



Étapes clés de notre parcours d'équipe

1. Réception du brief initial de l'entreprise ARTECOM.IO

- Rencontre avec l'entreprise partenaire, active dans la promotion d'art et d'artistes.
- Demande centrale : **concevoir une expérience immersive complémentaire à l'expérience réelle** – une approche *Uverse, GloCal Phygital*.
- Consignes spécifiques : tenir compte d'un catalogue d'œuvres spécifiques de l'**espace sécurisé de stockage et d'authentification des artefacts**, c'est-à-dire **les coffres/archives sécurisées basées sur la blockchain**.
- Objectif : Prolonger les expositions réelles via des expériences immersives.

2. Deuxième brief : prise de distance et créativité propre

- Les organisateurs du Hackathon nous ont demandé de **nous détacher du brief initial**.
- Nouvelle consigne : **laisser davantage place à notre créativité**, sortir du cadre et explorer d'autres concepts possibles.
- Cela a ouvert la porte à une réflexion plus large sur les usages du phygital et sur les expériences immersives, indépendamment du produit initial.

3. Travail collaboratif : échanges, divergences et confrontations d'idées

- Multiples sessions d'idéation au sein de l'équipe.
- Arrivée progressive de nouvelles visions : chaque membre proposait des approches différentes.
- Résultat : des **remises en question fréquentes**, un concept qui a évolué plusieurs fois en peu de temps.
- Défis de communication interne liés au **bilinguisme** (francophones et anglophones), créant parfois des malentendus sur les objectifs ou les priorités.

4. Adaptation rapide et gestion des contraintes du Hackathon

- Le format 48h a exigé une **prise de décision accélérée**.
- Nous avons dû arbitrer rapidement entre idées innovantes et faisabilité technique.

- Les contraintes de temps ont renforcé l'importance d'une communication claire et d'une bonne coordination.

5. Challenge de notre concept : remise en question finale

- Présentation de notre idée de **musée virtuel/expérience immersive** auprès d'un des organisateurs.
- Feedback direct : mise en lumière de nos **angles morts**, notamment :
 - manque de cohérence interne dans l'équipe ;
 - incompréhensions entre membres ;
 - divergences sur la définition même du projet ;
 - besoin de recentrer l'expérience utilisateur.
- Cette étape nous a permis de **restructurer notre vision**, d'identifier nos priorités et de renforcer la pertinence du projet final. Nous sommes passés de l'implémentation de 5 scènes immersives approximatives à 1 seule scène vertical slice permettant d'offrir en un temps de pitch court, une vision qualitative de notre projet.

Conclusion

En environ 72h heures, notre équipe a traversé un parcours intense : un brief initial très cadré, une phase de créativité libre, des défis de communication, des remises en question et un important travail d'ajustement. Ces étapes successives ont construit la maturité de notre projet final et renforcé notre capacité à collaborer dans un contexte de forte contrainte.

Key Stages of Our Team's Journey

1. Initial brief from ARTECOM.IO

- Meeting with the partner company, active in the promotion of art and artists.
- Core request: design an immersive experience that complements the physical experience — a Uverse, GloCal Phygital approach.
- Specific instructions: take into account a catalogue of artworks stored in a secure space for artifact protection and authentication — namely, blockchain-based vaults/secured archives.

- Objective: extend real-life exhibitions through immersive experiences.

2. Second brief: stepping back and embracing creativity

- The Hackathon organizers asked us to distance ourselves from the initial company brief.
- New direction: give more room to our own creativity, step outside the box, and explore alternative concepts.
- This opened the door to a broader reflection on phygital uses and immersive experiences, independently of the initial product.

3. Collaborative work: exchanges, divergences & idea challenges

- Multiple brainstorming and ideation sessions within the team.
- Progressive emergence of new perspectives: each member proposed different approaches.
- Result: frequent questioning of our assumptions, with a concept that evolved several times in a very short period.
- Internal communication challenges linked to bilingualism (French- and English-speaking members), occasionally leading to misunderstandings regarding goals and priorities.

4. Rapid adaptation & handling Hackathon constraints

- The 48–72h format required accelerated decision-making.
- We had to quickly balance innovative ideas with technical feasibility.
- Time pressure reinforced the need for clear communication and strong team coordination.

5. Challenging our concept: final reassessment

- Presentation of our virtual museum / immersive experience concept to one of the organizers.
- Direct feedback revealed several blind spots, including:
 - lack of internal alignment within the team;

- misunderstandings between members;
 - differing interpretations of the project's core purpose;
 - the need to refocus on the user experience.
- This step allowed us to restructure our vision, identify our priorities, and strengthen the relevance of the final project.
 - We shifted from attempting to implement **five loosely defined immersive scenes** to producing **one polished vertical slice**, offering a high-quality vision of our concept within a short pitch format.

Conclusion

In roughly 72 hours, our team went through an intense journey: a highly structured initial brief, a phase of creative freedom, communication hurdles, recurring re-evaluations, and significant conceptual adjustments. These successive steps helped mature our final project and strengthened our ability to collaborate effectively under high pressure.

Persona

Name: Alex
Age: 24
Location: Paris
Profession: UX Designer
Income: 35,000-45,000 euros per year

A tech savvy early adopter who actively seeks new immersive experiences and loves exploring innovative digital art.

Key traits: Enjoys innovation, Digitally active and early adopter

Motivations:

- 1) Experience the future of art
- 2) To be among the first to try new innovative technology
- 3) To enjoy immersive, impactful experiences

Pain Points:

- 1) Hard to find High quality VR experiences
- 2) Traditional museums feel static
- 3) Wants experiences that feel premium and futuristic



Target Market

We would be targeting technophiles as our first market as they are the early adopters of any new technology, immersive experiences and innovation.

They fit our goal the best as they love to review and provide feedbacks for new technologies on social media as well which allow us to receive extra exposure and moreover mainstream users follow behind once it is validated by the early adopters, creating a community for us. Also, leading us to receive better comments for improvement in the future



The main issue

La peine que nous soignons :

- ➔ L'absence de continuité des événements culturels et artistiques.
- ➔ La difficulté de capter et engager le public dans un monde saturé d'informations.

3 dimensions :

- 1. Pour le public :** ne pas pouvoir profiter des événements culturels ou artistiques, au-delà de l'expérience ponctuelle.
- 2. Pour les artistes :** ne pas pouvoir maintenir la visibilité et l'impact de leurs œuvres dans un contexte concurrentiel.
- 3. Pour les musées :** Besoin d'innovation pour prolonger l'expérience culturelle et maintenir l'intérêt du public

Golden circle



Why

Créer des expériences qui amplifient la **créativité humaine** grâce à la technologie, en rendant l'art, la culture et les idées plus immersives et engageantes.

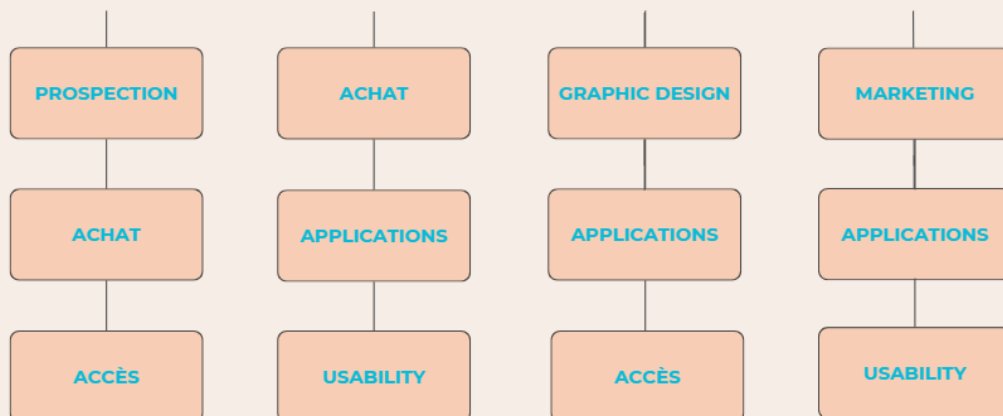
How

En développant des expériences **immersives, sensorielles et gamifiées**, entièrement **modulables et adaptables** à tout type de projet ou secteur

What

Des parcours interactifs et scénarisés — comme l'expo en 5 scènes — conçus pour **enrichir des expositions, événements** et initiatives culturelles avec des **formats immersifs sur mesure**.

User journey



Design technologies



for 3D modeling



for prototype



for Video Presentation