



PROJET CRPL 2017

KCRAFT & CO

alkaline

alkaline

Nous sommes une jeune agence web créée par cinq élèves des Gobelins, l'école de l'image, devenus amis.

Issus d'univers différents (print, audiovisuel, presse, multimédia) nous avons façonné notre force au cours du temps pour la mettre au service des besoins des clients et aujourd'hui de la société KCRAFT&CO.



Lionel Mallet
Directeur technique

Frédéric Weill
Concepteur/Réalisateur multimédia

Marie-Hélène Bougeret
Chef de projet

Maureen Cros
UX Designer

Lara Huberfeld
Directrice Artistique
UI Designer

Sommaire

CONTEXTE

Client	p.5
Problématique	p.6

ÉTUDE DE L'EXISTANT

Benchmark	p.8
Synthèse benchmark.....	p.18
Swot	p.19
Enquête quantitative.....	p.20
Enquête qualitative	p.22
Personae	p.24
Expérience Map.....	p.26

RECOMMANDATION

Concept	p.32
Stratégie.....	p.33
Dispositif de communication	p.34

PROTOTYPE

Arborescence.....	p.36
Zoning.....	p.37
Wireframes.....	p.39
Flowchart.....	p.43

IDENTITÉ GRAPHIQUE

Moodboard	p.45
Charte graphique.....	p.47
Maquettes écrans	p.51

PRÉ-PRODUCTION

Spécificités fonctionnelles	p.63
Spécificités techniques.....	p.64
Product backlog.....	p.67
Méthodologie	p.68
Devis.....	p.69
Planning production.....	p.70

ANNEXE	p.72
---------------------	------

When?

How?

Now?

Where? The

Up?

Everything?

¿Quién?

CONTEXTE

Client.....p.5

Demande/Problématique.....p.6

La société KCRAFT&CO



Eclairer les artistes, les techniciens, les auteurs qui sont les artisans des productions KCRAFT&CO, sans se mettre en avant.

Positionnée sur un secteur fortement concurrentiel, la société de production audiovisuelle KCRAFT&CO, fondée en 2001, sous l'impulsion de Maryvonne Le Meur, Guillaume Godard et Mathias Ledoux, est à l'origine de nombreuses réalisations de documentaires et d'émissions pour la télévision

(Canal+, France 3, France 5...) et la production de deux longs-métrages pour le cinéma.

«Nos désirs de films se fondent toujours sur des rencontres.»

Kraft signifie la force en allemand, Craft, l'artisanat en anglais. KCRAFT&CO construit son identité sur ces deux points d'ancrage et produit des créations originales, comme autant de prototypes. KCRAFT&CO travaille le plus souvent avec les mêmes équipes artistiques et techniques.

Aujourd'hui, Maryvonne Le Meur et Guillaume Godard sont présents sur le secteur audiovisuel depuis plus de 30 ans et ils possèdent un réseau professionnel bien établi et fidèle.

AU FAIT C'EST QUOI ?

Producteur délégué

Souvent à l'initiative d'un projet pour le cinéma ou la télévision il est délégué par les autres coproducteurs éventuels (sociétés de productions françaises ou étrangères, chaînes de télévision...) et il est détenteur des droits de production.

Producteur exécutif

Il est mandaté par le producteur délégué pour prendre en charge le tournage d'un projet pour le cinéma ou la télévision, il encadre aussi la production et joue un rôle de gestionnaire. Il n'est pas détenteur des droits.

Conseil

Accompagner des PME en plein essor dont les méthodes ne sont plus adaptées au volume de production ou apporter un regard d'expérience à de plus grandes sociétés, d'un point de vue opérationnel, juridique et social.

LA DEMANDE DE KCRAFT&CO

Dans un univers audiovisuel qui fonctionne beaucoup par le « bouche à oreille », KCRAFT&CO souhaite mettre en avant ses productions, les techniciens, les auteurs et les artistes avec lesquels elle travaille et proposer un accès réservé aux professionnels pour ses projets en cours.

Maryvonne Le Meur et Guillaume Godard, par leur connaissance de l'image, sont tout particulièrement concernés par les enjeux du web. Ils sont conscients de la nécessité de leur présence sur internet afin de rassurer les futurs partenaires et de présenter leurs activités passées, présentes et à venir.

L'identité graphique de leur site s'appuiera sur leur logo créé par Etienne Robial et affirmera leur style proche de l'esprit du Bauhaus en soulignant les deux axes qui les définissent : la force et la créativité.

Dans une navigation graphique et fluide, l'utilisateur sera invité à découvrir l'univers de KCRAFT&CO.

LA PROBLÉMATIQUE

« Je voudrais être illustre et inconnu » - Edgar Degas

Maryvonne Le Meur et Guillaume Godard veulent se faire connaître avant tout pour leurs productions. Travaillant souvent avec les mêmes artistes et techniciens, le site est l'occasion de les mettre en avant. Ils ne veulent pas être exposés, mais que leur site soit le reflet de l'identité de KCRAFT&CO.



ÉTUDE DE L'EXISTANT

Benchmark	p.8
Synthèse du benchmark	p.18
Swot	p.19
Enquête quantitative	p.20
Enquête qualitative	p.22
Personae.....	p.24
Experience Map	p.26

SONS OF GALLIPOLI

PRÉSENTATION : Documentaire interactif à travers les yeux de deux mères (turque et australienne) qui se remémorent la bataille de Gallipoli. Le récit est ponctué de différents témoignages, de photos et vidéos, de cartes interactives, et d'archives. Les particuliers, tout comme les professionnels, seront intéressés par la richesse du contenu.

les points négatifs

- Site non responsive.
- Navigation centrale trop sensible.
- Dysfonctionnement des sous-titres.
- Boucle de son lassante.
- Animation de la homepage se répète à chaque reload.
- Chargement long pour la page archive.

les points positifs

- Design audacieux et poétique.
- Navigation évoluée et élégante.
- Poésie visuelle de la narration.
- Filtres pour les recherches d'archives.
- Typographie claire et lisible.
- Fluidité des pages.
- Contenu riche.



A RETENIR...



Graphisme sophistiqué contenant beaucoup d'effets (vidéos intégrées dans des formes, fondus, variations d'opacité des textes et images, superposition d'images filtrées). L'ensemble est contemporain et élégant.



BACKYARD

PRÉSENTATION : Société californienne spécialisée dans le clip publicitaire. Le site est en One Page. Les rubriques sont définies par des bandeaux bien différenciés. L'impression générale donne immédiatement un sentiment de simplicité et de facilité d'accès.

les points négatifs

- Chargement long pour le carrousel de démarrage et graphisme assez banal.
- Surimpression très laide sur le roll-over «The roster».
- Redirection vers les biographies des réalisateurs (Youtube, Vimeo).
- Articles sur les réalisateurs placés dans le menu Contacts.
- Liens des partenaires non actifs.

les points positifs

- Textes courts avec des boutons «Read more» «Read less» qui allègent le site.
- Burger et retour home toujours visibles.
- Intitulé décalé des rubriques («Feed», «Heard in the backyard»).
- Graphisme de la rubrique «The roster».
- Site responsive design.
- Bonne hiérarchie de l'information.
- Le menu « About us » simple et complet.



A RETENIR...



Site simple, épuré et harmonieux graphiquement. La navigation est facile, plaisante et intuitive. La version responsive pour mobile est réussie et cohérente avec la version web.

PEPPER BOX

PRODUCTION
AUDIOVISUELLE

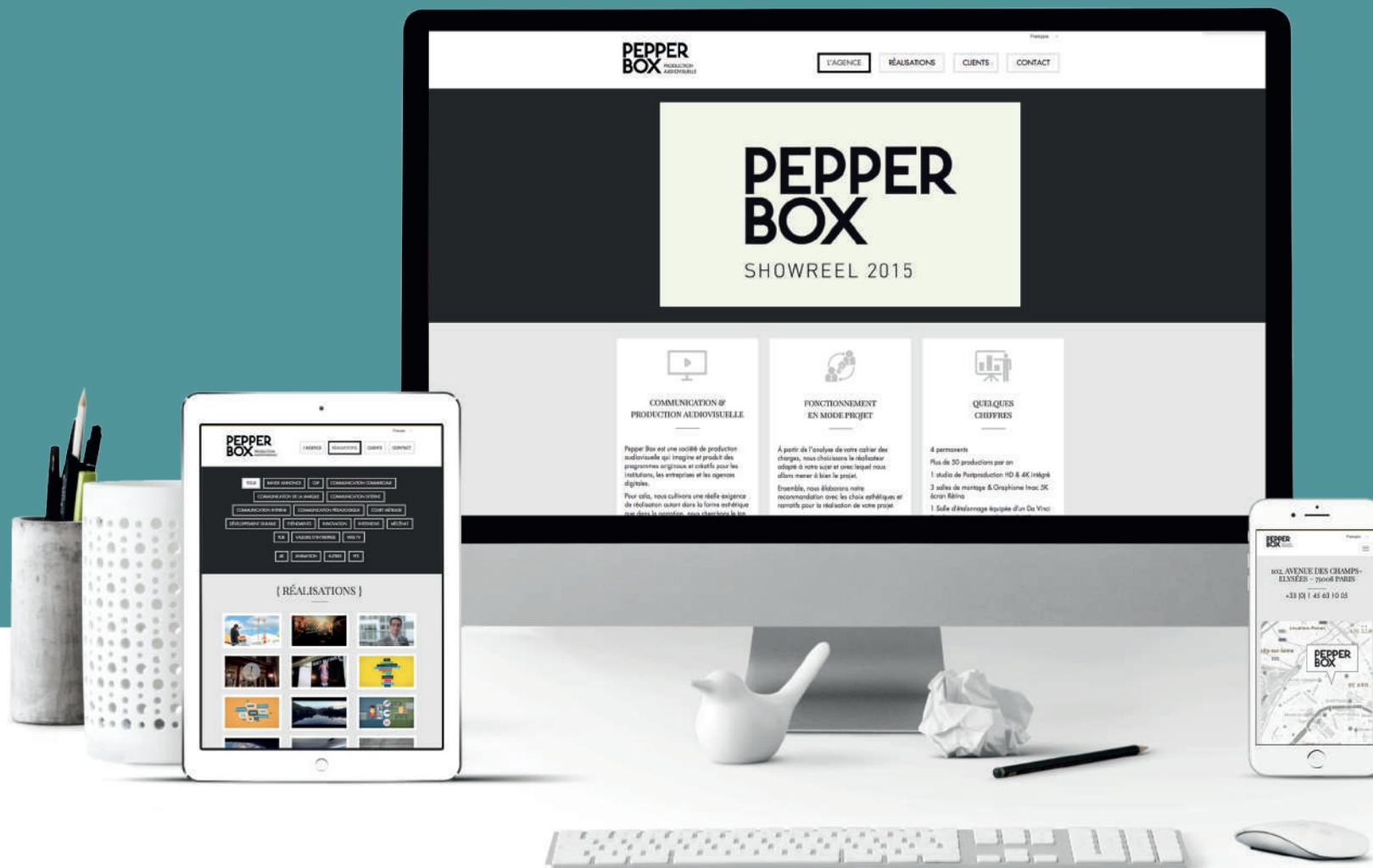
PRÉSENTATION : Société de production audiovisuelle qui imagine et produit des programmes originaux et créatifs pour les institutions, les entreprises et les agences digitales. Site esthétique qui s'adresse essentiellement aux professionnels de l'audiovisuel.

les points négatifs

- Sous-parties du menu trop simplifiées.
- Habillage des visuels des rubriques trop minimaliste.

les points positifs

- Vidéo de présentation en page accueil.
- Pictos simples et compréhensibles.
- Ergonomie épurée.
- Fond blanc.
- Site responsive design.
- Réseaux sociaux sur la page d'accueil.
- Langues française et anglaise.
- Vimeo intégré sur la page d'accueil.



A RETENIR...



Incrustation des vidéos Vimeo dans le site. Pictos simples et compréhensibles, responsive design, Facebook et Twitter sur la page d'accueil.



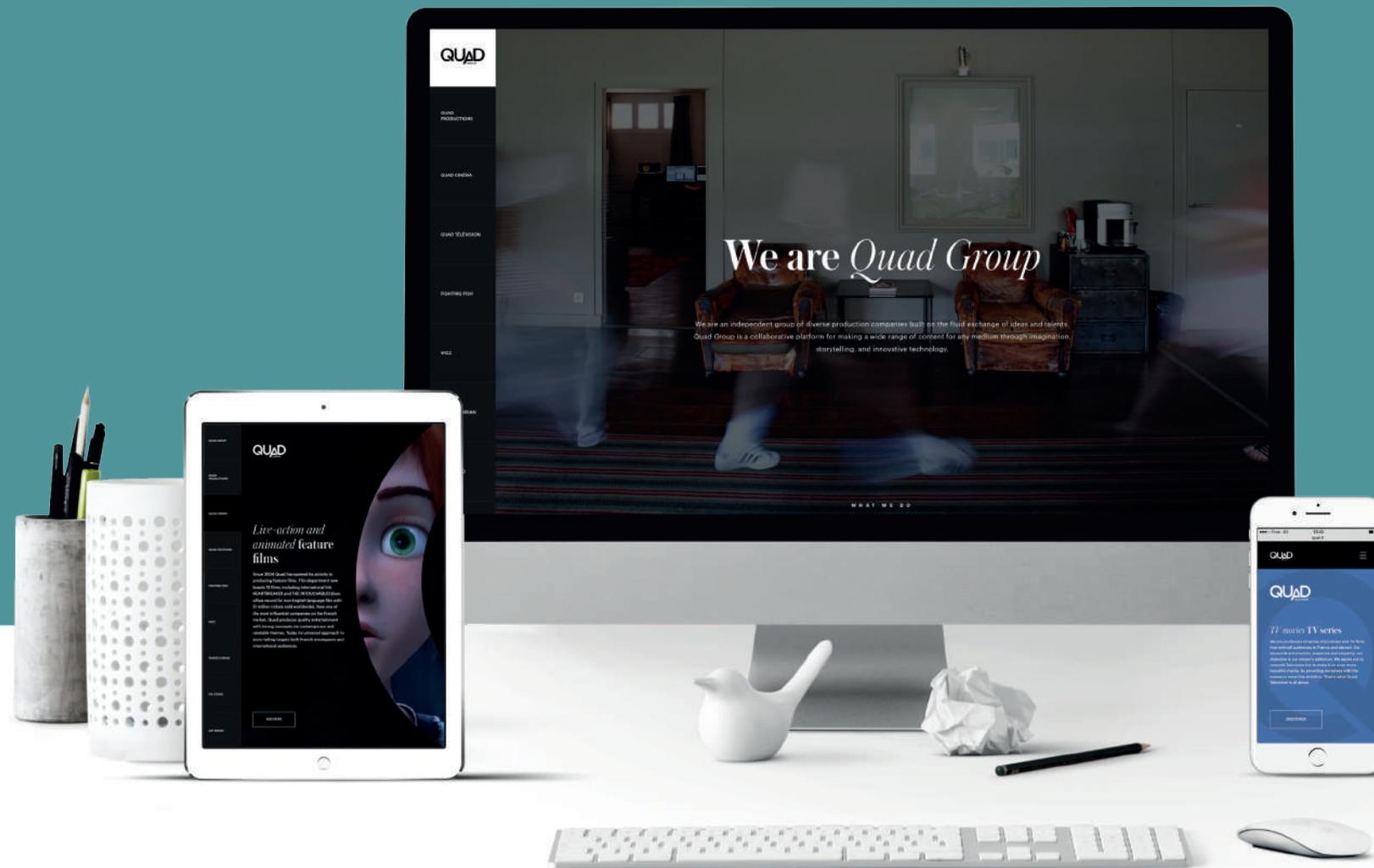
PRÉSENTATION : Plateforme collaborative dont l'état d'esprit est basé sur le partage d'idées et de talents. Site regroupant les entités différentes du groupe (cinéma, télévision, etc...).

les points négatifs

- Vidéos parfois trop présentes.
- Montage de présentation des films trop cut.
- Réseaux sociaux non visibles.
- Choix des couleurs de fond non approprié aux catégories.

les points positifs

- Page d'accueil plein écran.
- Ergonomie simple.
- Site responsive design.
- Texte de présentation pour chaque catégorie.
- Jeu avec les typographies.
- Langues française et anglaise.
- Incrustation d'images dans les lettres.
- Side menu adapte sa couleur à la catégorie.
- Les œuvres changent au survol de la souris.



A RETENIR...



Graphisme moderne avec incrustation des vidéos dans une forme typographique. Ergonomie simple et couleurs différentes adaptées pour chaque catégorie.



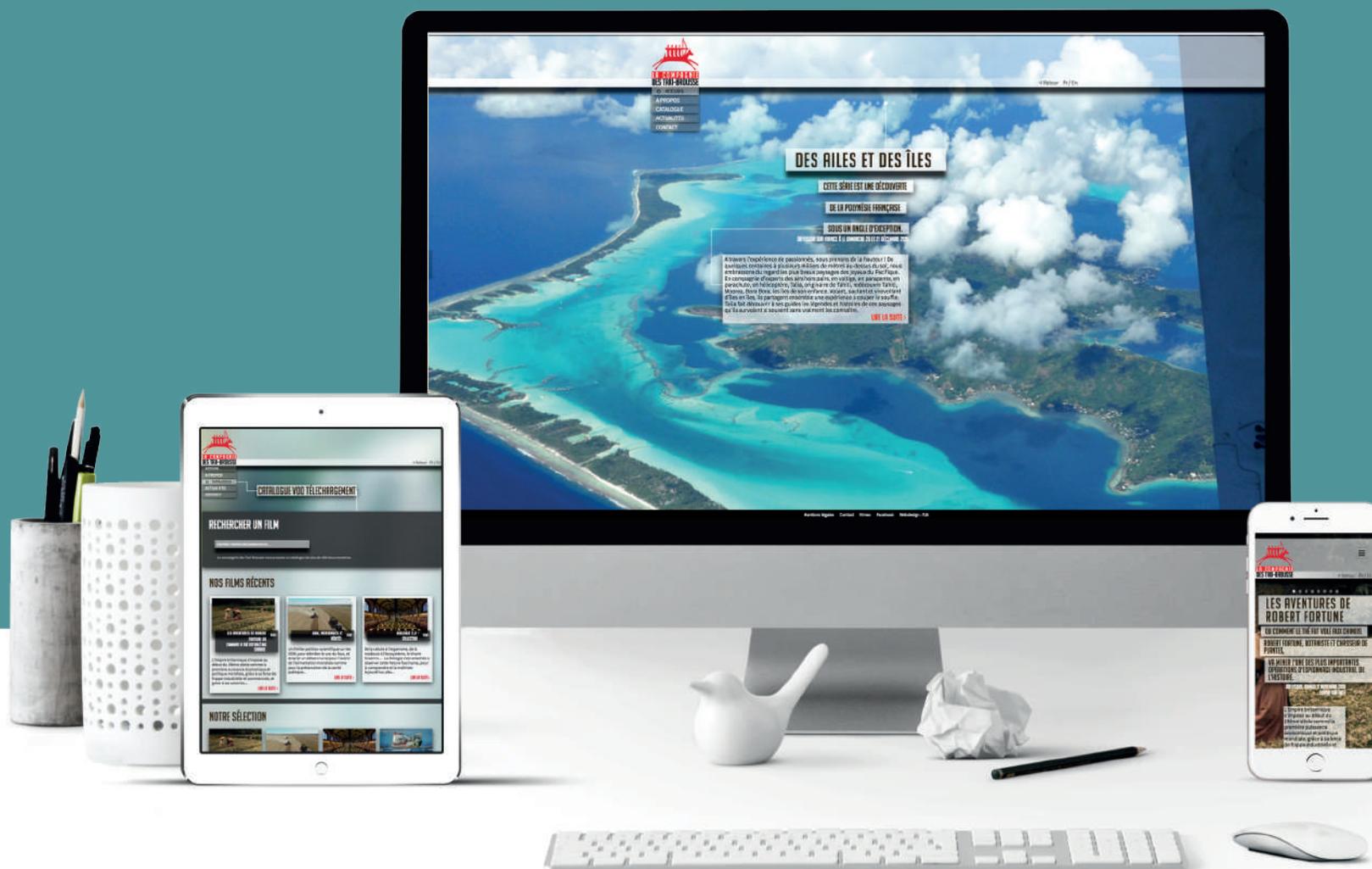
PRÉSENTATION : Société de production audiovisuelle (documentaires, séries...). Site de présentation du catalogue de La Compagnie des Taxis-Brousse.

les points négatifs

- Trop de textes.
- Pas assez de hiérarchie entre les typographies.
- Numérotation des pages peu élégante.
- Trop de contenu dans une page.
- Images et textes mal cadrés.
- Image de fond ne met pas en valeur le contenu.
- Couleur par thème mal adaptée aux catégories.

les points positifs

- Animation page d'accueil claire et précise.
- Images adaptées à chaque catégorie.
- Possibilité d'accéder au menu avec la flèche et des boutons ronds.
- Langues française et anglaise.
- Informations du footer présentes sur chaque page.
- Barre de recherche.
- Bouton «supprimer une fiche».



A RETENIR...



Site dont l'animation en page d'accueil est plaisante. La présence d'une barre de recherche aide à la découverte. Le graphisme original des synopsis des films est moderne et dynamique.

Synthèse du benchmark



Parmi les nombreux sites internet de sociétés de production audiovisuelle que nous avons observés, du plus simple au plus compliqué, du plus épuré au plus chargé, nous avons sélectionné un panel de cinq sites représentatifs de ce qu'il est possible de trouver sur le web.

Le benchmark nous a permis d'isoler un certain nombre de pratiques indispensables pour le futur site de KCRAFT&CO et, à contrario, de mettre le doigt sur des écueils à éviter soigneusement.

GÉNÉRALITÉ

- Le site doit être en responsive design, en tenant compte de l'écran smartphone horizontal qui correspond au format vidéo.
- Le site doit être en anglais et français et il sera nécessaire de choisir entre deux pages distinctes ou les deux langues sur la même page.
- Il faut prendre en compte le temps de chargement des pages qui peut considérablement ralentir la navigation (surtout avec de la vidéo).

DESIGN

- Se méfier des graphismes trop modernes ou typés qui ont tendance à se démoder rapidement.
- Trop d'éléments graphiques (fonds animés) peuvent facilement perturber la lecture.
- Les rubriques ou textes doivent être lisibles grâce à un choix de typographie et d'agencement des titres adaptés.
- Une bande son trop présente ou inappropriée peut totalement nuire au site.

- Le lecteur vidéo doit être intégré dans le site (ne pas juste envoyer vers Vimeo par exemple).
- Il faut rechercher une cohérence des couleurs entre les différentes rubriques.

NAVIGATION

- Elle doit être fluide, directe, agréable et intuitive.
- Les rubriques doivent être faciles d'accès et pour ce, la hiérarchisation de l'information nécessite d'être claire et sans faille.

CONTENU

- Éviter les textes trop longs qui découragent les utilisateurs et préférer des « Read more » / « Read less » qui allègent la navigation.
- Se méfier des rubriques qui semblent trop vides. À l'inverse, des parties « fourre-tout » trop chargées sont à proscrire.
- Une vidéo générale de présentation pourrait être un plus.

Swot de KCRAFT&CO



STRENGTHS



- Equipe expérimentée et réactive
- Soutien du réseau professionnel
 - Diversité de l'offre proposée
 - Productions originales de qualité et à forte identité
- Acteurs populaires et célèbres

OPPORTUNITIES



- Offrir une expertise
- Multiplication des supports de diffusion
- Utiliser les réseaux sociaux notamment lors des festivals
 - Utilisation des nouvelles formes de financement
- Baisse des coûts de production

WEAKNESSES



- Approche limitée du marché international
- Peu de communication
- La société repose sur deux personnes
- Productions aux budgets moyens
- Projets longs et complexes à monter

THREATS

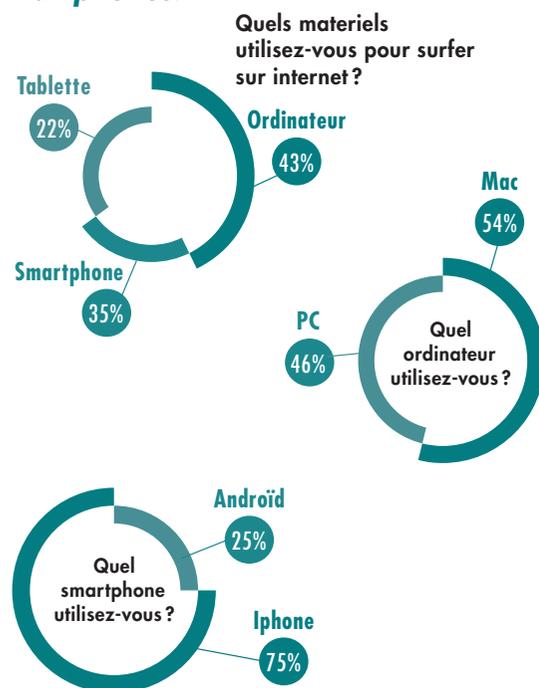


- Financements complexes
- Dépendance vis à vis des aides publiques
- Pillage intellectuel et artistique
- Concurrence forte

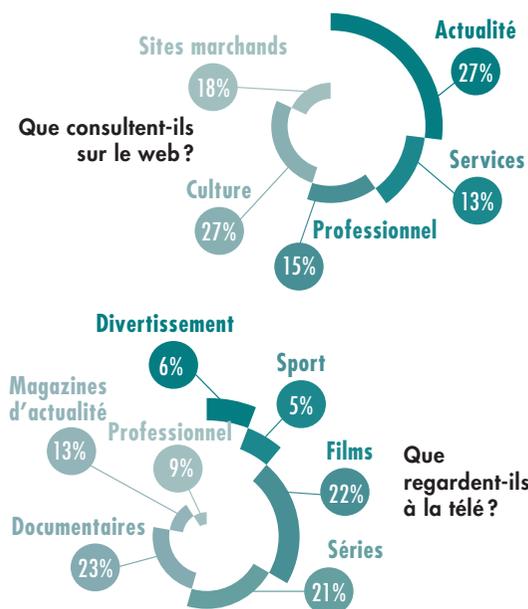
Synthèse enquête quantitative

Notre sondage quantitatif a été effectué auprès d'un panel varié de professionnels de l'audiovisuel âgé majoritairement de 40 à 60 ans. Et même s'il nous fournit des informations précieuses sur les souhaits et habitudes des sondés, on ne peut, du fait de la taille trop réduite de l'échantillon, le considérer comme véritablement représentatif.

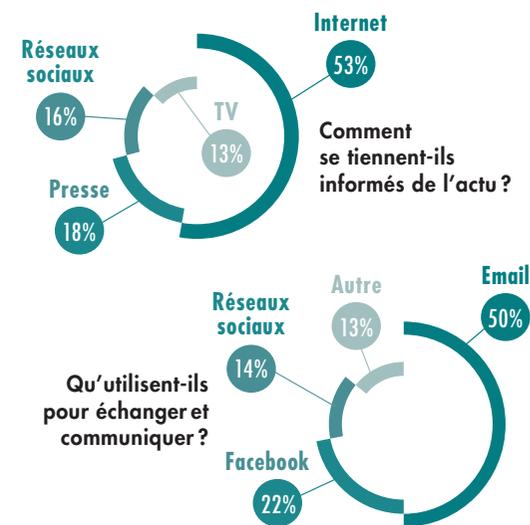
1. Ils utilisent essentiellement, pour consulter internet, leurs ordinateurs de bureau et leurs smartphones.



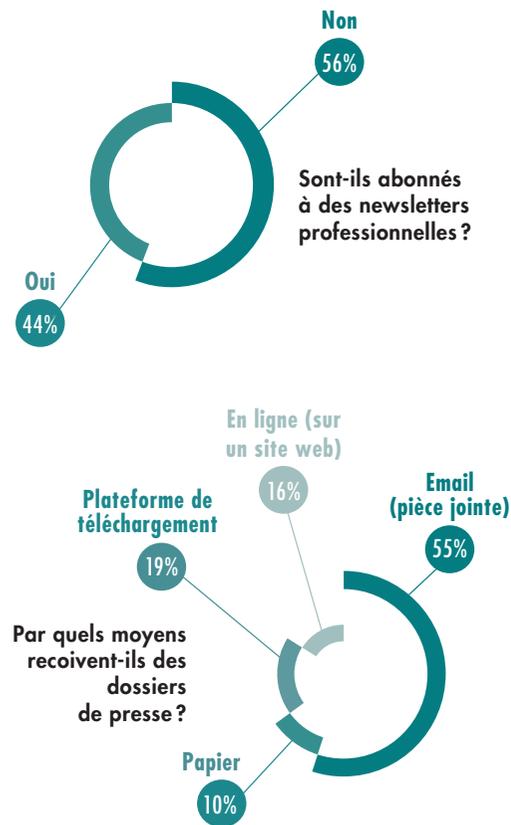
2. Ils consultent sur le web les pages actualité et culture et sont amateurs de séries, de documentaires et de films. Cinéphiles, ils continuent de fréquenter les salles de cinéma.



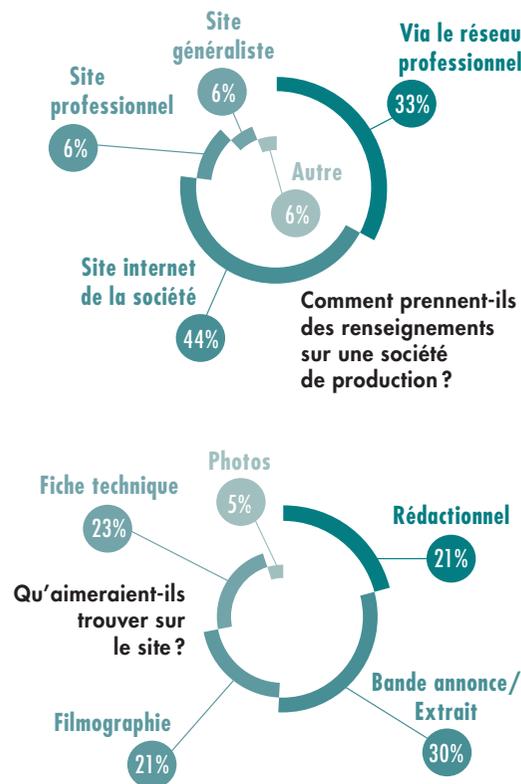
3. Dans leurs domaines professionnels, le web reste incontestablement le média principal (consultation de sites pro ou généralistes). Pour communiquer dans le cadre des activités professionnelles, le mail reste indispensable, suivi de très près par Facebook.



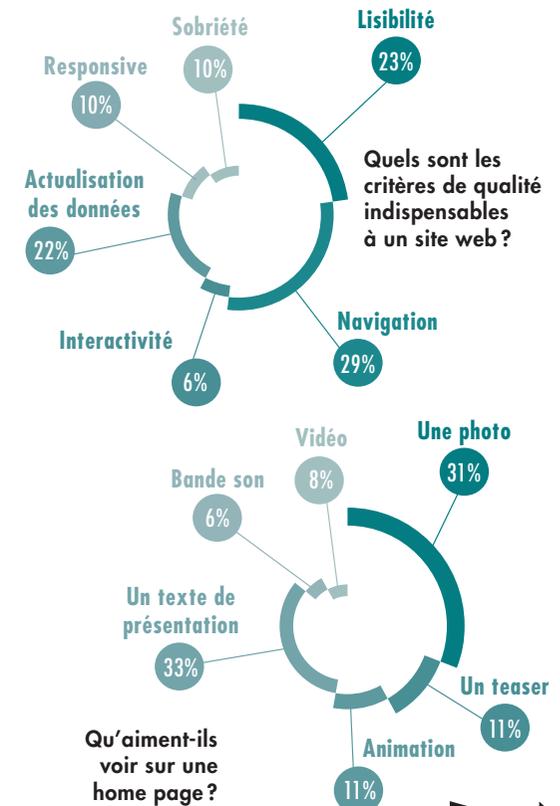
4. La **newsletter** semble, comme c'est le cas en règle générale, en **perte de vitesse** et le **dossier de presse** sous forme **PDF** paraît assez utilisé et apprécié.



5. Les personnes interrogées ont l'habitude de se renseigner sur les **sociétés de production** en consultant directement leur **site web**. Elles recherchent des informations sur les **projets en cours**, l'**historique**, plébiscitent également les **fiches techniques** ainsi que des extraits vidéo, généralement visionnés sur un ordinateur de bureau.

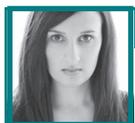


6. Concernant les sites web, le **design** est **important** et doit **refléter l'identité** de la société. Sobriété, lisibilité et facilité de navigation sont un objectif à atteindre. Un **texte de présentation** ou une **photo** sont appréciés en **home page**, bien plus qu'une vidéo.



Synthèse enquête qualitative

Suite à notre premier rendez-vous avec Maryvonne Le Meur et Guillaume Godard, nous avons su rapidement que leur site s'adressait avant tout à un public ayant un rapport direct avec les productions ou l'offre de conseil de KCRAFT. Pour l'enquête qualitative nous avons alors réalisé cinq entretiens avec des professionnels du cinéma, de l'audiovisuel ou de la presse spécialisée.



Candy Chevalier

32 ans

Chargée de production chez Patly Productions

«Je passe la plus grande partie de mon temps à **enquêter**. Les priorités du site sont de **rassurer** et d'être une **mine d'informations**. Par rapport à cela, le look pourrait paraître relativement secondaire. Cependant un site professionnel ne peut pas se permettre d'être laid ou banal lorsque l'on s'adresse à des gens dont le **métier est de créer de l'image**.»



Bernard Faroux 60 ans

Réalisateur de documentaires et d'émissions pour la télévision (France 5, Canal+)

«Un site est utile pour la **légitimité** d'une entreprise, pour exister, pour donner une bonne image, pour faire **découvrir son univers** et donner le ton, l'ambiance de la société. Sa page d'accueil ne doit pas être « foutraque » avec une multitude d'informations ou rubriques. Je veux **trouver rapidement l'information** et préfère des pages avec des textes courts quitte à lire plus si l'info m'intéresse vraiment.»



Chloé Jarry 45 ans

Productrice nouveaux-médias chez Caméra Lucida

«Un site d'une société de production est avant tout un **outil de travail**. Je veux pouvoir accéder facilement aux **contacts** avec les adresses mail personnalisées, afin d'identifier à qui je m'adresse et non un « info.contact.. ». Il faut bannir les formulaires ! Le site doit **mettre en avant** les fiches techniques des productions, qui a travaillé et éventuellement les prix reçus. J'apprécie s'il y a un **contenu rédactionnel**, car les sites de société de production, dans leur grande majorité, sont très pauvres en textes et tous faits plus ou moins sur le même modèle.»



Jean-Paul Boucheny

60 ans

Producteur No One Prod

«Quand je parle de site, je parle d'**image**. Il doit affirmer l'**identité de la société**. Si un site est trop compliqué, trop confus, je ne reste pas. Il faut que je puisse **trouver tout de suite l'information** que je cherche. Aujourd'hui, un site d'une société de production est indispensable pour rassurer les futurs partenaires, comme les institutions, les musées...»



Fabien Randanne 33 ans

Journaliste chez 20 Minutes

«Pour la rédaction d'un papier j'ai besoin d'approfondir mes recherches par des témoignages, des retours d'expérience. Sur un site j'ai besoin de **trouver rapidement** les infos, les interlocuteurs que je cherche. Le site doit être une **vitrine** à l'image de la société. Comme dans la vie quand on rencontre quelqu'un de mal sapé, à l'inverse d'une personne tirée à quatre épingles, on aura un moins bon ressenti et forcément des préjugés »

Ces entretiens d'une durée de 90 minutes environ ont été riches d'enseignement pour la conception du site de Kcraft&Co, et nous ont permis d'en détacher trois personas.

A retenir : le site doit...

Avoir des vidéos qui sont le reflet de leur cœur de métier



Permettre d'identifier l'équipe : nom, rôle, email...

Eviter les adresses email impersonnelles ou les formulaires de contact



Etre esthétique et original, en s'adressant à des professionnels de l'image et de la création

Avoir un bon contenu rédactionnel qui reflète l'identité de la société

Etre une "mine" d'informations techniques et artistiques

Les extraits vidéos sont appréciables mais ce n'est pas la priorité



Etre un gage de sérieux, de professionnalisme, d'expérience...

Indiquer les liens Réseaux Sociaux : essentiellement Facebook



Avoir des renseignements sur les techniciens ou auteurs des productions



Rassurer les futurs collaborateurs, co-producteurs, financiers...

Etre le reflet du champ d'activités de la société, une vitrine pour les professionnels

Etre bilingue : français et anglais

Proposer, éventuellement, des images de making-of, storyboards...

Refléter la personnalité, les goûts, le style... de la société

Les personae

Les personae sont construits à partir des données recueillies lors des entretiens qualitatifs et symbolisent des utilisateurs potentiels du site web.



NOS TROIS PERSONAE



Julien

LE FRIAND DE CULTURE



Céline

LA CRÉATRICE D'IDÉES



Antoine

LE PASSIONNÉ D'IMAGES

Julien

JOURNALISTE

ÂGE : 35 ans

SITUATION : Pacsé

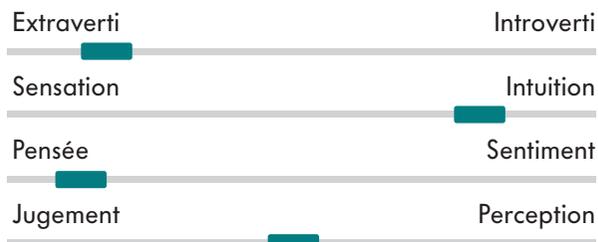
VILLE : Paris

HOBBIES : Cinéma, spectacles, expos, festivals, soirées et apéros...

PROFIL : Journaliste culture dans la presse quotidienne depuis onze ans, Julien s'est spécialisé en TV-médias et cinéma. Il passe un temps considérable sur internet (70% de sa journée). Passionné par l'Eurovision, Julien participe chaque année, en tant que membre du fan club, au spectacle de la grande finale. Il rédige aussi des critiques sur le site lebleudumiroir.fr.



Personnalité



eurovision engagé
sarcastique passionné
connecté curieux
londres

Sites les plus consultés



Environnement technologique



Leviers

- Voir la diversité des productions de KCRAFT&CO.
- Avoir les coordonnées des producteurs de KCRAFT&CO.

Points bloquants

- Recherche trop longue ou inefficace.
- Avoir un formulaire de contact au lieu des coordonnées directes.
- Le temps de chargement des extraits vidéos trop long.
- Un site non actualisé.

« Pour la rédaction de mon article, j'ai besoin de connaître les productions antérieures de Kcraft, afin de définir leur identité artistique. »



FRIAND
DE CULTURE

L'expérience de Julien pour écrire la critique du dernier documen- taire de KCRAFT&CO

Lors de la conf du matin, le Rédac chef Culture a commandé à Julien un papier sur le documentaire «Eddy Mitchell, itinéraires» qui est prévu sur la grille de France 3 dans trois jours. L'article doit paraître dans le print du lendemain.

ACTIONS



Il reçoit un mail de France Télévisions avec un lien pour visionner la vidéo du documentaire «Eddy Mitchell, itinéraires».



Il regarde le film et voit au générique le nom de la société de production KCRAFT&CO.



Il cherche sur les moteurs de recherche si KCRAFT&CO a un site web.



Il se connecte au site web de KCRAFT&CO.



Il clique dans la rubrique Télévision sur Production déléguée.



Il clique et consulte la fiche technique du documentaire «Reggiani, ma liberté», puis regarde l'extrait vidéo proposé.



Afin d'enrichir son papier avec des infos plus personnelles sur les co-fondateurs, il clique dans la rubrique Kcraft où il trouve des informations et même un lien direct pour les contacter.



Il appelle et interview Guillaume, un des deux co-fondateurs, afin d'obtenir une quote ou deux pour son papier.

IDENTIFIE LE BESOIN

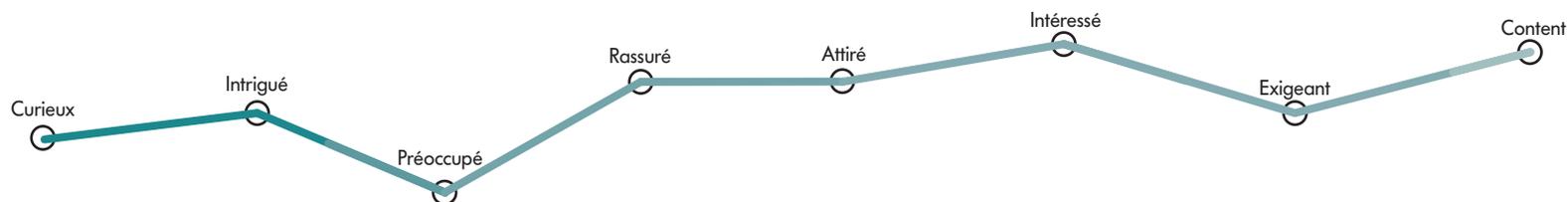
RECHERCHE

CONNEXION

PARCOURS LE SITE

APPELLE

RESSENTI



Céline

PRODUCTRICE

ÂGE : 43 ans

SITUATION : En couple, 1 enfant

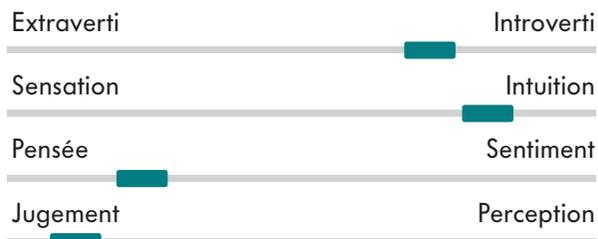
VILLE : Levallois-Perret

HOBBIES : les voyages, l'histoire, les arts, le trekking, la cuisine.

PROFIL : Avec son mari Jean-Paul, elle dirige depuis quelques années une société de production audiovisuelle spécialisée dans les documentaires sur la cuisine traditionnelle à travers le monde. Elle aime dénicher des couleurs et des saveurs au détour de ses voyages en Asie. C'est d'ailleurs au Japon qu'elle a découvert sa toute nouvelle passion : l'origami.



Personnalité



curieuse nature
paysages sport gastronomie
voyages découvrir souvenirs

Sites les plus consultés



Environnement technologique

plus de **3 heures** par jour



Leviers

- Obtenir des informations sur KCRAFT&CO.
- Lire les fiches des films.

Points bloquants

- Ne pas être rassurée sur le sérieux de la société.
- Ne pas trouver rapidement l'information recherchée.
- Ne pas pouvoir entrer en contact directement avec les interlocuteurs de KCRAFT&CO.

« J'ai besoin de contacter Kraft pour avoir des renseignements sur les tournages en Corée pour mon documentaire sur la cuisine de ce pays. »



CRÉATRICE
D'IDÉES

L'expérience de Céline pour découvrir le travail de KCRAFT&CO et contacter les producteurs

Ayant vu le nom de KCRAFT&CO au générique de «Maboul de Séoul», Céline se rend sur le web pour se renseigner sur cette société de production et éventuellement la contacter pour son documentaire sur la cuisine en Corée.

ACTIONS



Elle souhaite entrer en contact avec les producteurs de «Maboul de Séoul». Elle se connecte au site de KCRAFT&CO.



Ne connaissant pas la société, elle regarde les différentes rubriques et clique sur la rubrique Télévision puis Production exécutive.



Elle voit que la société a coproduit toute la série «Les villes d'Antoine». Elle va pouvoir trouver des infos pour son projet.



Elle consulte la page «Maboul de Séoul» et elle clique sur la fiche technique.



Elle s'aperçoit, en passant sur le nom du réalisateur, de l'existence d'un pop-in. Elle ouvre la pop-in et consulte sa bio.



Elle regarde les autres rubriques et clique sur la rubrique Conseil.



Elle désire entrer en contact avec les producteurs et clique sur la rubrique Kcraft (Qui sommes-nous).



Elle regarde la liste des diffuseurs nationaux qui font confiance à KCRAFT&CO et charge la carte de visite électronique de la société.

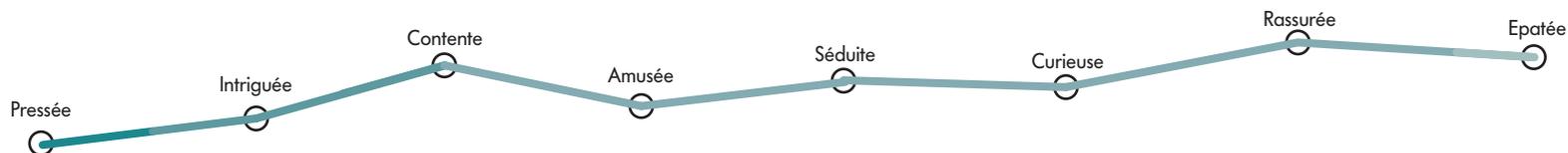
CONNEXION

RECHERCHE

PARCOURS LE SITE

CONTACT

RESSENTI



Antoine

CHEF OPÉRATEUR

ÂGE : 54 ans

SITUATION : En couple, 2 enfants

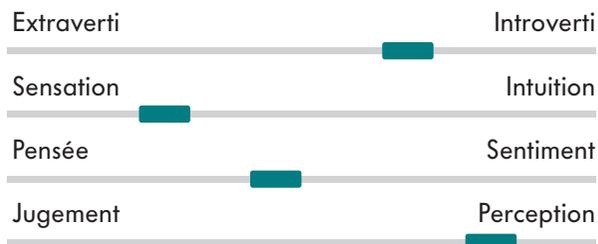
VILLE : New-York

HOBBIES : La photographie, le jazz, le Pop Art et le surf.

PROFIL : Chef-opérateur indépendant pour la télévision (news, documentaires) Antoine adore le web. Culture, actualités, mais également tout ce qui touche à la photographie, il surfe énormément autant sur le net que sur les vagues dès qu'il peut s'échapper quelques jours sur la plage de 1st Street dans le New Jersey. Il aime aussi fixer des moments de vie sur sa pellicule.



Personnalité



artiste vagues
couleurs passionné gourmand
généreux musicien

Sites les plus consultés



Environnement technologique



Leviers

- Accéder directement à l'espace pro de KCRAFT&CO.
- Voir les dernières productions.

Points bloquants

- Un site esthétiquement pauvre.
- Une home page trop chargée et confuse.
- Des textes trop longs.
- Des temps de chargement longs pour visionner les vidéos.

« J'ai besoin d'avoir accès aux documents de travail sur l'espace pro de Kcraft&Co, avant d'accepter leur proposition de collaboration sur New-York. »



LE PASSIONNÉ
D'IMAGES

L'expérience d'Antoine avant d'accepter une proposition de collaboration avec KCRAFT&CO.

Antoine, Chef-Opérateur, vit à New-York depuis 5 ans. Il reçoit une proposition pour un tournage de la part de KCRAFT&CO, avec qui il a travaillé une dizaine d'années auparavant. Les modalités et les conditions de ce tournage sont accessibles dans la rubrique Projets du site.

ACTIONS



Suite au message reçu de KCRAFT&CO, Antoine se connecte sur leur site.



Il se rend dans la rubrique Projets.



Il se connecte grâce au code fourni par KCRAFT&CO dans le mail et accède au scénario du projet sur lequel il est susceptible de travailler.



Il clique sur la rubrique Kcraft (Qui sommes-nous), parcourt l'historique de la société et les biographies des co-fondateurs.



Il clique sur la rubrique Cinéma.



Il sélectionne le film "Three blind mice".



Il consulte les fiches techniques et s'aperçoit qu'il est possible de cliquer sur le nom de certains techniciens.



Il clique et ouvre un « Pop-In » sur la bio d'un chef opérateur.

IDENTIFIE LE BESOIN

ACCÈDE AU SITE WEB

PARCOURS LE SITE

S'INFORME

RESSENTI





RECOMMANDATION

Concept p.32

Stratégie..... p.33

Dispositif de communication p.34

Des productions libres et indépendantes nées de rencontres

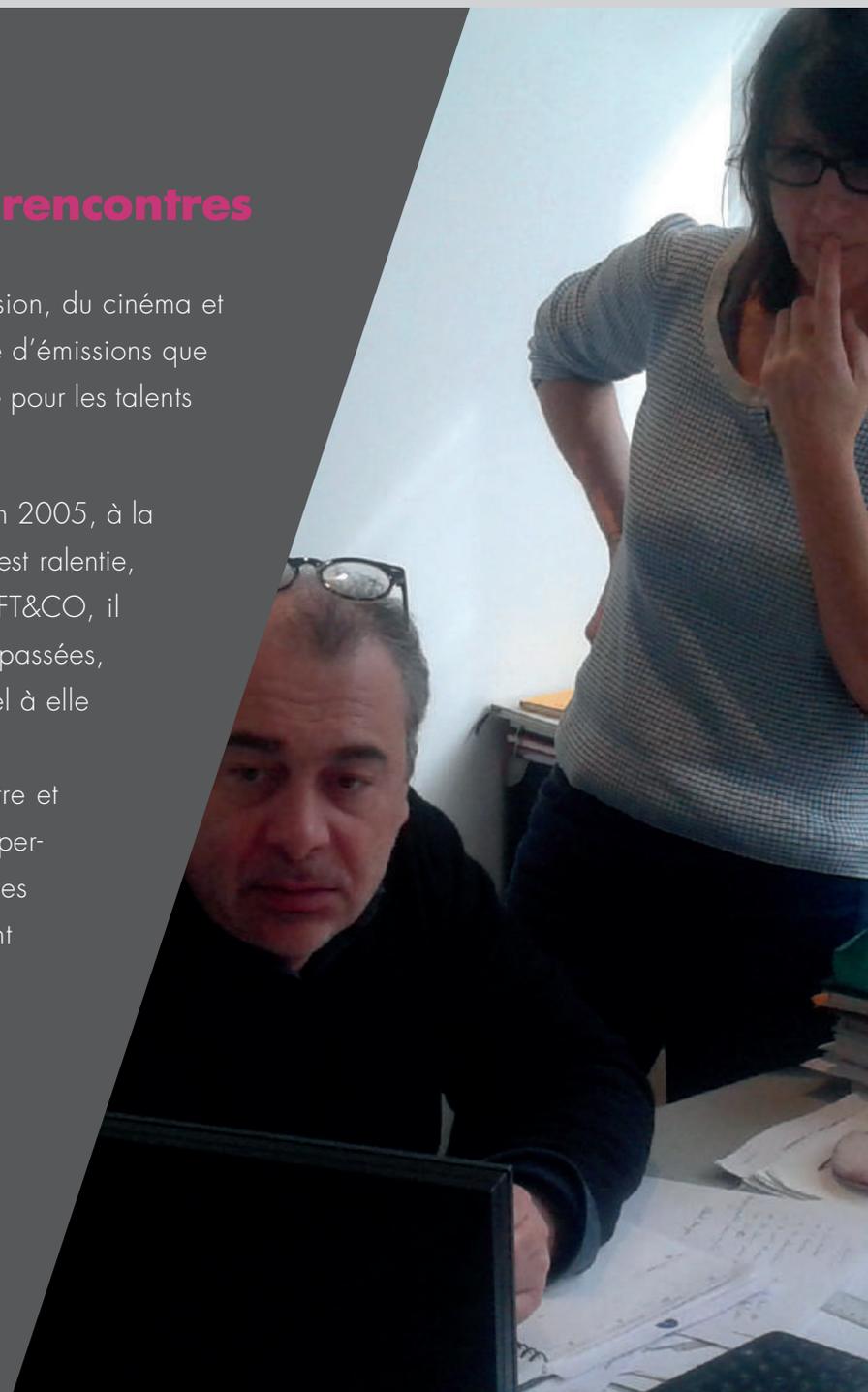
KCRAFT&CO est une petite société de production indépendante qui fait à la fois de la télévision, du cinéma et du conseil. Pour la télévision, la production est double. Il y a d'abord la production déléguée d'émissions que KCRAFT conçoit et la production exécutive qui concerne des programmes fabriqués sur mesure pour les talents qui les ont initiés.

Dans les premières années de sa création KCRAFT&CO a produit deux films de long-métrage. En 2005, à la suite du décès d'un des associés fondateurs, le réalisateur Mathias Ledoux, l'activité cinéma s'est ralentie, mais a été relancée il y a peu pour des projets qui devraient voir le jour en 2018. Pour KCRAFT&CO, il est aujourd'hui indispensable d'avoir une vitrine pour exposer son travail. Ses productions passées, les diffuseurs qui lui ont fait confiance mais aussi les sociétés de productions qui ont fait appel à elle pour une activité de conseil.

Le site de KCRAFT&CO sera le reflet de cette citation d'Edgar Degas «Je voudrais être illustre et inconnu». Les deux producteurs, Maryvonne Le Meur et Guillaume Godard, entendent, à titre personnel, rester discrets. Être présents sur le web pour exposer uniquement les productions réalisées et donner l'occasion d'éclairer les réalisateurs, les comédiens, les techniciens trop peu souvent mis en avant dans les sites de production.

C'est dans cet esprit qu'est conçu le site, sans superflu, la conception graphique devant toujours servir la fonction.

KCRAFT&CO étant également soucieuse d'être visible à l'international, le site doit impérativement être bilingue français/anglais.



La stratégie

La grande majorité des sites de société de production audiovisuelle ou cinématographique sont utilisés pour présenter leur catalogue. Kcraft&Co se démarque en mettant en avant, grâce à des pop-in, les talents et les techniciens avec lesquels elle travaille régulièrement. Ce choix des deux producteurs est le reflet de leur travail depuis seize années.



Il est nécessaire de créer une complémentarité et une articulation entre le site internet et la page Facebook Kcraft&Co qui sera le média permettant d'annoncer une actualité ou des événements, le support des coups de cœur des associés pour des expositions, des lectures, des films, des reportages, des documentaires...

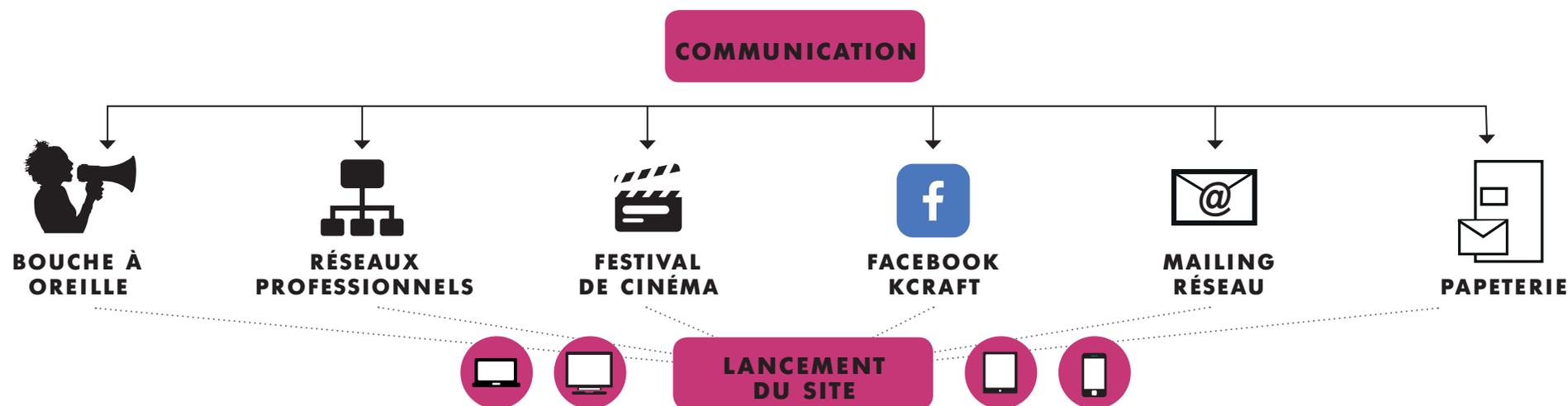
Le dispositif de communication

Une fois le site créé et mis en ligne, KCRAFT&CO en informera son réseau (partenaires, acteurs du secteur de l'audiovisuel, collaborateurs, techniciens...). Dans un premier temps, Maryvonne Le Meur et Guillaume Godard enverront un mailing à tous leurs contacts audiovisuels (y compris les organismes financeurs type CNC) et ajouteront dans la signature de leur mail l'adresse du site.

Deuxième moyen d'informer le réseau, utiliser Facebook (Facebook de Maryvonne Le Meur, de Guillaume Godard et Facebook KCRAFT&CO) en amont pour alerter sur la création future du site puis pour annoncer son lancement effectif.

Ayant prévu d'être présents au Festival de Cannes, les producteurs devront en profiter pour informer leurs interlocuteurs. La charte graphique papeterie (cartes de visite, lettres à en-tête, dossiers) devra être changée pour faire apparaître le site web.

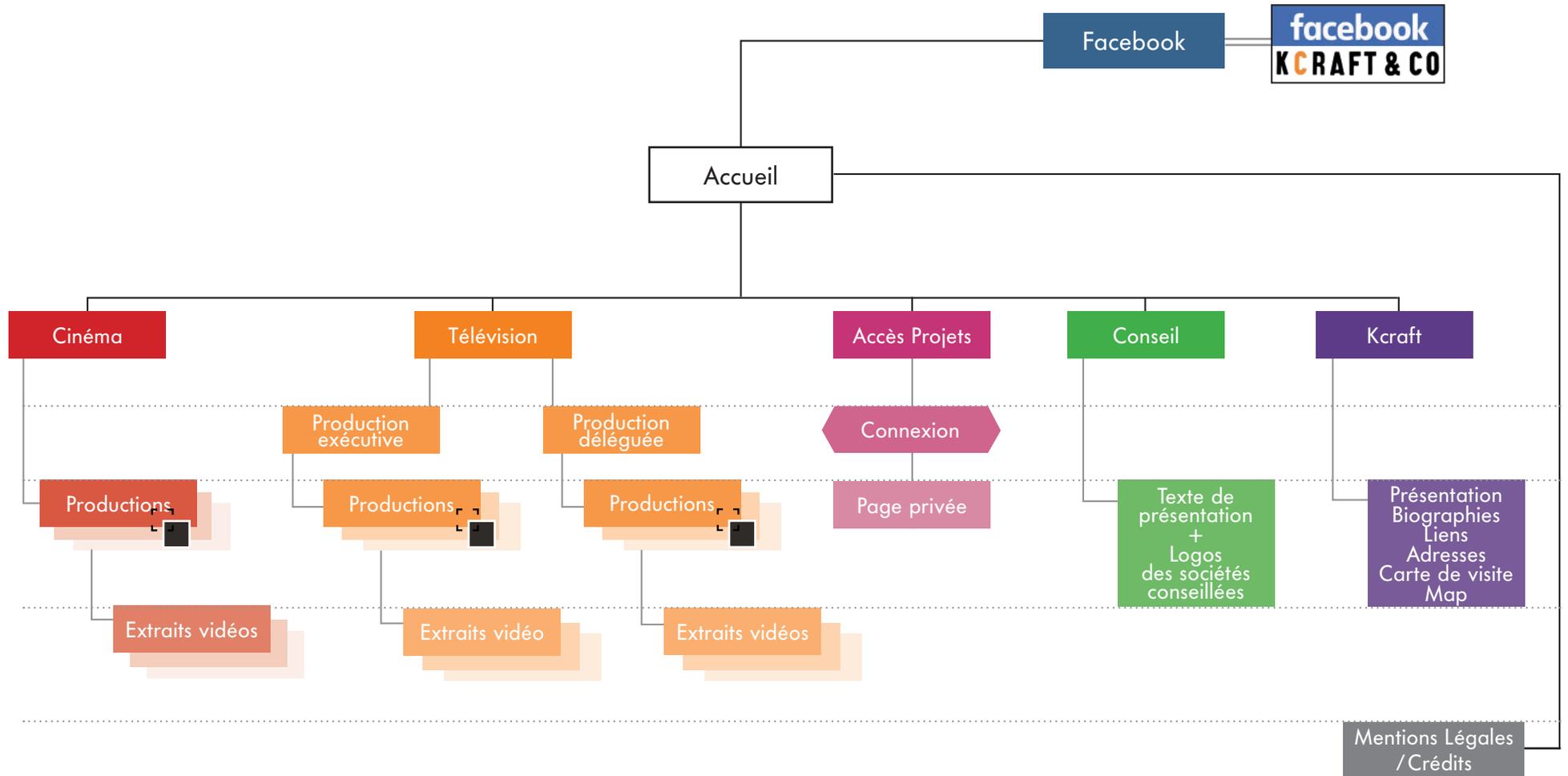
Enfin, l'objectif de KCRAFT&CO n'étant pas forcément d'apparaître en première ligne des moteurs de recherches, il sera plus judicieux de mettre en place une stratégie de référencement sur des catégories croisées (par exemple «Production exécutive/Antoine de Caunes», «KCRAFT&CO/Michel Muller»).





PROTOTYPE

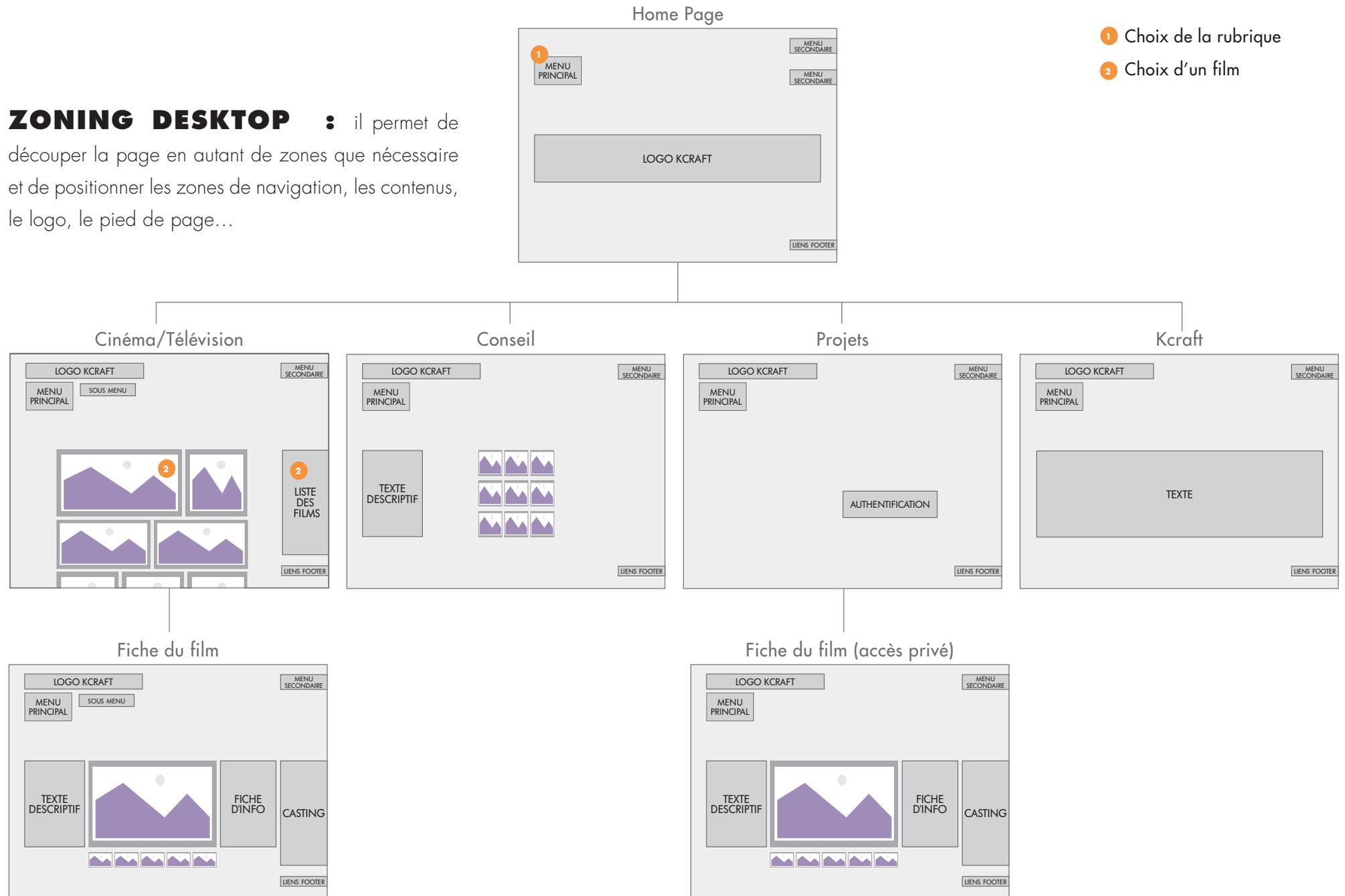
- Arborescence p.36
- Zoning..... p.37
- Wireframes..... p.39
- Flowchart..... p.43



	Fiches contenus/catégories
	Liens internes au site
	Liens externes
	pop in : fiches réalisateurs / chefs décorateurs / chefs monteurs / chefs opérateurs

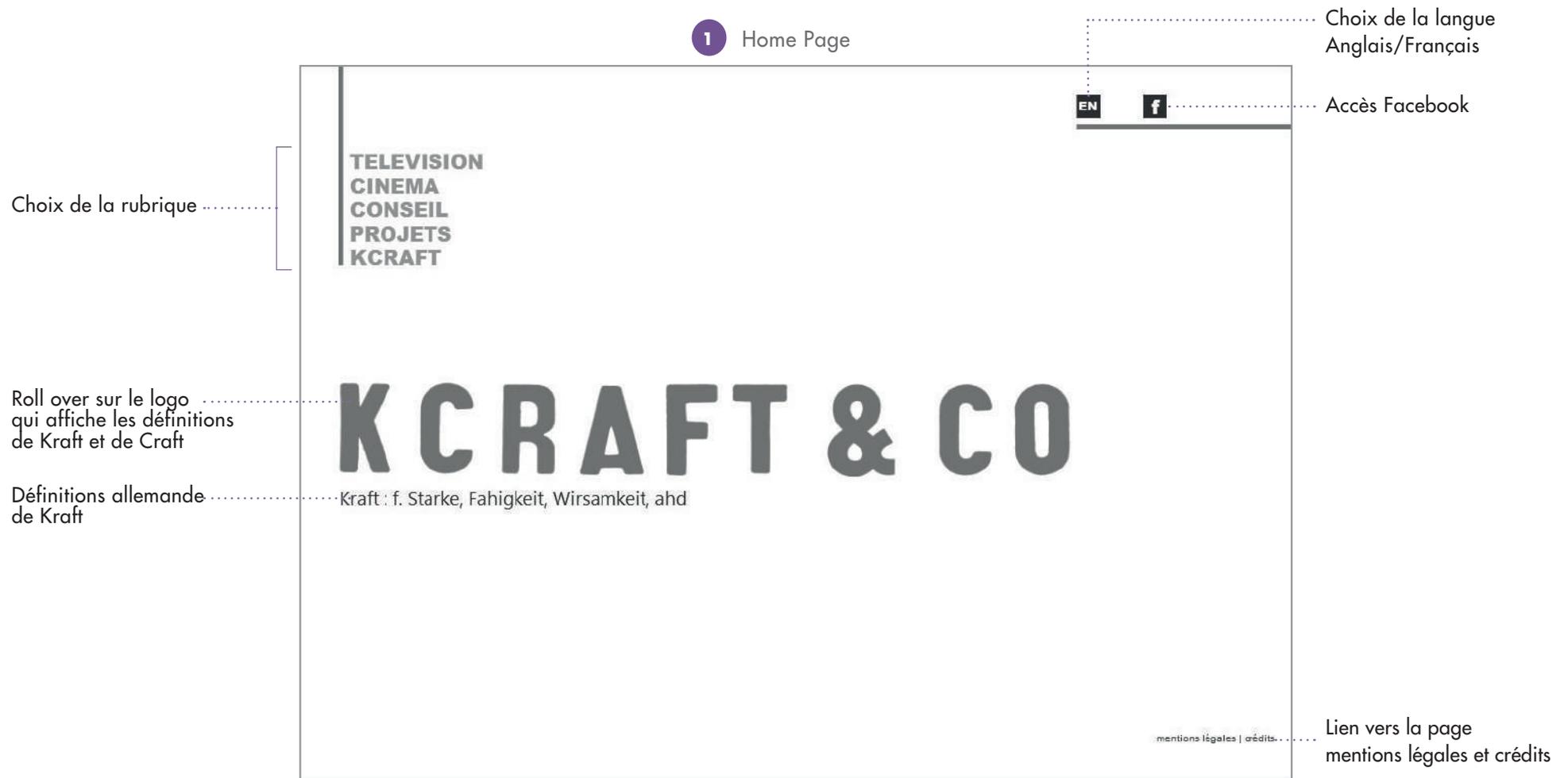
ZONING DESKTOP : il permet de découper la page en autant de zones que nécessaire et de positionner les zones de navigation, les contenus, le logo, le pied de page...

- 1 Choix de la rubrique
- 2 Choix d'un film





WIREFRAME DESKTOP : il s'appuie sur le zoning réalisé auparavant et permet d'indiquer le contenu présent dans chaque bloc de la page Web et de structurer l'interface.



WIREFRAME DESKTOP

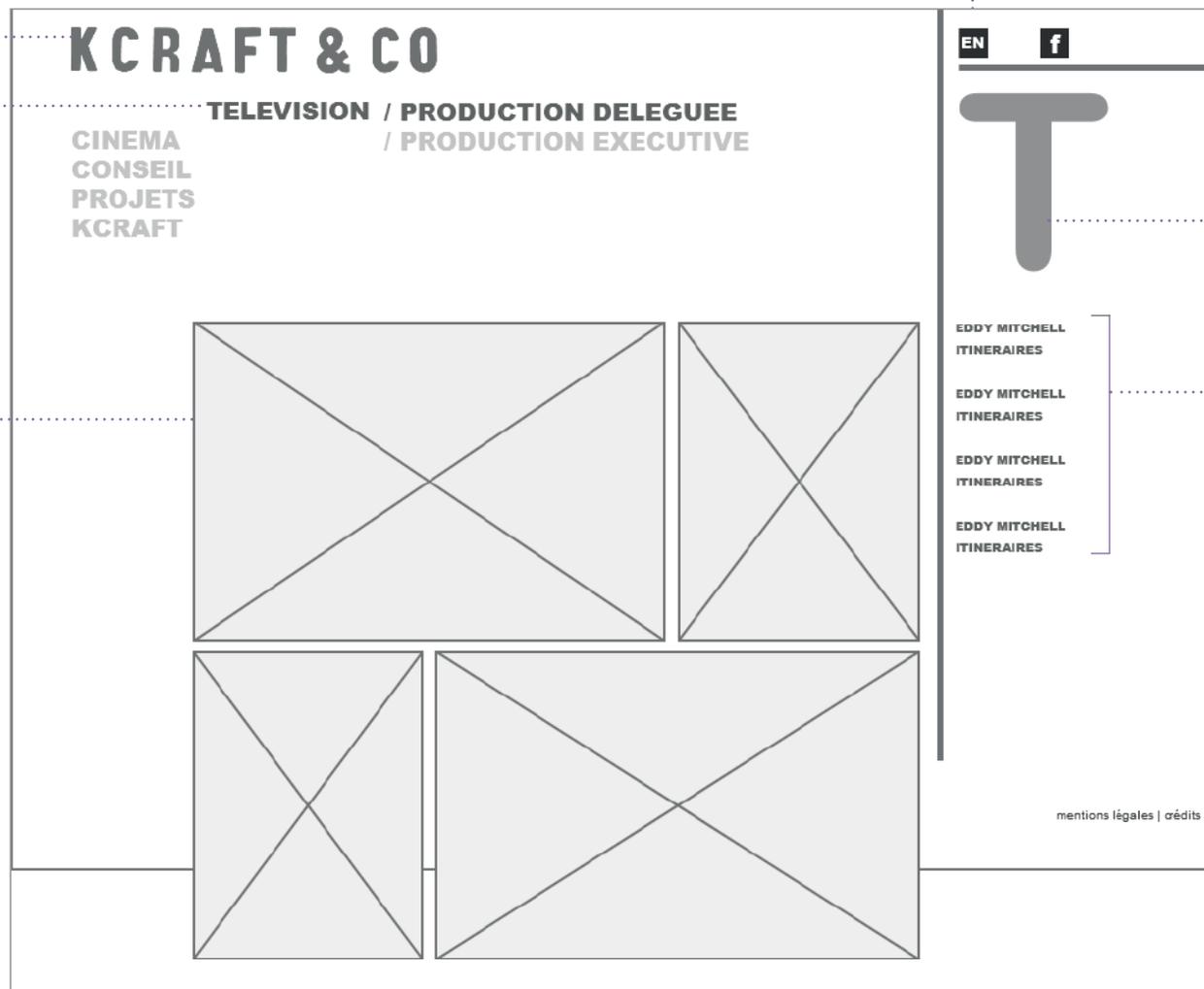
2 Page Cinéma/Télévision

Retour home page

Quand on choisit la rubrique Télévision, un sous menu apparaît

Choix de la rubrique

Mosaïque des images, chacune étant un lien vers une production



Choix de la langue
Anglais/Français

Accès Facebook

Initiale de la rubrique
choisie

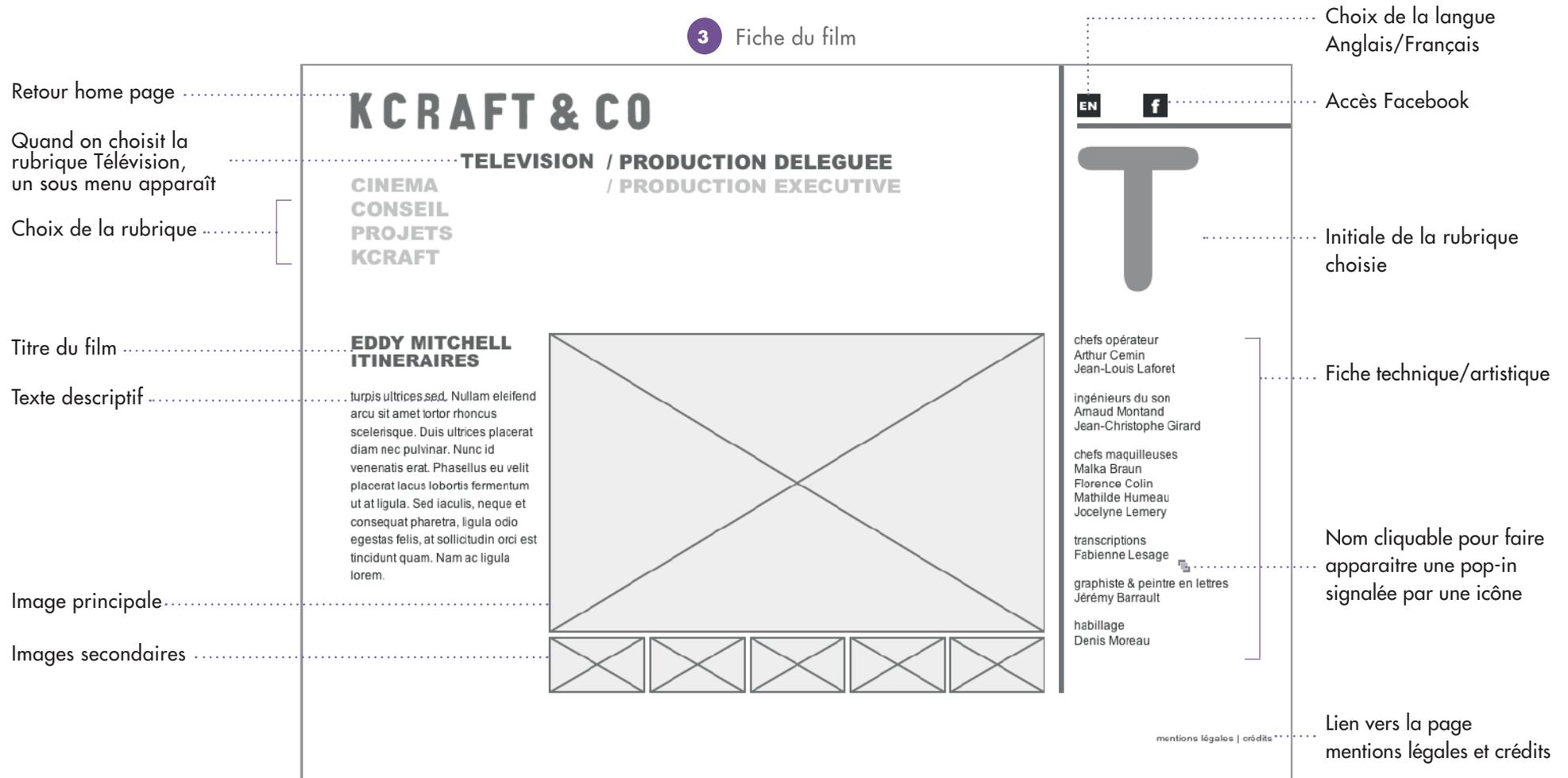
Liste des titres des films,
chacun étant un lien vers
une production

mentions légales | crédits

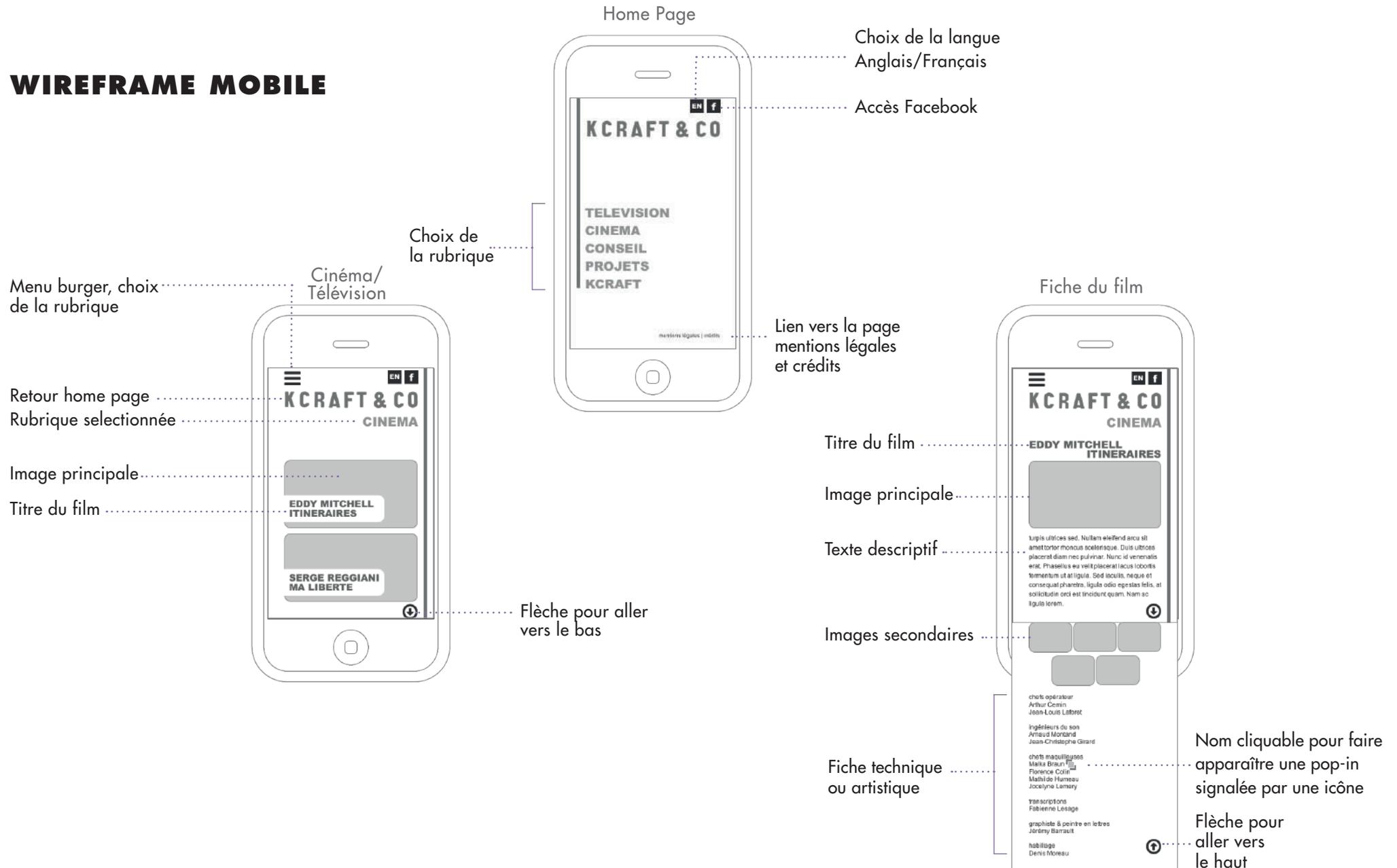
Lien vers la page
mentions légales et crédits

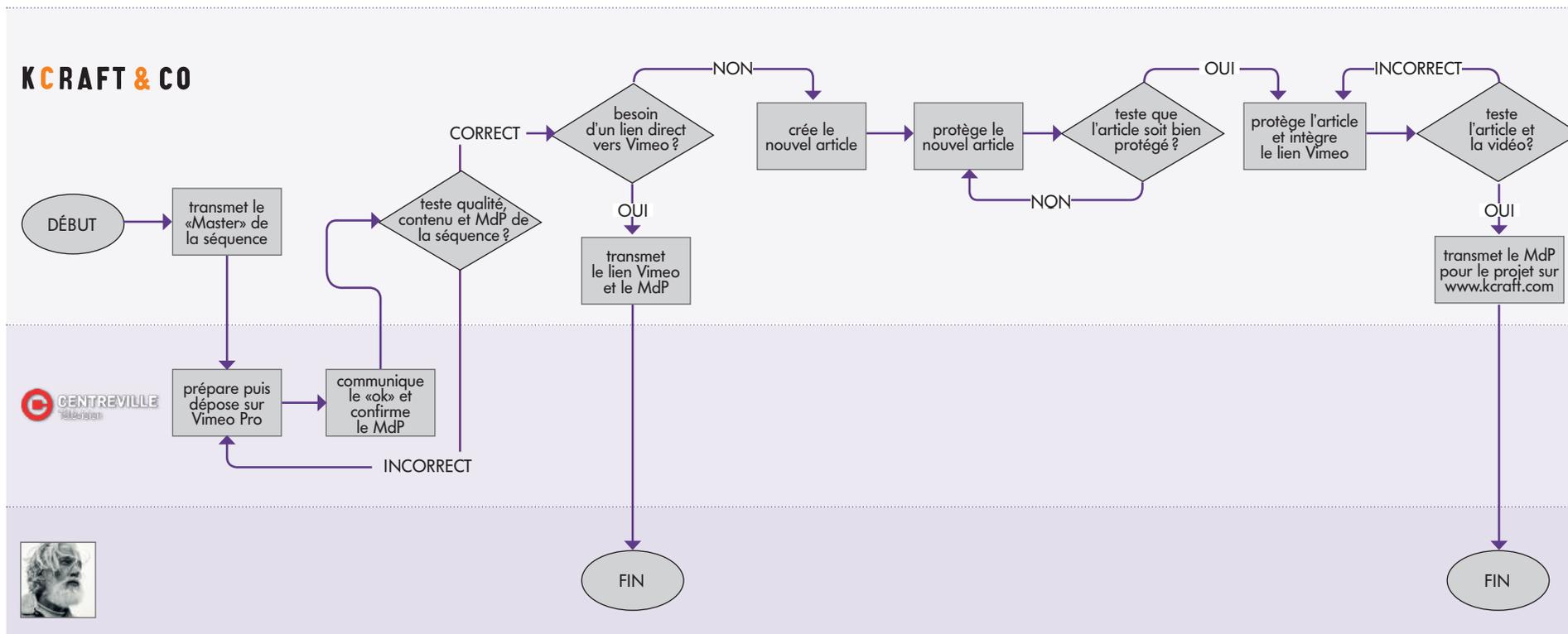
WIREFRAME DESKTOP

3 Fiche du film



WIREFRAME MOBILE





DÉTAILS TECHNIQUES SUR LE FORMAT VIDÉO

- Stockage des séquences vidéo sous Vimeo Pro
- Vimeo Pro permet d'importer jusqu'à 20 Go de vidéo HD par semaine (5 Go par vidéo et 1000 Go/an)
- La vitesse de conversion sur un compte pro est quasi instantanée.
- Le compte pro permet la lecture sur mobile.

- Vimeo accepte les fichiers aux formats avi, divx, mts, m2t, m2v, m4v, mkv, mov, mp4, mpe, mpeg, mpg, ogg, wmv (le format Apple ProRes est déconseillé) pour une sortie optimisée en mp4 – h264.
- Pour les éléments vidéo HD 16/9, la résolution de sortie conseillée est, pour la vidéo de 1280x720 (1920x1080 déconseillé pour une raison de débit de lecture), 1024x576 pour le SD et de maximum 320kbit/sec et 44,1 khz pour le son.
- Pour uploader la vidéo, utiliser des formats compressés (mp4, wmv, divx) et éviter les formats non compressés (avi).



IDENTITÉ GRAPHIQUE

Moodboard p.45

Charte graphique..... p.47

Maquettes écrans..... p.51



gn
SUAL
CULTURE
MONTCLAIR STATE UNIVERSITY
ARGD 280

arnhaus
arich

LICHT
HANTER ← → RICHTER



9 0 1 2 3 4



TYPOGRAPHIE

I J K L M N O P
Q R S T U V W X
Y Z 0 - ? ! @
1 2 3 4 5 6 7 8 9





verticalales

FUTURA

Light Book Medium Bold Extra Bold
Light Book Medium Bold Extra Bold

FUTURA

sunday
november 28 1982
a mass production

marble bar
16 w. franklin street
Baltimore, md

Bauhaus

3
4

Bauhaus

AUSSTELLUNG

BAUHAUS WEIMAR

UGO BOSCH

21.05. - 28.08. 2013

ONLY GRAPHIC DESIGNER CARE

NKF.

normale gehoorsterkte

vergroote gehoorsterkte

Wij leveren voor telefoonnetten der provinciale elektrische centrales gepuniseerde telefoonkabels

NEDERL. KABEL FABRIEK DELFT

Start

1. 8. 4. 13. 51. 60.

23. 45. 60.

Finish

Futura NEXT

THE BEST GROWN BETTER
WELCOME TO THE NEXT GENERATION!

Yes, tell me what records you have in your collection and I'll tell you who you are.

Lucian Ban

JAZZ

QUINTA DO HERBIE HANCOCK - PLUGGED IN. A NIGHT OF SOLO EXPLORATIONS - SEXTA DO BILL FRISSELL / BILL MORRISON THE GREAT FLOOD - SABADO IO DAVE DOUGLAS & JOE LOVANO QUINTET. SOUND PRINTS - DOMINGO II BIG BAND E ENSEMBLE DE CORDAS DA ESCMA DIRIGIDOS POR JACAM MARRICKS - DOMINGO II LUCIAN BAN INESCIO RE-IMAGINED - QUARTA 14 JACAM MARRICKS BAND - QUINTA 15 PROJETO TOAP/GUIMARÃES JAZZ 2012 : OJAM COM MUSICA DE JOAO PAULO ESTEVES DA SILVA - SEXTA 16 THE JAZZ PASSENGERS RE-UNITED - SABADO 17 WOR BIG BAND COLOGNE PLAYS THE MUSIC OF RANDY BRECKER

GUIMARÃES JAZZ 8 A 17 - NOV - 2012
CENTRO CULTURAL VILA FLOR

ANEXE 83

WWW.LCVP.PT

#C7BEA3

#B1A74D

#E17527

#E07527

#C6241E

#71807E

Le Logo

Le logo de Kcraft&Co a été dessiné à la création de la société en 2001 par Etienne Robial en toute amitié et affinité artistique pour les trois associés fondateurs, Maryvonne Le Meur, Guillaume Godard et Mathias Ledoux.



Privilégier une zone de blanc tournant afin de protéger sa lisibilité et son aspect. Les marges sont égales à 50% de la hauteur du logo.

UTILISATIONS AUTORISÉES



Utiliser la version blanche sur fond noir



Utiliser en négatif



Autre version possible de l'utilisation du logo

La typographie

Le logo emploie la police AA NORMALE créée par Etienne Robial. Elle s'appliquera au logo, menu du site, titres des parties & des films. Nous prendrons la police Helvetica Neue pour le reste des textes et des fiches contenus. L'Helvetica Neue sera utilisée dans trois types de graisses : regular, bold, et light (police achetée applicable au web).

A B C D E F G H
I J K L M
N O P Q R S T U
V W X Y Z

Typographie
AA NORMALE

Les tailles seront adaptées
en fonction de l'ergonomie
du site et de son contenu

K C R A F T & C O

Helvetica Neue

Regular

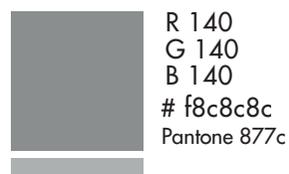
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Typographie
HELVETICA NEUE

Helvetica Neue Light
Helvetica Neue Regular
Helvetica Neue Medium
Helvetica Neue Bold

Les couleurs et pictogrammes

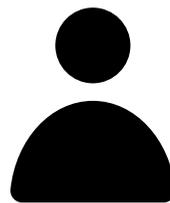
L'univers chromatique primaire est basé sur trois couleurs : orangé, noir et gris. Les couleurs secondaires seront utiles dans certains cas en diminuant l'opacité de 30% (pop-in et animations sur les textes). Elles sont toutes adaptables pour le print et surtout pour le web.



Pop-in



Pictogrammes



HOME PAGE

Les deux producteurs ont finalement décidé de retenir une home page sobre et épurée. Maryvonne et Guillaume veulent que leur site soit à l'image de leur présence sur le secteur audiovisuel, discrète et solide.

Le logo KCRAFT&CO, accueillera les futurs utilisateurs.



**HOME PAGE AVEC ROLL OVER 1**

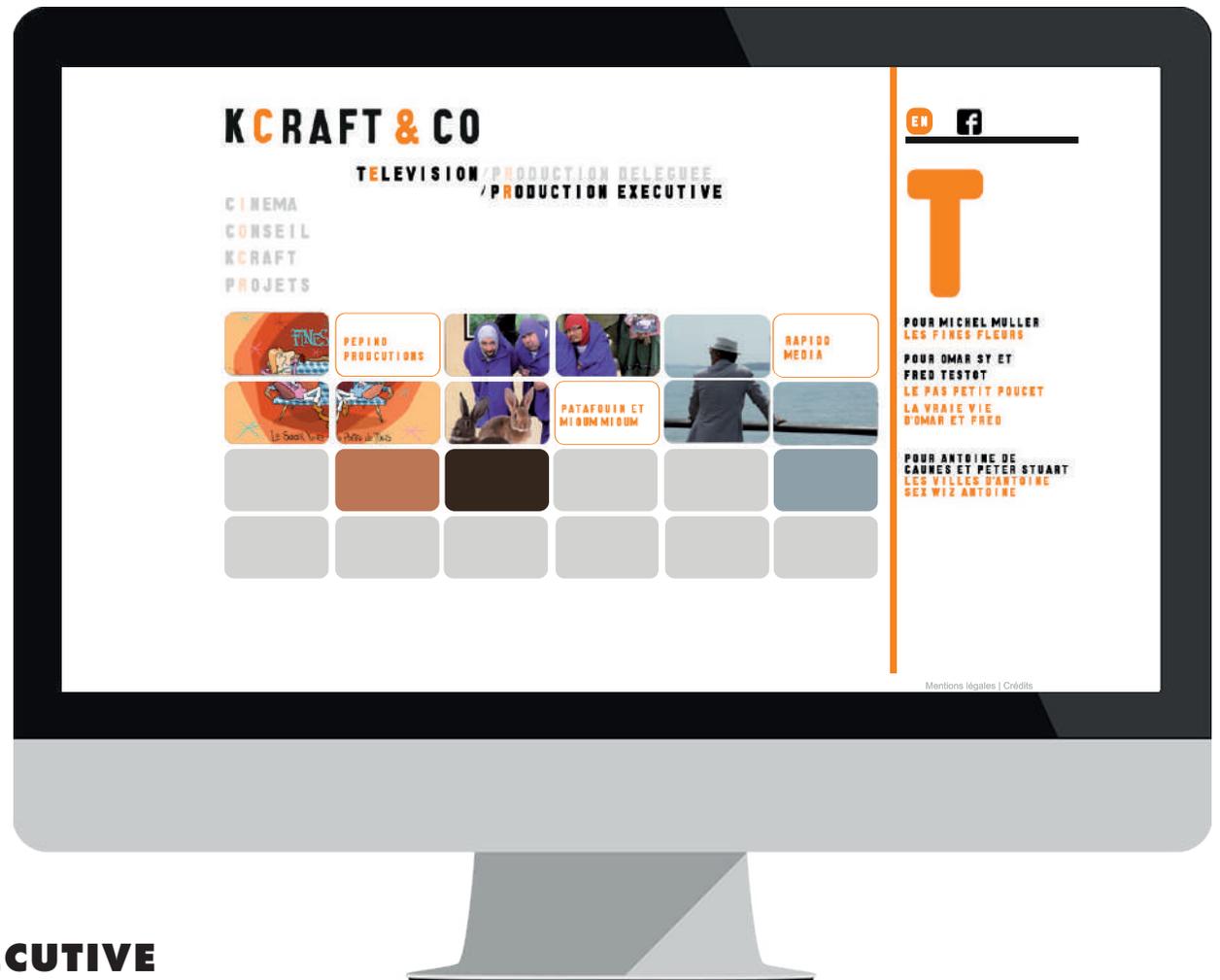
**HOME PAGE AVEC ROLL OVER 2**



TÉLÉVISION / PRODUCTION DÉLÉGUÉE



FICHE TÉLÉVISION/PRODUCTION DÉLÉGUÉE

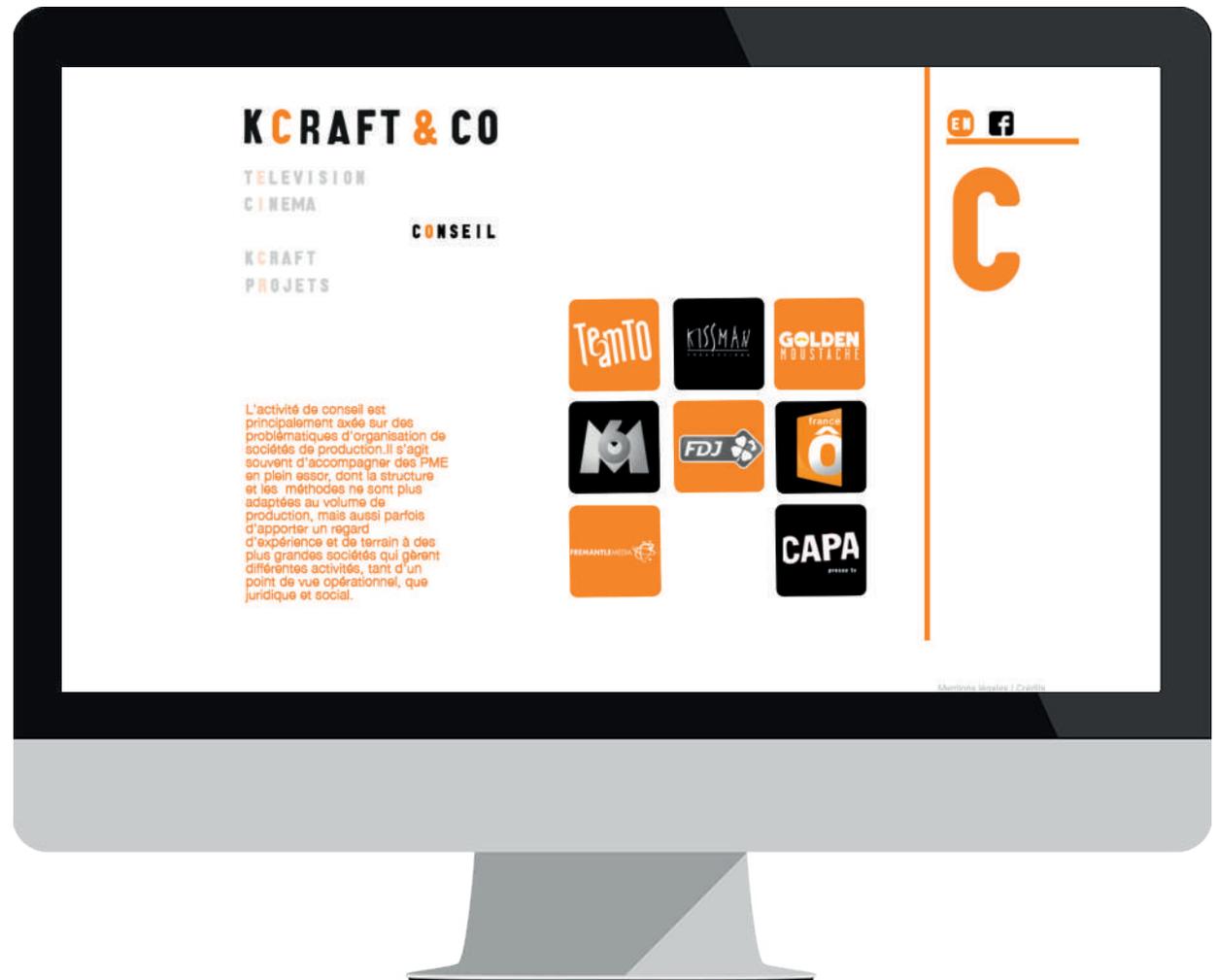

TÉLÉVISION / PRODUCTION EXÉCUTIVE

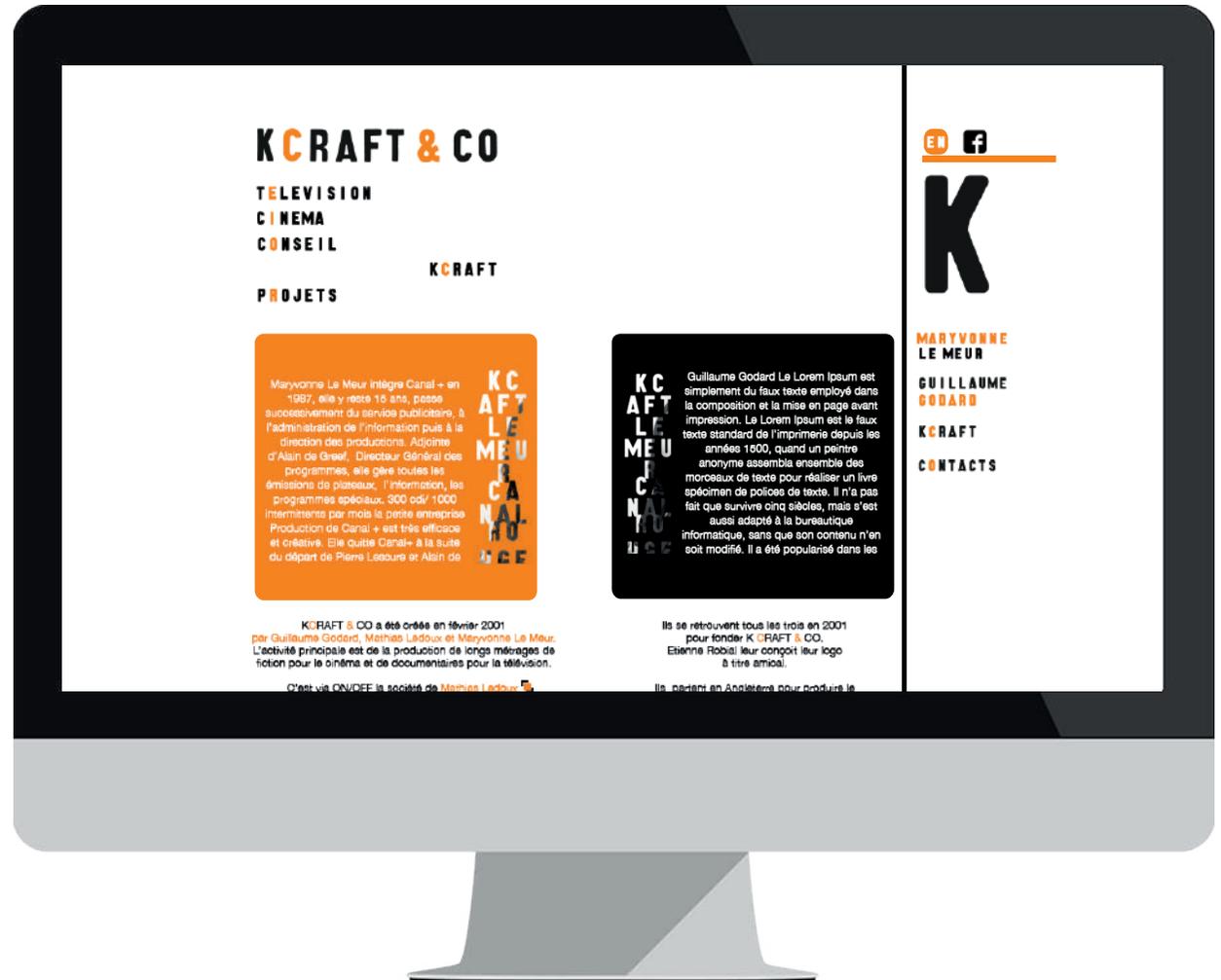


CINÉMA



CONSEIL

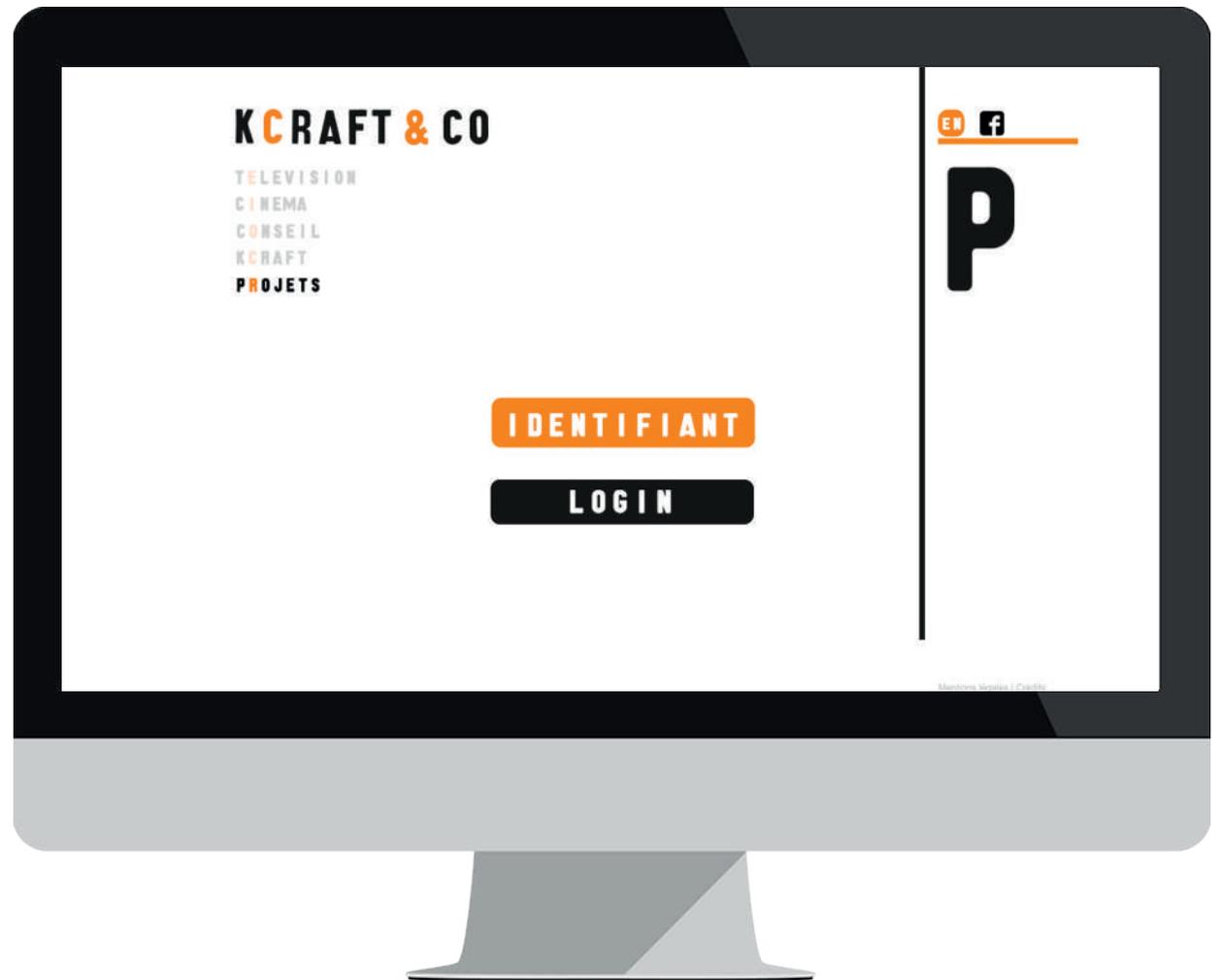






POP-IN





PROJETS

The background features a diagonal strip of 3D-rendered numbers (0-9) in a light gray color, set against a white background. This strip is bordered by dark gray and green geometric shapes. A horizontal line is positioned below the main title.

PRÉ-PRODUCTION

Spécificités fonctionnelles.. p.63

Spécificités techniques..... p.64

Product backlog..... p.67

Méthodologie..... p.68

Devis..... p.69

Planning production..... p.70

Spécificités fonctionnelles

côté back

Le site offrira une partie "back office" permettant à KCRAFT&CO :

- d'éditer le contenu : création, édition, rajouts et suppressions d'articles.
- de gérer les accès protégés : création de comptes (si cela est nécessaire), gestion de mots de passe, modification sur les droits de consulter certains articles spécifiques réservés à des utilisateurs authentifiés.

Volumétrie

- 2 fiches cinéma
- 12 fiches TV prod déléguée
- 5 fiches TV prod exécutive
- 48 pop-in
- une vingtaine de séquences vidéo
- une centaine de photos

côté front

Côté utilisateur, le site offrira :

- un design responsive (Cf spécifications techniques).
- des séquences vidéo.
- des galeries d'images (photos, titres, dessins, vignettes représentant des séquences vidéo...).
- des textes en français et anglais (bouton pour basculer de l'un à l'autre).
- des contenus spécifiques (projets en cours) protégés par mot de passe.
- des fiches d'informations "focus" concernant des techniciens, créateurs ou artistes sous forme de pop-in.
- un lien vers la page Facebook.
- des liens vers les mentions légales et vers les crédits.

Spécificités techniques

DISPOSITIF TECHNIQUE

Le choix de l'hébergement du site web a été co-décidé entre KCRAFT&CO, Video Digital Multimedia (réfèrent technique) et Alkaline : un serveur dédié a été loué auprès d'OVH.

Les séquences vidéos qui seront proposées sur le site web ne seront pas hébergées chez OVH, mais en mode "cloud" géré par le moyen d'un compte Vimeo Pro, selon les procédures standards établies en accord avec Video Digital Multimedia (V.D.M.).

Elles seront proposées à la lecture sur le site web via un player vidéo, que ce soit en mode public ou protégé.

NOMS DE DOMAINE

Le nom de domaine retenu pour cet hébergement est www.kcraftco.fr

Le nom de domaine kcraft.fr existant sera redirigé vers ce même site web.

DESIGN RESPONSIVE

Le site web sera conçu pour être responsive en étant "élastique" (dimensions en %), en utilisant des Media Queries pour adapter le design selon l'orientation des smartphones ainsi que pour la taille des écrans, en fonction de breakpoints suivants :

- téléphone : jusqu'à 768 pixels de large.
- éventuellement, tablette : jusqu'à 992 pixels de large.
- desktop : au-delà de 992 pixels.

RESPECT DES STANDARDS

Alkaline s'engage à respecter les bonnes pratiques du web qui sont en usage, notamment :

- protection du droits d'auteur (empêcher le pillage des œuvres).
- protection de la confidentialité sur les projets en cours ou futurs (contenu réservé).
- respect des standards HTML5/CSS3.
- recourir à la procédure AJAX pour offrir une navigation avec des transitions fluides et graphiques.
- favoriser les animations basées sur les technologies les plus communes et les plus ouvertes (CSS, JS, JQuery, TweenMax, SVG, SMIL...).
- bien que cela ne soit pas un objectif prioritaire (parce que le site web s'adresse à des professionnels très ciblés), favoriser le référencement naturel autant que possible.

Spécificités techniques

CHOIX D'UN CMS

Le site fonctionnera comme un CMS (Content Management System) sur le framework Wordpress à partir d'un thème vierge ("thème blanc") spécialement développé pour le site de KCRAFT&CO.

Nous avons retenu cette solution technique pour les raisons suivantes :

- WordPress répond au besoin principal : création et gestion de contenus.
- les fonctionnalités éditoriales de WordPress permettront une exploitation, en parfaite autonomie, grâce à une prise en main encadrée par nos soins (documentation et formation).
- WordPress est le CMS le plus répandu actuellement sur le marché ce qui garantit au site un minimum de pérennité d'exploitation et de facilités de maintenance pour les années à venir.
- WordPress offre le plus grand choix de solutions techniques et d'évolutions par l'intégration «à la carte» de fonctionnalités additionnelles.
- le site pourra être adapté ou évoluer avec le temps.

Pour un fonctionnement optimal du site web, ont été créés conjointement :

- un compte Gmail, essentiellement pour recevoir les alertes et les reportings techniques.
- un compte WordPress.com (lié à JetPack), essentiellement pour surveiller la disponibilité du site web.
- un compte DropBox, essentiellement pour stocker les sauvegardes du site (fichiers sources et base de données).

Spécificités techniques

EXTENSIONS WORDPRESS

EXTENSIONS INDISPENSABLES

Jetpack	Connecter le site web à un compte WordPress.com pour profiter de fonctionnalités comme la surveillance périodique de la disponibilité du site.
BackWPup Extension	Sauvegardes pour WordPress vers un compte DropBox.
Advanced Custom Fields (version PRO)	Ajouter des champs éditoriaux (personnalisés).
Polylang	Permet de gérer un site WordPress bilingue ou multilingue.

EXTENSIONS À ÉVALUER

ACF to REST API	Permettre aux informations des champs ACF d'être exploitables par l'API WP REST.
Simple WordPress Membership	Protection sélective de contenu selon des comptes d'accès.
FV Player	Vidéo player.
WP Content Copy Protection & No Right Click	Protéger les images contre le pillage.
WordPress SEO by Yoast	Faciliter le référencement naturel.

PENDANT LA PHASE DE DÉVELOPPEMENT

Password Protected	Un moyen simple de protéger globalement le site web par un seul mot de passe (pendant la durée de mise en place).
Show Current Template	Afficher le nom du modèle en cours d'utilisation dans la barre d'outils.
WP Log Viewer	Affichage des logs pour déboguer.

ID	NOM	USER	USER STORY	IMPORTANCE	CHARGE	PRIORITÉ	HOW TO DEMO
13	page Facebook	KCRAFT	avoir une stratégie de communication sur internet pour avoir une présence optimale	6	1	6,00	1) visiter la page Facebook de KCRAFT 2) y voir des liens vers le site web
1	catalogue	utilisateur	avoir un aperçu des diverses productions afin d'obtenir des renseignements pertinents sur chaque production	10	2	5,00	1) aller dans chaque catégorie 2) y voir les fiches des films
12	vers Facebook	utilisateur	découvrir la page Facebook de KCRAFT afin de pouvoir suivre les actus KCRAFT à travers les réseaux sociaux	5	1	5,00	1) depuis le site web, utiliser le lien vers Facebook
14	projets	KCRAFT	pouvoir protéger les informations sur les projets en cours afin de rester discret et protéger les créations et les droits d'auteur	10	2	5,00	1) s'authentifier (rubrique «Projets») 2) lire la fiche proposée, 3) constater qu'elle n'est pas visible dans les autres rubriques
3	éditer des fiches des films	KCRAFT	créer, éditer, publier un article, de manière autonome, le classer dans des catégories et y joindre des images	8	2	4,00	1) créer un article, y attacher des images 2) constater sur le site web que le nouvel article est présent
7	langue	utilisateur	changer la langue du site et que cela soit mémorisé	8	2	4,00	1) aller dans la fiche d'un film 2) basculer en anglais, 3) fermer le navigateur et ouvrir le site web à nouveau 4) constater que le dernier choix a été mémorisé
8	partager et liker	utilisateur	partager ou liker des articles pour promouvoir des coups de cœur	4	1	4,00	1) sur un article, liker et partager, 2) le constater sur sa page Facebook
16	référencement	utilisateur	trouver facilement KCRAFT sur le moteur de recherche Google	3	1	3,00	1) recherche dans Google avec divers mots clés 2) constater le classement
17	dossier de presse	utilisateur	pouvoir télécharger des dossiers de presse	3	1	3,00	1) aller sur une fiche de film où se trouve un dossier de presse 2) télécharger un dossier de presse pdf
11	éditer des fiches sur des personnes	KCRAFT	mettre à l'honneur des collaborateurs (essentiellement ceux ayant travaillé sur des productions KCRAFT) afin de souligner les liens humains et professionnels qui les unissent	8	3	2,67	1) création de fiches sur des professionnels/artistes 2) constater la présence d'un marqueur (icône) 3) cliquez dessus pour lire la pop-in
5	video play	utilisateur	lire une vidéo, à son initiative, et en contrôler les paramètres de lecture (pause, son...)	5	2	2,50	1) lire une vidéo, 2) mettre en pause, 3) reprendre la lecture, 4) ajuster le niveau du son, 5) couper le son
2	le nom KCRAFT	utilisateur	comprendre la signification du nom KCRAFT de manière un peu ludique, interactive et graphique	2	1	2,00	1) roll over sur la lettre K, voir la définition de KRAFT 2) roll over sur la lettre C, voir la définition de CRAFT
6	vidéo plein écran	utilisateur	voir la vidéo en plein écran, à son initiative, et quitter le mode plein écran facilement	2	1	2,00	1) lire une vidéo, 2) mettre en plein écran, 3) quitter le plein écran
10	découvrir les artisans	utilisateur	en savoir plus sur certaines personnes (artistes, techniciens, créateurs...) pour comprendre leurs métiers et leurs vies professionnelles	4	2	2,00	1) constater la présence d'un marqueur (icône) sur la fiche technique/artistique d'un film 2) cliquez dessus pour lire la pop-in
4	galerie d'images	utilisateur	découvrir une multitude d'images et pouvoir les examiner plus en détail	5	3	1,67	1) galerie d'images sur la rubrique 2) rentrer dans une fiche de film 3) choisir une image parmi le bandeau
9	langue par défaut	utilisateur	se voir proposer la langue du navigateur comme la langue par défaut du site	3	2	1,50	1) changer la langue par défaut du navigateur 2) et voir la langue changer en arrivant sur le site web
15	responsive	utilisateur	pouvoir consulter le site web sur son SmartPhone en ayant une ergonomie adaptée	6	4	1,50	1) aller sur le site web avec un ordinateur 2) puis y aller avec un mobile et constater les différences
18	cartes de visite	utilisateur	télécharger les cartes de visite numériques afin d'obtenir et stocker facilement les coordonnées	1	1	1,00	1) télécharger la carte virtuelle 2) et rajouter dans le carnet de contact

Méthodologie de travail

Les pages des différentes productions des rubriques Cinéma, Télévision Production Déléguée, Télévision Production Exécutive sont prévues pour accueillir du rédactionnel en français et en anglais (résumés ou pitches), des fiches techniques, des photos (de tournages, captures sur film), des jaquettes, des affiches, des extraits de revues de presse ou articles de journaux, des pop-in et des contenus vidéo. Afin de réaliser ces pages, il est indispensable que KCRAFT&Co fournisse ces éléments dans les meilleurs délais. Nous avons donc mis à sa disposition un tableau de suivi Google Doc Excel partagé accessible sur notre drive.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z		
1			FO	CINEMA			TO	TELEVISION			CO	CONSEIL			KO	KCRAFT		PO	PRO		SO	FACEBOOK		30	POP-IN			
2					O/N	T1	Productions déléguées	O/N	T2	Productions exécutives	O/N			O/N			O/N		O/N		O/N		O/N		O/N			
3			F11	La vie de Michel Muller est plus belle que la vôtre		T11	Idéy Michel, itinéraires		T21	Pour M. Muller, Les fines fleurs		C11	Présentation activité		K11	Présentation KCRAFT&CO		F11	connexion		S11	facebook KCRAFT&CO						
4	Textes	Fiches, résumés	F120			T120			T210			C110	Teinte présentation activité		K110	Teinte présentation KCRAFT	Oui									P101	Alexis Polakoff + Lien	
5	Fiches techniques																										P102	Amaia Brun
6	Photos	Jaquettes																									P103	Antoine Poullet
7		Affiches																									P104	Amaud Montand
8		Tournage																									P105	Arthur Cemin
9		Capture																									P106	Bernard Faroux
10	Videos	Bandes annonces	F120			T111			T211																		P107	Boris Donné
11		Extraits																									P108	Bruno Romiguère
12	Pop-in			Michel Muller			Bernard Faroux	Oui		Michel Muller					Mathias Ledoux	Oui											P109	Carlo Nataloni + Lien
13				Vincent Muller			Arthur Cemin																				P110	Chloéval Ejfor
14							Jean-Louis Latorst																				P111	Christophe Campoa
15							Amaud Montand																				P112	Daniel Fouye
16							Eric Beaufie																				P113	Edward Furlong
17							Yann Giesland																				P114	Emilia Fox
18							Boris Donné	Oui																			P115	Eric Beaufie
19							Jérémy Biraault																				P116	Eric Neveux
20																											P117	Eric Renault

Au fur et à mesure de leur livraison, les éléments fournis seront incorporés sur des pages Word préparatoires avant leur réalisation graphique.

Sur notre drive nous avons créé un dossier par film dans lequel sont rassemblés, au fur et à mesure de leur livraison, tous les éléments qui doivent figurer sur le site.

Devis KCRAFT&CO

UX/UI DESIGN

	JOURS	INTERVENANTS	
Enquêtes de terrain / Benchmark / Arborescence	10	1	3 000,00€
Entretiens / Personae	10	2	6 000,00€
Recherches graphiques	5	2	3 000,00€
SOUS TOTAL UX/UI DESIGN HORS TAXES			12 000,00€

CONCEPTION GRAPHIQUE

	JOURS	INTERVENANTS	
Maquettes site	10	2	6 000,00€
SOUS TOTAL LANCEMENT PROJET HORS TAXES			6 000,00€

DÉVELOPPEMENT - INTÉGRATION

	JOURS	INTERVENANTS	
Recherches techniques	5	1	1 500,00€
Développement	20	1	6 000,00€
Intégration	10	2	6 000,00€
Tests / Recettage / Mise en ligne	3	2	1 800,00€
SOUS TOTAL UX/UI DESIGN HORS TAXES			15 300,00€

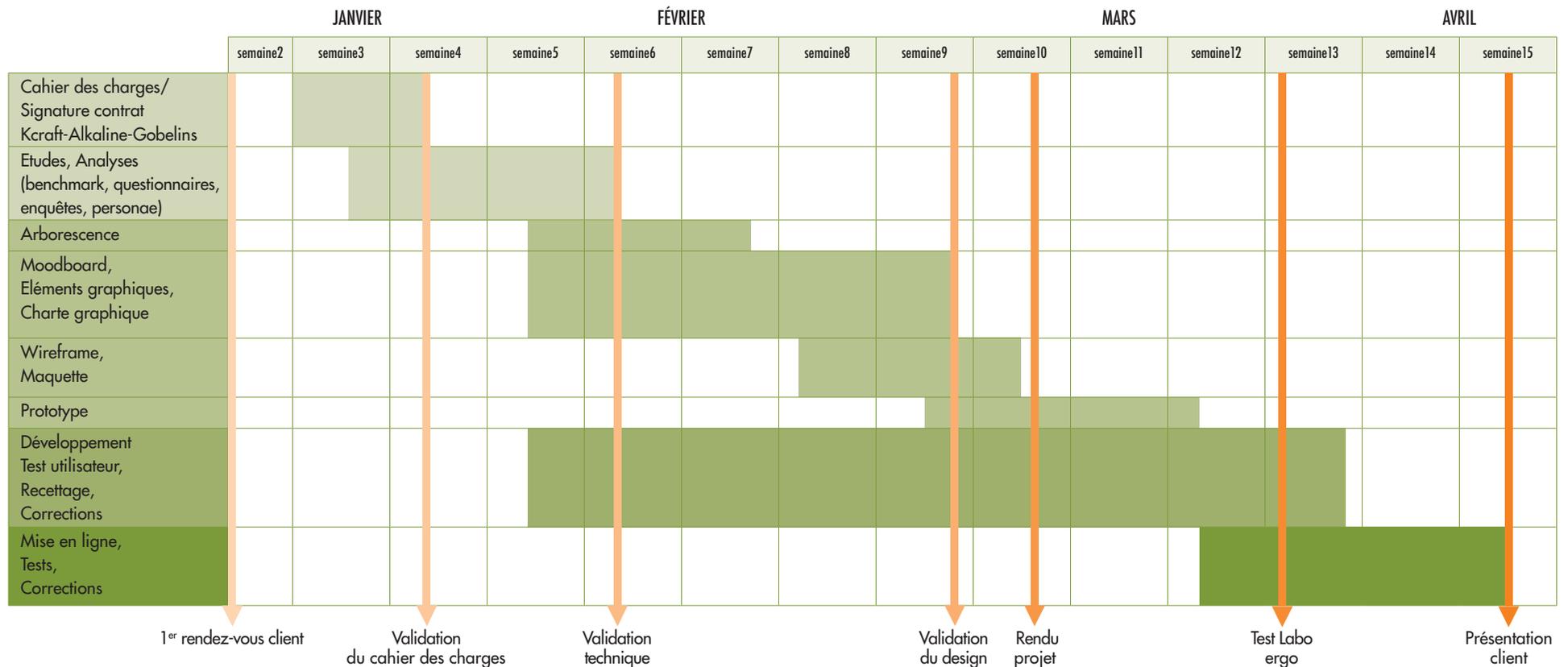
FRAIS DIVERS

Frais généraux			500,00€
Achats WORDPRESS plug-ins, extensions, polices de caractères...			500,00€
SOUS TOTAL UX/UI DESIGN HORS TAXES			1 000,00€

TOTAL DEVIS KCRAFT&CO HORS TAXES

34 300,00€

Planning de production



du 16/01 au 20/01 : Cahier des charges, Signature contrat Kcraft-Alkaline-Gobelins
 du 21/01 au 02/02 : Etudes, Analyses (benchmark, questionnaire, enquêtes, personae)
 du 2/02 au 17/02 : Arborescence

du 2/02 au 2/03 : Moodboard, Eléments graphiques, Charte graphique
 du 22/02 au 10/03 : Wireframes, Maquettes
 du 2/03 au 22/03 : Prototype

du 2/02 au 31/03 : Développement
 du 25/03 au 11/04 : Tests utilisateurs, Recettage, Corrections
 du 14/04 au 24/04 : Mise en ligne, Tests, Corrections

alkaline

73, boulevard Saint-Marcel • 75013 Paris