

Une immersion pédagogique en agence de communication pour les étudiants Bachelor d'Excelia Digital School

Transformer la classe en agence de communication pour répondre aux besoins de professionnels du territoire, tel est l'expérience qu'ont vécue les étudiants d'Excelia Digital School. Baptisée Digital Studio Week, cette initiative a mobilisé 42 étudiants de 2^{ème} année du Bachelor Communication et Stratégies Digitales et du Bachelor of Arts Design Digital. Parmi 30 projets, les équipes d'étudiants ont eu pour mission de réaliser les recommandations de communication. Des productions présentées aux commanditaires (professionnels, partenaires et enseignants) épatés par le niveau des préconisations, dont certaines pourraient passer au stade de la réalisation.

Un studio de communication ad hoc

Créé en 2020 à la place d'une Learning Expedition annulée pour cause de crise sanitaire, le concept de la Digital Studio Week a été pérennisé par Excelia Digital School. Avec l'idée de toujours sortir de l'école et de la salle de classe, les 42 étudiants de Bachelor de l'école ont investi, pendant une semaine, les magnifiques locaux rochelais de la Maison des Écritures, du Centre Intermondes et des Cabanes Urbaines. Transformés pour l'occasion en véritable agence de communication, ils ont abrité les travaux des équipes d'étudiants : formuler des préconisations stratégiques et graphiques, à destination des professionnels du territoire qui ont soumis leurs problématiques. Les acteurs locaux, entreprises, associations ou porteurs de projets ont ainsi présenté un total de 30 projets, avec des commandes aussi variées que la réalisation du blog d'un tour du monde, d'une affiche pour un festival panafricain de cinéma ou la création d'une identité graphique et d'une ligne de papeterie corporate.

Une contexte professionnalisant et responsabilisant

Briefés le lundi par les commanditaires, les étudiants avaient moins de 5 jours pour concevoir leur rétroplanning, leur stratégie et leurs intentions graphiques.

Pour renforcer la dimension professionnalisante, des professionnels d'agences de communication ont assuré une étape de rendu intermédiaire. Au programme, consignes de base d'une présentation, éléments de langage, vigilance sur les imprécisions et les recommandations concurrentes.

La présentation des recommandations des étudiants aux commanditaires s'est effectuée aux Cabanes urbaines, tiers-lieu rochelais pour le partage et la collaboration.

Un accélérateur de savoir-être

Si la Digital Studio Week a permis aux étudiants de mettre en application leurs compétences en communication et en design dans un contexte professionnel, cette initiative a aussi constitué un accélérateur de leur savoir-être. Confrontés à divers univers culturels ou économiques du territoire, les étudiants ont mis à l'épreuve leur capacité à s'adapter à des professionnels variés. En charge d'un projet principal complétés jusqu'à trois projets

secondaires, tous les ingrédients étaient réunis pour apprendre aux étudiants à gérer le temps, les priorités, la collaboration, mais aussi la diversité puisque plusieurs étudiants étaient internationaux.

L'expérimentation de la contrainte budgétaire n'a pas été épargnée aux étudiants, à l'instar d'une équipe de futurs web-designers qui, sans ça, « *se serait beaucoup plus lâchés !* » et qui a pris le parti de se rattraper sur son projet principal : une appli fictive de soutien scolaire, sur lequel ils ont passé de « *grosses journées* ».

Enfin, les étudiants ont fait l'expérience de la dynamique créative du groupe, tel qu'en témoigne joliment **Pauline Barbeau, étudiante participante** à cette Digital Studio Week :

« On a entremêlé nos compétences ; En binôme, l'un était l'idée neuve de l'autre. »

Sous l'œil des professionnels, épatés par le niveau des solutions proposées par les étudiants, la semaine s'est clôturée par une session de grimpe offerte par les Cabanes Urbaines, équipées d'un mur d'escalade.



« La Digital Studio Week s'adresse à des étudiants de 2^{ème} année de Bachelor, qui ont, en 1^{ère} année, expérimenté les workshops et acquis les compétences de base en communication et design. Abordée avec plus de maturité intellectuelle, cette immersion pédagogique en contexte professionnel permet de les pousser plus loin : de prendre conscience du champ des possibles que leur ouvrent leurs compétences techniques mais aussi d'expérimenter la nécessité de déployer d'autres aptitudes, plus relationnelles, pour accompagner leurs réalisations. »

Gonzalo Garzo Fernandez, Directeur des programmes d'Excelia Digital School

Les partenaires de la Digital Studio Week :

Cabanes urbaines, Maison des Écritures, Centre Intermondes, Agence Antichambre, Agence Zèbre.

À propos d'Excelia

Créé en 1988, Excelia est un des premiers groupes d'enseignement supérieur français, implanté à La Rochelle, Tours et Orléans. Fortement ancré dans son territoire et d'envergure internationale, il est composé de 5 écoles : Excelia Business School, Excelia Tourism School, Excelia Digital School, Excelia Academy, Excelia Executive Education. Il compte 4600 étudiants et un réseau de 40 000 diplômés. Il est titulaire des labels et accréditations : EESPIG, AACSB, EQUIS, AMBA et EFMD accredited; TedQual (ONU) dans le domaine du tourisme.

Contacts presse :

Cathy Clément

GAIA Communication

Tél. +33 (0)1 30 82 66 65 - +33 (0)6 28 41 17 16

cathy.clement@gaiacommunication.fr