

DOSSIER DE CONCEPTION | WEBDOCUMENTAIRE
MON CHIEN, MON CHAT ET NOUS.

CAROLINE KLEIN • NICOLAS GALVEZ • OLIVIER BERLAND

Institut de la Communication et des Médias
Master Auviovisuel et Medias Numériques



TABLE DES MATIERES

I. L'ARTISAN	3
I. Steve Jarnney	3
II. Pourquoi lui ?	4
II. LE PROJET	5
I. Le concept	5
1.1. Implication de l'utilisateur	5
1.2. Navigation	6
1.3. Espace ludique	6
II. Elements à mettre en avant	7
III. Structure	7
2.1. Arborescence	8
2.2. Représentation visuelle dans l'espace	8
III. LA COMMANDE	10
V. REALISATION	11
I. Intentions de réalisation	11
II. Interfacage	13
2.1. Ecran d'accueil	13
2.2. Zone de discussion avec l'artisan	13
2.3. Zone de vente	15
2.4. Zone de toilettage	16
III. Dispositif technique	18
IV. Planning	18
VI. PRESENTATION DES AUTEURS	19
Caroline Klein	19
Nicolas Galvez	19
Olivier Berland	20
ANNEXES : LES PERSONNAS	21

I. STEVE JARNNEY

Steve Jarnney, titulaire d'un BTS Aménagement Paysagiste, ne se prédestinait pas au métier de toiletteur. S'il a toujours aimé les animaux, ce n'est qu'après sa rencontre avec son premier chien de race Shih Tzu qu'il a commencé à s'intéresser au toilettage canin.

Mais ce métier ne s'improvise pas. Profitant d'une période de chômage, Steve suit une **formation accélérée de trois mois** afin de pouvoir présenter son animal à divers concours canins. Il en remporte certains, et commence à pratiquer **le toilettage de manière professionnelle** à domicile.

Il est cependant obligé de prendre un emploi alimentaire dans une boulangerie pour subvenir à ses besoins, mais il n'abandonne pas l'idée de vivre du toilettage, et commence à chercher un local. Pas pressé et soucieux de trouver l'endroit idéal, Steve attend l'opportunité parfaite. **Cinq ans plus tard**, il fini par trouver et profite d'un licenciement économique pour se lancer.

Steve a donc ouvert, **il y a trois mois**, sa propre boutique de toilettage à Valence « **Mon chien, mon chat et moi** ». Il propose d'aller au delà de l'hygiène et de l'esthétique des animaux et de leur offrir un véritable espace de bien-être et de plaisir.

II. POURQUOI LUI ?

En premier lieu, son passage **vers ce type de métier est extrêmement récent** (il s'est en effet installé il y a trois mois). Il peut donc réagir « à chaud » à son changement d'activité et présenter un point de vue actuel sur le phénomène de reconversion dans notre société, en regard de sa propre expérience. De plus, les utilisateurs intéressés par une éventuelle reconversion veulent avoir **une vision du futur proche**, pas de la situation qu'ils auront peut-être dans plusieurs années.

Par ailleurs, il apporte une **nouvelle vision du métier**. Ayant exercé le toilettage à domicile, il considère la relation-client très importante et non négligeable. Dès lors, il laisse la possibilité aux clients de rester dans la boutique pour voir (à travers une vitre prévue à cet effet) leur animal de compagnie se faire bichonner. Selon lui, un commerce professionnel se doit d'instaurer la confiance avec les clients.

Il propose aussi dans sa boutique **une ambiance semblable à celle d'un salon de relaxation** pour les humains. Steve propose à la vente différents produits pour les animaux (produits d'hygiène, mobiliers, jouets, alimentation) mais aussi décoration d'intérieur (comme des cadres, miroirs, lampes, etc.) et soins (shampoings, parfums, etc.).

Steve développe son activité avec passion, démontrant sa volonté d'offrir un travail de qualité et d'innovation, tout en imposant sa propre « patte ».

I. LE CONCEPT

1.1. IMPLICATION DE L'UTILISATEUR

Le **concept principal** du webdocumentaire est de mettre en scène une journée à la fois de découverte du métier et de rencontre avec l'artisan. Le but est **d'immerger l'utilisateur** autant que possible et de restituer au mieux les sensations, l'environnement et les interactions pour **recréer une expérience réelle** et non virtuelle.

En ce qui concerne la perception de l'espace, **une grande importance sera accordée aux sons** (avec par exemple l'enregistrement en stéréo pour une restitution des bruits en « 3D » grâce à des écouteurs) : bruits de pas, de respiration, de ciseaux, de portes qui s'ouvrent, etc. L'idée est de reconstituer de manière la plus vraisemblable possible l'environnement sensoriel individuel afin de donner une **impression de réel**.

Afin accentuer cette expérience, les séquences seront filmées sur le principe du **« point de vue utilisateur »** : le caméraman sera dans la peau de l'utilisateur. Il faudra porter la caméra à hauteur des yeux, et filmer le parcours d'une étape à l'autre en une prise unique.

1.2. NAVIGATION

Le principe du « **livre dont vous êtes le héros** » sera emprunté : l'utilisateur incarne le héros d'une histoire (ici, celui qui vient passer une journée dans l'entreprise de toilettage) et il est libre de parcourir les différentes étapes comme bon lui semble.

Pour aller d'un endroit à l'autre, on utilisera les **signes passeurs**, qui seront des suggestions de directions qui permettront à l'utilisateur de suivre l'artisan dans un toilettage ou encore de lui poser quelques questions sur son parcours, etc. On est donc dans une **communication textualisée** : l'échange est signifié par les questions que l'on propose de poser.

1.3. ESPACE LUDIQUE

Pour que l'utilisateur n'ait pas qu'une fonction de spectateur mais qu'il puisse **interagir avec la narration et la structure du webdocumentaire**, nous avons mis en place un espace de jeu qui permet de découvrir les différentes étapes du toilettage.

L'objectif est, pour différents animaux, de compléter une séquence de traitements et de soins dans le bon ordre. Nous pouvons aussi imaginer le même type de fonctionnement pour les autres facettes des activités : l'interaction avec les clients par exemple. L'idée est, en plus de la rencontre avec l'artisan, de pouvoir découvrir son activité **en se mettant dans la peau d'un toiletteur** et en effectuant les tâches qui font son quotidien.

II. ELEMENTS A METTRE EN AVANT

Les éléments à mettre en avant au travers du webdocumentaire permettent de dégager deux enjeux, qui formeront les deux axes principaux de la narration.

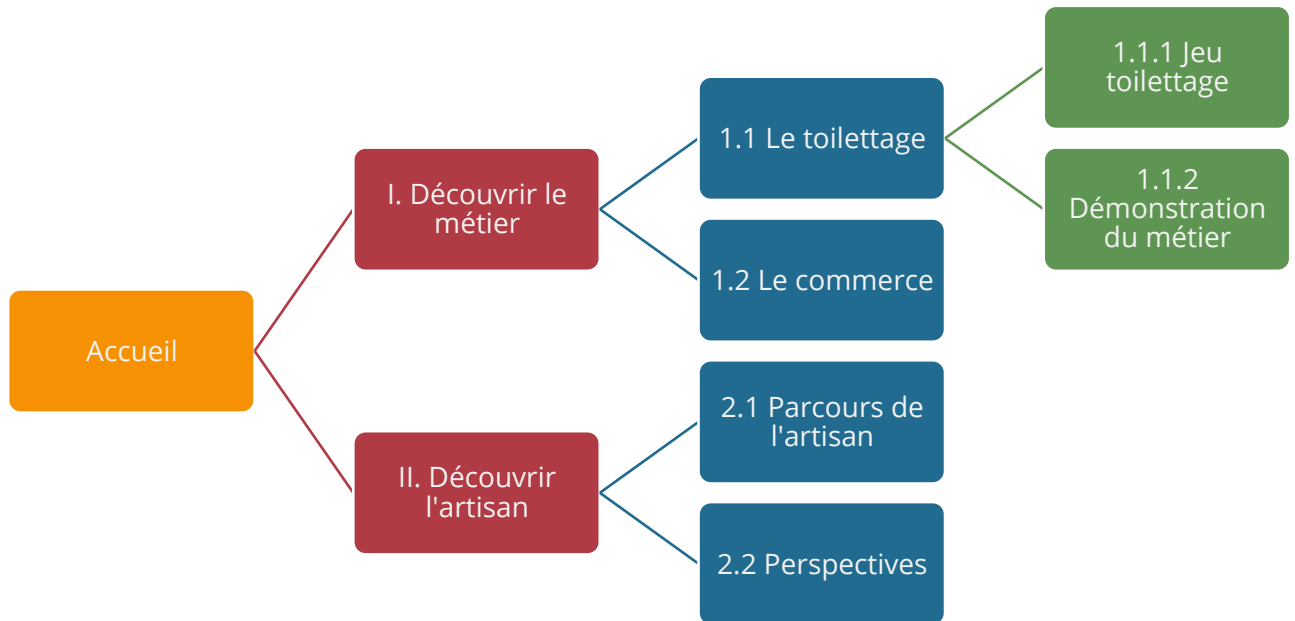
ELEMENTS A METTRE EN AVANT	ENJEU
<p>Il est important de montrer que le métier de toiletteur ne se limite pas à l'hygiène et l'esthétique des animaux. Le bien-être et le plaisir des animaux sont des aspects primordiaux.</p> <p>→ <i>Le métier est en mutation et il faut être de plus en plus polyvalent, de la relation aux animaux et aux clients en passant par le sens du commerce.</i></p>	<p>Découvrir le métier de toiletteur</p>
<p>De plus en plus d'artisans dont issus d'une reconversion. Changer entièrement de vie peut être intimidant, mais le processus est plus facile qu'on ne le pense.</p> <p>→ <i>La transition d'un métier vers un autre ne veut pas forcément dire rupture immédiate du style de vie. L'idée est de dédramatiser la reconversion et de rassurer ceux qui pourraient avoir envie de se lancer.</i></p>	<p>Découvrir le processus de reconversion</p>

III. STRUCTURE

Notre réflexion s'est portée sur une façon de **mettre en avant à la fois le métier d'artisan mais aussi la reconversion**. Nous avons choisi de détailler chacun de ces points en deux axes, comme présenté dans l'arborescence.

La navigation entre ces différents groupes d'information se fera grâce à un **plan**. L'utilisateur **se déplacera littéralement** d'une zone d'information à l'autre.

2.1. ARBORESCENCE



2.2. REPRESENTATION VISUELLE DANS L'ESPACE

A partir de l'écran d'accueil, l'utilisateur aura la possibilité de se rendre virtuellement d'un point clé disposés dans trois zones, qui correspondent à différentes parties évoquées dans l'arborescence. Pour cela, il lui sera proposé plusieurs parcours de navigation.

La zone de discussion avec l'artisan :

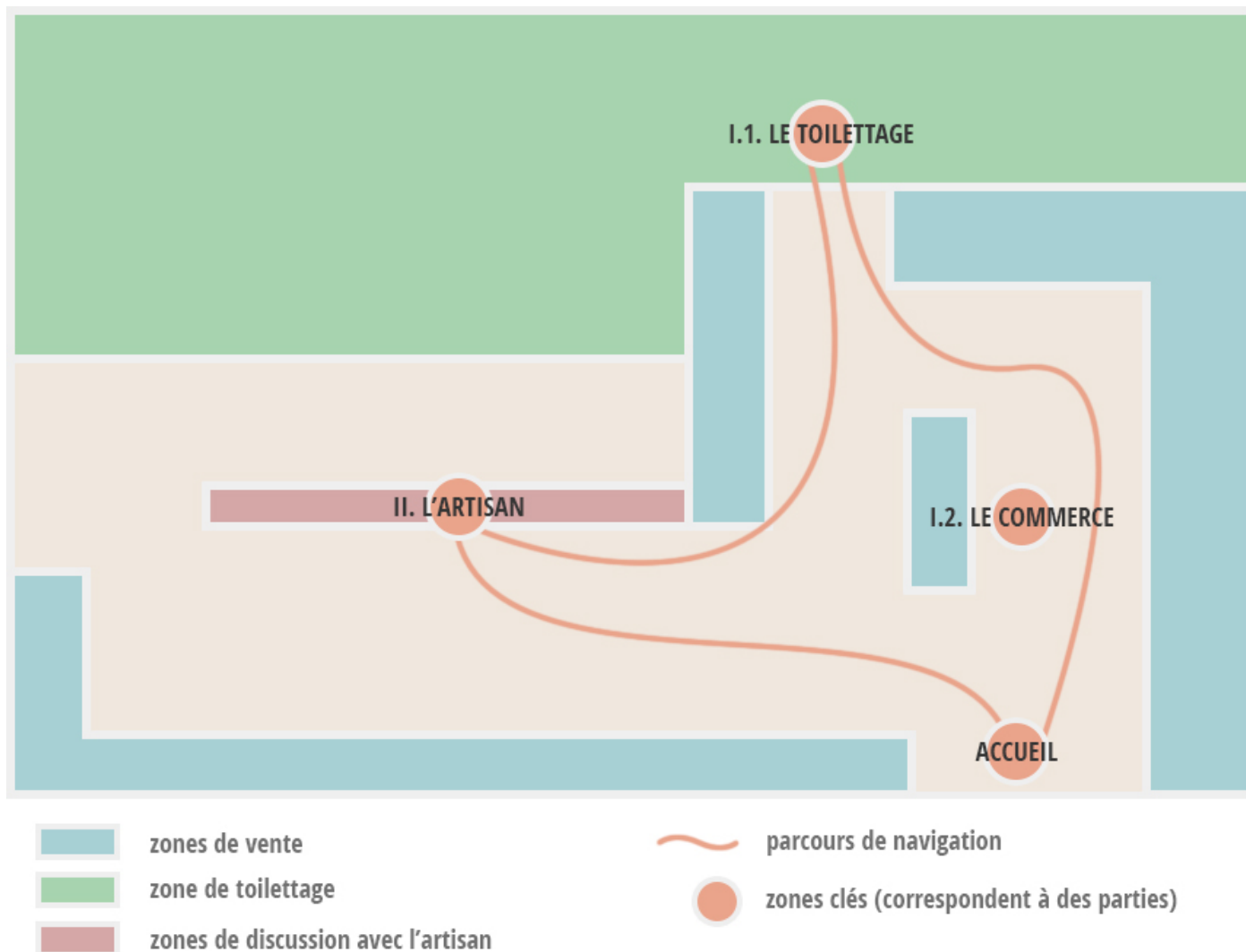
Dans cet espace, l'utilisateur peut discuter avec l'artisan. Il sera possible soit de demander une visite guidée (et ainsi de découvrir la **zone de vente**), soit de découvrir le parcours de Steve et comment il s'est engagé dans une reconversion vers un métier de l'artisanat. A travers une discussion interactive (plusieurs questions seront proposées à l'utilisateur), il présentera la vision de sa nouvelle activité et comment il l'entrevoit à l'avenir.

La zone de vente :

L'utilisateur aura la possibilité de découvrir l'une des deux facettes du métier de toilettage, à savoir la vente (grâce à une visite guidée) ainsi que la relation clients.

La zone de toilettage :

C'est dans cette zone que l'utilisateur fera la découverte de la seconde facette du métier de Steve, à savoir le toilettage des animaux à proprement parler. L'apprentissage du métier pourra se faire soit au travers d'une démonstration, soit au travers d'un mini-jeu.



III. LA COMMANDE

La **chaîne de Télévision Cap Canal** demande cette année aux étudiants de Master Audiovisuel et Médias Numériques du parcours vidéo de réaliser et de produire des documentaires afin de présenter des artisans en reconversion professionnelle de la région Rhône-Alpes.

Pour compléter ce travail, dont l'attention sera portée sur l'artisan lui même, sa personnalité et sa sensibilité, les étudiants du parcours multimédia réaliseront **un webdocumentaire** porté sur des aspects plus pratiques, et commandé par **la Chambre Régionale des Métiers de l'Artisanat**.

Avec une approche à la fois **pédagogique** et **ludique**, l'idée est de mettre l'accent sur les formalités de reconversion, les embûches et les obstacles rencontrés, ainsi que la vie professionnelle quotidienne des artisans.

Ces webdocumentaires seront diffusés sur plusieurs plateformes, dont le site de Chambre Régionale des Métiers de l'Artisanat et le site Savoir Faire Faire Savoir.

I. INTENTIONS DE REALISATION

L'arborescence présentée précédemment a été pensée pour que l'utilisateur comprenne bien les deux aspects « métier » et « reconversion ». La forme du webdocumentaire est pertinente dans la mesure où elle permet de dynamiser ce discours grâce à des procédés interactifs et à une ambiance immersive pour l'utilisateur.

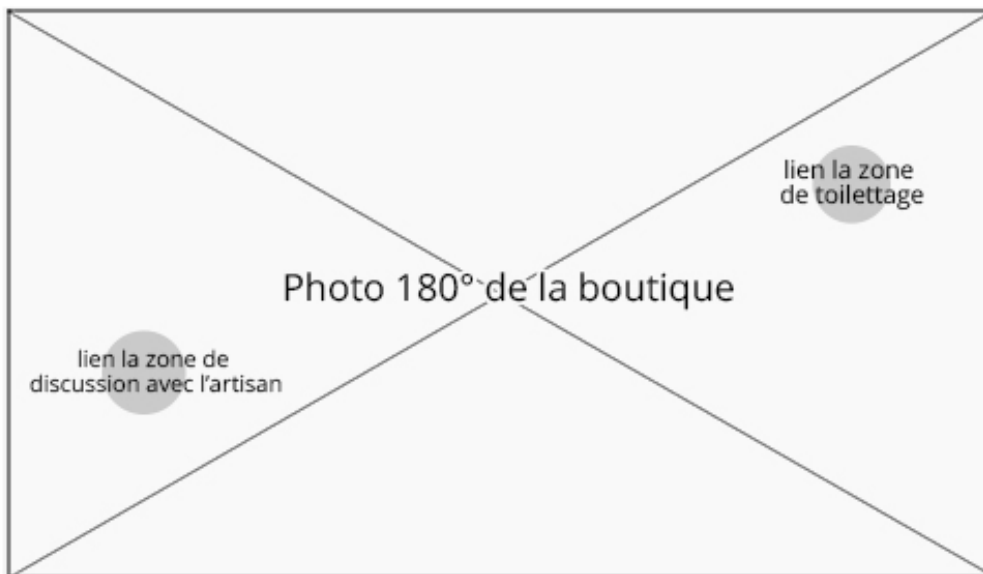
INTENTIONS (IDEE DE FOND)	SOLUTION INTERACTIVE (IDEE DE FORME)
1. Découvrir la boutique	
Comprendre en quoi consiste le toilettage (1.1)	Un jeu ludique (1.1.1) Mini-jeu où l'utilisateur peut toiletter plusieurs animaux (chats et chiens) étape par étape. A chaque étape, l'utilisateur comprend l'intérêt de l'action qu'il doit effectuer (brosser, laver, etc.) → <i>Wireframe lié 8</i> Une démonstration (1.1.2) On voit l'artisan toiletter un animal de A à Z, en expliquant toute les étapes. L'utilisateur peut au choix voir tout le processus ou choisi une étape en particulier. → <i>Wireframe lié 7</i>

INTENTIONS (IDEE DE FOND)	SOLUTION INTERACTIVE (IDEE DE FORME)
<p>Présenter la boutique et ses enjeux (1.2)</p>	<p>Une visite guidée</p> <p>L'utilisateur a la possibilité de cliquer sur certaines zones pour obtenir des informations sur la boutique du toiletteur.</p> <p>Cet aspect est important car l'utilisateur ne s'attend pas nécessairement à trouver une boutique chez un toiletteur. La solution interactive proposée ici permet de répondre à l'utilisateur uniquement sur les points qu'il souhaite éclaircir.</p> <p>→ Wireframe lié 5</p>
<p>2. La reconversion</p>	
<p>Connaitre le parcours de l'artisan (2.1)</p>	<p>Une frise chronologique dynamique</p> <p>Elle est affichée à l'écran. Des dates-clés sont agencées sur cette dernière.</p> <p>L'utilisateur a la possibilité de cliquer sur une date-clé pour découvrir ce qu'il s'est passé cette année-là. A nouveau, on n'impose pas à l'utilisateur une navigation linéaire et chronologique, ce dernier choisit l'ordre dans lequel il reçoit les informations.</p> <p>→ Wireframe lié #3</p>
<p>Avoir des informations sur les perspectives de l'artisan pour les années à venir (2.2)</p>	<p>Vidéo augmentée</p> <p>Une vidéo dans laquelle l'artisan s'exprime sur les perspectives de son métier est diffusée. Au fil des explications, des annotations apparaissent à l'écran pour constituer une infographie.</p> <p>L'utilisateur a la possibilité de récupérer toutes ces informations à la fin de la vidéo : un lien de téléchargement lui est proposé.</p> <p>→ Wireframe lié #4</p>

II. INTERFACAGE

2.1. ÉCRAN D'ACCUEIL

Après une séquence d'introduction (on peut imaginer une vidéo ou le caméraman – qui représente donc l'utilisateur – arrive et entre dans la boutique), l'utilisateur se retrouve face à une photo 180° de la boutique, prise depuis le pas de la porte. L'utilisateur a alors le choix entre deux **parcours de navigation**.



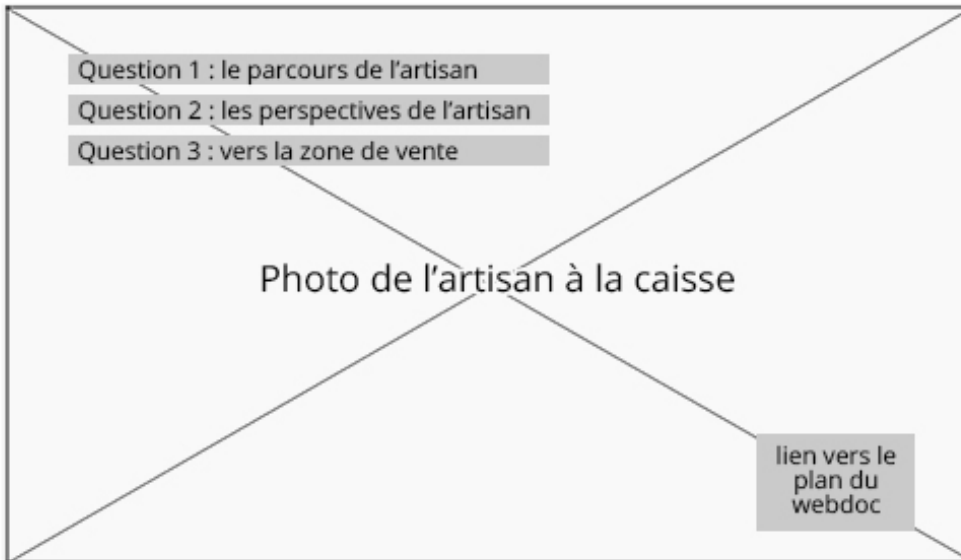
Wireframe #1
Écran d'accueil

2.2. ZONE DE DISCUSSION AVEC L'ARTISAN

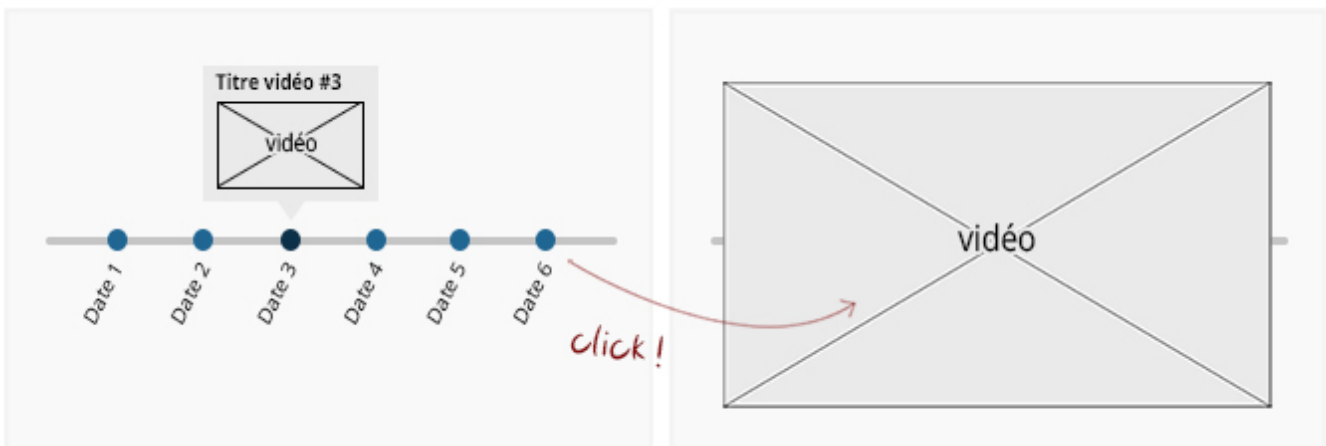
Si l'utilisateur choisi d'explorer le parcours qui mène vers la **zone de discussion avec l'artisan**, il arrivera sur une photo (ou une courte vidéo en boucle) de l'artisan derrière sa caisse. Il pourra ensuite soit aller vers la **zone de vente**, soit lui poser des questions pour découvrir son parcours.

La présentation du parcours de l'artisan mènera vers une Timeline, qui permettra de fragmenter la narration et autorisera l'utilisateur à voir uniquement les points qui l'intéressent (voir Wireframe #3).

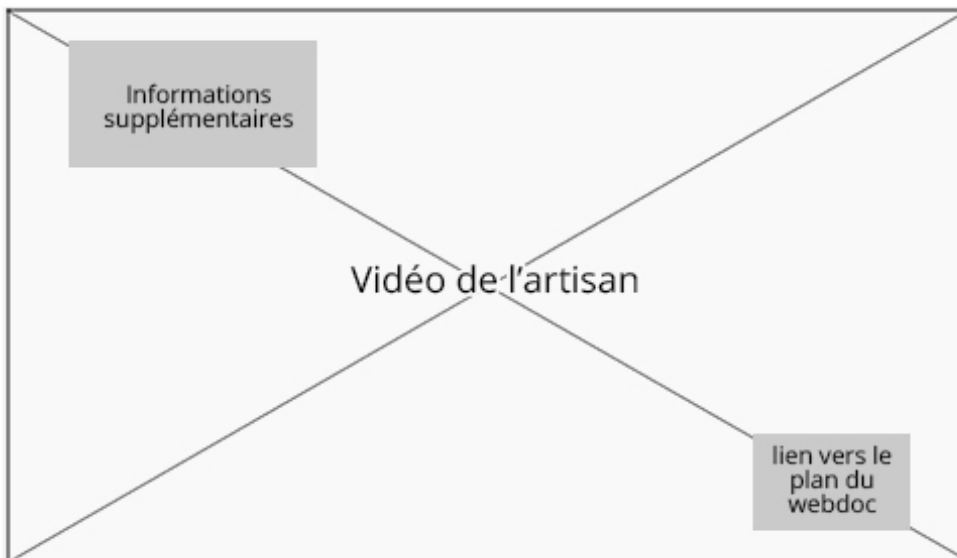
La discussion sur les perspectives d'avenir amènera l'utilisateur à une vidéo augmentée (voir Wireframe #4), qui permettra grâce à des informations textuelles et visuelles d'élargir le cas de notre artisan à la situation des toiletteurs plus généralement.



Wireframe #2
Ecran d'accueil
Parties 1.2 et 2.



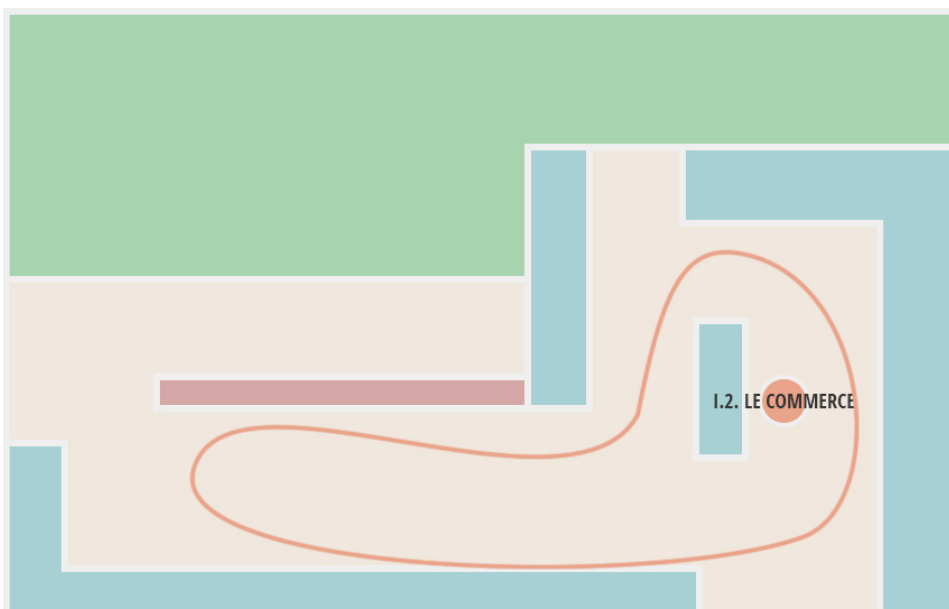
Wireframe #3
Timeline
Parties 2.1.



Wireframe #4
Vidéo augmentée
Partie 2.2.

2.3. ZONE DE VENTE

Un fois dans la **zone de vente**, l'utilisateur pourra choisir entre visiter une zone précise de la boutique ou suivre l'artisan pour une visite guidée. Chaque endroit sera accompagné d'une **explication** à la fois sur les produits choisis et sur l'importance de lier l'aspect commercial à l'aspect artisanal.

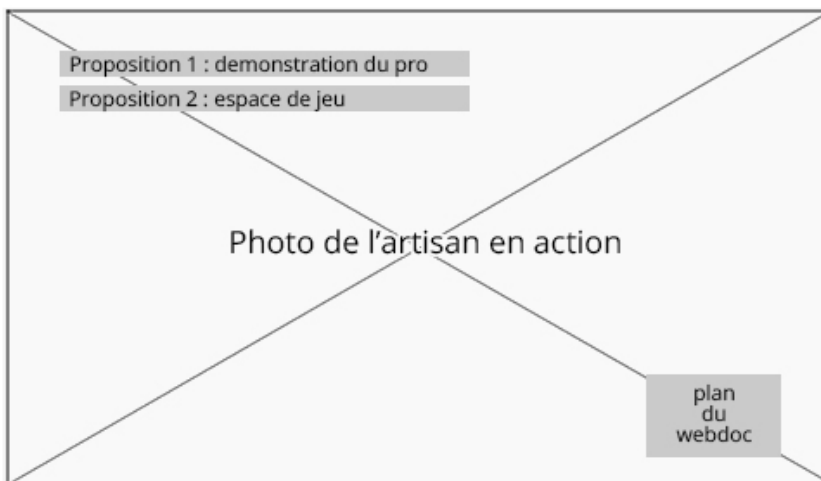


Wireframe #5
Vidéo augmentée
Partie 1.2

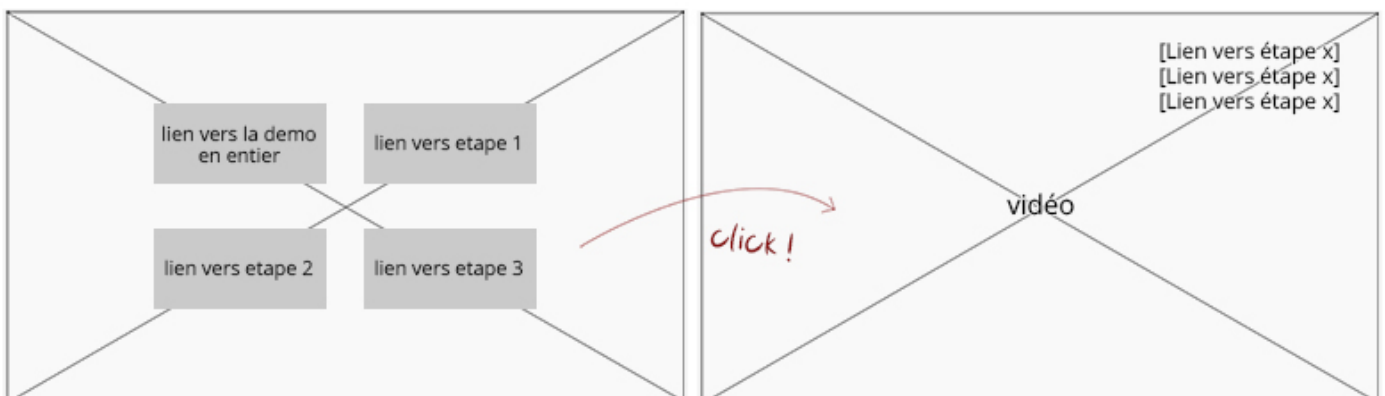
2.4. ZONE DE TOILETTAGE

Une fois dans la **zone de toilettage**, l'utilisateur a le choix entre **deux options** : voir l'artisan s'occuper entièrement d'un animal, ou entrer dans l'espace de jeu qui lui permet d'essayer de remettre dans le bon ordre les différentes étapes qui constituent le toilettage d'un animal.

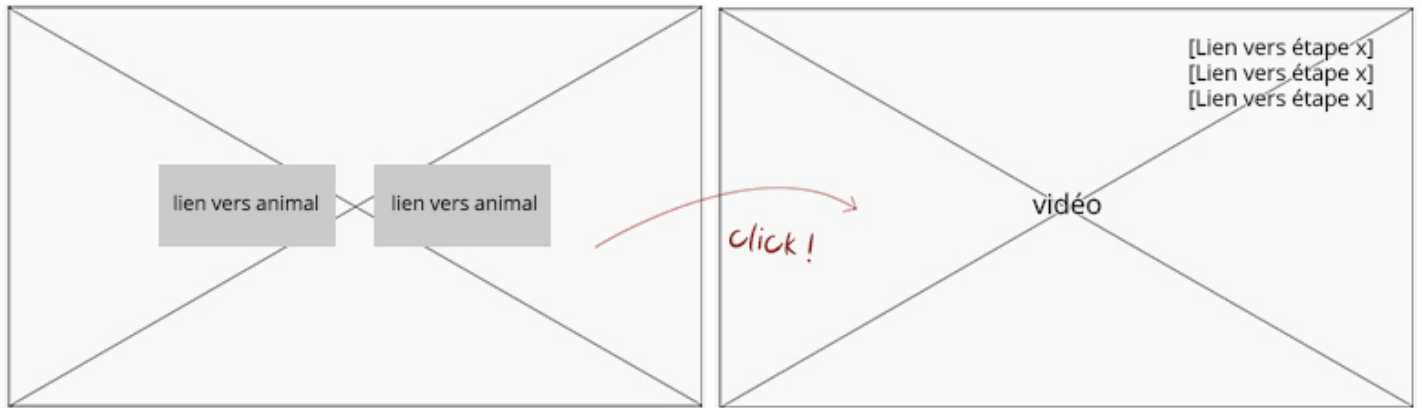
Deux scénarios seront proposés sur deux animaux. Cette démarche permet, combinée à l'ambiance immersive dont nous avons parlé, de se mettre réellement dans la peau d'un toiletteur en action.



Wireframe #6
Vidéo augmentée
Partie 1.1.

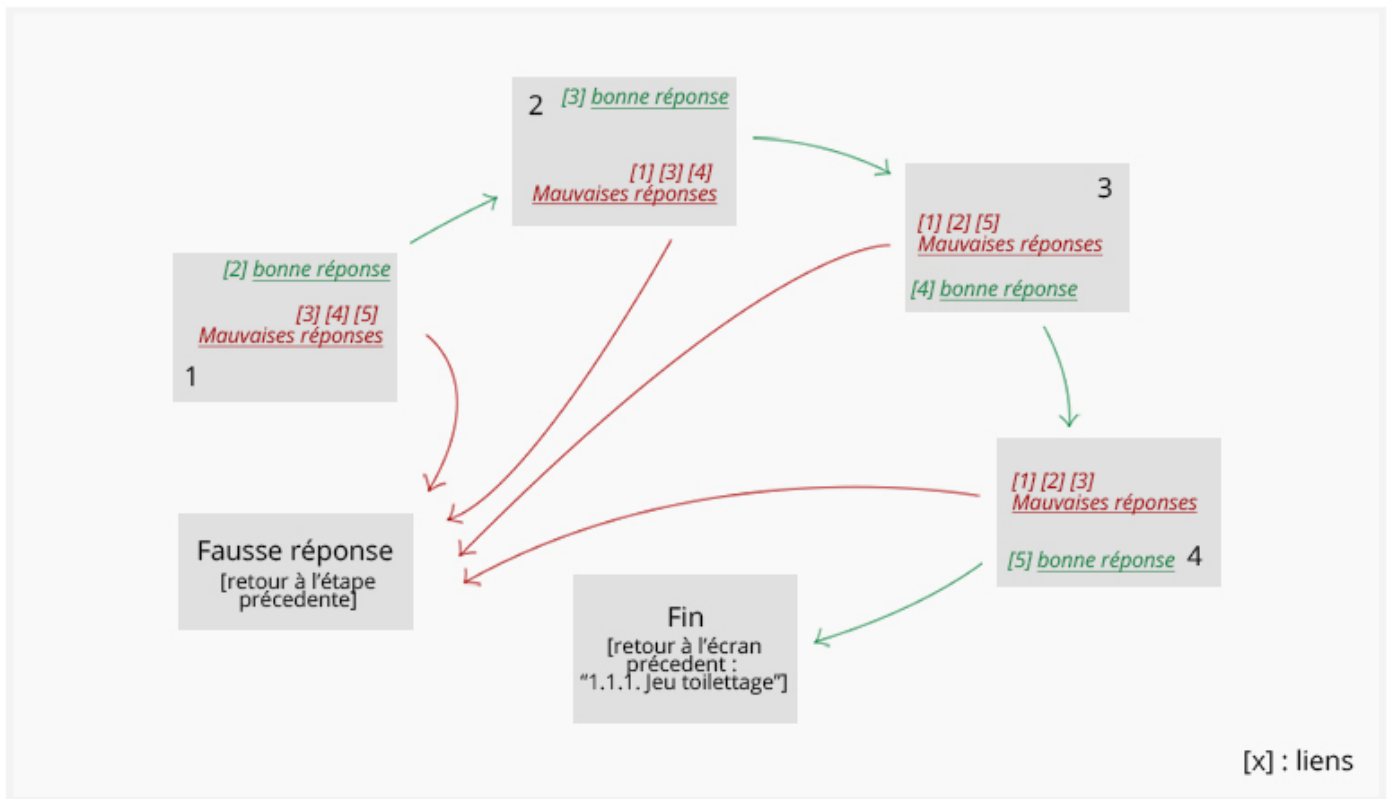


Wireframe #7
Démonstration
Parties 1.1.2.



Wireframe #8

Jeu
Parties 1.1.2.



Structure du jeu

Parties 1.1.2.

III. DISPOSITIF TECHNIQUE

Le webdocumentaire sera réalisé à l'aide **du logiciel Klynt**. Klynt est un programme permettant **la conception de webdocumentaires** en créant **des liens** entre plusieurs séquences vidéo. Klynt permet **l'intégration d'un schéma narratif** en offrant la possibilité de **personnaliser les modes de navigation** entre les séquences. Cette fonctionnalité sera fortement exploitée pour la réalisation de ce projet.

Le support final prendra la forme **d'une page web développée en HTML 5**. Le webdocumentaire sera donc compatible sur la plupart des navigateurs récents, **et s'affichera de manière uniforme** selon le système sur lequel il s'exécute.

IV. PLANNING

NOM DE LA TACHE	DUREE	DEBUT	FIN	PREDECESSEURS
1. Conception	21 jours	10/10/13	07/11/13	
2. Conception du projet	10 jours	10/10/13	23/10/13	
3. Rédaction du dossier de conception	3 jours	24/10/13	29/10/13	2
4. Pitch du projet	1 jour	07/11/13	07/11/13	2;3
5. Réalisation	20 jours	08/11/13	05/12/13	
6. Récupération et tri des rushes	1 jour	08/11/13	08/11/13	2;3;4
7. Montage des vidéos	2 jours	11/11/13	12/11/13	6;2;3;4
8. Importation de rush dans Klynt	1 jour	13/11/13	13/11/13	6;7;2;3;4
9. Ajout des éléments vidéos	3 jours	14/11/13	18/11/13	6;7;8;2;3;4
10. Ajout des éléments graphiques	3 jours	19/11/13	21/11/13	6;7;8;9;2;3;4
11. Ajout des éléments textuels	3 jours	22/11/13	26/11/13	6;7;8;10;9;2;3;4
12. Ajout des éléments audio	3 jours	27/11/13	29/11/13	6;7;8;9;10;11;2;3;4
13. Mise en place de l'interactivité	4 jours	02/12/13	05/12/13	6;7;8;9;10;11;12;2;3;4
14. Vérifications et tests	3 jours	06/12/13	10/12/13	
15. Test des médias (son et vidéo)	1 jour	06/12/13	06/12/13	6;7;8;9;10;11;12;2;3;4;13
16. Test des liens	1 jour	09/12/13	09/12/13	6;7;8;9;10;11;12;2;3;4;13;15
17. Test de l'interactivité	1 jour	10/12/13	10/12/13	15;6;7;8;9;10;11;12;2;3;4;16
18. Rendu du projet	1 jour	19/12/13	19/12/13	15;6;7;8;9;10;11;12;2;3;4;16;17

VI. PRESENTATION DES AUTEURS

CAROLINE KLEIN

J'ai validé une licence d'information et de communication générale avant de me tourner vers le multimédia plus précisément, avec une licence professionnelle écritures en ligne et webmestre éditorial et un master audiovisuel et médias numériques.

Le monde du web m'intéresse énormément et j'ai pu développer au cours des années des compétences en webdesign, en langages informatiques simples (HTML, CSS, JQUERY) et en manipulation de code.

NICOLAS GALVEZ

Mon parcours ne me prédestinait pas à faire un master Audiovisuel et Médias Numériques. En effet, j'ai dans un premier temps obtenu une licence de Lettres Modernes à l'Université Stendhal à Valence. Mais amateur intéressé de l'univers d'Internet, j'ai souhaité m'ouvrir à la communication sur le web. J'ai alors entrepris une année de licence information-communication à l'Institut de la Communication et des médias d'Echirolles.

A l'issue de ce diplôme j'ai finalement décidé de poursuivre dans ce domaine en intégrant le master AVMN parcours Multimédia.

De ce fait mes compétences et ma sensibilité sont plus développées dans les domaines de la communication écrite et de l'expérience utilisateur.

OLIVIER BERLAND

Actuellement en master 2 Audiovisuel et Médias Numériques, mon objectif à l'issue de cette dernière année d'étude est d'intervenir dans la gestion de projets numériques en tant que concepteur et/ou chef de projet.

Mes compétences me permettent d'organiser des projets numériques dans leur ensemble, d'optimiser les processus de réalisation de contenus multimédia, et d'élaborer et de concevoir des interfaces numériques qui tiennent compte de l'utilisateur.

De formation pluridisciplinaire (conception numérique, ergonomie des interfaces et communication), je maîtrise un large panel de technologies et de langages liés au web. Grâce à des connaissances théoriques solides en information et communication, mais également à un travail de curation quotidienne, je suis capable de justifier des choix techniques ou ergonomiques qui s'appliquent à un projet multimédia.

ANNEXES : LES PERSONNAS

Nous avons établi deux profils-clés, qui nous permettent de confirmer les besoins auxquels il faut répondre autant au niveau du contenu que de la navigation et de la narration.

JEAN, 45 ans, conseiller financier, souhaite se reconvertir dans l'artisanat

Jean travaille depuis 12 dans une grande entreprise d'import-export en tant que conseiller financier. Son train de vie à 100 à l'heure lui impose une pression importante. Il songe régulièrement à changer d'activité et à revenir vers un rythme de vie plus régulier.

Néanmoins, il souhaite connaître la réalité des métiers de l'artisanat avant de se lancer. Le webdocumentaire doit lui permettre de découvrir le métier de toiletteur dans sa globalité, autant les aspects positifs que négatifs.

PARCOURS FICTIF

Arrivée sur le site de CapCanal
recherche Google avec les mots clés « reconversion artisan toiletteur ».

Découverte du webdocumentaire
Jean veut découvrir le métier et à du temps à y consacrer. Il pourra parcourir le webdocumentaire en entier et s'attachera au contenu.

CE QU'IL LUI FAUT

Des informations précises et découpées.

Les informations apportées doivent être pertinentes aux questions que Jean se pose. Il faut donc déconstruire la narration le plus possible pour isoler chaque information et proposer un accès direct vers celle-ci.

Un exemple concret

L'activité de toiletteur lui est présentée par quelqu'un ayant sauté le pas en faisant le choix de l'artisanat. Le métier est montré sous différents aspects, de manière ludique et pédagogique.

LEO, 22 ans, étudiant en journalisme, souhaite découvrir l'univers du webdocumentaire

Fils d'un réalisateur et d'une rédactrice en presse écrite, Léo a été plongé très jeune dans le monde de l'information et des médias. Aujourd'hui passionné, il est en Master Journalismes à l'ICM.

Il souhaite se spécialiser plus particulièrement dans la réalisation de documentaires et de webdocumentaires et en consomme donc une grande quantité. Il surfe régulièrement sur le web à la recherche de ce type de médias, les analyses et en retient les modes de fonctionnement. Il veut savoir comment rendre compte d'informations de manière pertinente et agréable pour le spectateur.

Il considère que le public est également un acteur et a doit avoir la possibilité d'agir sur ce qu'il consulte.

PARCOURS FICTIF

Entrée directe sur une plateforme

Leo connaît le site de la Chambre Régionale des Métiers de l'Artisanat. Il le consulte régulièrement et découvre les webdocumentaires mis en ligne.

Découverte des divers webdocumentaires mis en ligne

Leo veut avant tout découvrir les modes de navigation et de narration qui sont utilisés dans ce type d'œuvres. Le contenu en lui-même n'a que peu d'importance.

CE QU'IL LUI FAUT

Une approche intéressante

Leo regarde de nombreux webdocumentaires, il est donc important de sortir du lot immédiatement en proposant une approche percutante et pertinente.

Un mode de navigation et un univers originaux

Ces webdocumentaires doivent donner à Léo une réelle impression de liberté dans la navigation. Il doit pouvoir découvrir une nouvelle manière d'appréhender l'information, de raconter une histoire.