundi 1 Décembre 2025 de 13h30 à 14h30 - Département MMI de Montbéliard 4
Pl. Lucien Tharradin, 25200 Montbéliard - salle 105

Ordre du jour n°6

26 novembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 104

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

10h - 11h

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Matthis Carnicer (Président), Valentin Deroo, Mathis Desraches, Solène Geiss (Secrétaire), Mathéo Girardin-Tarby, Konstance Kruger, Sacha Martin.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de la réunion

- Finir le ciblage et persona.
- Trouver les fonctionnalités à apporter.

Déroulement de la réunion

- Une moitié du groupe réalisera la partie ciblage.
- L'autre moitié se focalise sur les fonctionnalités de notre projet.

Compte rendu de la réunion du 1 décembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

Outil de gestion de projet:

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Présents

Mathéo Girardin-Tarby, Valentin Deroo, Solène Geiss, Mathis Desraches (président), Konstance Kruger (secrétaire), Matthis Carnicer, Sacha Martin. Aucun absent parmi le groupe.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Trouver les fonctionnalités concrètes.
- Commencer la répartition des tâches du dossier de communication entre chaque participant.
-

Contenu de la réunion

- Mathis a proposé de faire deux groupes : l'un pour concrétiser les fonctionnalités et le second commence la création du dossier de communication.
- Nous nous sommes organisés pour nos prochaines réunions sur le travail que nous devons faire chez nous afin d'être raccordé à notre GANTT.



Prochaine réunion

Le lundi 13 janvier 2026 de 13h30 à 17h30 - Département MMI de Montbéliard 4 Pl.
Lucien Tharradin, 25200 Montbéliard - salle 105

Ordre du jour n°7

01 décembre 2025

Département MMI Montbéliard - salle 105

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

13h30 - 14h30

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Matthis Carnicer, Valentin Deroo, Mathis Desraches (Président), Solène Geiss, Mathéo Girardin-Tarby, Konstance Kruger (Secrétaire), Sacha Martin.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de la réunion

- Trouver les fonctionnalités concrètes.
- Commencer la répartition des tâches du dossier de communication entre chaque participants.

Déroulement de la réunion

- Une moitié du groupe se focalisera sur les fonctionnalités de notre projet.
- L'autre moitié (pensera) la répartition pour la réalisation du dossier de communication.

Compte rendu de la réunion du 13 janvier 2026

Département MMI Montbéliard - salle 105

Outil de gestion de projet:

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Présents

Mathéo Girardin-Tarby (président), Valentin Deroo, Solène Geiss, Mathis Desraches, Konstance Kruger (secrétaire), Matthis Carnicer, Sacha Martin. Aucun absent parmi le groupe.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Avancer sur notre dossier de communication
- Trouver les fonctionnalités de la Web App
- Faire et publier notre questionnaire

Contenu de la réunion

- Solène s'est occupée de mettre en place les personae, trier les informations et a fini le ciblage.
- Matthis a fini de faire le SWOT et la DEEPLIST.
- Konstance a fini et publié le questionnaire.
- Mathis a trié chronologiquement nos idées pour pouvoir faire la cartographie de notre projet.
- Sacha a commencé la stratégie de communication en reprenant notre plan de communication pour voir les éléments dont on aura besoin pour le crowdfunding.

- Mathéo a commencé à voir l'aspect budgétaire et a cherché des aides et a commencé le crowdfunding
- Valentin a pris en charge le fait de trouver les fonctionnalités

Prochaine réunion

Le mardi 20 janvier 2026 de 14h30 à 17h30 - Département MMI de Montbéliard 4
Pl. Lucien Tharradin, 25200 Montbéliard - salle 105

Ordre du jour n°8

13 janvier 2026

Département MMI Montbéliard - salle 105

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

13h30 - 17h30

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Matthis Carnicer (Président), Valentin Deroo, Mathis Desraches, Solène Geiss (Secrétaire), Mathéo Girardin-Tarby, Konstance Kruger, Sacha Martin.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de la réunion

- Faire une étude d'avis auprès d'un public large.
- Mettre en forme les contenus du dossier de communication.

Déroulement de la réunion

- Deux membres du groupe seront responsables de concevoir le questionnaire, puis de le diffuser une fois qu'il aura été validé collectivement.
- Le reste de l'équipe se répartira les différents contenus du dossier de communication afin d'optimiser l'efficacité du travail.
- En fin de séance, un brief permettra de faire le point sur les tâches réalisées et d'identifier celles à poursuivre lors des prochaines sessions.

Compte rendu de la réunion du 14 janvier 2026

Département MMI Montbéliard - salle 105

Outil de gestion de projet:

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Présents

Mathéo Girardin-Tarby (président), Valentin Deroo (secrétaire), Solène Geiss, Mathis Desraches, Konstance Kruger, Matthis Carnicer, Sacha Martin. Aucun absent parmi le groupe.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de cette réunion

- Travail sur le dossier de communication en vue de la soutenance de concept.

Contenu de la réunion

- Valentin et Sacha ont défini les KPI.
- Mathéo et Solène ont travaillé sur le budget.
- Konstance et Mathis ont analysé les réponses au questionnaire pour voir des statistiques.
- Matthis s'est occupé du SWOT et de la DEEPLIST.

Prochaine réunion



Le mardi 20 Janvier 2026 de 14h30 à 17h30 - Département MMI de Montbéliard 4
Pl. Lucien Tharradin, 25200 Montbéliard - salle 105

Ordre du jour n°9

14 janvier 2026

Département MMI Montbéliard - salle 105

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

10h - 12h

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Matthis Carnicer (Président), Valentin Deroo, Mathis Desraches, Solène Geiss (Secrétaire), Mathéo Girardin-Tarby, Konstance Kruger, Sacha Martin.

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de la réunion

- Analyser les premiers résultats du sondage.
- Produire un plan de communication et anticiper pour une viabilité économique.

Déroulement de la réunion

- Une à deux personnes analyserons les résultats du questionnaire afin de déterminer s'il est nécessaire de le diffuser sur d'autres canaux pour augmenter le nombre de réponses.
- Trois membres du groupe mènent des recherches et élaborent une proposition de plan de communication, incluant des pistes de financement et des éléments de valeur ajoutée.
- La dernière personne commencera la rédaction du dossier de communication en rassemblant et structurant les différentes contributions.

Ordre du jour n°11

21 janvier 2026

Département MMI Montbéliard - salle 104

4 Place Tharradin 25200 - Montbéliard

10h00 - 12h00

Outil de gestion du projet collectif :

▣ Projet S2 Konstance Solène Matthis Mathis Sacha Valentin Mathéo

Participants

Matthis Carnicer, Valentin Deroo, Mathis Desraches, Solène Geiss, Mathéo Girardin-Tarby, Konstance Kruger (Président), Sacha Martin (Secrétaire).

Clients

David Malsot, Alain Veccheider

Objectifs de la réunion

- Finir et envoyer le dossier de communication
- Travailler l'oral de présentation

Déroulement de la réunion

- Une partie du groupe s'occupera de mettre au propre et finir d'organiser le dossier de communication
- Une autre partie mettra en place les textes que chacun devront apprendre
- Une personne finira la slide de présentation du projet
- Nous nous entraîneront à l'oral avant la présentation à 13h30

Gestly

Solène Geiss, Konstance Kruger, Matthis Carnicer, Valentin Deroo, Mathis Desraches, Mathéo Girardin-Tarby, Sacha Martin.

Département MMI - IUT Nord Franche-Comté