

MUSÉE DES ARTS FORAINS

LES PAVILLONS DE BERCY



Byoung-Yea noh

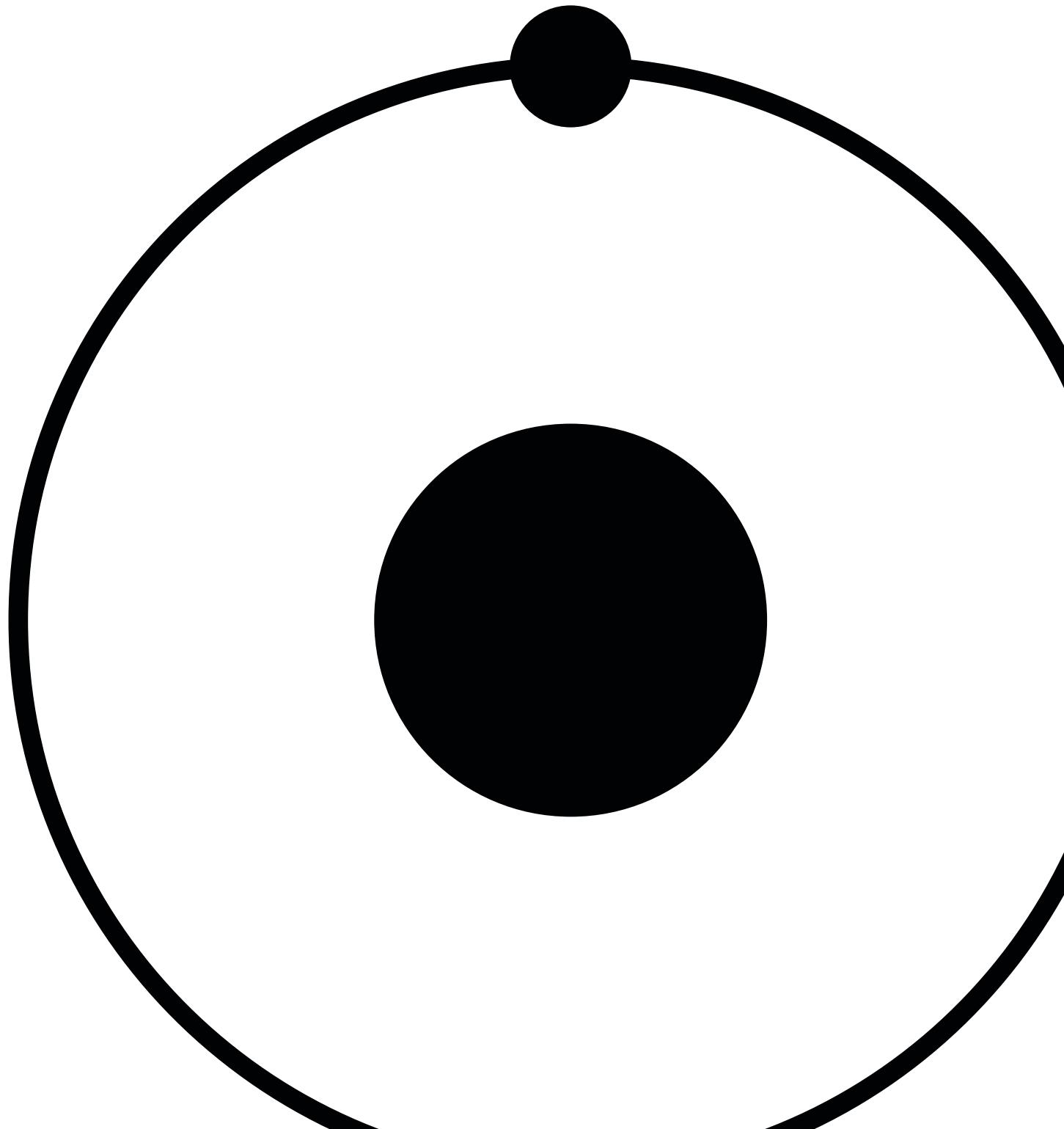
Sébastien Auré

Alexandre Prevots

Robin Guilbert

CONCEPTION MOBILE FIRST

Vendredi 24 Février 2017



SOMMAIRE

3 – 7 introduction
8 – 12 benchmark
13 – 19 recherche
 utilisateur
20 – 25 arborescence
26 – 32 wireframes

33 – 37 moodboard &
 storyboard
38 – 43 identité
44 – 57 maquettes
58 – 60 service design

NOTRE AGENCIE



L'agence COEOS est née en 2017 de cette volonté de proposer une agence digitale capable de concilier l'ergonomie et le design graphique, l'utile et l'agréable.

Spécialisée dans le mobile first, c'est ainsi que nous enrichissons l'expérience utilisateur et donc la performance de vos sites. Nous travaillons main dans la main avec nos clients pour identifier leurs problématiques business et métier et y répondre en incluant les retours des études utilisateurs.

Notre objectif : vous permettre de mieux comprendre les attentes de vos utilisateurs et de mettre en place les dispositifs en conséquence.

NOTRE ÉQUIPE



Byoung Yea noh

Chef de projet UX

Diplômée d'un master en Ergonomie à Paris V - Descartes et d'un master de Design d'Interface à l'Université Paris 13 - Villetaneuse, Byoung Yea est dans le monde actif depuis 2016. Ses connaissances et son expertise dans le domaine sont ses points forts et elle est très contente de pouvoir mettre ses compétences à votre disposition !

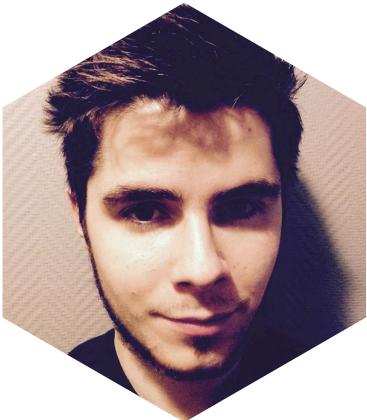


Sébastien Aure

UX Designer

Fervent admirateur des enseignements de l'**Unidimensionnel Xul'aggoth**, il consacre son existence avec un saint dévouement à l'évangélisation des hérétiques pour promouvoir un monde meilleur.

NOTRE ÉQUIPE



Alexandre Prevots

UX Designer

C'est le cadet de l'équipe ! Féru des nouvelles technologies et métalleux dans l'âme, il fait des recherches utilisateurs au rythme de sa douce musique.



Robin Guilbert

UI Designer

Barbu et fier de l'être, ce jeune artiste digital est passionné de design et de menuiserie. Après quelques années en tant que Chef de projet e-commerce, l'ennui le poussa à opter pour un métier plus créatif et artistique: l'UI Design. Aussi doué en interactions humaines qu'en interactions web, Robin est un bon vivant.

LE CONTEXTE



Au coeur du quartier de Bercy, d'anciennes halles aux vins abritent la plus grande collection d'Europe d'**objets forains** et du **spectacle**. Dans ce musée vivant, patrimoine de la fête, les objets du divertissement et du spectacle de la belle époque ne sont pas sous vitrines, les visiteurs peuvent utiliser de nombreux manèges et toucher les objets. Le musée des arts forains est conçu pour l'événementiel; il s'adapte à tout type de manifestation et est accessible toute l'année pour les **groupes** ou les **individuels**. Le **public devient acteur** dans ce lieu de la culture et du spectacle entièrement dédié à la convivialité et au rêve.

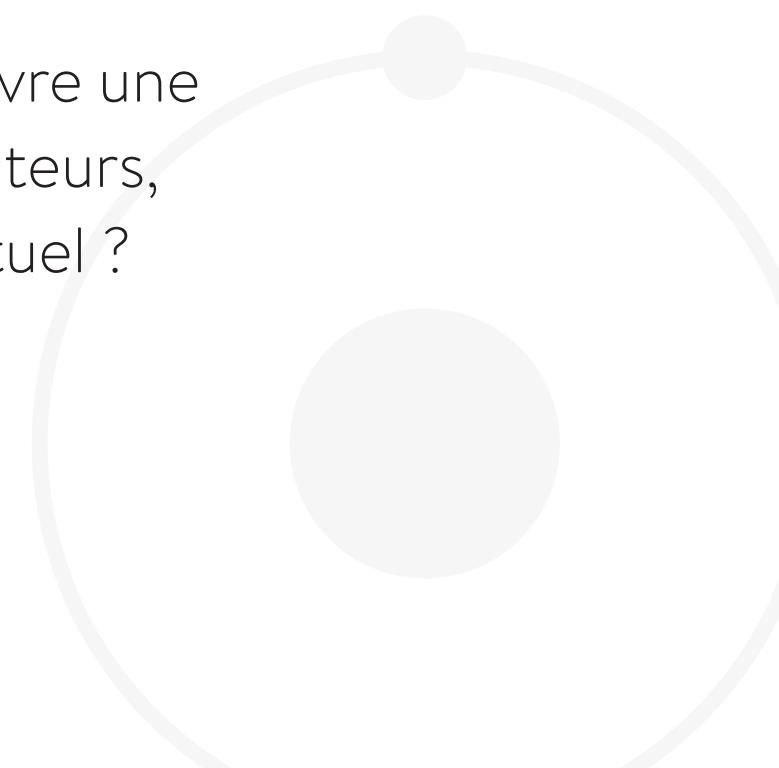
La scénographie joue sur le mariage de la tradition et de la nouveauté, de la pérennité et de l'éphémère.

Ce lieu unique, véritable laboratoire d'idées, utilise les dernières technologies en matière de sons et de vidéos projections pour révéler l'âme des objets du patrimoine, **susciter l'imaginaire et accueillir les visiteurs dans le monde du rêve éveillé ...**

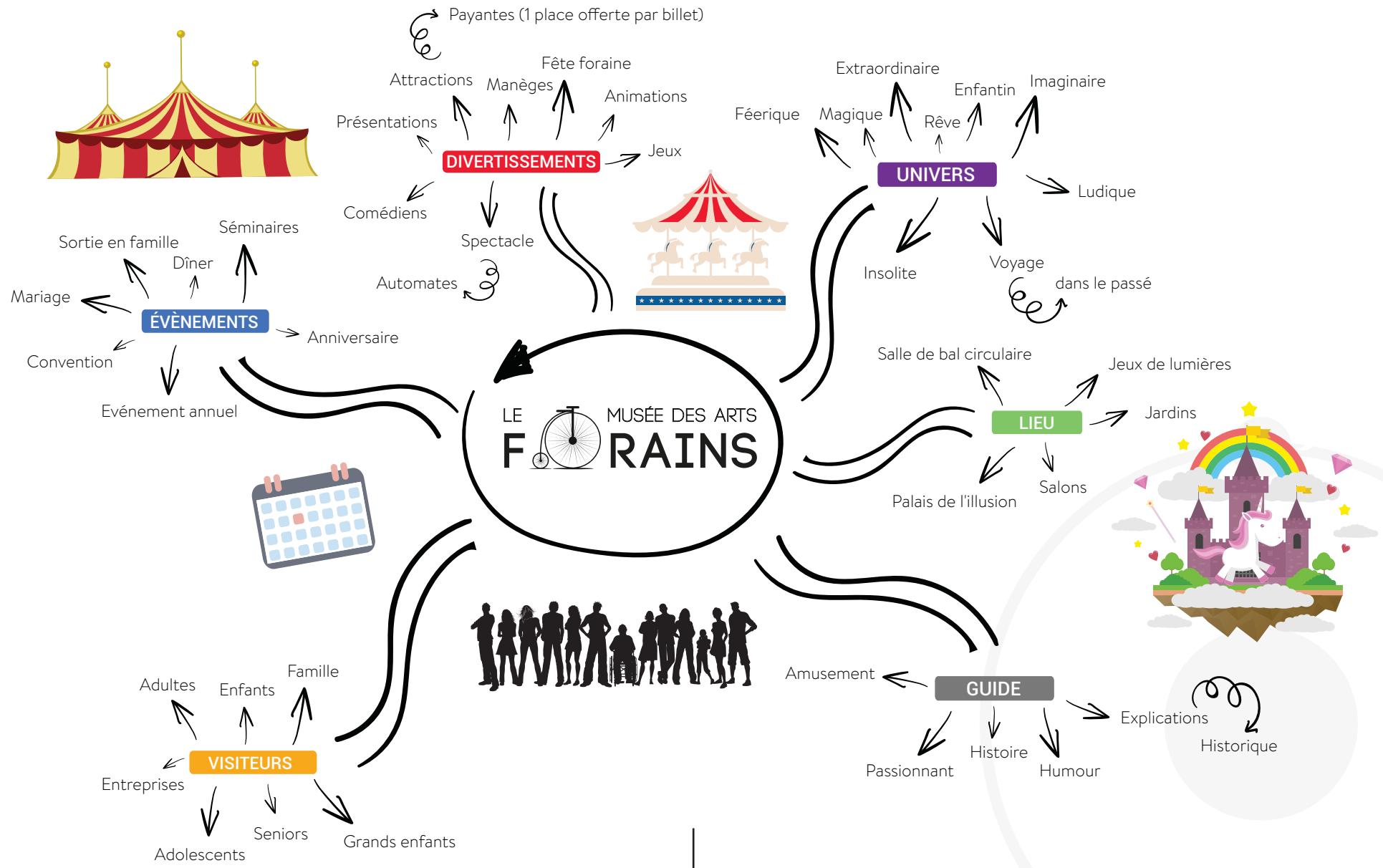
LA PROBLÈMATIQUE

Comment accompagner l'utilisateur avant,
pendant et après sa visite, en mixant utilité,
usage et expérience mobile ?

Quels moyens utiliser pour faire vivre une
expérience inoubliable aux utilisateurs,
tant dans le réel que dans le virtuel ?



MOTS CLEFS



LES MUSÉES ET LE DIGITAL

Depuis presque 20 ans, les nouvelles technologies et les nouveaux moyens de communication sont utilisés en faveur de l'innovation muséale. Applications mobiles, sites internet, réseaux sociaux ou encore expositions virtuelles sont autant de moyens qui permettent de rendre les expositions plus interactives et plus attractives, et de redéfinir l'expérience du visiteur.

Les réseaux sociaux

Les musées sont de plus en plus nombreux à investir sur les médias sociaux et la tendance qu'ont les internautes à privilégier les contenus visuels favorise l'émergence de l'art sur la toile. Le caractère participatif et social des médias sociaux permet aussi aux musées de se rapprocher de leurs publics.

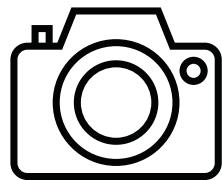
En immersion

Grâce aux écrans, aux tablettes et aux smartphones, l'immersion devient le maître-mot des expositions. Le visiteur est au plus près des artistes, de leurs œuvres et de leur univers. L'information n'y est plus linéaire mais interactive et les contenus y sont dynamiques.

Un avenir prometteur

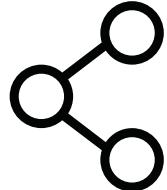
En proposant de nouvelles expériences immersives à leurs visiteurs, tout en préservant l'espace physique, la virtualisation prolonge l'expérience de l'exposition réelle. Les nouveaux supports numériques sont bel et bien de nouveaux terrains de jeu opportun pour l'art et la culture, et avec l'arrivée massive de la réalité augmentée et virtuelle, les possibilités ne vont cesser de croître.

LES VISITEURS ET LEURS MOBILES DANS LES MUSÉES



63%

prennent des photos



21%

partagent leur expérience
sur les réseaux sociaux



17%

approfondissent leurs
connaissances



5%

prennent des notes

Source : Thinkwell's 2014 Guest Experience Trend Report

ET AILLEURS ?

<http://www.toureiffel.paris/>

- ◆ Le menu est organisé selon les besoins des différents types d'utilisateurs.
- ◆ Mise en avant et accessibilité des informations pratiques (horaires d'ouvertures, services, etc.) et fonctionnalités utiles (calcul d'itinéraire, météo, etc.).
- ◆ Diversité des moyens utilisés pour aider l'utilisateur à se projeter dans une visite de la Tour Eiffel. (slider avec témoignages, photos de visiteurs prises par eux-mêmes, incitation à partager ses photos, l'onglet "La magie Tour Eiffel" organisé par émotions, vue 360°, images immersives et onglet galerie.
- ◆ Application mobile avec parcours et explications.
- ◆ La distinction graphique des onglets Professionnels et L'entreprise permet de les démarquer du reste des onglets et de les faire ressortir d'avantage.

- ◆ L'adaptation de l'ensemble du site à un usage mobile peut être optimisé.
- ◆ L'animation du bandeau d'information est inutile et distrayante lorsqu'il n'y a pas de message d'information.

APPLICATION MOBILE :

- ◆ La lisibilité du texte peut être améliorée (contrastes, espaces...).
- ◆ Certains boutons ne sont pas assez explicites.
- ◆ La cliquabilité des points d'intérêts sur les cartes peut être améliorée (trop petits on ne sait pas à quoi correspond un point avant de cliquer dessus)
- ◆ Pas de moyens de retour en arrière sur le site (seule la flèche propre au device peut être utilisée)

ET AILLEURS ?

<https://www.parcasterix.fr/>

- ◆ Le menu synthétique et ergonomique aussi bien sur mobile que sur desktop.
- ◆ La page des offres propose des boutons cliquables en haut de page pour accéder rapidement aux principales offres (billets, pass, séjours, restauration, services, groupes).
- ◆ Le wording des différents boutons, et le wording en général connote l'esprit humoristique de la BD (exemples : "La Parc d'attractions préféré des Gaulois, à proximité de Paris", "Nom d'un Petibonum !").
- ◆ Une section "Préparer ma visite" visible sur la page d'accueil permet d'accéder rapidement à toutes les informations pratiques.
- ◆ La mise en avant de la situation des visiteurs qui ont témoigné ("Est venu avec des ados", "Est venu entre amis"), qui favorise l'identification de l'utilisateur aux visiteurs et l'aide ainsi à se projeter.
- ◆ Il n'est pas possible d'ajouter une attraction, des spectacles ou des restaurants en favoris sans créer de compte/ se connecter.
- ◆ Le comportement d'affichage et le contenu des messages d'erreurs du formulaire de création de compte peuvent être optimisés pour améliorer le taux de complétion.
- ◆ Les boutons d'appel aux services billetterie et les séjours ne comportent pas de balise «tel», par conséquent il n'est pas possible d'appeler directement le numéro de téléphone en tapant sur les boutons sur Android (il n'y a pas de reconnaissance automatique des numéros de téléphone sur Android).
- ◆ La mention «Avis authentique» ne comporte pas d'infosbulle ou de certification officielle. L'internaute peut douter de l'authenticité de la mention.
- ◆ Quelques bugs d'affichage sur Android.



AVIS UTILISATEURS POSITIFS

Recueillis sur [tripadvisor.com](#)

“Visite magique,instructive et ludique”

●●●●● Avis publié: Il y a 4 jours

C'est une visite assez incroyable et inoubliable tant pour la beauté des lieux et des manèges exposés que pour la présentation exceptionnelle de notre guide Fabrice qui a su nous captiver et nous emmener dans un monde de rêves et de jeux avec beaucoup d'humour et de finesse. A faire absolument avec petits et grands !

Visité en février 2017

“Merveilleuse expérience ”

●●●●● Avis publié: Il y a 2 semaines ☎ par mobile

Très bonne immersion dans une collection magique. Ce musée privé propose des visites avec guide pour 17€ par personne (environ) sur réservation. La visite dure deux bonnes heures et on ne s'ennuie pas ! Au programme, découverte des spectacles d'antan, jeux très intéressants et autres surprises A recommander ! Guide sympathique

“Ideal pour sortie en famille ”

●●●●● Avis écrit le 29 avril 2016 ☎ par mobile

Nous y sommes allés entre amis, à 4 : La visite est guidée et on peut monter dans plusieurs manèges anciens . C'est culturellement très riche et très intéressant ! Par contre, pas facile de traduire le vocabulaire du guide à mes amis étrangers :) N hésitez pas si vous avez des jeunes enfants !

“Merveilleux ”

●●●●● Avis écrit le 28 décembre 2016 ☎ par mobile

Très beau musée visité dans le cadre des fêtes. De nombreux spectacles. Un très bon moment.
Il manquait juste quelques infos et explications sur des attractions, certaines sont inaccessibles ou fermées, on ne sait pas. Dommage.
A refaire avec une visite guidée pour mieux connaître l'histoire et le musée car là on reste sur notre faim.
Compter 14€ pour les adultes.
Les artistes sont conviviaux et magiques.
Le personnel est très serviable.

Visité en décembre 2016

“Un endroit magique”

●●●●● Avis publié: Il y a 1 semaine ☎ par mobile

Je n'y suis allé que 2 fois pour des soirées privées mais j'ai toujours été ravi. Le cadre est magnifique, les attractions superbes. En plus nous avons vraiment bien diné. J'y retournerai certainement pour le visiter en tant que touriste !

AVIS UTILISATEURS NÉGATIFS

Recueillis sur [tripadvisor.com](#)

“Décevant car trop de monde.”

●●●●● Avis écrit le 6 novembre 2016

Nous avions réservé par internet mais il y avait trop de monde pour la visite (au moins 40 personnes) car le musée a accepté des personnes sans réservation au dernier moment.

Le musée était magnifique: décor de qualité, guide qui a su capter l'attention du public mais avec autant de monde, nous avons eu du mal à nous immerger dans la visite. Il y a avait des enfants en bas âge qui courraient partout, le musée n'est semble-t-il, pas un lieu approprié pour eux.

Nous n'avons pas pu faire toutes les animations prévues car trop de monde. Une des salles privatisée ne pouvait pas être visitée. Le musée pourrait anticiper et l'indiquer sur son site internet. Renseignez-vous par téléphone avant.

Au final, vu le prix du musée nous avons vraiment été déçu.

Visité en août 2016

“joli cadre mais c'est tout”

●●●●● Avis écrit le 20 janvier 2014

une queue pas possible et une signalétique désastreuse pour s'y rendre si on ne connaît pas les lieux, mieux vaut aller dans n'importe quel manège peut être laisser à ce lieu une chance bien pour une entreprise et une soirée où on privatisé la salle

Visité en décembre 2013

“Un endroit kermesse sans aucun cachet”

●●●●● Avis publié: Il y a 3 semaines

Très déçu de ce lieu - ses salles - sa direction qui lors d'une demande confirmée pour un dîner d'affaires avec +200 personnes, a été très lente à donner des informations et finalement s'est emprunter le client qui lui avait confirmé l'affaire avec l'agence. Manque d'éthique et de professionnalisme certain.

FEEDBACKS UTILISATEURS

- Besoin d'un traducteur de guide en live pour les sorties avec des personnes non-francophones
- Manque d'informations ou d'explications sur certaines attractions et salles non visitables (car privatisées ou en travaux)
- Système de réservation en ligne/sur place à revoir
- Système de location de salles non performant : manque de communication et d'organisation
- Accès au lieu difficile et signalétique non efficace

APPROFONDISSEMENT DE LA RECHERCHE UTILISATEUR

Si le temps nous le permettait, nous aurions approfondi notre phase de recherche utilisateur de la manière suivante :

hexagone **Entretiens individuels ou en groupe:**

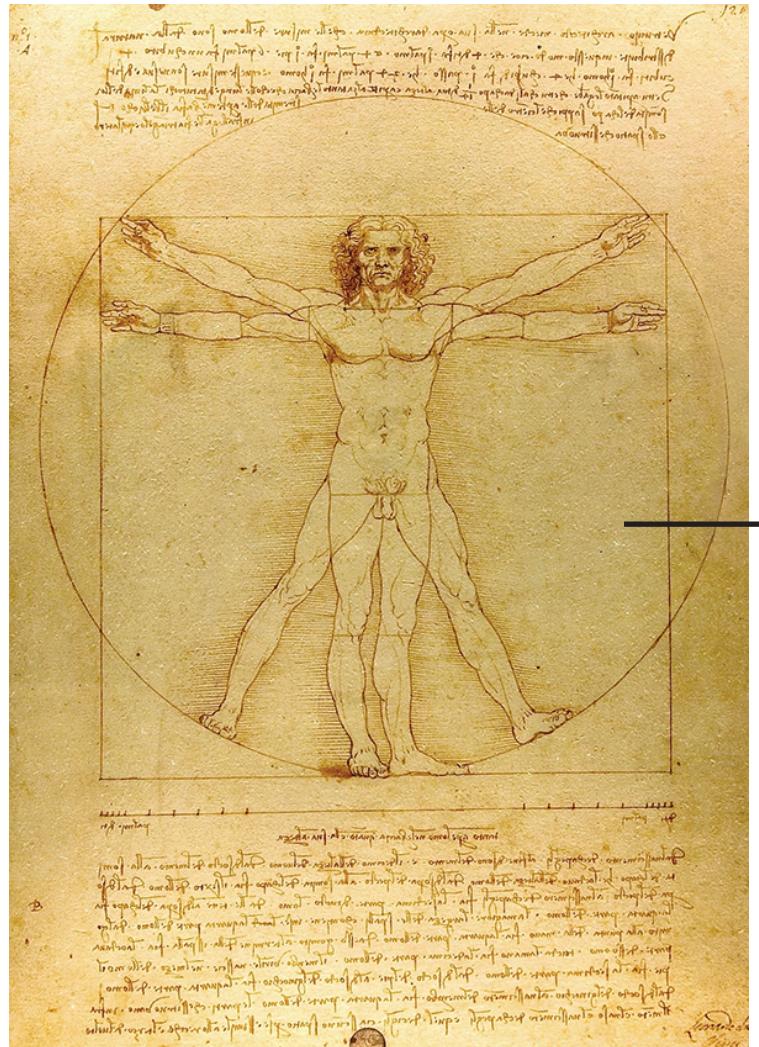
Cela nous permettra de recueillir les opinions et les motivations des utilisateurs à partir des expériences vécues, que ce soit sur le site internet, lors d'une visite au musée ou d'une soirée privée.

hexagone **Groupe de travail avec les collaborateurs du musée** (notamment pour la réservation de salles) :

Cela nous permettra d'inclure les utilisateurs finaux dans le processus de conception afin de valider les choix liés à leurs métiers.

hexagone **Test utilisateurs Do It Yourself:**

Réaliser des tests utilisateurs après conception de la nouvelle interface pour confirmer l'ergonomie du futur site.



PERSONAS



MARC DESJARDINS

45 ans, Cadre ingénieur informatique

Situation familiale : Divorcé, 2 enfants

Mark a beaucoup de travail, il fait de son mieux mais c'est vrai qu'il a du mal à passer du temps avec ses enfants. Il a promis à ses enfants de faire une sortie ce weekend, et il veut que ce soit parfait. Mark se renseigne énormément sur internet, il regarde les photos, et surtout les avis des clients. Il cherche une activité atypique, les zoos et les jardins parisiens c'est du fait et du refait. Ses enfants réclament une sortie inoubliable, du type Disneyland mais Mark n'est pas tenté car il trouve que c'est trop cher et trop loin. De plus il voudrait profiter de ce moment pour que ses enfants acquièrent des connaissances, que ce soit une activité instructive.

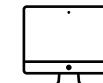
Attentes:

- ◊ Une attraction atypique et originale
- ◊ Un lieu d'amusement dans Paris de préférence et pas trop cher.
- ◊ Une sûreté de la qualité de l'expérience de l'activité
- ◊ Une sortie enrichissante intellectuellement et culturellement

Besoins:

- ◊ Une billetterie en ligne pour pouvoir acheter rapidement
- ◊ Un site adapté au mobile, pour qu'il puisse consulter même pendant ses déplacements
- ◊ Des détails du programme

Compétences technologiques :



9/10, utilisation quotidienne au travail



7/10, utilisation occasionnelle, pour regarder des films pendant les longs voyages.



9/10, utilisation quotidienne

Traits de personnalité :



Organisé



Beaucoup d'humour



Curieux



VALENTINE DOYON

34 ans, Chef de projet logistique

Situation familiale : Mariée, 2 enfants

Passionnée de l'univers du fantastique et du merveilleux, Valentine est une mère dynamique de deux enfants qui exerce la profession de chef de projet dans une grande agence de communication.

Ne manquant pas d'imagination, elle passe beaucoup de son temps libre à préparer des activités pour ses deux enfants.

Elle se sert de ses expériences pour organiser la soirée des 10 ans de l'agence. C'est elle qui est en charge de la recherche et de la réservation d'une salle privée. Elle espère trouver une salle avec un décor atypique et féerique, qui puisse accueillir au moins 150 personnes : les salariés de l'agence et les clients.

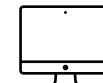
Attentes:

- ◊ Trouver un lieu inoubliable pour marquer les 10 ans de son entreprise.
- ◊ Une salle qui puisse accueillir 150 personnes en cocktail et en dîner.
- ◊ Un endroit qui puisse proposer un divertissement (un spectacle, tours de magie, un concert, etc.)

Besoins:

- ◊ Des informations détaillées sur le tarif et sur la programmation
- ◊ Une possibilité de pré-visualiser la soirée qui aura lieu

Compétences technologiques :



8/10, utilisation quotidienne, au travail



8/10, utilisation occasionnelle, de temps en temps chez soi sur le canapé



10/10, utilisation quotidienne, au travail et chez soi

Traits de personnalité :



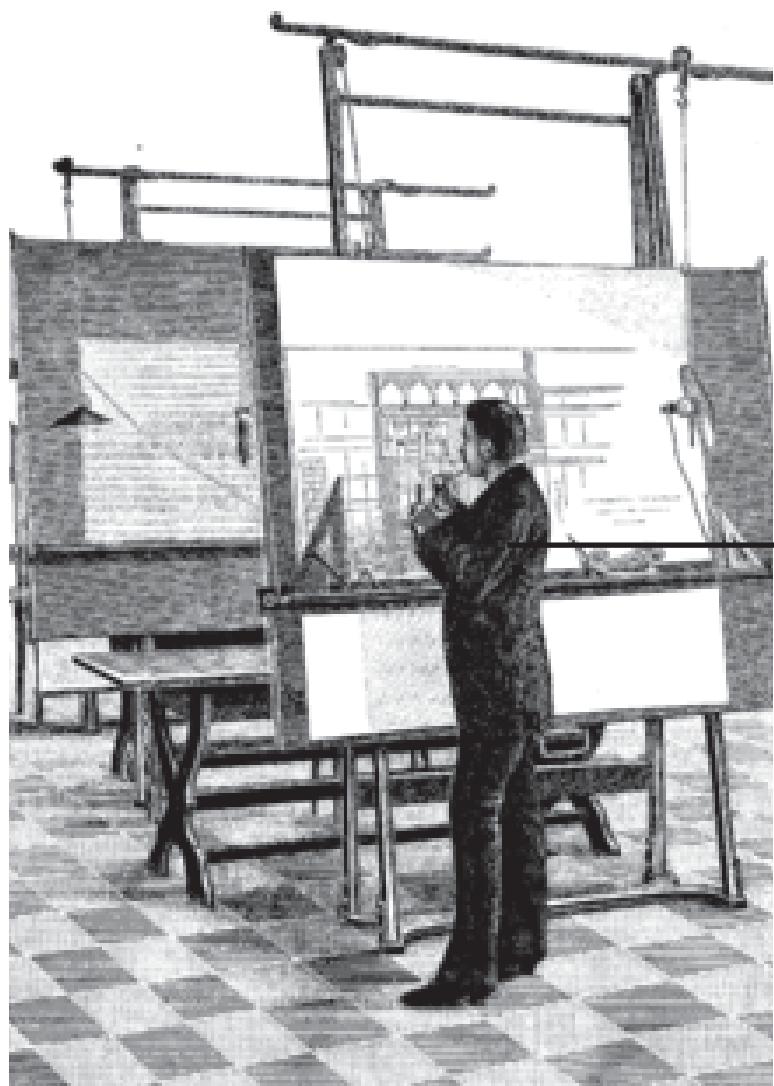
Curieuse, patiente et passionnée



Accorde de l'importance à l'esthétique des choses



A beaucoup d'imagination

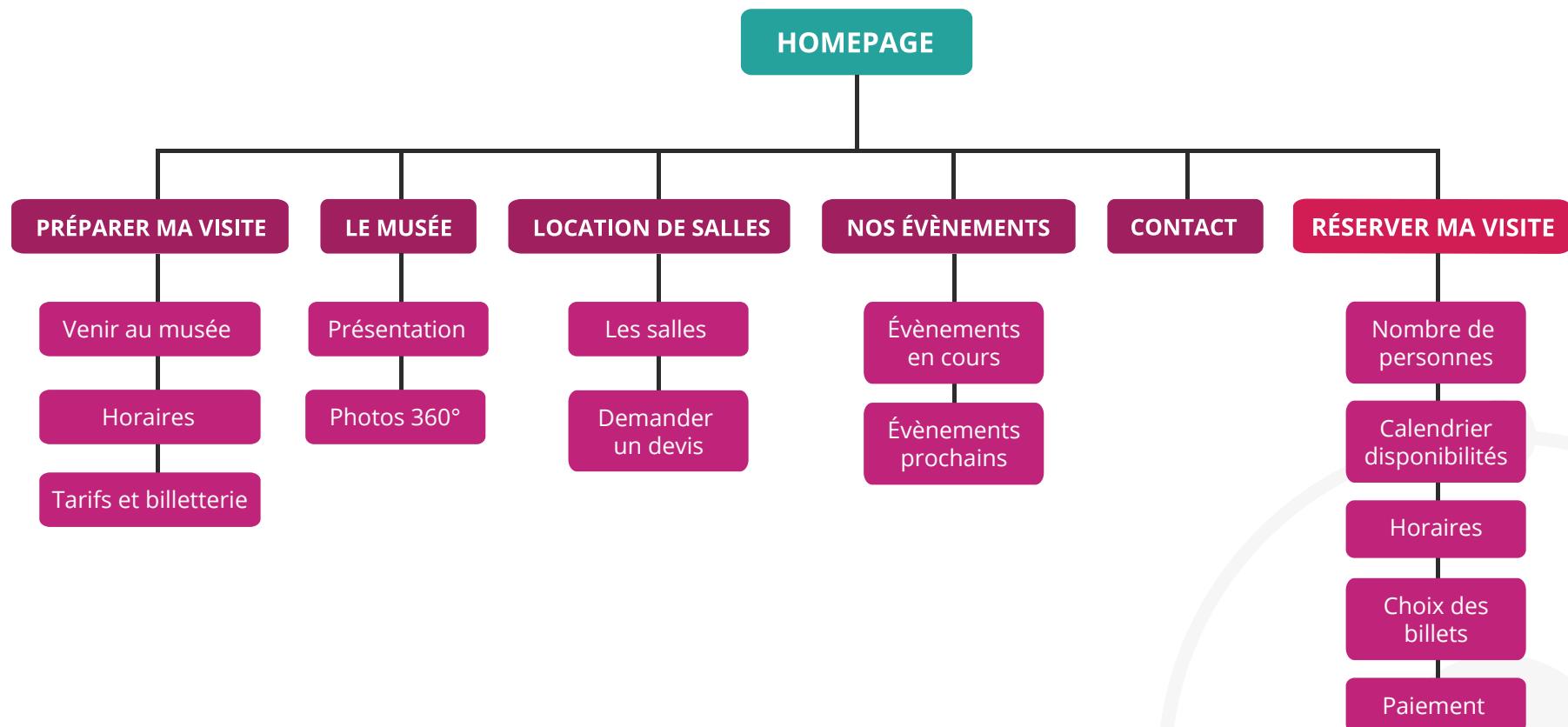


ARBORESCENCE

LES OBJECTIFS & USAGES SUR DESKTOP

- Découvre le concept du musée avant la visite
- Découvre l'histoire du musée avant la visite
- Réserve son billet pour la famille
- Veut vivre une expérience digitale pré-visite / post-visite (complémentaire)
- Consulte les avis
- Location de salles pour les évènements

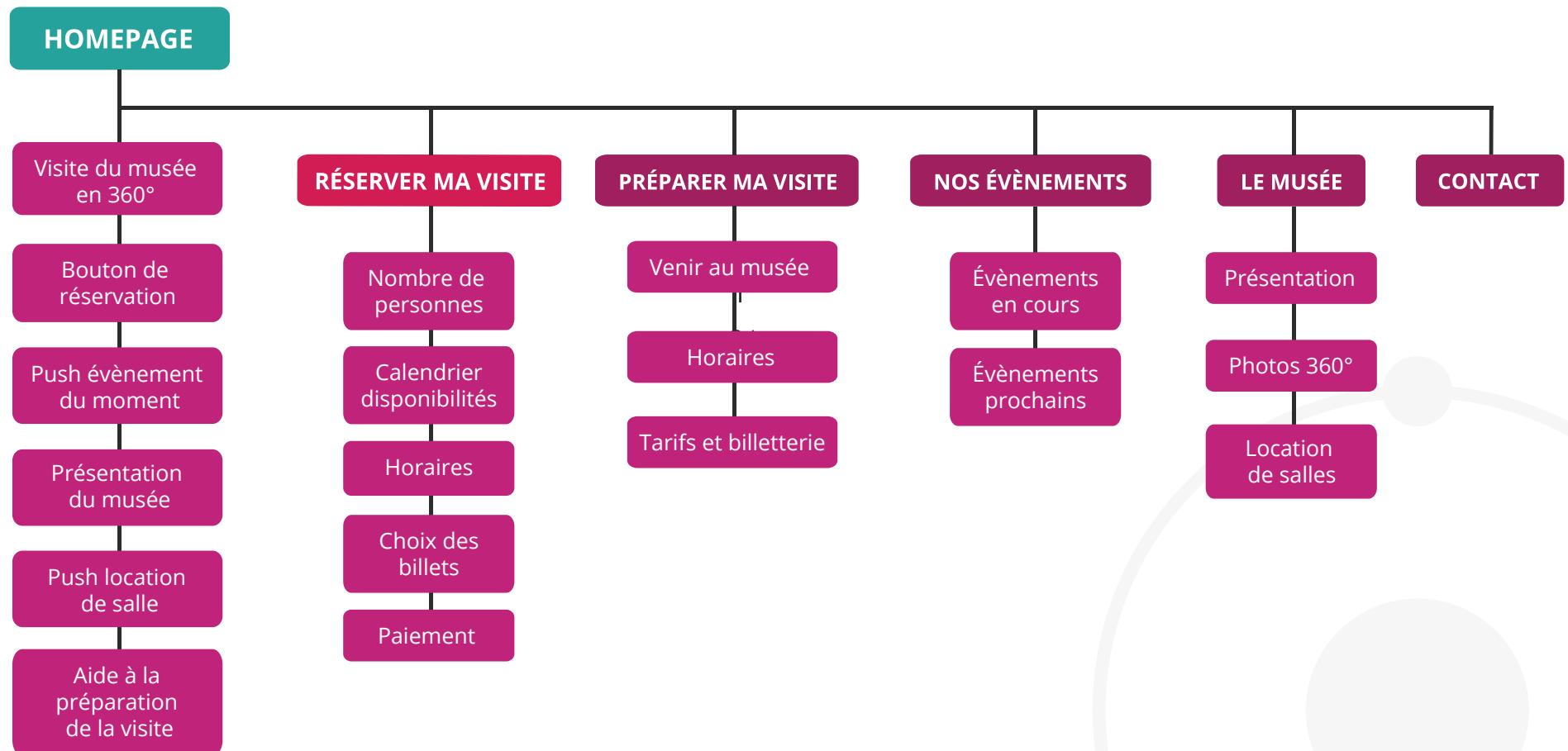
L'ARBORESCENCE DESKTOP



LES OBJECTIFS & USAGES SUR MOBILE

- Consultation des horaires d'ouverture et tarifs avant la visite
- Consultation de l'adresse et itinéraire avant la visite
- Consultation des événements avant/après la visite
- Approfondissement des connaissances pendant la visite
- Partage de leurs photos sur les réseaux sociaux pendant la visite
- Réserve son billet (si interface bien faite)

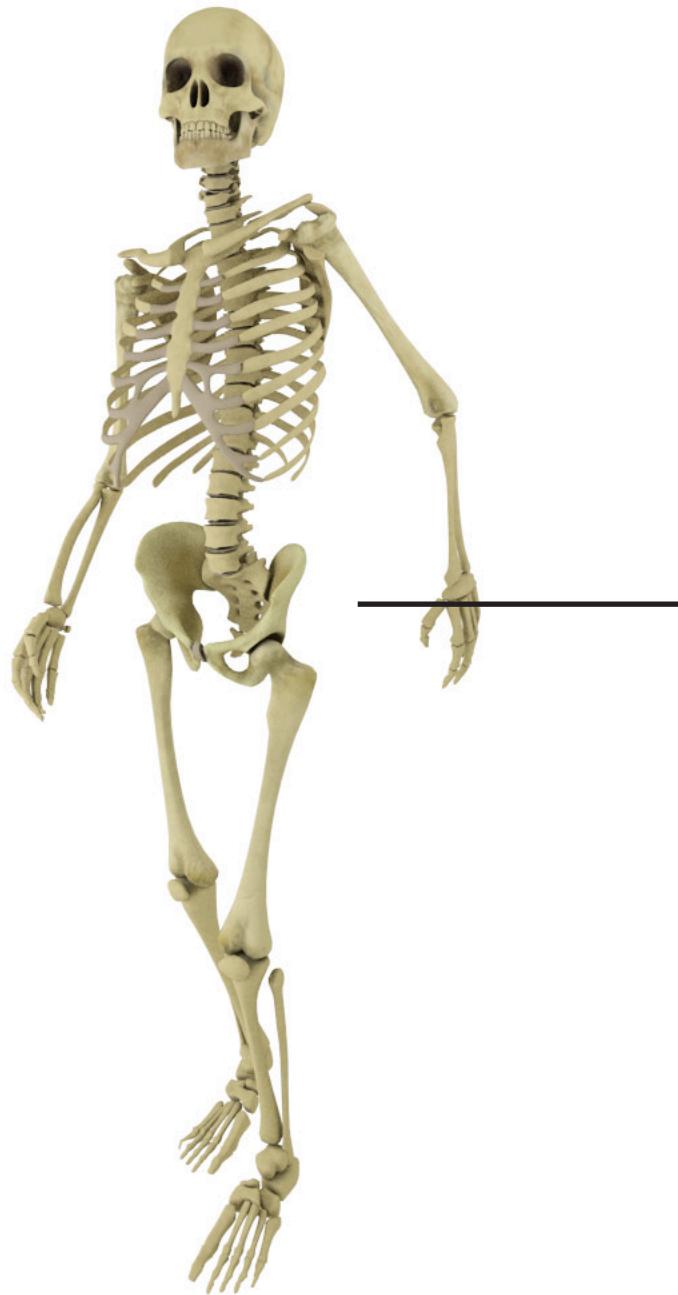
L'ARBORESCENCE MOBILE



UTILISATION DES UX CARDS

Pour la conception : Afin de générer des idées de conception et donner au site une personnalité particulière. Lors d'un brainstorming, avec ou sans utilisateurs, elles constituent des sources d'inspiration. Deux cartes d'instructions présentent des techniques de génération d'idées avec les cartes.

Pour l'évaluation : En les utilisant comme support d'évaluation de la capacité du site à créer une UX positive, par l'épanouissement d'un ou plusieurs besoins fondamentaux.



WIREFRAMES

WIREFRAMES MOBILE

Homepage



Un terrain d'aventure, de liberté,
de culture, de convivialité et de rêve



Lieu culturel en constante évolution, la plus grande collection d'Europe d'objets du spectacle y est mise en scène grâce à l'utilisation de technologies de pointe en matière d'images et de sons.

EN SAVOIR PLUS

WIREFRAMES MOBILE

Homepage

L'objectif de ce wireframe est de prioriser les informations essentielles sur mobile (réservation et immersion dans le musée) en apportant une touche d'innovation avec les tendances actuelles du web.

Nous avons mis en avant un visuel fort du musée pour plonger l'utilisateur directement dans le rêve avec une expérience en 360° conçue spécialement pour le site mobile.

Le menu vient s'afficher en plein écran pour une navigation plus confortable, avec la réservation valorisée ainsi que l'accès aux réseaux sociaux. La réservation est également mise en avant via un bouton qui restera fixe tout au long du scroll afin de permettre à l'utilisateur de trouver rapidement comment réserver une visite guidée.

En bas de page, nous avons également voulu apporter un esprit communautaire avec l'affichage d'un feed Instagram des photos du musée prises par les visiteurs.

Le choix de ne pas mettre en avant la location de salle sur mobile provient d'études sur l'utilisateur qui va prioriser la réservation d'une salle pour un événement sur desktop.

WIREFRAMES MOBILE

Préparer ma visite



L'objectif de cette page est de faciliter l'expérience du visiteur pour sa venue au musée en rendant accessible toutes les informations dont il a besoin (accès, tarifs, ...) de façon claire et concise.

Nous avons également choisi de ne pas afficher tout le contenu nativement pour en pas surcharger la page et d'opter pour un système d'accordéon pour les informations les moins essentielles.

WIREFRAMES MOBILE

Réserver ma visite



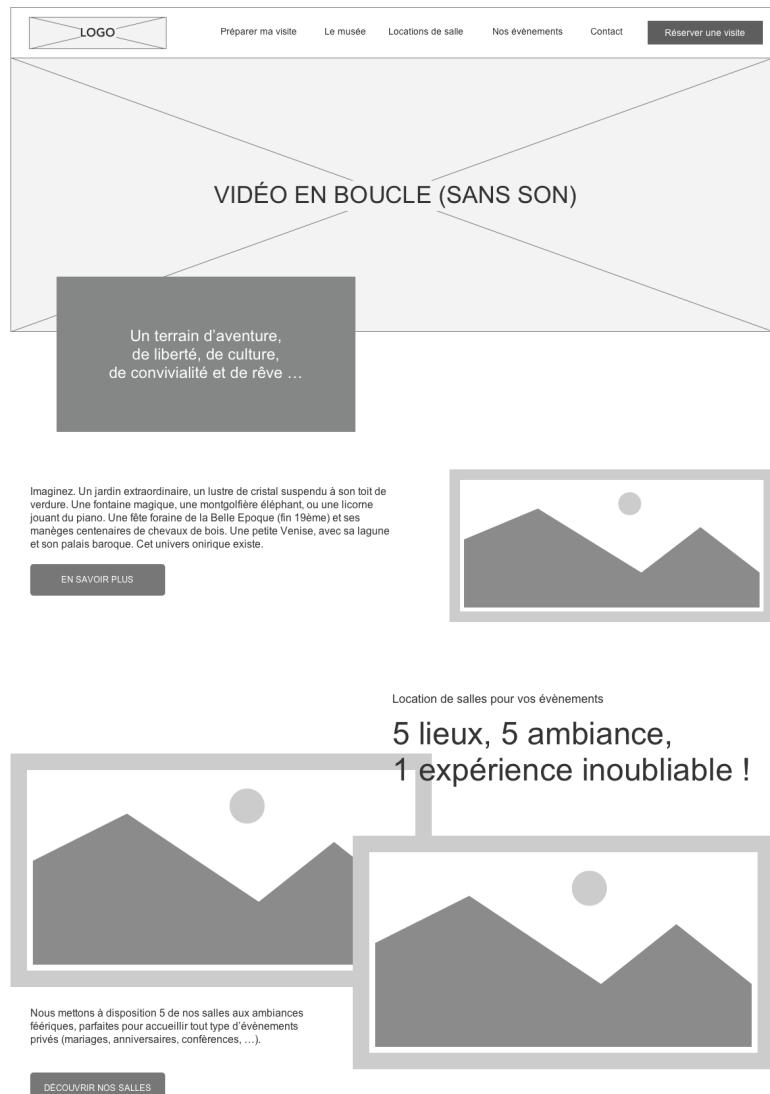
Cette page représente l'un des objectifs business les plus importants du site mobile: la réservation en ligne.

Nous avons donc décidé de l'épurer au maximum en optant pour un système d'étapes plus accessible pour l'utilisateur, afin qu'il sache où il se trouve dans son processus de réservation, et qu'il puisse entrer rapidement toutes les informations dont le musée a besoin et réserver sa(ses) place(s) en fonction des disponibilités.

À noter que la réservation s'effectue sur 2 écrans successifs afin de ne pas avoir à scrolller dans la page, et que le prix s'actualise en fonction de l'ajout des participants.

WIREFRAMES DESKTOP

Homepage



Sur desktop, le header reste fixe au scroll, et contient un bouton de réservation directe.

Nous avons voulu prolonger l'expérience et immerger encore plus l'utilisateur à travers une vidéo dès l'arrivée sur le site afin de dynamiser la visite web.

S'en suit une brève réassurance qui valorise le musée, puis la mise en avant de la location de salles avec l'appui de 2 visuels d'ambiance impactants.

WIREFRAMES DESKTOP

Homepage

LE FESTIVAL DU MERVEILLEUX 2017 !

Du 26 Décembre 2016 au 2 Janvier 2017, ce temple du merveilleux se transforme en véritable cœur de récréation où petits et grands partagent un moment de convivialité unique et authentique.

TOUS LES EVENEMENTS

« Découvert lors d'une soirée privée, cet endroit est magique avec des attractions du siècle dernier en parfait état de marche ! »

Thomas S., venu avec des amis

NE PERDEZ PAS DE TEMPS, PRÉPAREZ VOTRE VISITE !

ACCÈS HORAIRES TARIFS

PARTAGEZ VOS PHOTOS DU MUSÉE :)

Sur Instagram #museedesartsforains

Footer

Nous mettons ensuite l'évènement du moment (ou le prochain) en avant, ainsi qu'un lien pour voir tous les évènements.

Différents témoignages de visiteurs sont affichés en fonction de leur pertinence, avec l'appui d'une photo du visiteur dans le musée pour apporter une preuve supplémentaire.

Comme sur mobile, nous mettons en avant les informations essentielles pour la visite ainsi que le feed Instagram.



MOODBOARD



NIKE LUNAREPIC
FLYKNIT 2

SORTEZ COUREZ.
PARTEZ.

Edify Attractions
PRESENTS

THE GREAT
MOSCOW
CIRCUS

NIKE + RUN CLUB

3 EASY WAYS TO BOOK!



Découvrez un chef-d'œuvre aquatique

Dans « O », le Cirque du Soleil tisse une tapisserie aquatique intemporelle d'art, de surréalisme et de romance théâtrale. Inspiré du concept de l'infini et de l'élegance épuree de l'eau, « O » rend hommage à la magie du théâtre. Acrobates de calibre international, nageurs synchronisés et plongeurs offrent une expérience hors du commun. Le spectacle est présenté uniquement au Bellagio, à Las Vegas.



PRESSE | PRO

FR EN ES DE

RECHERCHER ok

LES MACHINES
DE L'ÎLE
NANTES

LES MACHINES DE L'ÎLE | PROGRAMMATION CULTURELLE | INFORMATIONS PRATIQUES | E-BOUTIQUE

2



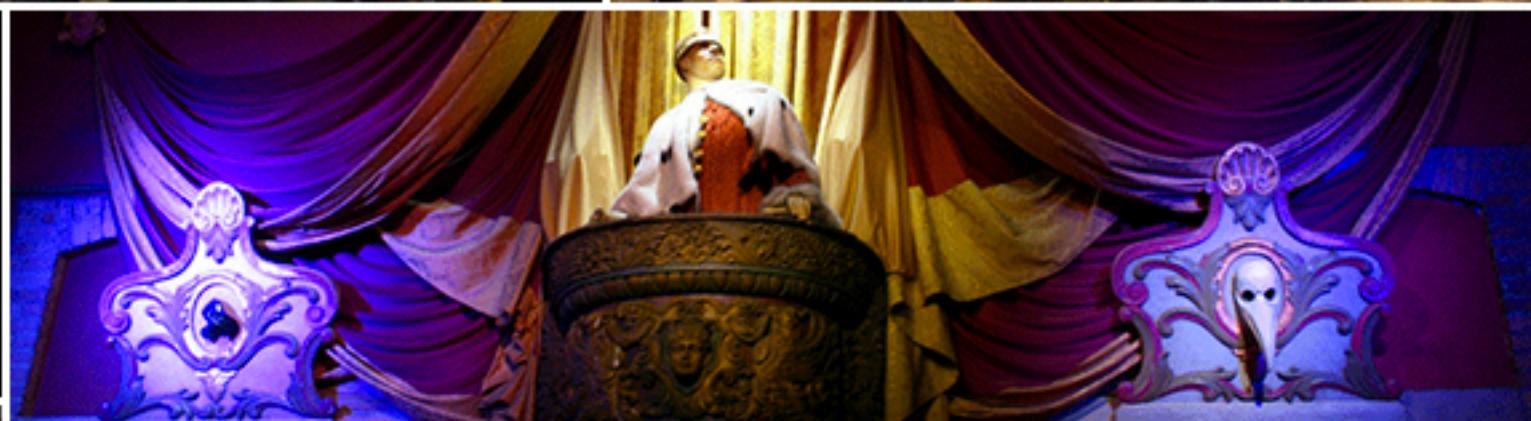
RÉOUVERTURE LE 1ER AVRIL 2017
le temps de refaire un peu de potion magique !

RÉSERVÉZ MAINTENANT

parc Astérix

Attractions Spectacles & Animations Préparer ma visite Nos offres

MES FAVORIS

A screenshot of the parc Astérix website homepage. At the top, it says "RÉOUVERTURE LE 1ER AVRIL 2017" and "le temps de refaire un peu de potion magique !". Below that is a red button "RÉSERVÉZ MAINTENANT". The logo "parc Astérix" is in the top left with a cartoon character. The top right has links for "Attractions", "Spectacles & Animations", "Préparer ma visite", and "Nos offres". On the far right is a yellow "MES FAVORIS" button. The main part of the page shows a large, brightly lit attraction at night with people standing around it.

La Magie Tour Eiffel Visiter la Tour Eiffel La Tour des enfants Tour Eiffel Géante Professionnels L'entreprise

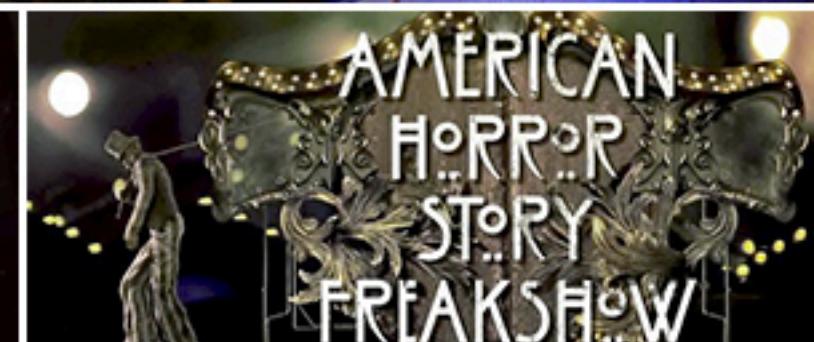
Quand ville n'habite pas, on habite son rêve d'enfant !

Ainsi dans les jardins du Moulinet, on est 10 minutes des enfants qui aiment le jeu d'enfants. Ils peuvent ainsi voir cette aventure, en ayant tous les deux l'immobillement. On réalise tous des enfants !

Retour à l'accès

PETITJARDIN

Plage de sable

A screenshot of the "La Magie Tour Eiffel" website. It features a large image of the Eiffel Tower at night. A quote in French is displayed: "Quand ville n'habite pas, on habite son rêve d'enfant !" Below the quote is a paragraph: "Ainsi dans les jardins du Moulinet, on est 10 minutes des enfants qui aiment le jeu d'enfants. Ils peuvent ainsi voir cette aventure, en ayant tous les deux l'immobillement. On réalise tous des enfants !". There are buttons for "Retour à l'accès" and "PETITJARDIN".

SCÉNARIO D'USAGE

Contexte : Mark prépare la sortie de ce weekend pendant ses pauses. Il cherche une activité qui pourrait plaire à ses enfants

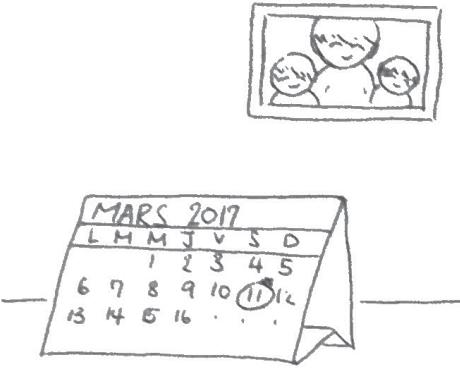
Lieu : Mark est dans un restaurant, lors de sa pause déjeuner.

Contraintes : Il n'a pas beaucoup de temps et il est en manque d'idées.

Déroulement :

- 1) C'est bientôt le jour de la sortie que Mark à promis à ses enfants. Il est très inquiet car il n'a toujours pas commencé à organiser la sortie.
- 2) Pendant la pause déj, il réfléchit à ce qu'ils pourraient faire mais il est à court d'idées.
- 3) Mark effectue alors une recherche sur Google à l'aide de son smartphone.
- 4) Après quelques recherches, Mark tombe sur des témoignages positifs d'un musée dans Paris.
- 5) Curieux, il décide d'aller voir le site du Musée des arts forains pour plus d'informations.
- 6) De nombreux renseignements sont disponibles, et il remarque qu'il peut réserver des visites guidée en ligne.
- 7) Le père de 2 enfants est sûr que cette aventure va plaire à ses enfants.
- 8) Tout content, il prend 3 billets pour la visite guidée.

STORYBOARD



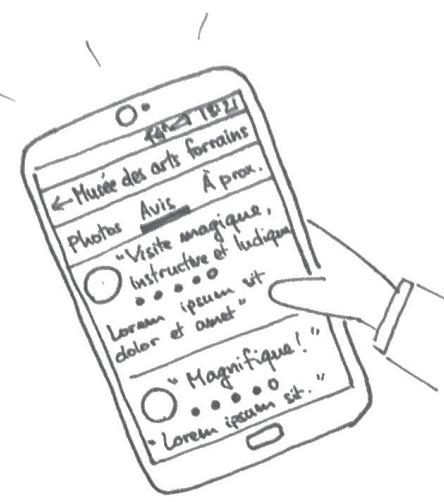
1



2



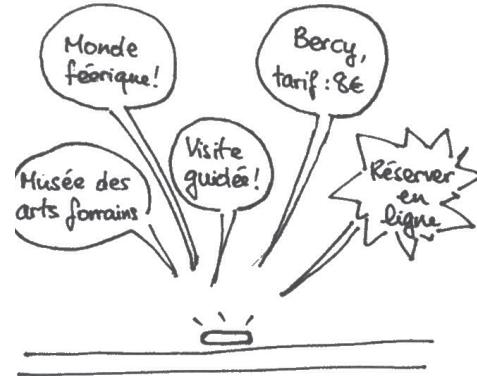
3



4



5



6



7



8



L'IDENTITÉ

L'IDENTITÉ DE MARQUE

Baseline :

Plongez aux pays des merveilles !

Ton :

Autour du rêve, du monde magique, que le visiteur pense qu'il est dans le monde de Narnia, à l'école des sorciers ou encore au pays des merveilles.

LE LOGO



LE LOGO

Déclinaisons



LE LOGO

Typographie

CODE BOLD

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO
EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET
DOLORE.

CODE LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR
ADIPISCING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR
INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE.

Explication

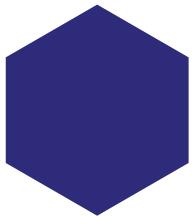
En utilisant une typographie plutôt moderne, associée à un icône d'antan et détaillé, nous avons voulu traduire le mélange de tradition et de modernité qu'est le musée. L'icône qui coupe le logo en 2 permet de créer un «accident» graphique qui donne de la personnalité au logo.

L'objectif est de vendre du rêve et de l'émerveillement, tout en restant dans l'ère du temps.

De plus, en jouant sur la différence de graisse entre les éléments, cela permet de prioriser ce qui est le plus important, en l'occurrence le mot « Forains », qui reflète à lui seul l'esprit du musée.

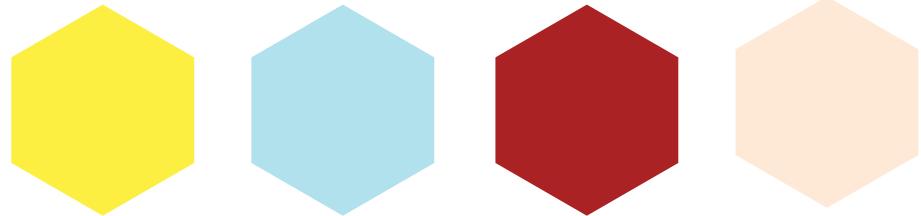
L'IDENTITÉ GRAPHIQUE

Couleur primaire



Cette couleur reprend l'univers global du musée, qui a la particularité d'avoir une ambiance assez sombre tout en restant féérique. Le mélange de violet et de bleu transmet bien l'invitation au voyage et à l'émerveillement que promet le musée.

Couleurs secondaires



Ces 4 autres couleurs sont inspirées des détails présents sur les différentes attractions (le rouge sur les chevaux du carrousel, le bleu sur la structure, ...) et permettent d'apporter plus de «peps» et de gaieté à l'identité.

Pattern

En reprenant les couleurs secondaires par petites touches sous forme de pattern, cela vient dynamiser l'identité (principalement constituée du bleu) et permet d'apporter du mouvement en disruption aux photos plutôt statiques.





MAQUETTES

Fichiers originaux disponibles sur le drive

MAQUETTE DESKTOP

Homepage

The screenshot shows the homepage of the Le Musée des Arts Forains website. At the top, there is a navigation bar with links: LE MUSÉE, PRÉPARER MA VISITE, LOCATION DE SALLES, NOS ÉVÉNEMENTS, CONTACT, and RÉSERVER UNE VISITE. The main visual is a large photograph of a vibrant, ornate carousel with many wooden horses and a chandelier hanging above. Overlaid on the bottom left of this image is a dark blue rectangular box containing white text: "UN TERRAIN D'AVVENTURE, DE LIBERTÉ, DE CULTURE, DE CONVIVIALITÉ ET DE RÊVE ...". To the right of the main image, there are several abstract, colorful diagonal lines in yellow, red, and blue.

Imaginez. Un jardin extraordinaire, un lustre de cristal suspendu à son toit de verdure. Une fontaine magique, une montgolfière éléphant, ou une licorne jouant du piano. Une fête foraine de la Belle Epoque (fin 19ème) et ses manèges centenaires de chevaux de bois. Une petite Venise, avec sa lagune et son palais baroque. Cet univers onirique existe.

[EN SAVOIR PLUS](#)



LOCATION DE SALLES POUR VOS ÉVÈNEMENTS

LOCATION DE SALLES POUR VOS ÉVÈNEMENTS

5 LIEUX, 5 AMBIANCE, 1 EXPÉRIENCE INOUBLIALE !



Nous mettons à disposition 5 de nos salles aux ambiances féériques, parfaites pour accueillir tout type d'évènements privés (mariages, anniversaires, conférences, ...).

DÉCOUVRIR NOS SALLES



LE FESTIVAL DU MERVEILLEUX 2017 !

DU 26 DÉCEMBRE 2016 AU 2 JANVIER 2017, CE TEMPLE DU MERVEILLEUX SE TRANSFORME EN VÉRITABLE COUR DE RÉCRÉATION OÙ PETITS ET GRANDS PARTAGENT UN MOMENT DE CONVIVIALITÉ UNIQUE ET AUTHENTIQUE.

TOUS LES ÉVÈNEMENTS

« Découvert lors d'une soirée privée, cet endroit est magique avec des attractions du siècle dernier en parfait état de marche ! »

Thomas S., venu avec des amis



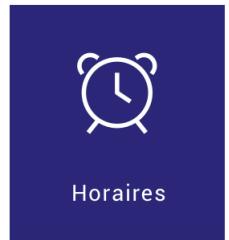


● ○ ○

NE PERDEZ PAS DE TEMPS, PRÉPAREZ VOTRE VISITE !



Accès



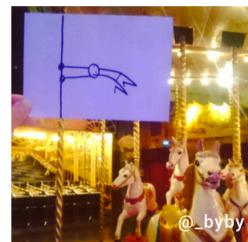
Horaires



Tarifs

PARTAGEZ VOS PHOTOS DU MUSÉE :)

Sur Instagram #museedesartsforains



Nos partenaires



Suivez-nous



L'équipe

Jean-Paul Favard

Gazettes

Mentions légales

FR ▾

MAQUETTE MOBILE

Homepage

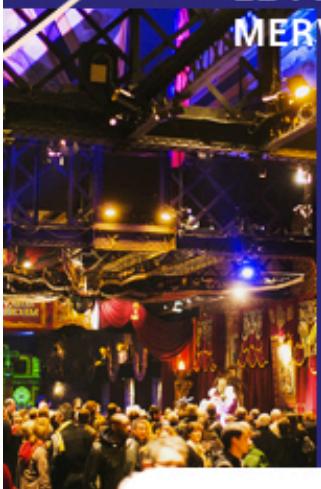


« Découvert lors d'une soirée privée, cet endroit est magique avec des attractions du siècle dernier en parfait état de marche ! »



Thomas S., venu avec des amis

LE FESTIVAL DU MERVEILLEUX 2017 !



Du 26 Décembre 2016 au 2 Janvier 2017, ce temple du merveilleux se transforme en véritable cour de récréation où petits et grands partagent un moment de convivialité unique et authentique.

[TOUS LES ÉVÈNEMENTS](#)

UN TERRAIN D'AVENTURE, DE LIBERTÉ, DE CULTURE, DE CONVIVIALITÉ ET DE RÊVE



Lieu culturel en constante évolution, le plus

MERVEILLEUX 2017 !

Du 26 Décembre 2016 au 2 Janvier 2017, ce temple du merveilleux se transforme en véritable cour de récréation où petits et grands partagent un moment de convivialité unique et authentique.



[TOUS LES ÉVÈNEMENTS](#)

Lieu culturel en constante évolution, la plus grande collection d'Europe d'objets du spectacle y est mise en scène grâce à l'utilisation de technologies de pointe en matière d'images et de sons.

EN SAVOIR PLUS

5 LIEUX, 5 STYLES,
1 EXPÉRIENCE
HORS DU TEMPS



LOUER UNE SALLE

PRÉPAREZ VOTRE VISITE



Accès



Horaires



Tarifs

PARTAGEZ VOS
PHOTOS DU MUSÉE !

PARTAGEZ VOS PHOTOS DU MUSÉE !

#museedesartsforains



Certificat d'Excellence
2016



[L'équipe](#)

[Jean-Paul Favand](#)

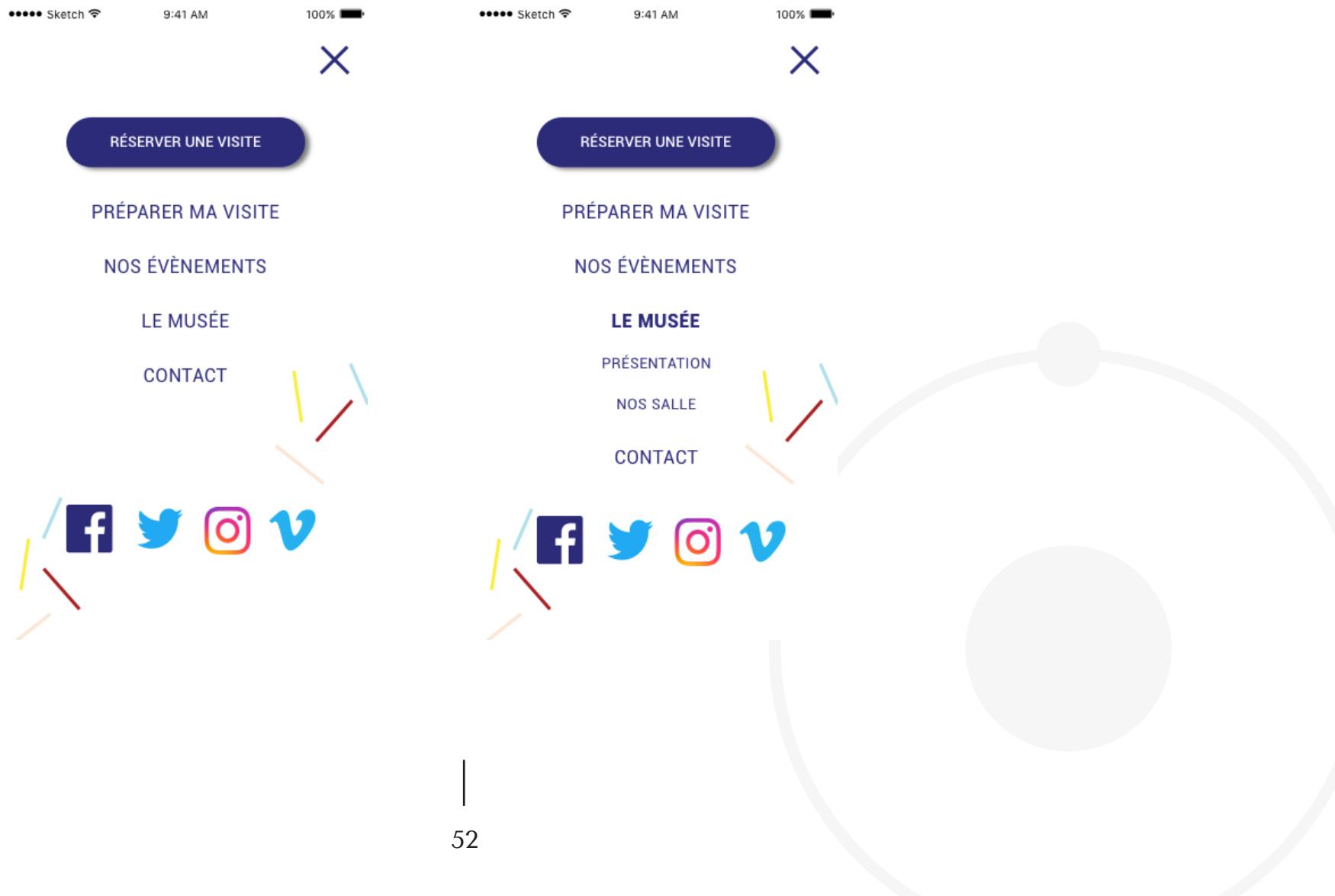
[Gazettes](#)

[Mentions légales](#)

FR ▾

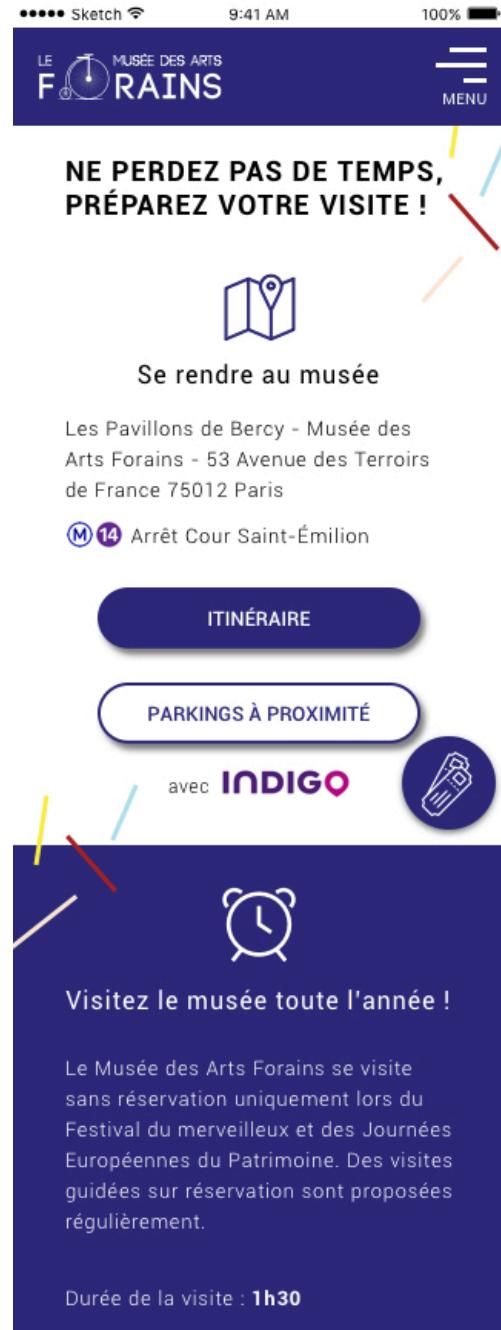
MAQUETTE MOBILE

Menu ouvert



MAQUETTE MOBILE

Préparer ma visite





Tarifs

Billet adulte : **16€**

Billet enfant (de 4 à 11 ans) : **8€**

Gratuit pour les enfants - de 4 ans

Pas de visites libres



RÉSERVER EN LIGNE

Pour plus d'informations

CONTACTEZ-NOUS

DESCRIPTION DE LA VISITE



VISITE DE GROUPE



Des visites de groupe de **25 à 50 personnes** peuvent également se programmer en semaine ou en week-end, sur rendez-vous. Pour cela, contacter **Diane** qui se fera un plaisir de vous aider.



06 59 33 45 67



diane@contact.artsforains.com

BAGAGES



Ouvertures ponctuelles

Ouvertures ponctuelles (sans réservation)

LE FESTIVAL DU MERVEILLEUX



Déambulation festive dans les espaces du musée, ponctuée par un programme varié de spectacles d'artistes de rue et magie avec des spectacles de réalité augmentée.

[EN SAVOIR PLUS](#)

LES JOURNÉES EUROPÉENNES DU PATRIMOINE

Depuis 1997, Les Pavillons des Bercy – Musée des Arts Forains ouvrent exceptionnellement au public à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine. Cette année, la citoyenneté est mise à l'honneur sous le thème « Liberté égalité, convivialité ! »

[EN SAVOIR PLUS](#)



[L'équipe](#)

[Jean-Paul Favand](#)

[Gazettes](#)

[Mentions légales](#)

[FR](#) ▾

MAQUETTE MOBILE

Tunnel de réservation

The image illustrates a mobile reservation flow for a museum visit. It consists of two screenshots of a mobile application interface connected by a large right-pointing arrow.

Screenshot 1: Initial Booking Screen

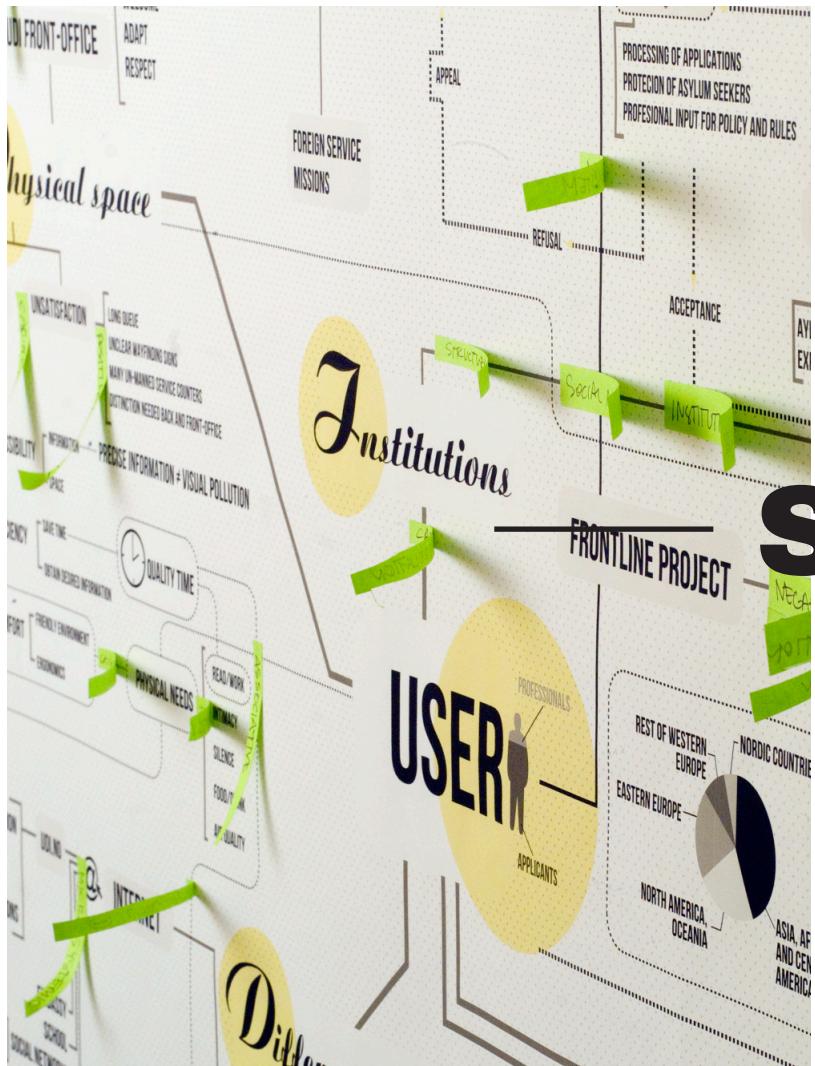
- Header: Sketch, 9:41 AM, 100% battery.
- Museum Logo: LE MUSÉE DES ARTS FORAINS.
- Call-to-action: JE RÉSERVE MA VISITE.
- Text: Combien êtes-vous? (enfants inclus)
- Person counter: < 1 2 3 4 5 >
- Text: personnes
- Text: Quand souhaitez-vous venir?
- Calendar: Mars (February 2017 to April 2017). The date 4 is selected (highlighted in blue).
- Time slots: 9h30, 11h, 13h, 15h, 17h30, 19h. The slot 17h30 is highlighted in blue.
- Next button: SUIVANT >

Screenshot 2: Payment Summary Screen

- Header: Sketch, 9:41 AM, 100% battery.
- Text: Mercredi 04 Mars 2017 à 17h30 Pour 3 personnes
- Section: Adultes
- Count: 1
- Price: 16,99 €
- Section: Enfants de 4 à 11 ans
- Count: 1
- Price: 8,99 €
- Section: Enfants - 4 ans
- Count: 1
- Price: Gratuit
- Total: PAYER 25,98 €

PROTOTYPE

<https://invis.io/4UALRZ65T>



SERVICE DESIGN

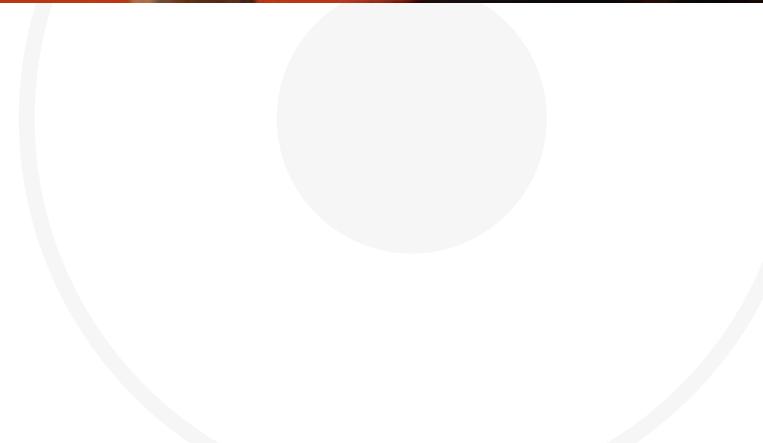
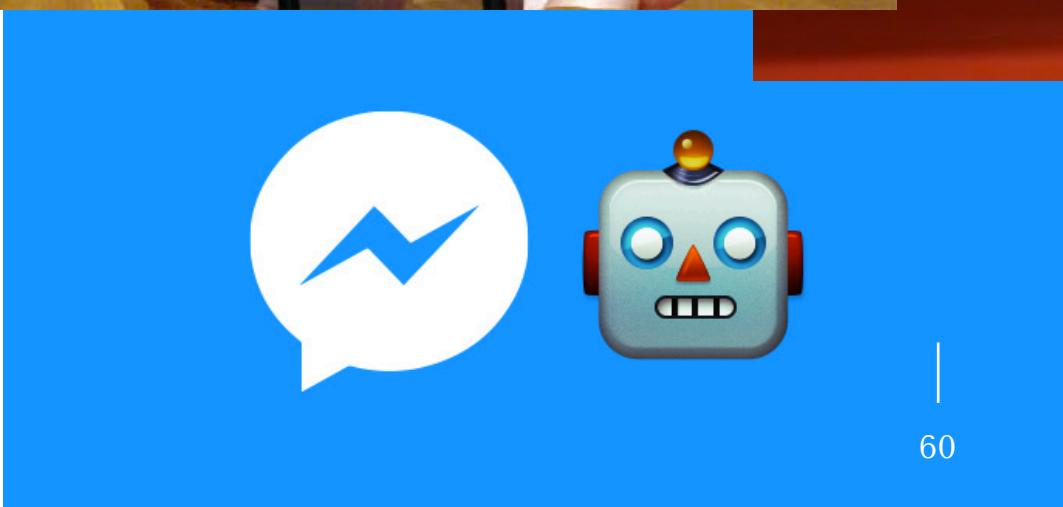
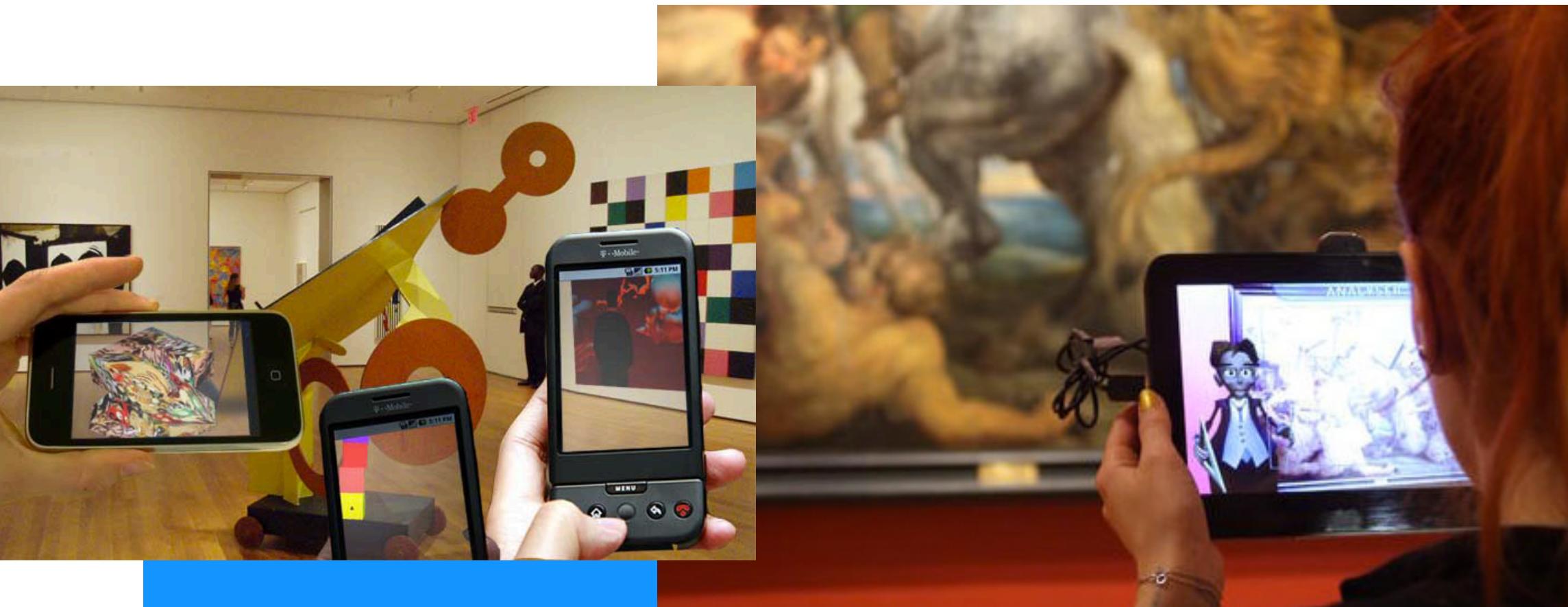
SERVICE DESIGN

En plus de la refonte du site internet en mobile first, il est également important d'aller plus loin dans la réflexion, et de penser également à l'expérience du visiteur à l'intérieur du musée.

C'est pourquoi nous proposons quelques pistes d'amélioration et d'innovation afin d'offrir aux visiteurs une expérience toujours plus inoubliable et merveilleuse.

- Expérience VR (visite historique du musée, interaction, dialogue avec les automates
 - + poussée par exemple)
 - + Map interactive du musée
- Réalité augmentée dans les salles : comme Pokemon Go, l'utilisateur active le mode appareil sur l'application du musée des forains, et à certains endroits il y a des poupées qui deviennent vivantes dans l'appli.
- Discuter avec la mascotte du musée (un chatbot) sur messenger de facebook.
Exemple : <https://rogueone.disney.fr>

SERVICE DESIGN



ALORS, ÇA VOUS A PLU ?

CONTACTEZ-NOUS

contact@coeos-agency.com

06 67 04 10 54

