

DOSSIER DE CONCEPTION

Florine Crépin
Sullyvan Labelle
Manon Lecante
Coraline Jeanney
Adrien Lemoine

SOMMAIRE

- 3 • INTRODUCTION
- 4 • CONCEPT
- 5 • PROBLÉMATIQUE
- 7 • CARTE DES EMPATHIES
- 8 • INSPIRATIONS USAGES UX
- 11 • INSPIRATIONS UI DESIGN
- 12 • FONCTIONNALITÉS
- 13 • FICHE COUTUMES
- 14 • FICHE CULTURE
- 15 • CHARTE GRAPHIQUE
- 16 • COLORIMÉTRIE
- 17 • LOGOTYPE
- 20 • DESIGN SYSTEM

INTRODUCTION

Dans le cadre d'un projet collaboratif entre les étudiants de PSVA et de l'ICAN, nous travaillons sur le thème du tourisme numérique. Nous avons choisi de nous orienter vers le tourisme responsable, et de développer le thème du savoir-vivre au sein du tourisme numérique.

Définition savoir-vivre : Le savoir-vivre est un savoir-faire relationnel, façon de savoir comment se comporter, trouver la conduite appropriée à l'emploi considéré, c'est-à-dire adopter les comportements et attitudes attendus dans un contexte social et culturel donnée et à interagir convenablement avec les autres personnes présentes.

C'est sur cette notion que nous allons nous concentrer pour ce projet. Nous souhaitons proposer un outil aux voyageurs, qui pourront apprendre les règles de civilité et de politesse des pays qu'ils visitent, afin de s'adapter à celles-ci et de profiter pleinement de leur voyage, en accord avec la culture et les us et coutumes.

CONCEPT

Conseils et pratiques de savoir-vivre à l'étranger

1 • Le coeur de notre concept est d'informer sur les us et coutumes d'un pays que l'on visite afin de pouvoir s'adapter à ce pays, en respectant le lieu et ses habitants. Le but étant de profiter pleinement de son voyage, des expériences locales, en accord avec les locaux et leur traditions.

2 • Notre objectif principal est d'informer les touristes sur les moeurs et la culture du pays qu'ils visitent.

3 • L'usage de cette application est destinée aux personnes qui voyagent ou qui vont se rendre dans un autre pays. L'application a vocation à être utilisée sur place, pour compléter l'expérience du voyageur sur le vif, mais peut également être utilisée avant de partir en voyage, pour se renseigner et se préparer à l'avance.

4 • Le format que nous avons choisi est une application mobile car c'est le support le plus adapté pour des voyageurs itinérants qui seront amenés à l'utiliser sur place. C'est un support aussi pratique à consulter chez soi que sur place à l'étranger, pour consulter les coutumes dans un restaurant par exemple. C'est aussi pratique car on peut le consulter offline et télécharger des fiches pratiques directement sur son téléphone.

PROBLÉMATIQUE

**Comment profiter pleinement
de mon voyage en adaptant mon savoir-vivre
au pays que je visite ?**

**Comment mieux comprendre la façon
de vivre des habitants d'un pays ?**

Proto personas :

- 1** • “Je souhaite apprendre les moeurs et coutumes d'un pays qui m'intéresse”.
- 2** • “Si je me comporte bien avec les habitants j'aurai de meilleurs relations avec eux et je n'aurai que de bons souvenirs”.
- 3** • “Mieux comprendre la façon de vivre des habitants, c'est mieux comprendre l'histoire du pays”.

Coeur de cible

Notre coeur de cible sont les voyageurs au profil « globes-trotters » voire les étudiants en échange à l'étranger pour une longue durée.

Notre âge de cible est 20-30 ans, au profil curieux, ouvert d'esprit, passionné de voyage et de dépaysement. Nous avons choisi ce coeur de cible car c'est le plus à même de partir à l'étranger régulièrement, à la recherche d'une expérience de vie, et de faire cet effort d'intégration et d'immersion dans le pays choisi.

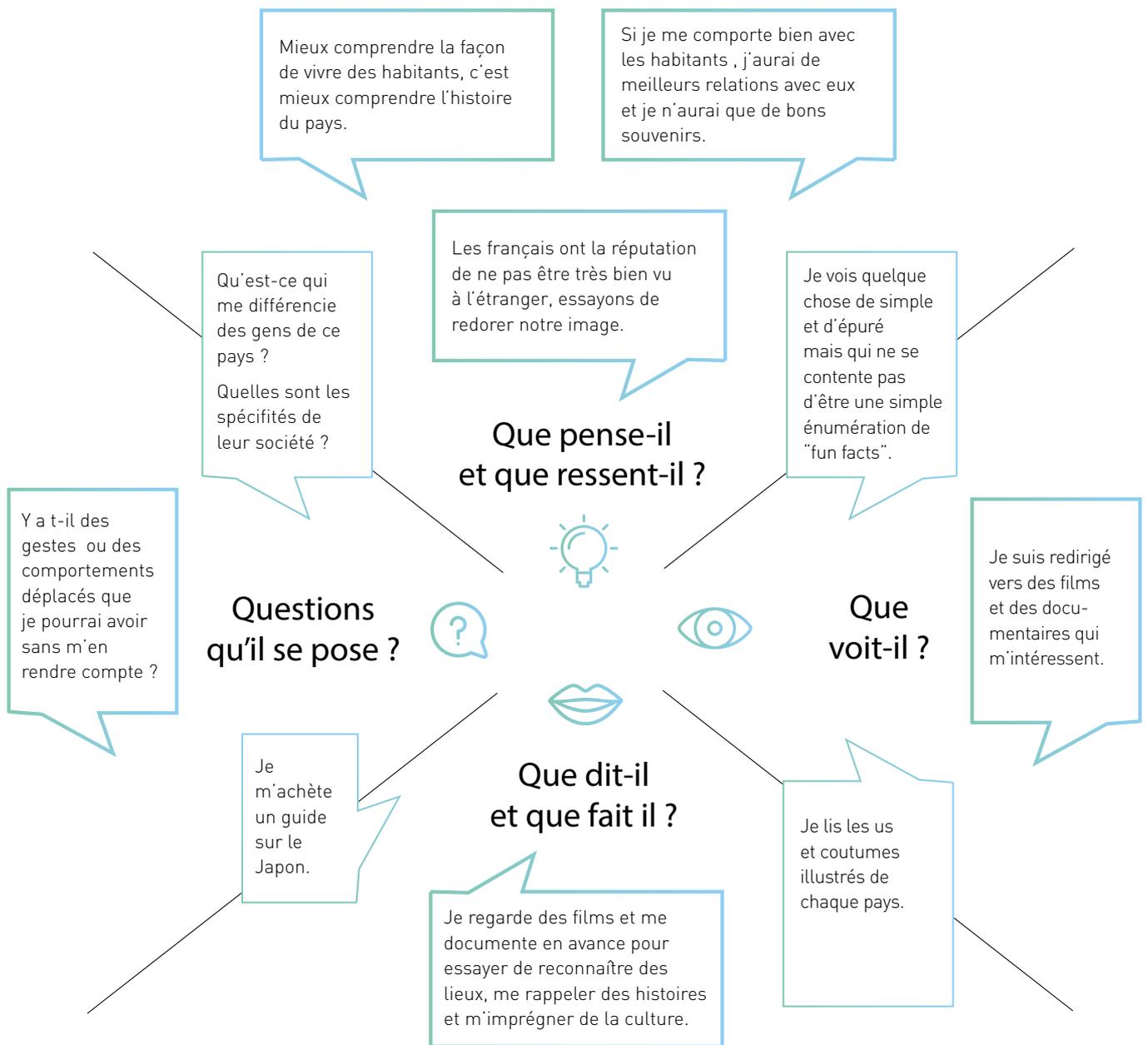
Naming : Manners

Le naming est "Manners" dont la traduction littérale signifie les moeurs et manières d'un pays, qui est le coeur de notre concept. La simplicité de ce naming permet de ne laisser aucun doute quant au thème de nos application.

Baseline : A better attitude for a better trip

La base-line vient compléter le concept en s'associant au logo. Elle explique la notion d'attitude et de comportement qui fera en sorte que le voyage sera meilleur grâce à nos conseils. Elle sera utilisée notamment sur tous les supports de communication pour promouvoir l'application.

CARTE DES EMPATHIES



Grégoire, 24 ans,

Je vais partir au Japon dans 2 semaines, un voyage dont je rêve depuis des années, et je voudrais vivre à fond cette expérience et m'intégrer à la culture et aux moeurs de ce pays.

INSPIRATIONS USAGES UX



1 • Secret de Paris

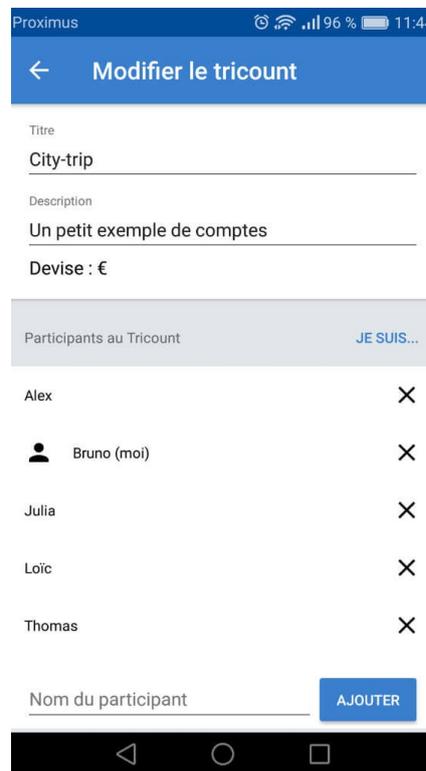
Son service propose de découvrir chaque jour une anecdote insolite d'un lieu sur Paris sous forme de fiche.

Chacune de ses fiches est composée d'une photo, d'un titre et d'une description du secret.

Une fiche peut alors être ajoutée dans les favoris afin d'être conservée dans une liste de secrets favoris.

Le système de fiches et de favoris nous a inspiré dans notre démarche. Nous souhaitons le compléter avec la possibilité de télécharger les fiches et de les partager directement sous forme d'images/liens vers l'application.

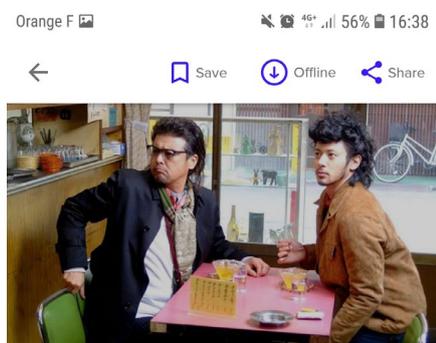
INSPIRATIONS USAGES UX



2 • Tricont

Son interface divisée en 2 onglets se complétant dans un Header, "Dépenses" et "Équilibres", nous a intéressé. Cela nous évite de passer par un Footer et ainsi gagner de l'espace pour afficher nos différentes rubriques.

INSPIRATIONS USAGE UX

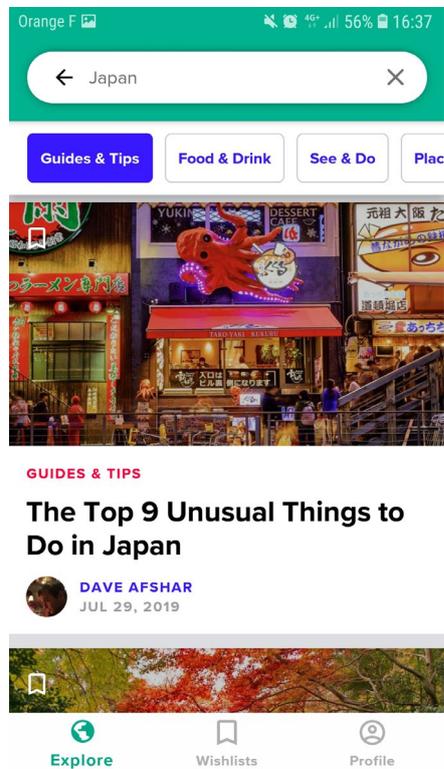


12 Films to Make You Fall in Love With Tokyo



RAINER MESLI
JUL 23, 2019

Described by writer Angela Carter as “...probably the most non-boring city in the world”, Tokyo has provided fertile ground for film-makers for



GUIDES & TIPS

The Top 9 Unusual Things to Do in Japan



DAVE AFSHAR
JUL 29, 2019

3 • Culture Trip

Cette application/site web entièrement en anglais propose un recueil d'articles gravitants autour d'un pays. Tous les articles sont regroupés en rubriques (Guides & Tips, Food & Drink, Film & TV, ...). Cette application propose un contenu riche et présente un pays sous un prisme Blog/journalistique.

Nous avons préféré nous concentrer sur un format plus condensé pour la partie coutumes. En revanche, le format de présentation avec une grande place laissée à la photo d'illustration nous a beaucoup plu. De même la possibilité de télécharger les articles en Off-Line est un usage auquel nous avons déjà pensé.

FONCTIONNALITÉS



L'application est divisée en deux catégories : une partie **culture** et une partie **coutumes**. L'utilisateur peut facilement switcher d'une partie à l'autre .

Partie coutume est divisée en 5 catégories :

- Avec les habitants
- En visite
- À Table !
- En sortie
- En transport

Chacune de ces catégories proposent une liste de fiches.

Partie culture est divisée en 5 catégories :

- Histoire
- Politique
- Religion
- Alimentation
- Technologies

De même, chacune de ces catégories proposent une liste de fiches décrivant une partie de la rubrique. Dans chaque fiche, le lecteur pourra retrouver des redirections vers d'autres fiches de cette même rubrique.



- Enregistrer
- Télécharger
- Partager
- Suivre l'évolution de sa lecture grâce aux barres de progression de chaque rubrique.

FICHE COUTUMES

Voici un exemple de contenu d'une fiche coutumes détaillée.
Chemin d'accès à la fiche détaillée sur "l'art des baguettes" :

Japon → Coutumes → À table → Art des baguettes

Disposition des baguettes :

Les baguettes doivent être posées horizontalement devant vous et orientées à gauche (la pointe à gauche) quand vous marquez une pause ou vous avez fini votre repas.

Toucher c'est manger :

Ce que vous prenez, vous devez le manger, vous ne le remettez pas à sa place après avoir changé d'avis. C'est un geste très malpoli.

Ne pas planter ses baguettes :

Planter ses baguettes verticalement dans un bol de riz fait parti d'un rituel funéraire représentant le dernier repas du défunt et les baguettes représentant le lien vers le ciel.

Hésiter avec ses baguettes :

Devant de nombreux choix, vous hésitez à choisir et laissez balader vos baguettes au-dessus des plats sans les toucher. C'est un geste à proscrire également car vous gênez pendant ce temps les autres convives de se servir. Décidez-vous en silence avant de prendre vos baguettes.

Ne plantez pas vos aliments :

Ne plantez pas vos baguettes dans vos aliments, ce geste est très mal vu, ce ne sont pas des brochettes.

Pas d'échange avec les baguettes :

Ne pas échanger les aliments entre deux paires de baguettes. Lorsque vous voulez faire goûter ce que vous mangez à une autre personne, celle-ci se doit de vous tendre une petite assiette pour recevoir vos aliments. Cela est très mal vu car il s'agit d'un autre rythme funéraire.

Tenir ses baguettes avec sa bouche :

Ne pas tenir vos baguettes dans votre bouche pour libérer vos deux mains. Au repos, les baguettes sont toujours posées devant vous horizontalement avec la pointe orientée à gauche.

Attirer les plats :

N'utilisez pas vos baguettes pour ramener les plats vers vous. Utilisez vos mains pour cela.

Pointer quelqu'un avec ses baguettes :

Il ne faut pas pointer une personne avec ses baguettes pendant une conversation ou s'en servir pour se curer les dents.

FICHE CULTURE

Voici un exemple de contenu d'une fiche culture détaillée.

Chemin d'accès à la fiche détaillée sur "le Shintoïsme" :

Page culture → Religion → Shintoïsme

Vidéos :

https://www.youtube.com/watch?v=i4kRj3zszs_g visite guidée d'un sanctuaire shinto

<https://www.youtube.com/watch?v=swilGDVs704> Le shinto la voie des dieux

<https://www.youtube.com/watch?v=5PsNjG5CTgU> (eng) Nature gods and Man in japan

<https://www.youtube.com/watch?v=nccRTm6hnug> (eng) Shinto shrine

<https://www.youtube.com/watch?v=oENWRlOnkqc> le shintoïsme pour les nuls

<https://www.youtube.com/watch?v=5EFY5f59otE> pretre shintoïste

Son origine :

Le shintoïsme remonte au fond des âges, et il s'apparente plutôt aux religions animistes des anciennes populations sibériennes. Rares sont les mouvements d'inspiration philosophique ou religieuse qui soient aussi nettement et exclusivement rattachés à un peuple que le shinto.

Les kamis :

Son origine remonte au fond des âges, et il s'apparente plutôt aux religions animistes des anciennes populations sibériennes. Rares sont les mouvements d'inspiration philosophique ou religieuse qui soient aussi nettement et exclusivement rattachés à un peuple que le shinto.

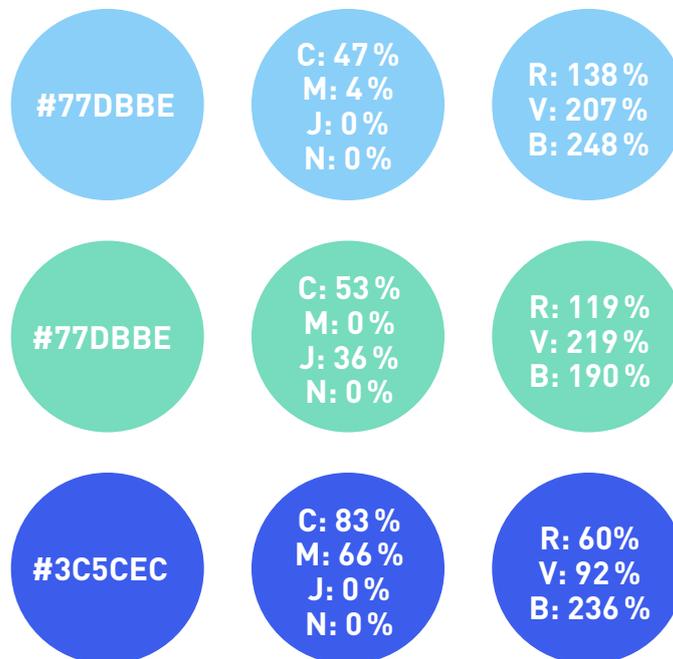
Le shinto considère comme divins aussi bien des forces de la nature que des animaux ou des hommes célèbres. Ces divinités s'appellent « kami » en japonais. Ainsi « shinto » est littéralement la « voie des divinités ». La plus importante divinité est le soleil qui, entre autres vertus, protège contre les invasions. On peut donc dire que le drapeau du Japon est un symbole shinto. Le nom du pays lui-même, Nippon, s'écrit avec deux caractères chinois : « ni », « soleil » et « pan », « racine » d'où la traduction d'Empire du Soleil Levant. Cependant le soleil n'a pas un rôle hiérarchique parmi les divinités shinto : chacune a sa place. Les kami inspirent le plus souvent une crainte respectueuse. On trouve parmi eux des montagnes, des animaux comme le tigre, le serpent ou le loup ; et l'empereur lui-même. Il y aurait huit cent millions de kami et le Japon a pour surnom Shinkoku, « le pays des divinités ».

Le shinto ne connaît pas de Dieu suprême et le ciel, contrairement aux croyances chinoises, n'est pas une divinité mais le séjour des kami. Les kami sont supposés intrinsèquement bons mais on trouve de nombreuses exceptions. On prie les kami en diverses occasions : pour obtenir la pluie ou de bonnes récoltes, pour le couronnement de l'empereur etc...

CHARTE GRAPHIQUE

La charte graphique comprend les recommandations d'utilisation du logotype et les caractéristiques des différents éléments graphiques de l'application mobile.

COLORIMÉTRIE



Nos couleurs correspondent aux valeurs que nous souhaitons mettre en avant :

Le **vert** correspond à la connaissance et au savoir qui illustre le fait que notre application est un vecteur de savoir.

Le **bleu** correspond à l'horizon et au rêve, des notions étroitement liées au voyage.

LOGOTYPE DESIGN - WEB

CHARTE GRAPHIQUE

SIGNIFICATION ET TYPOGRAPHIE

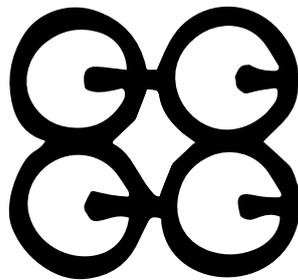


Typographie :

Mandali bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNOPQRSTUVWXYZ
1234567890[]“”{ }@#÷...∞?./+`

La Mandali est une typographie linéale claire et lisible même en petite taille et facile à identifier. Elle est ronde et en accord avec notre logo lui aussi arrondi.



Signification du logotype

Pour créer notre logotype, nous nous sommes inspirés d'un symbole Adinkra représentant **la connaissance et le savoir**. Les Adinkra sont des symboles visuels, (créés par les Akans du Ghana et les Baoulés qui ont historiquement migré du Ghana) qui représentent des concepts ou des aphorismes.

Nous avons décidé d'utiliser ce symbole comme base, et de le retravailler en l'associant à la notion de voyage représentée par quatre planètes afin d'illustrer nos 2 notions principales : le voyage et la connaissance.

Les quatre planètes intégrées dans le signe représentent les 4 faces du monde, et donc la diversité culturelle.

LOGOTYPE DESIGN - WEB

CHARTRE GRAPHIQUE

LOGO ET LIGNE



NUANCE DE GRIS
40% NOIR



NOIR ET BLANC
100% NOIR



EN COULEURS
100%



MONOCHROME
SUR FOND NOIR



POSITIF ET NÉGATIF
SUR IMAGE



BLANC SUR FOND
DE COULEUR

Le logotype peut s'utiliser de toutes ces manières sur différents supports et dans différents contextes. Sur l'application mobile, il pourra être utilisé en blanc sur fond de couleur et en couleur sur des supports print de papeterie par exemple.



Les lignes peuvent servir à séparer et à mettre en évidence des pavés de texte en dessous du logo Manners. Elle partira soit de la droite ou de la gauche. L'épaisseur de la ligne se situe toujours dans les valeurs « Fine ». Approximativement :

- 6 points pour un logo de hauteur 0,5 cm
- 2 points pour un logo de hauteur 1,5 cm

LOGOTYPE DESIGN - WEB

CHARTRE GRAPHIQUE

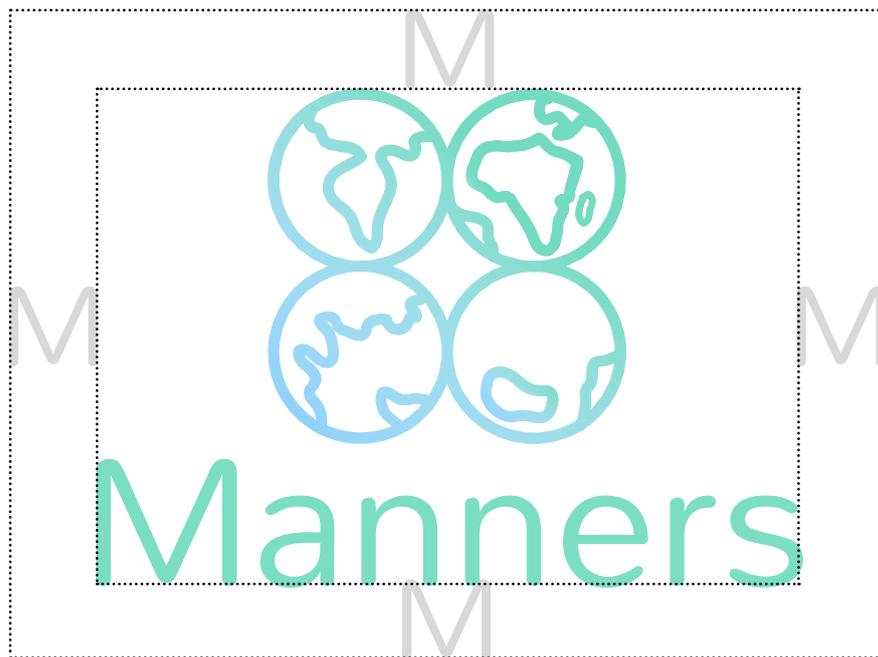
INTERDICTIONS ET DÉLIMITATION



Interdiction de changer de couleurs



Interdiction de déformer le logo



Zone de protection

Le logo Manners peut être disposé librement en respectant la zone de protection

DESIGN SYSTEM

Barre de recherche



Design rubriques



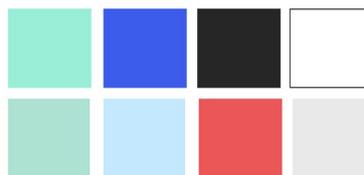
Design blocs



Pictogrammes



Colorimétrie



Typographies

Futura bold - 43 pt

Futura bold - 22 pt

Titre accueil
Titre du pays

Futura bold - 17 pt

Titre de la catégorie / page

Futura bold - 13 pt

Texte rubriques

Futura medium - 22 pt

Texte accueil

Futura medium - 13 pt

Texte menu burger

Roboto medium - 15 pt

Texte barre recherche

HELVETICA BOLD - 14 pt

Titre de fiche

Roboto regular - 12,5 pt

Texte courant

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Florine Crépin
Sullyvan Labelle
Manon Lecante
Coraline Jeanney
Adrien Lemoine