

Dossier de définition



Axiom

Sommaire

I. Identification de l'agence.....	3
II. Identification du projet	9
A. Objectif du projet	9
B. Le synopsis du projet.....	9
C. Analyse de l'environnement externe	10
1. Ecologie	10
2. Ekoloko	12
3. Wooops.....	15
4. Wapiti	18
D. Préconisations.....	20
E. Un sondage.....	22
F. Conclusion de l'analyse externe	23
G. Analyse de l'environnement interne.....	23
III. Contraintes juridiques.....	25
IV. Segmentation et ciblage.....	27
A. Segmentation	28
B. Ciblage.....	30
V. Modèle économique.....	32
VI. Scénario utilisateur et évolution.....	33
A. Scénario utilisateur	33
B. Comptage de point	35
C. Possibilité d'évolution.....	38
VII. Suivi de projet.....	39
A. Fiches d'heures actualisées	39
B. Diagramme de Gantt.....	39
C. Fiches tâches	39
D. Fiches d'expérience projet.....	39

I. Identification de l'agence

Introduction

L'agence *Axiom'* s'est formée en 2010 dans un cadre universitaire. Les membres de l'agence sont étudiants en SRC (Services et Réseaux de Communication) à l'IUT de Vélizy.

Les membres qui la composent se sont regroupés dans l'optique de réaliser un projet multimédia et de faire valoir leurs atouts.

L'agence *Axiom'* est une jeune agence, dynamique et enthousiaste.

Elle compte sur ses compétences créatives, et sa culture du web pour donner vie à un projet innovant et enrichir son expérience.


Voici les différents membres de l'agence (Emmanuelle Rousset a participé aux travaux pendant la première année, puis a quitté le DUT) :

Les différents membres :

	<p>Jonathan Trebois</p> <p>Date de naissance : 14/08/92</p> <p>Nom du bac et année d'obtention : Bac Scientifique Spécialité mathématiques et option cinéma</p> <p>Site web/Book : http://jtrebois.prosite.com/</p> <p>Mail : jonathan.trebois@gmail.com</p> <p>Compétences en cinéma et plus particulièrement en montage vidéo.</p> <p>Chef de projet, réalisateur, chargé de communication (départ d'Emmanuelle Rousset). Il organise la répartition des tâches, est chargé du planning et du respect des délais.</p>
--	--

	<p>Virginie Lalande</p> <p>Date de naissance : 10/03/1993</p> <p>Nom du bac et année d'obtention : Bac Scientifique Spécialité Physique Chimie option Audiovisuel 2010</p> <p>Site web/Book : Pas de site personnel pour le moment</p> <p>Mail : lalandev@free.fr</p> <p>Compétences en graphisme, audiovisuel, et des notions en programmation.</p> <p>Graphiste, chargée d'audiovisuel, et responsable de la présentation.</p>
---	--

	<p>Clara Baudry</p> <p>Date de naissance : 24/05/1992</p> <p>Nom du bac et année d'obtention : Bac Scientifique spécialité SVT et option Arts Plastiques en 2010</p> <p>Site web/Book : http://equestria.free.fr</p> <p>Mail : baudryclara@hotmail.fr</p> <p>Compétences en graphisme, en dessin, en animation (essentiellement avec Flash) et en programmation.</p> <p>Elle utilise également des logiciels de conception 3D (Blender, Vue d'Esprit, Poser,...)</p> <p>Directrice graphiste, responsable de l'animation, aide à la programmation.</p>
---	---

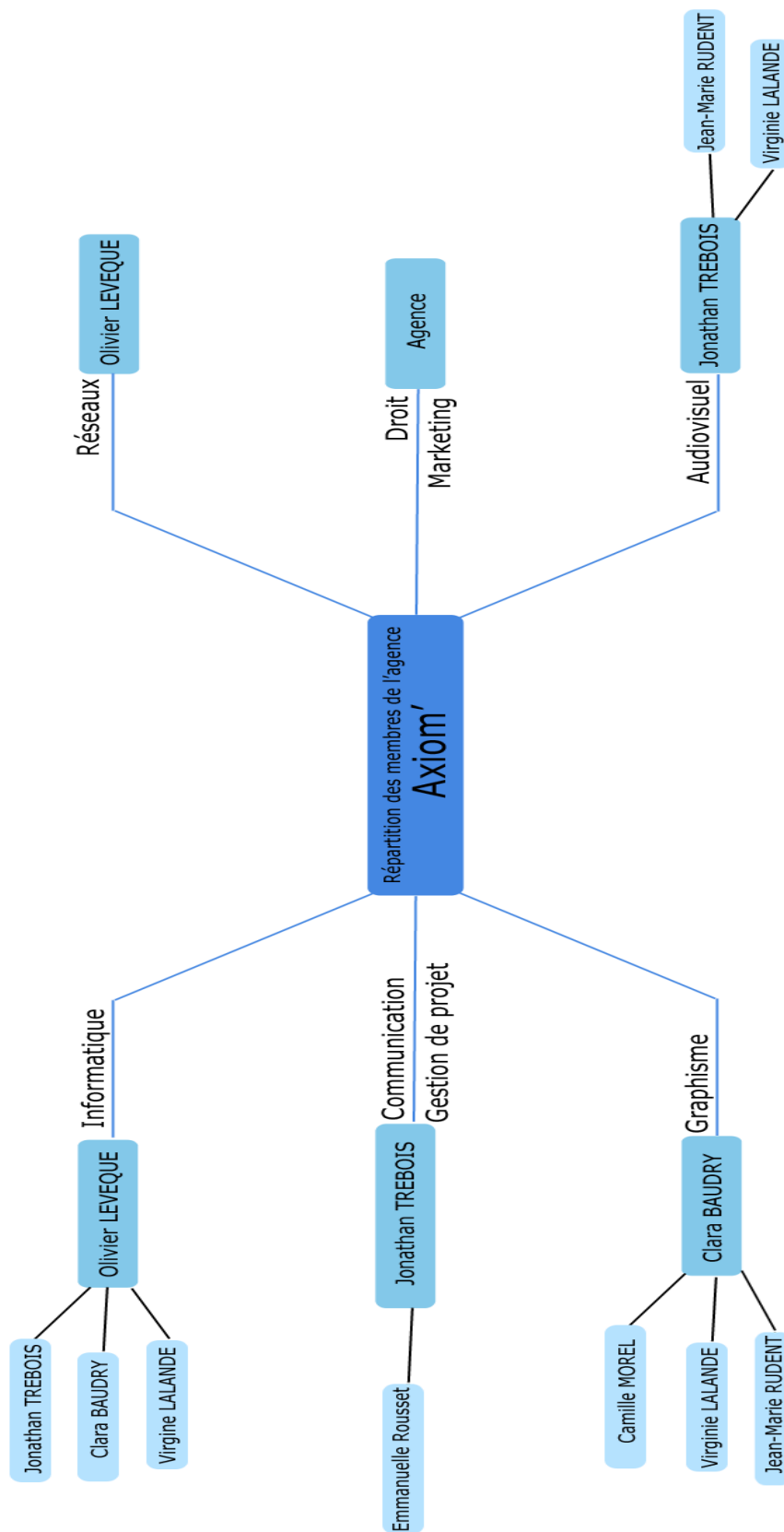
	<p>Jean-Marie Rudent</p> <p>Date de naissance : 01/07/1991</p> <p>Nom du bac et année d'obtention : Bac Scientifique option Physique-Chimie obtenu en 2010</p> <p>Site web/Book : http://on.fb.me/j7TjFt</p> <p>Mail : jmrudent@gmail.com</p> <p>Compétences en graphisme, montage photo, dessin.</p> <p>Il occupe le rôle de graphiste et de directeur artistique audiovisuel.</p>
---	---

	<p>Camille Morel</p> <p>Date de naissance : 19/12/1991</p> <p>Nom du bac et année d'obtention : Bac Scientifique option Physique-Chimie obtenu en 2010</p> <p>Site web/Book : Pas de site personnel pour le moment</p> <p>Mail : camille.morel@neuf.fr</p> <p>Compétences dans tout ce qui touche le graphisme, le design et la mise en forme d'informations (documents, diaporamas,...)</p> <p>Elle est chargée de l'aspect graphique du projet, d'une partie de la communication, et également de la mise en forme de tous les documents annexes au projet.</p>
---	--

	<p>Olivier Leveque</p> <p>Date de naissance : 27/02/1991</p> <p>Nom du bac et année d'obtention : Bac Scientifique spécialité SVT obtenu en 2009</p> <p>Site web/Book : http://olivier.lvq.free.fr/</p> <p>Mail : olivier.lev@gmail.com</p> <p>Compétences en développement d'applications (C,Java) et Web (HTML/CSS, Javascript,PHP,MySQL) ainsi qu'en réseau.</p> <p>Chargé de l'aspect réseau du projet (Bases de données, etc...), programmeur, et graphiste. Il s'occupe de l'aspect informatique au sein de l'agence.</p>
---	--

	<p>Emmanuelle Rousset</p> <p>Date de naissance : 05/11/1992</p> <p>Nom du bac et année d'obtention : Bac Littéraire option anglais renforcé.</p> <p>Site web/Book : Pas de site personnel pour le moment</p> <p>Mail : rousset.emma@gmail.com</p> <p>Compétences en communication.</p> <p>Chargée de communication, de la gestion de l'organisation interne (adjointe au chef de projet).</p>
---	--

Répartition des rôles au sein de l'agence



II. Identification du projet

A. Objectif du projet

Le but du projet est de sensibiliser les enfants à l'écologie et plus précisément aux attitudes et gestes écologiques à adopter pour préserver notre environnement en se basant sur de nombreux supports. Pour cela on mettra en avant le côté attractif et interactif.

B. Le synopsis du projet

Notre projet sera supporté par un site internet sur lequel un utilisateur âgé de 8 à 11 ans pourra interagir.

Il comportera une partie d'informations pures avec des articles qui montreront à la fois l'impact de l'activité humaine sur la Planète, ainsi que les bons gestes à adopter pour qu'elle soit préservée.

La seconde partie, composée d'éléments interactifs, permettra à l'utilisateur de s'instruire tout en s'amusant. Il comportera des onglets permettant de changer la langue du site pour toucher plus d'internautes (On se concentrera sur l'anglais et le français). La spécificité de notre site résidera principalement dans le fait qu'il vise un double public grâce à la personnalisation du site. Il y a à la fois un côté adolescent/enfant c'est à dire ceux entre 8 et 11 ans et un côté adulte entre 15 et 25 ans.

Comme le principal objectif de notre site est d'informer les internautes sur l'écologie, nous ne souhaitons pas forcément faire de profit. A la rigueur, on peut peut-être

recupérer les fonds nécessaires à la réalisation de notre projet grâce à de la publicité, mais cela n'est encore qu'une hypothèse puisque nous n'aurons très

Certainement pas besoin de fond de départ juste à effectuer de la recherche sur l'environnement.

C. Analyse de l'environnement externe

Pour pouvoir s'installer dans le monde des sites écologiques, il est nécessaire d'analyser la concurrence afin de sélectionner le meilleur, chercher leurs défauts et avantages, avoir un œil critique. Nous avons cherché puis listé un certain nombre de sites traitant de l'écologie, qui nous permettront d'effectuer cette analyse, parmi lesquels nous en avons sélectionné sept pour les étudier en détail. Puis il faut dans un deuxième temps faire un bilan qui concentrera les forces, faiblesses, menaces et opportunités afin de mieux définir les points forts et les points faibles de notre futur site.

1. Écologie

<http://www.ecolokid.com>

Analyse du site

Le site est en flash, visuellement actif et coloré. On peut entendre des sons à l'introduction et au survol des boutons. On retrouve 4 grandes parties : « Le savais-tu ? », « Drôle de vie », « Éco-geste » et « Escapade ». Chaque partie est une sorte de blog où les articles se suivent en changeant de page, comparable à un magazine animé. Le fond est statique: paysage verdoyant style aquarelle, et le logo vert

rappelle l'écologie. Utilisation d'une police déstructurée pour montrer le dynamisme, avec la Terre qui remplace la lettre O.



On retrouve un personnage récurrent, un jeune garçon avec des ailes en forme de feuille d'arbre. Les articles ont un vocabulaire simplifié, adapté à leur cible: Les enfants.

Différentes formes d'interactivité avec le visiteur sont présentes :

- Mail to : écrire à Ecolokid
- Recevoir la newsletter
- Suggérer un article (pour les parents)
- Jeu concours pour gagner des places de cinéma
- Flux RSS disponible
- Partager les articles par mail



- Moteur de recherche :

-

Un menu est mis en place, avec des gros boutons colorés, une police manuscrite et enfantine. Une image est présente par article. Mini introduction, le personnage apparaît et danse.

Idée principale / bilan

Site ludo-éducatif qui, au travers de la découverte de la Nature, donne envie aux petits et aux grands de respecter et de protéger l'environnement.

2. Ekoloko

<http://www.ekoloko.com>

But du site

Ekoloko est un jeu en ligne destiné aux enfants qui a pour but de les faire devenir des adultes engagés et responsables, en leur inculquant de bonnes valeurs, comme l'amitié, l'écologie... et également leur apprendre des notions sur la nature.



Page d'accueil

On a un avant-goût du graphisme du jeu et on voit un peu à quoi vont ressembler les décors et les avatars. Il y a 5 sous-chapitres en plus de la partie dédiée à entrer dans le jeu et l'inscription :

- Parents : présente aux parents le principe et le but du site (rendre les enfants plus responsables...) et les règles du jeu.
- Pionniers : présente les parties « bonus » du site, qui sont payantes
- Fun : présente des produits dérivés du site, ou bien des clips du site... (Communication)
- Aide : aide au jeu (FAQ...)
- Partenaires : présente les partenaires

Le jeu

Le joueur choisit son avatar, il a le choix entre plusieurs têtes, couleur de cheveux, vêtements, garçon/fille...

Tous les décors sont extérieurs et présentent la nature (pas de villes). Il fait toujours beau ; les arbres sont bien verts... Tout est construit de façon naturelle (par exemple il y a un pont en bois). Pas de béton ou de goudron ici...

Tout est entièrement dessiné et enfantin (ce qui implique plus les enfants). Les avatars et les Résidents rappellent tous des personnages de dessin animé.

Les Résidents sont les guides qui donnent des consignes pour jouer et récompensent le joueur à la fin lorsqu'il remplit des missions. Ce sont toujours des adultes, tandis que les joueurs sont des enfants. Ces Résidents disent des phrases en rapport avec l'écologie, la vie en société ou avec leur rôle (par exemple le vétérinaire parle d'animaux: « les lions aussi ont peur des piqûres », l'entraîneur de basket parle de jeu en équipe : « un vrai joueur ne triche jamais »...).

On trouve différents « lieux », ayant chacun un décor différent, et avec un Résident différent par lieu. Les jeux ont plus ou moins un rapport avec la nature mais pas toujours. Par exemple, il y a des quizz questionnant sur des aspects de la nature (les mammifères, les arbres...). D'autres sont moins concentrés sur la nature, comme un jeu de basket.

Entre chaque lieu, il y a une petite introduction montrant les Résidents ou parlant des problèmes à résoudre sur Ekoloko (comme « une météorite va s'écraser sur Ekoloko! ») le temps du chargement de la page.



Partout sur Ekoloko, il y a des déchets (journaux, canettes...) qui apparaissent. Il faut les ramasser, puis lorsqu'on croise une poubelle, choisir si on la détruit ou si on la recycle. C'est une façon d'habituer de façon virtuelle les enfants au tri sélectif.

Interactions

Les joueurs peuvent se parler entre eux lorsqu'ils sont dans le même lieu. Pour poser des questions, il y a une Foire Aux Questions qui permet soit de lire les questions déjà posées, soit de poser soi-même une question si on n'a pas trouvé la réponse dans cette FAQ.

Les parents peuvent poser des questions sur le statut Pionnier (qui implique un versement d'argent) et sur la sécurité et la confidentialité du site.

3. Wooops

<http://www.wooops.com>



Historique et présentation

Les Wooops sont des personnages de dessins animés créés par Emmanuel Errard pour apprendre aux enfants à devenir des éco citoyens respectueux et responsables de l'environnement.

La première série des aventures de la famille Wooops a été diffusée sur la chaîne de télévision française TFOU, en mai 2006, dans le cadre de l'opération Défi pour la Terre de l'ADEME (Agence française de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) et de la Fondation Nicolas Hulot.

Les Wooops sont aussi présents sous forme de jetons que les enfants échangent avec ces six personnages de la famille Wooops divulguant leurs conseils pour prendre soin de notre planète, sous forme de slogans souvent amusants :

« Je mange bio pour ne pas moisir du cerveau »

« Le robinet intelligent, c'est celui que tu fermes tout le temps ».

On peut les acheter chez les marchands de journaux pour 2 euros les quatre jetons. Les Woops ont aussi un site et des jeux en ligne.

Analyse du site

Ce site est composé de 6 parties et propose également un espace membre.

Have Fun : cette catégorie propose de participer à un jeu concours en créant un personnage de dessin animé. Elle permet surtout d'accéder aux jeux du site après s'être inscrit. Il s'agit de jeux d'arcade de sensibilisation à l'environnement. Ils permettent de s'amuser tout en s'éduquant à la préservation de l'environnement.



Jeu : éteindre tous les robinets de la maison Jeu : trier les déchets

Woops Scoop : cette catégorie propose une série de liens vers lesquels on peut retrouver les personnages des Woops avec une description de chaque personnage du dessin animé.

La machine à Woopser : cette catégorie permet de créer un slogan accompagné d'une illustration (en choisissant dans une galerie) et de l'envoyer à des amis par mail ou bien de l'imprimer afin de diffuser un message écologique.

Do Good : cette catégorie propose de s'engager pour la planète en répondant à des questions simples : "Comment ? Pourquoi ? Avec qui ? Pour qui ?" en s'appuyant sur l'exemple modèle de la famille Wooops.

Comment ? : en adoptant des gestes éco citoyens, en collectant des Wooops, en envoyant des slogans Wooops, en achetant des produits de la boutique du cœur,....

Pourquoi ? : Pour que la planète bleue ne devienne pas la planète pourrie (référence au dessin animé où la famille Wooops a dû quitter sa planète qui a explosé à cause de la négligence de ses habitants)

Avec qui ? : Plusieurs liens sont proposés pour relever des défis écologiques avec des personnages comme Nicolas Hulot, Jeremie Deravin,...

Pour qui ? : tout simplement pour soi-même, sa famille et sa planète. Une liste de citations de personnalités engagées dans la lutte écologique est aussi à disposition.

Wooops Cartoon : cette catégorie permet de voir ou de revoir les épisodes du dessin animé.

La boutique du cœur : cette catégorie propose la vente d'articles (jouets, tee-shirt, collection de Wooops,...) dont l'argent est directement versé au Winathon pour sauver la planète.

Points fort

Le site et son contenu s'appuient sur un dessin animé et un jeu de jetons ce qui permet une meilleure promotion du site. Les enfants retrouvent des personnages connus, ils sont plus en confiance et plus intéressés. Le jeu de jetons, que l'on pourrait comparer au jeu de carte Pokémon, traduit aussi un effet de mode dont le site bénéficie. Le soutien de plusieurs associations écologiques et de personnalités engagées est aussi un point fort.

Points faibles

Bien qu'il s'agisse d'un site pour enfants, les couleurs sont trop criardes et il y a de nombreux points disgracieux dans le design : des pop-up et des polices non adaptées surtout quand on navigue dans les catégories.

L'avis des internautes

Le site est très apprécié de sites écologiques comme <http://www.econo-ecolo.org> et des mamans qui le trouvent très intelligent. D'après les avis, leurs enfants apprécient beaucoup le dessin animé : "La famille Wooops parle dans des mots simples de l'environnement à nos enfants."

4. Wapiti

<http://blogwapiti.com>



Analyse du site

C'est un site plutôt simple à l'image de sa cible : les enfants. Il possède très peu d'animations que l'on peut retrouver dans différentes rubriques telles que la présentation du magazine Wapiti ainsi que les pubs qui attirent le regard.

Le fond est coloré en vert pour représenter l'écologie, et la partie principale où se situe l'information est représentée par des couleurs vives qui permettent à la fois d'être attractives pour le public ciblé et ainsi de remarquer précisément les différentes zones ou régions d'éditions du site :

La **partie jaune** présente le contenu du site ainsi que l'information que l'utilisateur est venu chercher. Symbolise la région du contenu éditorial.

La **partie bleue** différencie la zone qui présente le magazine du site sur la droite, les commentaires un peu plus bas, ainsi que les menus présents en haut et en bas du site. Symbolise les informations utiles qui permettent à la fois de mieux naviguer dans le site et de lui donner plus d'impact et d'intérêt.

La **partie orange** située en haut est une sorte de menu mise en place grâce à un ascenseur horizontal qui défile automatiquement. Celle à droite au milieu du site montre l'agenda à venir. Symbolise des informations supplémentaires mais qui ne sont pas nécessaires au déroulement du site.

On note la présence à différents endroits dans le site d'un tigre vert. Il permet d'une part d'être amusant et attractif pour les enfants, et d'autre part il amène aussi le sujet des problèmes écologiques car il représente un tigre radioactif.



L'image de fond d'écran reste très simple, une police enfantine pour le nom du site, des feuilles et une planète dernière qui suggèrent la nature.



Le menu se compose de plusieurs rubriques :



D. Préconisations

L'ergonomie et le design

Le design de notre site est très important car il permet à l'utilisateur de se renseigner sur le thème que l'on va aborder ainsi qu'accentuer l'impact. Le graphisme doit être intéressant pour attirer les internautes avec une **ergonomie claire** et **beaucoup d'interactivité**.

On utilisera comme couleurs dominantes des **couleurs naturelles** telles que le bleu, le vert ou encore le marron.

Le contenu du site

Le site ne doit pas se résumer à un **jeu**, il doit regrouper un **ensemble d'informations** afin de pouvoir répondre aux questions que peuvent se poser les internautes, leur permettre de s'exprimer et les sensibiliser à l'écologie de manière divertissante. Cet agencement d'informations doit être fonctionnel et clair.

Le site doit comporter une rubrique d'**articles** (adaptés au niveau de compréhension de l'utilisateur selon son âge) divisée en deux types : impact sur la planète, et proposer des gestes pour la préserver. Bien sûr le site doit bénéficier d'un **outil de recherche** efficace afin de répondre au plus vite à la demande de l'internaute.

Le site doit être bien illustré pour être agréable. La création d'une **carte du monde avec les différents taux de pollution** ou autre, entre les différents pays serait intéressante.

Il faudrait aussi une **médiathèque interactive** présentant des films, des musiques, des livres en rapport avec l'écologie (une rubrique de **reportages et de Webvideos** qui manque sur les sites analysés dans notre benchmark).

L'agence a aussi émis l'idée d'une **catégorie cœur**, repérée sur un des sites analysés, pour que les gens fassent des dons (ou grâce à la vente d'objets par exemple) que nous reverserons aux associations humanitaires pour la préservation de la planète.

Le « **Projet chrono** », qui présente le temps de consommation de différents produits, est une bonne idée de sensibilisation que nous pouvons intégrer à notre

site. De plus, montrer les **résultats de nos propres sondages** est aussi une idée très intéressante.

Les films, animations & jeux

Le site se doit d'être **très animé**. La présence des **mascottes** sur le site incarne une compagnie pour l'utilisateur et anime le site.

Plusieurs **mini-jeux** à but écologique comme le tri des poubelles, éteindre les lumières, économiser l'eau, marcher plutôt que prendre la voiture devront être réalisés afin de participer à l'aspect ludique du site.

Le **film interactif**, animation principale du site, mélangera la réalité et la fiction (en utilisant le mélange de film et d'animation flash) et montrera les mauvais gestes d'une personne dans son quotidien et les conséquences de ses actes sur la planète.

E. Un sondage

Nous avons proposé un sondage qui demande des informations à propos d'un site traitant de l'écologie. Nous avons demandé l'âge, le taux de participation écologique de chaque personne, et d'autres informations qui nous permettent de connaître les attentes des gens.

Panel : 83 personnes. (63% d'hommes, 37% de femmes)

Résultats : Les gens sont dans l'ensemble moyennement actifs en écologie mais ne proposent que peu de solutions. Concernant le site internet, un intérêt particulier est porté pour le **design** et **l'ergonomie**. Plusieurs proposent des alternatives d'amélioration pour les sites traitant de l'écologie, comme des web-séries, des jeux

ou des actualités décrites dans des vidéos. Ainsi **l'interactivité** et le **dynamisme** sont favorisés, plutôt qu'un site informationnel, ce qui rentre dans nos objectifs de projet.

F. Conclusion de l'analyse externe

Nous avons réussi à dégager les points essentiels que nous voulions intégrer ou au contraire ne pas mettre dans notre site. En effet, les gens font de plus en plus attention aux petits gestes faciles pour lutter contre la dégradation de la Terre : c'est une bonne opportunité, mais il ne faut pas tomber dans une propagande à but politique, et de ce fait il faut sensibiliser par des moyens qui plaisent aux gens. Cette analyse nous a permis d'améliorer notre conception de l'interactivité, notamment grâce au Benchmarking.

G. Analyse de l'environnement interne

On veut proposer aux utilisateurs, un site en plusieurs langues : français, anglais et espagnol (si le temps nous le permet). Notre site aura donc plus d'impact puisque cela nous permettra de toucher un plus large panel d'internautes.

On proposera également des sondages pour vérifier leurs acquis sur l'écologie, les gestes que l'on réalise pour la préservation de notre planète ou encore ceux que l'on souhaiterait mettre en place.

Au début du site, on proposera une mascotte, un guide qui suivra l'utilisateur tout au long de celui-ci, il l'aidera tout au long du site en lui proposant des conseils, des aides...

On créera un forum où seuls les utilisateurs inscrits dans l'espace membre pourront avoir un accès et poster des messages. Les articles du site auront un lien direct sur le forum pour les abonnés.

Nous avons à notre disposition des moyens humains. Dans l'équipe, nous avons des personnes responsables et capables dans leurs domaines :

- Spécialiste en programmation
- Spécialistes en communication
- Spécialistes en graphisme
- Spécialistes en production audiovisuelle

Mais nous avons aussi et surtout un soutien pédagogique émanant de l'IUT qui peut à tout moment nous aider et nous guider vers le bon fonctionnement du projet.

Nous avons aussi à notre disposition des moyens techniques qui dépendent de l'IUT. Ce sont les machines et les logiciels de l'IUT de Vélizy dont nous avons besoin et surtout un serveur web à notre disposition à l'IUT sur lequel nous hébergerons le site web.

En ce qui concerne les moyens financiers, nous n'avons aucun besoin car les droits d'exploitation appartiennent à l'IUT. D'autant plus qu'aucun but lucratif n'est prévu.

Pour les délais et les jalons, il y a impérativement les soutenances technique et publique en Avril 2012, où nous nous devons d'avoir terminé le projet de façon à bien présenter celui-ci devant le jury.

Nous avons un certain nombre de forces qui nous permettront d'arriver à mener à bien le projet. Tout d'abord le soutien de l'université qui nous sert de base et de centre d'aide. Ensuite nous avons les connaissances informatiques nécessaires en langages Java, PHP/MySQL, HTML, CSS pour développer le site. Nous avons les

capacités et les connaissances en infographie pour la charte graphique et le design. Et puis c'est dans un bon esprit d'équipe accompagné d'une bonne ambiance que nous allons réaliser ce projet. Une équipe munie d'une bonne communication interne, sans oublier que chacun des membres est spécialisé dans son domaine, tous nécessaires à la création d'un site internet.

Mais nous avons aussi nos faiblesses, c'est notre premier projet d'équipe organisé de façon professionnelle donc il y a un manque d'expérience notable.

III. Contraintes juridiques

Les contraintes juridiques que nous devons respecter s'articulent principalement autour du droit à l'image pour les vidéos, et aussi au droit pour les sites web (publication, conservation des données personnelles des membres). De plus, lors de la campagne publicitaire, le droit d'affichage sera aussi à prendre en compte.

Voici le détail des contraintes, regroupées par thème.

Droit d'auteur (autorisation du droit de tournage)

Droit au respect de la vie privée (article 9 du code civil) qui stipule qu'il est interdit d'exploiter l'image d'une personne sans son consentement (autorisation d'exploitation de l'image d'une personne). L'autorisation doit comporter trois éléments :

- L'usage de l'image
- Le type de traitement subit
- Le support utilisé

Contraintes liées à une campagne d'affiche

Demande d'affichage dans la ville, auprès de la mairie (demande d'autorisations)

Demande d'affichage au sein de l'IUT, auprès du secrétariat (demande d'autorisations)

Contraintes liées à la déclaration d'un nom de domaine (adresse du site web)

Le nom de domaine ne doit pas être proche d'un nom de marque ou d'un autre nom de domaine déjà loué (phénomène de typosquatting) car cela est réprimé par la loi dans de nombreux pays dont la France.

Voici les différents articles liés et appliqués à notre projet

Art.L111-1

Application : Notre site sera soumis à des droits d'auteur, des animations, jeux, et vidéos seront plus particulièrement concernés par le droit d'auteur, qui est exclusif, car nous en sommes les créateurs. Ce droit comporte des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial.

Si nous autorisons l'exploitation partielle ou totale d'éléments de notre projet, cela ne changera en rien le fait que nous soyons les propriétaires du site et de ce qu'il contient.

Art.L335-2

Application : Si une personne ou un groupe modifie une œuvre soumise aux droits d'auteur cités précédemment, et dont nous sommes les créateurs, alors selon l'article cette personne commet un délit. L'exportation, l'importation des œuvres sont également concernées.

Art.L335-3

Application : Cet article nous indique qu'il sera également interdit à quiconque de diffuser ou de reproduire tout ou partie(s) de notre site sans avoir notre autorisation pour le faire, sans quoi il y aura infraction à la loi.

Art.L335-4

Application : Cet article concerne toujours le droit d'auteur, mais porte plus précisément sur les œuvres cinématographiques et sonores. Une autorisation doit être donnée pour la diffusion de l'œuvre par l'artiste, ou le producteur. Au titre de la copie privée, une rémunération peut être demandée par l'artiste/producteur, et si le versement de cette rémunération n'est pas effectué, cela est puni par la loi.

IV. Segmentation et ciblage

Introduction

Le processus « segmentation ciblage positionnement » est une méthode permettant d'adapter au mieux le produit ou service que l'on souhaite créer par rapport aux attentes du client. Pour se faire, on commence par diviser la population selon des points communs qu'ils possèdent, sur des critères pouvant influencer l'impact du produit/service sur la personne. C'est la segmentation. Ensuite on choisit parmi les segments trouvés ceux qui seront exploités pour que le produit/service leur corresponde. C'est le ciblage. Et enfin le positionnement définit les caractéristiques du futur produit/service.

Ici, nous allons voir comment segmenter, cibler la population et positionner notre projet. Les caractéristiques les plus importantes du projet étant le fait que ce soit un site Internet et qu'il parle d'écologie.

Les caractéristiques de segmentation

- L'âge
- Internet
- La Géographie
- L'implication vis-à-vis de l'écologie

Les caractéristiques de ciblage

- Internet
- L'âge
- La Géographie

A. Segmentation

La segmentation d'un marché est une méthode qui sert à définir des clients potentiels d'un produit ou service. Nous allons donc chercher quelles sont les cibles potentielles de notre projet, c'est-à-dire un site pour la prévention écologique.

Cette segmentation va regrouper divers critères

L'écologie est un sujet qui touche chaque personne dans nos sociétés. Et quel que soit notre **âge**, il est possible de faire des petits gestes pour la planète. Les enfants comme les adultes sont concernés. En effet on peut constater que les enfants aussi peuvent être **écoresponsables**, sous l'influence de leurs proches. Cependant les attentes sur un site Internet ne sont pas les mêmes selon l'âge de la personne, on ne

s'adresse pas de la même façon à un enfant de 10 ans qu'à un adulte de 35ans. On peut donc définir deux segments : les enfants et les adultes.

Notre projet se présentant sous la forme d'un site, nos clients sont obligés de maîtriser **Internet** pour pouvoir accéder à notre site. On constate que la majorité des internautes (tranche 25-34ans et 35-49ans) sont à un âge où ils ont une situation familiale stable, avec un ou plusieurs enfants. Les enfants sont désormais initiés aux nouvelles technologies de plus en plus jeunes, ils sont donc également de potentiels internautes. En effet, au niveau scolaire, on leur fait passer un test nommé B2I, qui est un test d'aptitude à utiliser les fonctions de base d'un ordinateur, et ce dès l'école primaire. Ces tests existent aussi pour les niveaux collège et lycée. Le fait de vouloir créer un site pour des enfants n'est donc pas un obstacle.

Notre projet est axé sur l'écologie et la prévention écologique. Il est donc adressé à des personnes, qui ne sont pas forcément intéressées par l'écologie et écoresponsables, mais qui au moins font partie d'une société où on parle de ce sujet. Cela définit donc un critère **géographique**. En effet, c'est surtout dans les pays développés que l'intérêt à l'écologie prend de plus en plus d'ampleur. Des personnes venant d'autres sociétés, qui ont une culture différente, n'ont pas spécialement de demandes sur ce type de projet. Par ailleurs, les pays développés sont plus à même d'être intéressés par notre projet car les nouvelles technologies sont beaucoup plus présentes là-bas, et qu'elles sont indispensables pour avoir accès à Internet, et donc à notre site.

L'implication des adultes dans l'écologie est différente selon chaque personne. Ainsi il y a des personnes qui connaissent bien l'écologie, et des gens qui

ne sont pas très au courant mais qui s'y intéresse, et enfin des personnes qui ne s'y intéresse pas du tout. Pour les enfants, cette distinction peut également être faite. Cependant, ils n'ont pas encore les mêmes repères que les adultes par rapport au monde et à la société. Ils sont à un âge où ils sont influençables, et où ils pensent de la manière dont on leur apprend à le faire. Si les personnes de leur entourage ou de leur école portent une attention particulière à l'écologie et leur enseigne, ils y porteront attention également.

Il y a donc trois nouveaux segments, définis selon l'intérêt des gens pour l'écologie.

B. Ciblage

Après la segmentation, nous allons passer au ciblage. Le ciblage consiste à choisir quels segments seront retenus comme cibles du projet.

Notre objectif est de sensibiliser une partie de la population à l'écologie, et aux gestes écoresponsables. Nous pensons donc que les enfants représentent une bonne cible. En effet, ils sont à une période de leur vie où ils apprennent comment se comporter en société, et leur faire prendre de bons réflexes écologiques à ce moment-là nous semble pertinent. On peut donc plus facilement leur inculquer de bonnes valeurs.

Ce segment nous aidera à construire le deuxième critère des cibles, l'accès à Internet. Il semble compliqué d'essayer d'adapter un site pour des gens qui n'ont pas accès à Internet. Le segment retenu sera donc celui de ceux qui ont accès à Internet.

A cet âge, ils ne vont pas forcément sur Internet par eux-mêmes. Cependant on peut compter sur les parents qui peuvent vouloir leur présenter un site s'ils pensent qu'il est adapté à leurs enfants. Par rapport à leur âge, il faut qu'ils soient suffisamment grand pour pouvoir comprendre de quoi l'on parle, et même éventuellement qu'ils aient quelques connaissances ou expériences sur l'écologie. Il est également préférable que notre cible sache déjà lire et écrire, afin qu'elle puisse naviguer sur le site plus facilement. Nous n'aurons ainsi pas besoin de tout expliquer de manière vocale par exemple, des textes d'explication suffiront. La tranche d'âge ne peut pas être trop large car les enfants évoluent vite. On ne peut donc pas les intéresser de la même façon si l'écart d'âge est trop important. Quatre ans d'écart semble être le maximum que l'on puisse s'autoriser. Ainsi une tranche d'âge de 8 à 11 ans semble être une bonne fourchette.

En ce qui concerne les autres critères de l'étude sur les profils des internautes, le critère sur le sexe de la personne ne semble pas déterminant, en effet l'écologie concerne autant les garçons que les filles.

Le troisième critère concerne la géographie. Nous visons les pays développés pour des raisons culturelles et d'accès aux nouvelles technologies. Nous pensions traduire notre site en plusieurs langues. Pour correspondre à ce critère, nous allons le traduire tout d'abord en anglais, et éventuellement en espagnol, en plus de la langue de base qui sera le français. Les personnes ne parlant pas ces langues ne pourront donc pas comprendre le contenu du site, à moins d'avoir recours à un traducteur. Cependant avec ces langues nous allons pouvoir toucher une grande partie de notre cible, surtout avec la langue anglaise.

Le quatrième critère prenait en compte le degré d'implication dans l'écologie. Pour cela on se rapporte à celui de l'entourage de l'enfant, que ce soit ses parents ou ses professeurs à l'école. On part du principe que s'il décide de s'intéresser à l'écologie c'est qu'on l'a poussé à le faire. Cependant il n'a pas obligatoirement de notion dans le domaine de l'écologie.

Notre cible est donc une catégorie d'enfants de 8 à 11 ans, dont les parents, des personnes proches, ou des professeurs, ont décidé de leur inculquer des valeurs écologiques. Ils habitent dans un pays développé afin d'avoir accès à Internet.

V. Modèle économique

Chesbrough et Rosenbloom décrivent 6 fonctions du "Business model"

- Articuler la proposition de valeur
- Identifier un segment de marché
- Définir la structure de la chaîne de valeur dans l'entreprise
- Spécifier les mécanismes de génération de revenus
- Définir la position de l'entreprise dans la chaîne de valeur externe
- Formuler une stratégie concurrentielle

L'idée étant de sensibiliser les enfants, et de les informer, il semble contradictoire de les faire payer pour les faire accéder au site. On ne peut donc pas faire payer directement l'utilisateur du site.

De l'argent est cependant nécessaire à la création de ce site, (ne serait-ce que payer l'hébergeur, le nom de domaine).

Il y a aussi éventuellement le modèle "freemium": **Le modèle Freemium** est un modèle assez récent. Il est issu du web, et consiste en la mise à disposition gratuite d'un service de base. En étant gratuit, le risque est fortement limité et l'on peut accéder, rapidement, à beaucoup plus d'utilisateurs. Pour accéder à des fonctionnalités plus étendues, les utilisateurs doivent payer, et utilisent alors une version "premium", si l'on observe la plupart des sites internet. Nous ne pourrions donc pas appliquer ce modèle à notre site, puisqu'il doit être facilement accessible, et on ne peut pas se permettre de faire payer l'utilisateur. Nous devons donc trouver des fonds (au pire des cas, nous nous cotiserons pour payer les frais liés au site).

VI. Scénario utilisateur et évolution

A. Scénario utilisateur

Afin de bien vous repérer dans la conception du site, nous avons pensé à vous projeter dans la peau d'un enfant de 8 ans. Nous vous proposons donc ce scénario utilisateur :

L'enfant, une fois l'URL entrée verra un petit jingle d'entrée. Il aura la possibilité de passer directement à la connexion si l'attente de 9 secondes est vraiment trop longue. L'utilisateur se retrouve maintenant sur une page avec le choix de s'inscrire

ou de se connecter. Lors de l'inscription, aucun e-mail n'est requis, en revanche, le choix d'un mot de passe est important.

Lorsqu'il est connecté, l'enfant apercevra une maison, avec des onglets sur le côté gauche. Chaque onglet mène à une des pièces de la maison. La mascotte du site placée juste en dessous se présentera et lui expliquera ce qu'il doit faire.

Dans un premier temps, la mascotte lui fera une "visite guidée" des pièces de la maison. Et à la fin de la visite, il lui expliquera que dans le jardin, se trouve un potager dont il faut s'occuper. Elle parle également du marché où il a la possibilité de vendre ses fruits et légumes qu'il aura récoltés dans le potager, ou encore d'acheter de nouvelles graines. Le marché offre aussi la possibilité d'acheter des objets écologiques pour sa maison. Cependant il doit avoir gagné assez de points dans les jeux pour acheter des marchandises.

L'utilisateur est noté sur deux critères : les points et son expérience, qu'il gagne aux jeux.

Les points lui servent à acheter des objets au marché. Si on achète quelque chose avec les points, les points sont déduits.

L'expérience augmente son statut écologique.

Ces objets peuvent faire évoluer son statut écologique : en effet, en achetant des objets écologiques il rend sa maison plus écologique.

L'utilisateur peut donc maintenant faire ce qu'il veut sur le site une fois la visite finie... Ou presque. En effet, il ne peut pas accéder au jardin car il faut qu'il acquière une certaine expérience pour qu'il puisse aller plus loin. Ces points d'expériences, il va les acquérir en jouant correctement aux divers jeux proposés dans le site. Ces jeux

enseignent certains petits gestes écologiques du quotidien ou diverses connaissances écologiques : ne pas gâcher l'eau ou l'électricité... Il aura donc un statut écologique meilleur et sera apte à faire son propre potager et vendre ses légumes. Mais avant de pouvoir les faire pousser il aura a nouveau diverses épreuves à passer, comme un jeu de tri sélectif, un jeu d'adresse de récupérateur d'eau, un jeu avec un composteur où il faut mettre les bons déchets... Le jeu ne s'arrête pas ici car l'utilisateur aura la possibilité de rendre sa maison un peu plus écologique afin de faire écho au développement durable. S'il a vraiment beaucoup de point, il pourra acheter des éoliennes, une voiture électrique et des panneaux solaires pour rendre sa maison la plus écologique possible !

Si un enfant en arrive à ce stade-ci, c'est qu'il aura adopté une vraie écologie-attitude !

B. Comptage de point

Objets que l'on peut trouver dans le marché:

- ampoule LED 200px
- mur de chanvre 400px
- chauffage bois 500px
- toit végétal 600px
- panneaux solaires 700px
- puits canadien 800px
- éolienne personnelle 1000px

Autres moyens de gagner des points:

A chaque connexion on gagne (une seule connexion par jour): 5px et 5 d'expériences.

Lorsqu'on parraine un autre joueur: 20px et 25 d'expériences.

Objets dans la cuisine:

Le jeu du frigo fait gagner entre 0px et 25px et de 0 à 25 d'expériences.

La fiche d'informations à la fin du jeu, peut en faire gagner 5px et 5 d'expériences si l'utilisateur répond bien à la question

La fiche d'informations sur la plaque de cuisson permet aussi de gagner 5px et 5 d'expériences

Objets dans le salon:

Le jeu de l'horloge "Projet Chrono" consiste à replacer dans l'ordre croissant les 6 objets, lorsqu'un des objets est bien placé il gagne 5 px, on peut donc gagner au maximum 30px et 0 à 45 d'expériences.

La bibliothèque récapitule toutes les fiches d'informations permettant aussi de gagner 5px et 5 d'expériences à chaque bonne réponse.

Objets dans la chambre:

L'ordinateur contient tous les jeux permettant ainsi de gagner des points.

Objets dans le jardin:

Le gros jeu se trouve dans le potager, il est constitué du jeu de l'eau et du composteur:

Il y a une fiche d'informations pour le potager.

Pour débloquent le jeu de l'eau il faut 200 d'expériences

Le jeu de l'eau permet de gagner de 0 à 100px et de 0 à 50 d'expériences en fonction du décompte du temps

Il y a une fiche d'informations après le jeu du récupérateur d'eau qui permet de gagner 5px et 5 d'expériences

Pour débloquent le jeu du composteur il faut 200 d'expériences

Le jeu du tri sélectif (compris dans le composteur) permet de gagner 5 points à chaque objet placé dans la bonne poubelle. Pour gagner, il faut au moins 12 objets bien placés soit entre 70 et 100px de gagner et de 0 à 75 d'expériences. Sinon on ne gagne rien.

Il y a également 3 fiches d'informations, 1 pour chaque poubelle qui permettent de gagner 5px, soit 15px et 15 d'expériences.

Le jeu du composteur fait gagner au maximum 75px, on laisse un certain laps de temps au joueurs pour qu'il puisse attraper du premier coup les 10 déchets sinon le temps se met à décompter et le nombre de px diminue jusqu'à atteindre 0 et de 0 à 50 d'expériences.

Il y a une fiche d'informations après le jeu du composteur qui peut faire gagner 5px et 5 d'expériences à l'utilisateur.

Objets dans le garage:

La fiche d'informations sur la machine à laver permet aussi de gagner 5px et 5 d'expériences.

Objets dans la salle de bain:

La fiche d'informations sur le lavabo et la baignoire permet de gagner 5px et 5 d'expériences chacun.

Le jeu du lavabo fait gagner de 0 à 50px et de 0 à 50 d'expériences en fonction du temps, un laps de temps est accordé avant le décompte du temps.

Le jeu de la baignoire lui permet de gagner de 0 à 100 points et de 0 à 75 d'expériences, un laps de temps est accordé avant le décompte du temps et le jeu de la baignoire permet de gagner de 0 à 50px et de 0 à 40 d'expériences, on laisse un laps de temps avant de démarrer le décompte des points.

La fiche d'informations sur la lumière permet aussi de gagner 5px et 5 d'expériences

C. Possibilité d'évolution

Maison / Niveau d'écologie du joueur

Lorsque le joueur commence à jouer, il a une maison "non écologique".

On peut le matérialiser par exemple avec une jauge de niveau en haut à droite, avec des niveaux du niveau le moins écologique (écolo débutant) au plus écologique (écolo accompli).

Il peut augmenter son niveau grâce à l'expérience accumulée dans les jeux, les bonnes réponses aux quizz.

S'il achète beaucoup d'objets au marché, sa maison devient plus écologique, son niveau d'écologie augmente donc également.

Marché:

On trouve différents objets à acheter dans le marché.

Ces objets s'achètent avec des points accumulés en jouant aux jeux

Si on fait pousser beaucoup de plantes dans le potager, on peut également les vendre au marché (on les convertit en points).

Si on achète des objets écologiques au marché, notre maison devient donc plus écologique.

VII. Suivi de projet

- A. Fiches d'heures actualisées
- B. Diagramme de Gantt
- C. Fiches tâches
- D. Fiches d'expérience projet