

Miessa Elliot
Maxime Severin



2008-2009
3TID
Travail de Fin d'études
eCom

1. Présentation générale du projet

<http://elliott-miesse.heaj.be/tfe> où <http://maxime-severin.heaj.be/tfe>

Présentation visuelle et interactive du téléphone portable eCom.

L'internaute découvrira les fonctionnalités du téléphone au moyen d'un mini film interactif.

Chaque séquence sera ponctuée d'une interactivité qui permettra à l'utilisateur de se familiariser avec le téléphone et d'avancer dans l'histoire. Cette approche permet de découvrir un produit de manière moins conventionnel, plus attrayante et plus démonstrative.

La vidéo est accompagnée de l'élément le plus important pour la présentation du téléphone à savoir une fiche technique reprenant les caractéristiques complètes du téléphone.

2. Note d'intention

Notre but dans ce projet est de mêler pleinement différentes techniques à savoir la vidéo, le son, le montage, le développement Web, l'animation, le graphisme, etc. Ainsi que d'imaginer et élaborer un concept dans son entièreté. Notre but est d'imaginer un concept plus original pour la présentation d'un produit.

Elliot : Ma motivation personnelle est de concevoir le projet de « A à Z » en cherchant et trouvant des idées originales pour le produit. En effet, la conception de projet est une partie du travail que j'affectionne le plus. Mon intérêt pour la réalisation et le montage vidéo m'a donné l'envie de créer un travail original où je pourrai mélanger site Web, Multimédia, animation et effets spéciaux.

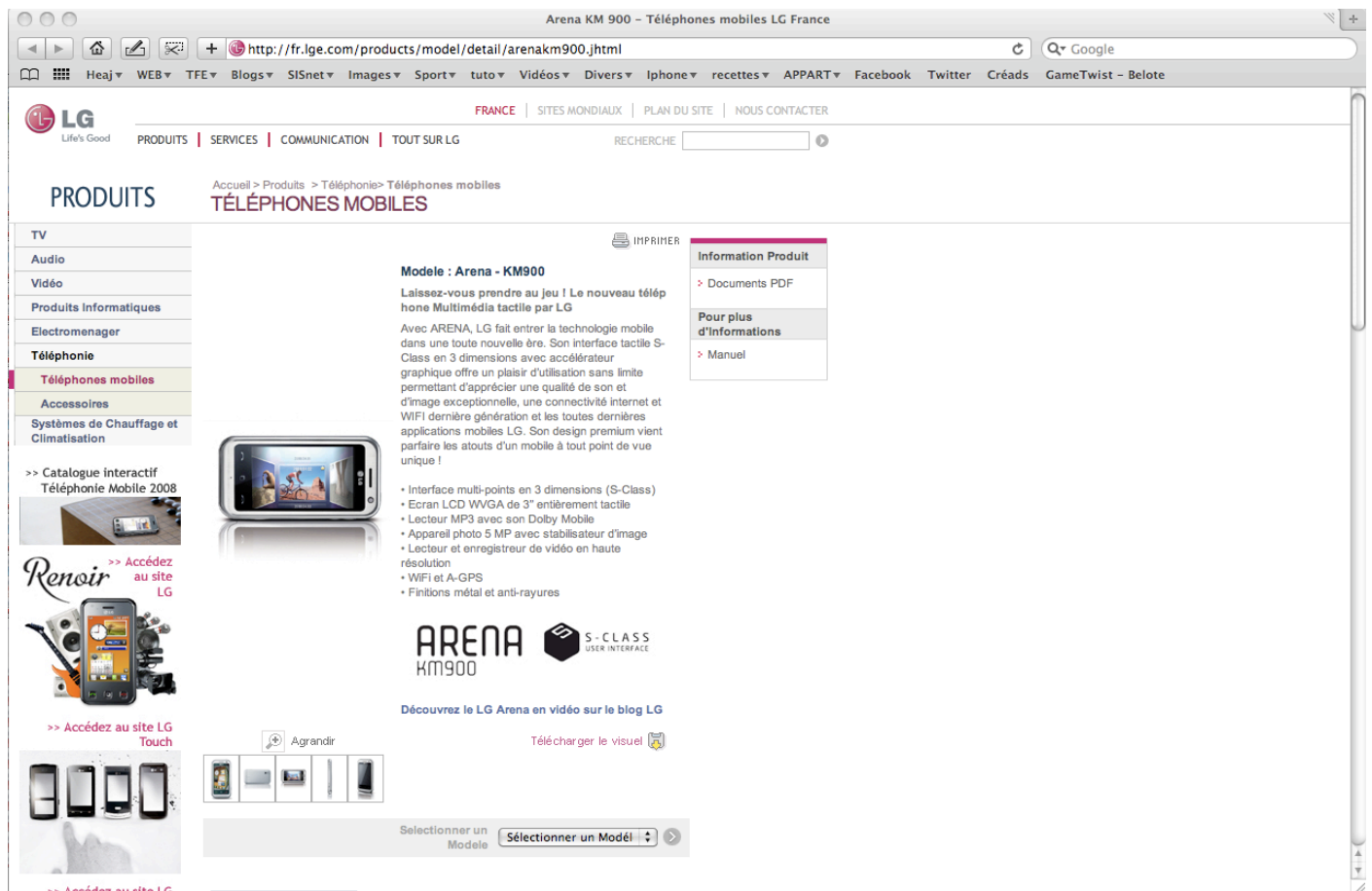
Maxime : Pour ma part, mon envie est, tout d'abord, de créer un site employant plusieurs médias différents tout en réalisant ceux-ci nous même, et de développer l'identité visuelle d'une marque fictive de fond en comble.

3. Positionnement du projet par rapport aux projets de même ordre déjà existants

Pour la promotion de l'eCom, nous avons effectué des recherches sur des sites de téléphone portable, de smart phone,... Nous nous sommes rendu compte de la pauvreté d'originalité et d'interactivité dans les différentes techniques de promotions des produits dans 90% des cas.

Exemple :

<http://fr.lge.com/products/model/detail/arenakm900.jhtml#>



<http://www.sagem.com/mobiles/index.php?id=05&prod=285>

Sagem Mobiles (filiale du groupe SAFRAN) est un acteur majeur du marché des télécommunications mobiles.

http://www.sagem.com/mobiles/index.php?id=05&prod=285

France

Sagem Mobiles
Groupe SAFRAN

Contact | English

SAGEM MOBILES | TELEPHONES MOBILES | BOUTIQUE | SUPPORT | PRESSE | CARRIERES |

my700 : (my730c)

Produits

- ☐ Telephones Mobiles
 - Tous les modèles
 - Gamme complète
- ☐ Accessoires
- ☐ Network Engineering Mobiles
- ☐ Passerelle téléphonique GSM

Club

- ☐ Planetsagem

Boutique

- ☐ sagem-online

Support

- ☐ FAQ-SAV
- ☐ Lexique

Modern and discrete design

my730C

Travailler oui, s'amuser aussi !

Design sobre & moderne
Offre multimédia complète
Appareil photo & caméra : 2 Mégapixels et VGA pour la visiophonie
TV sur mobile haute qualité
Profil Bluetooth® A2DP
Limits / Edge tri-bande
Clavier innovant et attractif
Coque métallique
Acier brossé et "Soft touch"

FAQ-SAV

Tous les services multimédia à portée de main :
Baladeur MP3
TV sur mobile haute définition, visiophonie...
Mémoire haute capacité

en savoir +

Visualiser

vues 1 2 3 4 5

couleurs

Télécharger

Get Adobe Reader Livret Utilisateur

Gamme complète Les accessoires choisir...

© 2007-2008 Sagem Mobiles | Tous droits réservés | Environnement | Mentions légales

Ou encore :

<http://www.sonyericsson.com/cws/products/mobilephones/overview/satio?lc=fr&cc=fr#a>

<http://www.nokia.be/decouvrez-les-appareils/tous-les-appareils/nokia-e90-communicator/specifications-techniques>

C'est pourquoi nous avons décidé de nous lancer dans un projet plus innovant, plus intéressant, plus vendeur, plus attractif, plus séduisant que ce qui existe majoritairement à l'heure actuelle.

4. Origines des contenus (sources, crédits)

L'ensemble du site a été réalisé pas nos soins. Nous avons imaginé l'idée de promotionner ce produit. Nous avons réalisé ce produit matériellement. Nous avons réalisé, tourné et monté le film promotionnel et l'avons intégré dans le site. Les effets spéciaux, l'interactivité, l'interface, l'ensemble du contenu est totalement tiré de notre imagination.

Seule la musique du film n'est pas de nous, nous l'employons avec l'accord de M. Hambersin:

« Venice Gold Heist » - John Powell – 4 min 41 sec
Seulement 3 min 40 sont utilisées dans notre métrage.

5. Liste des fonctionnalités et argumentations

La fonctionnalité principale de notre projet est l'emploi de l'eCom durant le film. L'utilisateur se sert du téléphone portable pour progresser dans le scénario, ce qui va permettre à celui-ci de découvrir les fonctionnalités du téléphone portable en situation réelle.

Une autre des fonctionnalités de notre site est la possibilité de naviguer entre les différentes séquences de film assez aisément grâce à une barre de progression située en bas de la zone de vidéo. Celle-ci perd sa transparence lorsqu'on la survole.



De plus, l'internaute aura accès à un concours à la fin des séquences. En effet, notre film se termine brusquement avant que la fin ne soit connue. L'internaute aura donc, à ce moment, la possibilité de remporter le nouvel eCom en imaginant une fin originale et en nous l'envoyant par le biais d'un petit formulaire prévu à cet effet.

Ensuite, une fiche technique reprenant toutes les propriétés de notre appareil mobile est accessible. Cette page contiendra une liste exhaustive des fonctionnalités du téléphone portable et les décrira plus en détail. Finalement, un plan du site est disponible à tout moment.

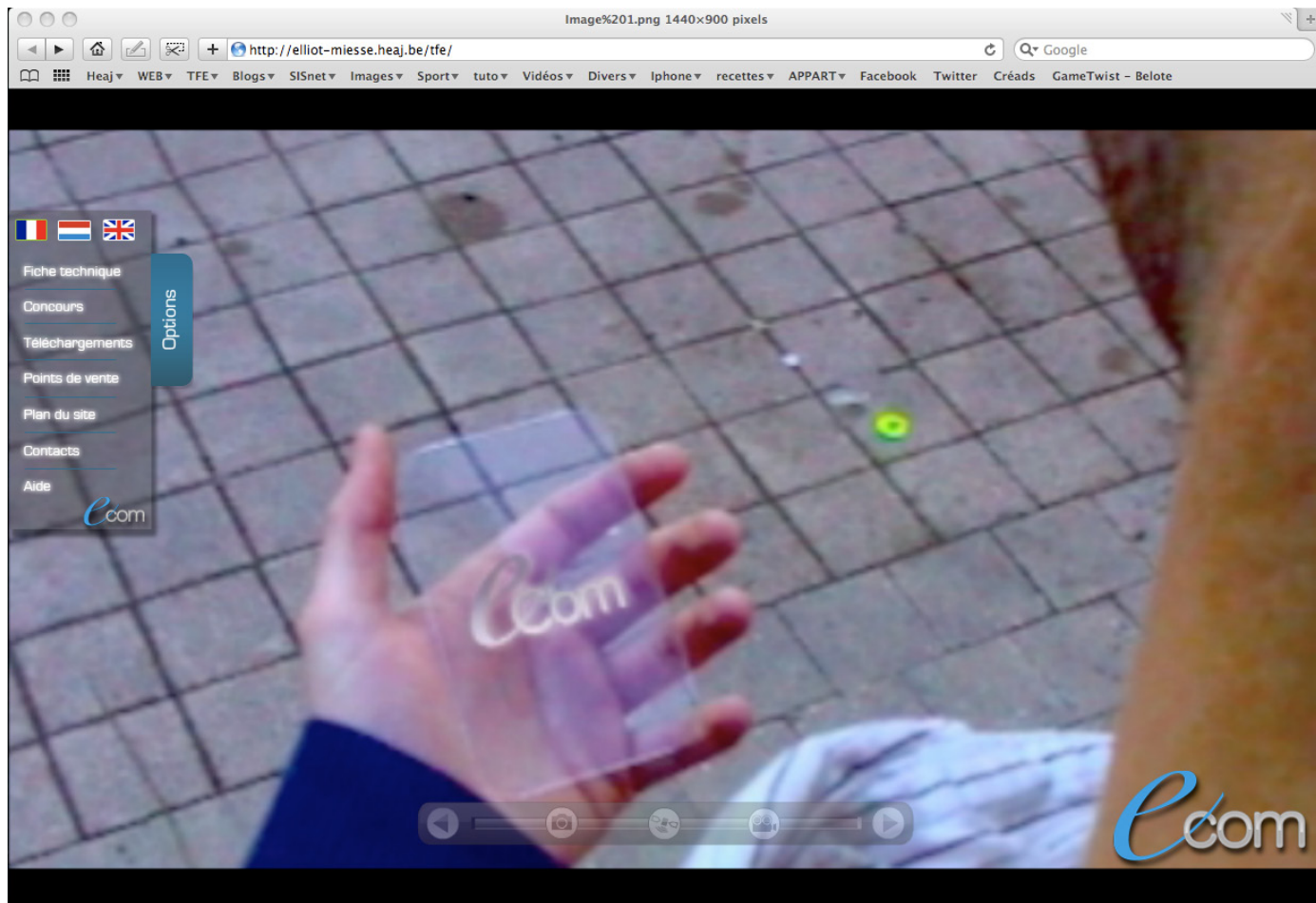
Celui-ci est assez simple à comprendre puisque notre site a été conçu de tel manière à ce que le visiteur aie accès aux informations principales le plus rapidement et le plus facilement possible. Comme dit précédemment, la visite du site se fera au moyen d'un court métrage avec un scénario bien ficelé.

Nous avons opté pour un scénario intrigant et haletant, qui sort l'internaute de son quotidien peut être un peu trop monotone.

L'internaute découvrira le téléphone au moyen de l'histoire et non au moyen d'une simple promotion remplie de blocs de texte.

Seulement les fonctionnalités du téléphone permettront d'avancer dans l'histoire ce qui amènera l'internaute à utiliser l'eCom.

En somme, nous voulons que l'internaute soit plongé dans l'univers que nous avons créé et ainsi qu'il soit captivé pour découvrir l'entièreté du site et les fonctionnalités du téléphone.



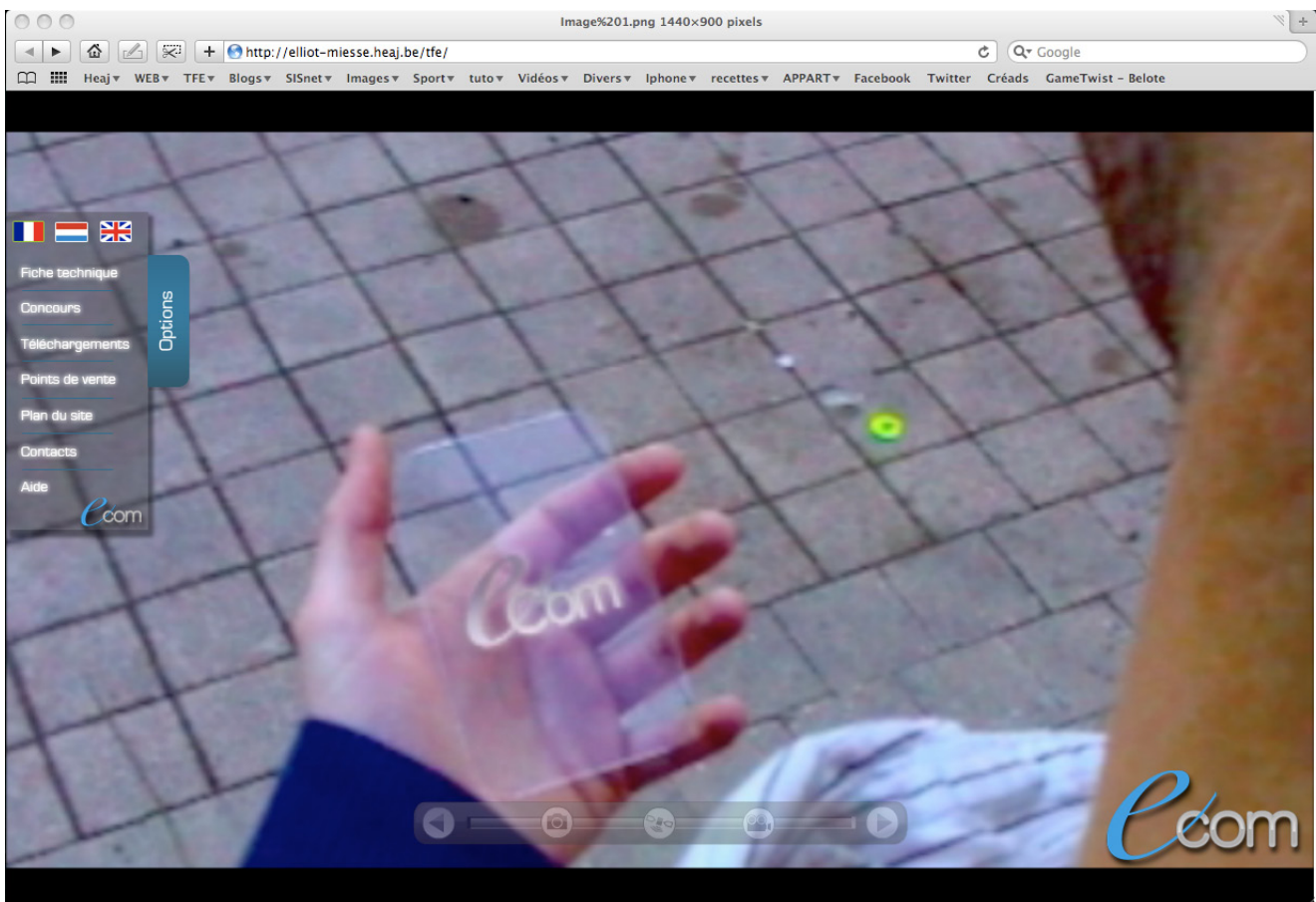
La navigation se fait de différentes manières.

Quand l'utilisateur arrive dans la home page du site, il a le choix entre : lancer la vidéo de présentation, participer au concours, se renseigner sur les différents points de vente, accéder à la fiche technique, aller à la page téléchargements.

Pour faire un bon film, un scénario bien réfléchi fut nécessaire. Nous avons tourné le film en qualité DV, l'avons monté sur iMovie et transformé dans Adobe After Effects. Le site est composé d'HTML/CSS pour l'intégration dans les différentes pages, d'action script 3 et de PHP pour le formulaire du concours.

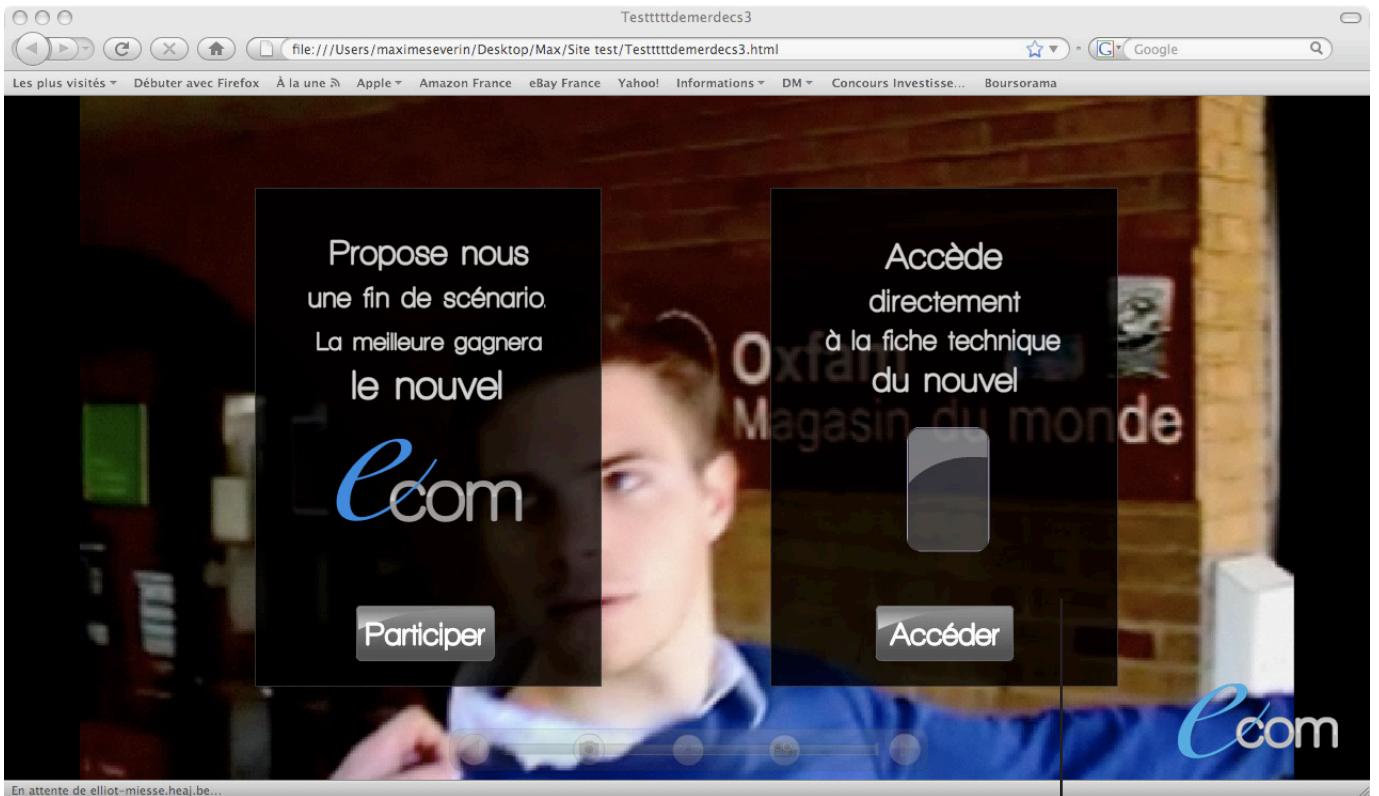
7. Principe de mise en page et choix graphiques :

Affichage et structures visuelles des pages/écrans.

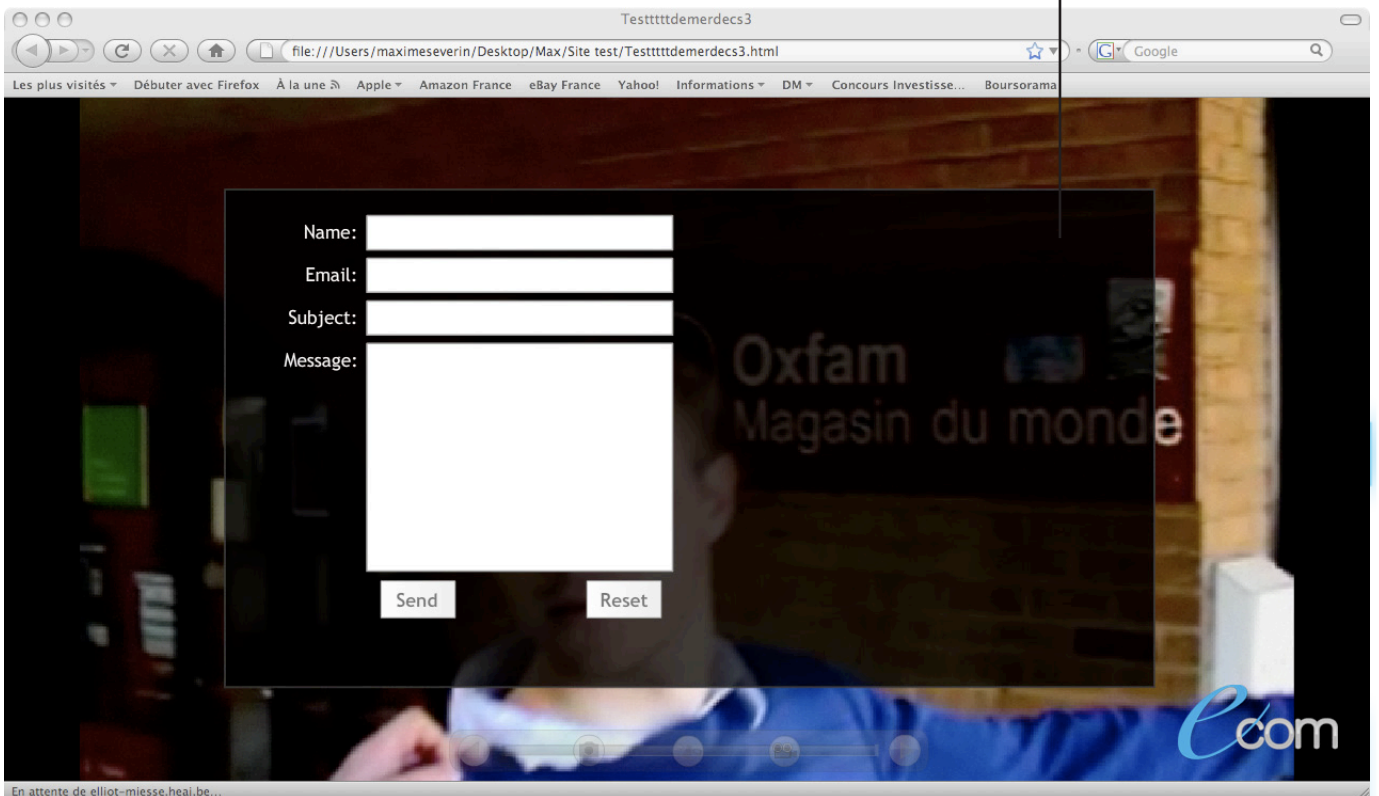


Au lancement du film de présentation, un onglet apparaît sur la gauche, quand on l'actionne, une liste d'options apparaît sur un cadre en opacité réduite pour continuer à regarder le Film.

Une barre de navigation se trouve en opacité réduite au centre en bas de l'écran qui permet de naviguer de scène en scène.



#000000 avec opacité réduite de 20%



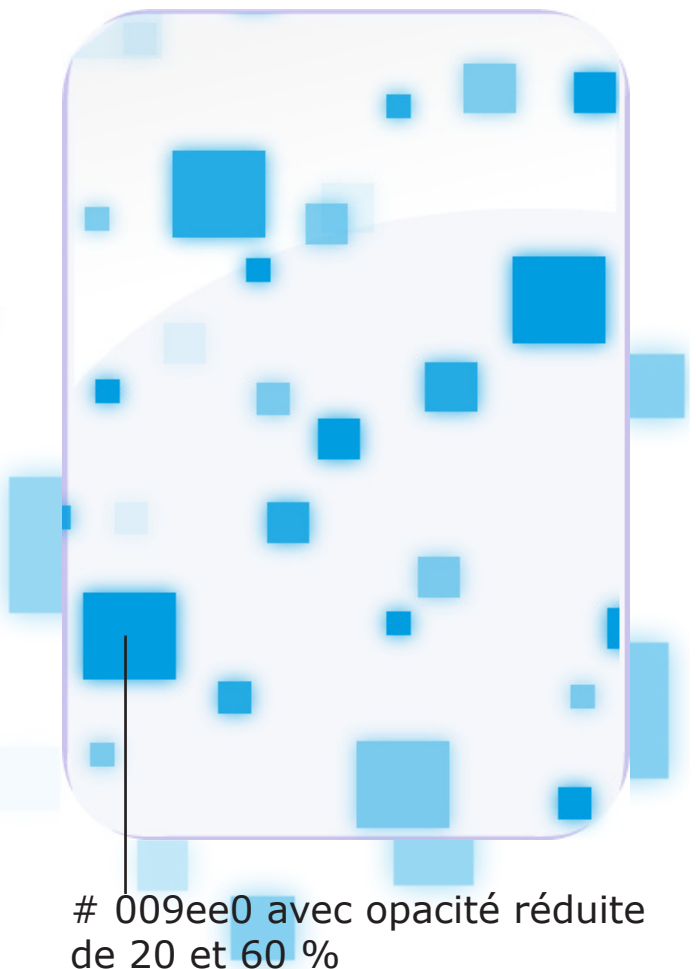
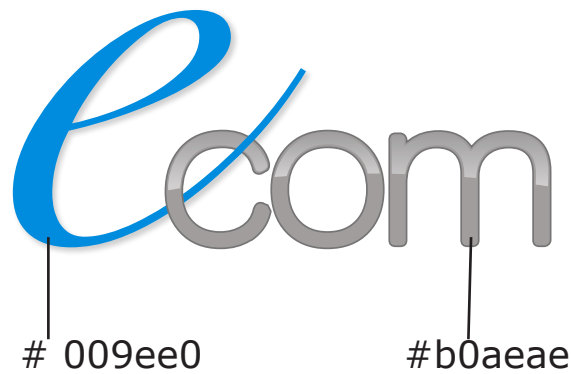
(version non finale du formulaire)

A la fin du film, deux panneaux apparaissent en opacité réduite permettant à l'utilisateur d'accéder au concours ou à la fiche technique de l'eCom.

Ces icônes représentent les différentes fonctionnalités de l'eCom proposées dans le site qui sont interactives. (ici Photo, GPS, Vidéo)



Opacité réduite de 25 % sans survol et passe à 85% au survol



Choix typographiques

«Walkway Rounded» : Employé pour la quasi totalité du site, cette police est simple, sobre et efficace.

«Eurostile» : Employé pour le Menu des options de l'interface du site. Cette police est claire et lisible.

«*Savoie Let*» & «Walkway Rounded» : Employées pour le Logo. La police «Savoie LET» ajoute du dynamisme dans le logo.

8. Justification de l'approche graphique

Pour une expérience optimale du téléphone, nous avons décidé de créer un court-métrage avec de l'interactivité. Pour cela nous avons opté pour une mise en page plein écran dans le navigateur web.

Une barre de navigation permettra à l'utilisateur de passer de scène en scène en cliquant sur les icônes proposées.

En imaginant le concept novateur de ce téléphone et du site, nous étions persuadés qu'il fallait créer une interface futuriste et design à la fois pour l'interface du site et pour celle du téléphone. (voir page précédente)

Néanmoins une surcharge d'éléments sur l'interface du site n'aurait pas été judicieux et aurait sorti l'utilisateur de l'univers dans lequel nous voulons le plonger. Les éléments présents sont discrets mais indispensables dans la navigation du site.

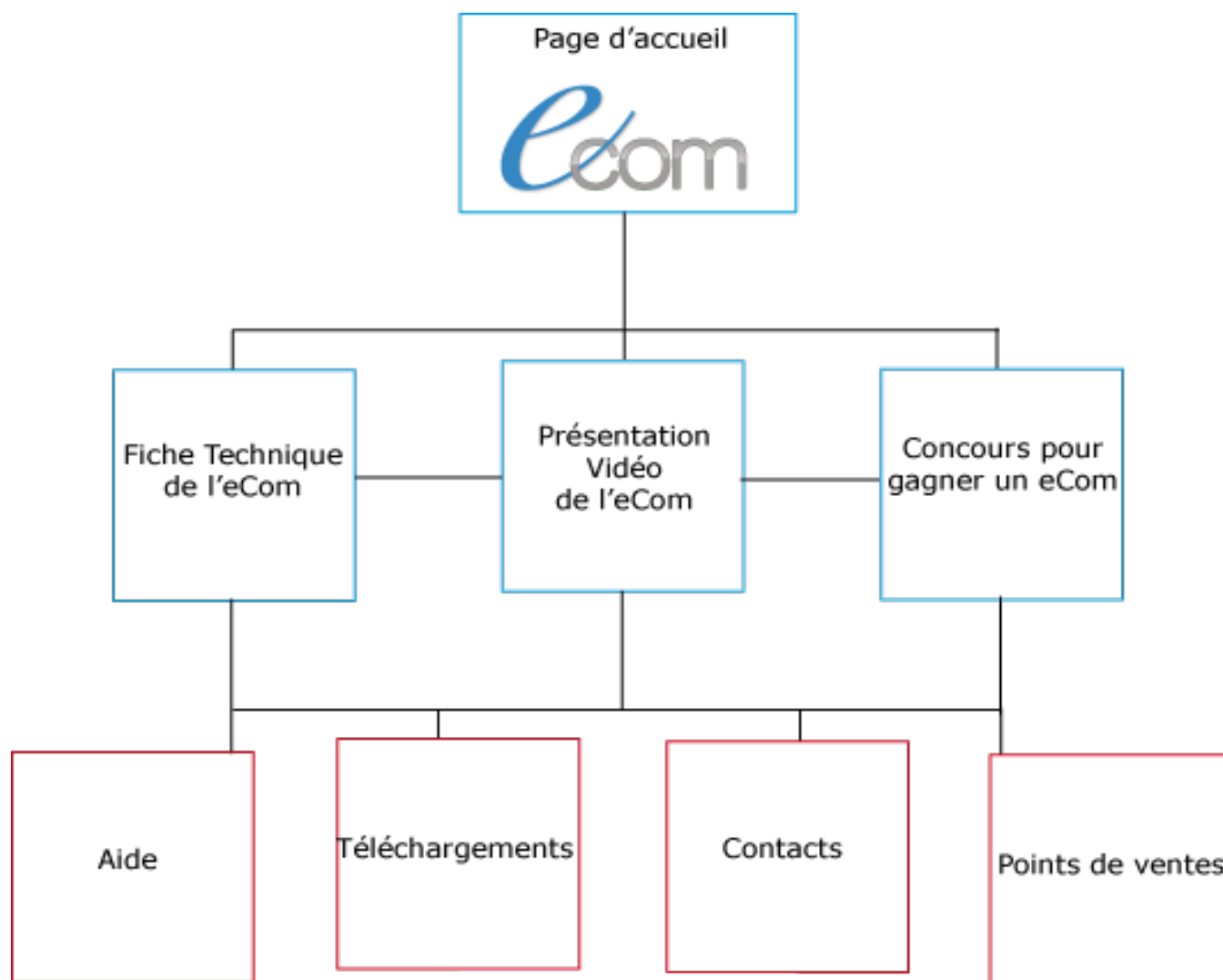
L'emploi d'animation en Action Script 3 permet au site d'être plus dynamique et rend le tout plus vivant.

Afin que la vidéo garde sa place d'élément principal, les divers outils du site ne sont visibles que lorsque l'utilisateur les sollicite.

Au niveau de la vidéo, nous avons renforcé les contrastes, les couleurs et avons surexposé l'image afin d'avoir une ambiance particulière pour le film.

L'interface du téléphone est constituée d'un environnement avec un aspect de trois dimensions futuriste ce qui rend sa navigation plus agréable et plus adéquate en fonction de ces capacités.

9. Schéma d'arborescence



Page développée



Page non développée

Toutes les pages sont joignables entre elles

10. Devis estimatif

Conception de projet : 6h

Réalisation du scénario : 8h

Tournage : 28h

Montage : 12h

Effet Spéciaux : 14h

Réalisation graphique des interfaces : 4h

Réalisation du logo : 2h

Programmation du site : 14h

Réalisation des séquence Interactive : 8h

Formulaire PHP : 4h

Soit un total de 100h (à 70 EUR/h) : 7000 Euros

A ajouter :

Payements des acteurs : 1400 euros par personnes soit 4200 euros au total

Location matériel : Caméra DV Sony : 50 euros par jours soit 175 euros au

Frais de Déplacement : 250 euros

Total : 11 625 euros



11. Note personnelle relative au développement du projet.

Ce projet hors du commun nous à permis de nous intéresser et nous perfectionné dans des techniques jusqu'ici peu employées.

En effet nous pensons que l'emploi de vidéo dans le web est ce qui ce fait de mieux dans un site promotionnel.

Pour ce faire nous avons donc créer respectivement :

La conception du projet : Maxime et Elliot

Le scénario : Maxime et Elliot

Le Film :

- Repérage : Maxime et Elliot
- Réalisation : Elliot
- Mise en scène : Elliot
- Rôle du « Pervers » : Maxime
- Montage iMovie : Elliot
- Effets Spéciaux iMovie : Elliot
- Effets Spéciaux Adobe After Effects : Elliot

Le Site :

- Développement AS3 : Maxime
- Développement PHP : Maxime
- Design Interface : Maxime et Elliot
- Logo : Maxime
- Développement HTML / CSS : Elliot

Remerciements :

Jérôme Vandewatère : rôle du héros

Audrey Steyls : rôle de l'héroïne

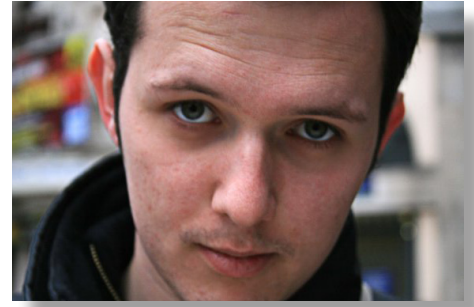
Mariette Detroyer : Gare de Genval

Nos Promoteurs : Michel Wathieu, Mathieu Bazelaire

François Bourgaux

Curriculum Vitae

Nom : Miesse
Prénom : Elliot
Date de naissance : 9 février 1983
Lieu de naissance : Braine L'Alleud
Adresse : 11, rue du Blanc-try 1301 BIERGES
Téléphone : (+32)485 73 35 72
E-Mail : elliotmiesse@gmail.com
Site Web : <http://elliot-miesse.heaj.be/>
Nationalité : Belge
Etat civil : Célibataire
Permis de conduire : B
Motorisé: Oui



Etudes et stages :

2000-2002: Etudes en Comptabilité,
Institut de la Providence, Wavre, Belgique

2001-2002: Formation d'agent d'éducation,
St Ursule, Namur, Belgique

2002-2004: Faculté de Psychologie
UCL, Louvain-la-Neuve, Belgique

2005-...: Baccalauréat en Infographie,
Haute Ecole Albert Jacquard, Namur, Belgique

Expérience de travail:

Période de stage:

1 mois de travaux social: La Maison familiale du soleil levant, Braine L'alleud, Belgique

1 mois de travaux social: Les Moineaux 2, Wavre, Belgique

1 mois de travaux social: CETH La Cognee, Louvain-la-Neuve, Belgique

3 mois de stage Infographie : SISnet, Louvain La Neuve, Belgique

Job étudiant:

Employé dans un magasin de chaussures:

Ferran-Miesse SPRL, Bruxelles, Belgique
Ferran-Miesse SPRL, Waterloo, Belgique

Employé par un entrepreneur en bâtiment:

Guy Miesse

Qualités personnelles et compétences:

Langue maternelle: Français

Autre langage : Anglais : Bon
Neerlandais : notions
LPC : excellent (langage parlé completé)
(Personne à déficience auditive)

Connaissances: HTML/CSS: Excellent
Action Script 2 et 3: Notions
PHP: Notions

Programmes: Adobe Photoshop, Adobe Acrobat pro,
Adobe Flash, Adobe Illustrator,
Adobe Dreamweaver, Adobe Indesign,
Adobe After Effects, Adobe Lightroom,
Mocha for After Effects CS4, Aperture,
iMovie, iDVD, QuickTime Pro,
Microsoft Word, Wordpress, Joomla, Mamp.

Systèmes d'exploitation: Mac OS 9 à 10.5.7 : excellent
Microsoft Windows de 98 à Vista : excellent

Autre: Photographie, Montage Vidéo,
Scénarisation, etc.

Qualités sociales et compétences:

Bon contact avec autrui
Polyvalent, bonne capacité d'adaptation
Bon sens de l'organisation et des responsabilités, sens de l'initiative, travailleur,