



***My
Name
Is
J***

Cahier
des
charges



*Université Paris13
IUT de Bobigny
2013*

Cahier des charges de Projet tutoré

TUTEUR

Jean-michel fessol

COMMANDITAIRE

Benjamin Racine

PROJET

My name is J

logic |

Axèle Fatôme, Anne Jacquinet,
Hamza Tei, Wajdi Abdoul, Selim Ammari
chef de projet : Thibaut Marquis
Licences pro IW, CIWM et GCLD

sommaire

l'agence.....	6
introduction	7
analyse concurrentielle	8
la cible	12
le registre discursif.....	14
les solutions techniques envisagées	18
budget prévisionnel	18
glossaire & sources iconographiques	19
liste des tâches & responsables des différents pôles	20
conclusion.....	22

l'agence **logic**

Passion, générosité et savoir-faire sont les trois maîtres mots de l'agence Logic. Spécialisés dans la communication de groupes et musiciens, nous pensons des techniques et outils innovants pour répondre à des besoins de visibilité accrue. Puisque chaque artiste est unique, il est évident de développer une communication qui l'est tout autant.



La commande

L'agence Logic a été chargée par l'artiste My Name Is J de réaliser son identité visuelle. Elle devra également promouvoir et faire connaître auprès d'un public cible sa musique ainsi que son court-métrage.

Dans un style mêlant ambient, trip-hop et musique électronique, le projet a été créé en 2012 par Benjamin Racine, jeune doctorant en philosophie à l'Université de Lettres de Nancy. Pourtant étranger à ces genres musicaux, il l'a construit comme une véritable exploration artistique : il a par une relation synesthésique, imaginé un univers et une histoire au fil de la création de son œuvre.

Après avoir «secrètement» mis en ligne son album le 15 mai dernier, il propose à Roland Marotel, étudiant de cinéma à l'IECA de Nancy, de mettre en image son album. C'est de là qu'est né le court métrage muet « The Night » qui aura pour seul et unique bande son l'album éponyme.

L'objectif de l'intervention de l'agence est, selon sa demande, de faire connaître au plus grand nombre l'album et le court métrage.

Quelle est la place d'un site internet dans la stratégie de communication d'un artiste ?

analyse concurrentielle

<http://www.thetape.eu/>

<http://www.emilyloizeau.fr/>

<http://www.birdynamnam.com/>

Il s'agit de sites ayant pour point commun un but de promotion artistique.

Le contexte d'existence de ce corpus

Quel public consulte ces sites et que recherche t-il comme information ?

- Sa démarche peut être motivée par la recherche de nouvelles expériences acoustiques ainsi que de nouveaux artistes entrants sur le marché de la musique.
- Prise de renseignements sur d'éventuels concerts.

Quels sont les objectifs quand un artiste entreprend le développement d'un site internet ?

- un vecteur de communication
- de mettre en valeur le style de l'artiste
- d'informer le public des événements et des nouveautés proposées

À la première lecture du corpus, il ressort qu'à partir d'objectifs assez semblables, les artistes utilisent de manière différente le web, rendant visibles des ressources différentes à différents niveaux et par des moyens variés bien que le contenu soit marqué par un visuel, un contenu à vocation artistique et promotionnelle.

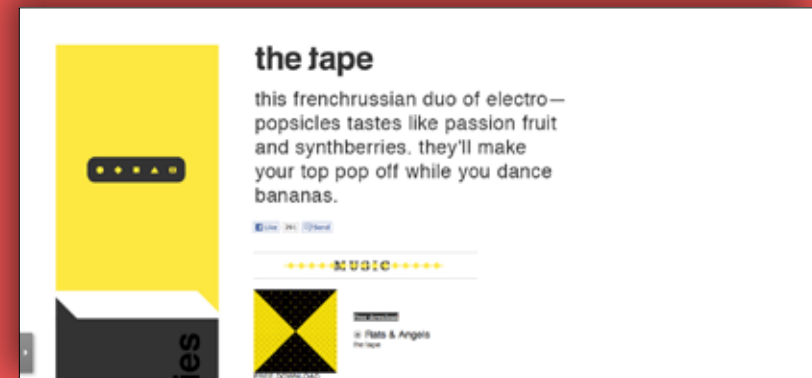
Notre démarche

Dans le cadre de ce corpus et à travers l'étude de ces pages, nous allons essayer de comprendre le sens des éléments qui le compose.

1. Les choix éditoriaux qui ont été réalisés au travers d'une observation critique et néanmoins comparative de ces sites.

2. La hiérarchisation du contenu est retranscrite par le biais d'un tableau comparatif

Nous serons alors en mesure d'en tirer les enseignements nécessaires à la proposition d'un modèle de page qui semblerait répondre aux attentes de notre commanditaire. En effet, l'intérêt de cette analyse de sites est de tirer les points forts et faibles, afin de développer notre propre modèle.



thetape.eu/



emilyloizeau.fr/



birdynamnam.com/



Thetape.eu emilyloizeau.fr birdynamnam.com			
1 ^e impression			
	Le graphisme du site est plaisant et permet une lecture efficace des dernières nouveautés.	Identité visuelle très forte avec des animations qui poussent le public à vouloir en savoir davantage.	Identité visuelle très forte et graphisme du site dans le style néo-gothique. L'ambiance électro est dominante.
Page d'accueil			
ambiance générale	On se sent tout de suite sur un site musical : présence d'une «playlist» et de clips vidéo.	Animation plaisante cependant le domaine musical n'est pas dominant au premier abord. Il faut être un peu curieux pour savoir quel est le but du site.	À la fois crédible et accueillant. Le domaine musical est très présent.
accessibilité	Site nouvelle génération qui se veut sobre et privilégie la clarté.	Rubriques judicieuses, intitulés intuitifs. L'internaute se sent guidé.	Il faut multiplier les clics pour enfin trouver une porte d'entrée à l'information de ce site.
Logique page d'accueil			
clarté du contenu	Emploi d'un vocabulaire adéquat.	Premières informations métaphoriques (animation, icône).	Emploi d'un vocabulaire adéquat.
clarté de l'information	Difficile de comprendre la logique d'organisation du site car tout est contenu sur une seule et même page.	Du fait de leur disposition en haut de page, on comprend que les icônes représentent les rubriques.	Information claire.
clarté de la présentation	Confusion dûe au fait que l'information n'est pas organisée en rubrique.	Bel effort de graphisme mais n'éclaire pas sur le contenu du site.	Sobre et structurée.



Thetape.eu emilyloizeau.fr birdynamnam.com			
points forts			
ergonomie	Désordonnée : difficile de prendre ses marques sur ce type de contenu. Cependant les couleurs sont bien choisies.	Structure réfléchie et simple à la fois. Peu d'icônes avec une animation du site complexe.	Structure classique : facile à se repérer.
intuitivité		Simplicité au niveau de la navigation qui rend le site facile d'accès.	Site très intuitif sur lequel on s'attardera même à décortiquer le contenu.
points faibles			
Choix éditoriaux	Aucun contenu informationnel. L'internaute doit « scroller » pour comprendre de quoi il s'agit et prendre connaissance de ce qui est mis à sa disposition.		
Retour accueil	Il n'y a pas d'accueil. Il faut donc « scroller » en sens inverse pour retrouver une information.	Lorsque l'on veut revenir sur l'accueil il y a de nombreux bugs d'affichage qui sont dus à l'animation lancée en arrière-plan.	Le retour accueil est mal placé. (en haut à gauche et écrit en minuscule).

En conclusion...

Après avoir visité les trois sites, nous pouvons donner un avis personnel. Tout d'abord, le site qui nous a le plus plu est celui du groupe *Birdy Nam Nam* car il est simple et très esthétique, imposant une ambiance un peu ténébreuse. Ensuite, c'est le site *emilyloizeaux.com* car les animations flashes rajoutent du mouvement et du contenu au site. Il y a eu un véritable effort pour rendre les informations claires mais la première page reste floue car il n'y a pas un réel menu. Enfin, le site de *The tape* nous a frappé par son désordre et par la taille de la page unique qui fait le site.

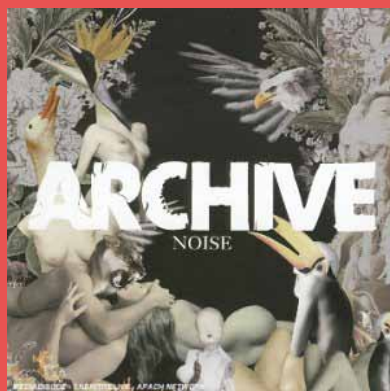
la cible

La réalisation du site internet de l'artiste My name is J s'inscrit dans une logique de communication auprès de plusieurs cibles. En effet, ce projet est une stratégie marketing qui aura pour but d'attirer une audience ciblée, amatrice de musique électronique mais qui fera aussi découvrir à un public non averti des sonorités nouvelles.

La cible principale sera des jeunes entre 15 et 35 ans ayant une certaine culture générale, un regard et une curiosité sur l'art. Ayant également une bonne culture web et étant amatrice de musiques actuelles (électroniques/ trip-hop), ces jeunes ont l'habitude de surfer sur le web, toujours à la recherche de nouvelles découvertes musicales. Ils fréquentent également les réseaux sociaux ainsi que des sites de musiques en streaming. Ces personnes sont des étudiants ou jeunes actifs qui fréquentent régulièrement des petites salles de concerts ou des festivals leurs proposant les découvertes de la scène électro actuelle.

La cible secondaire sera des personnes entre 15 et 45 ans, actifs ou non. Ces personnes sont amatrices d'art en général, elles fréquentent des lieux comme les musées et les grandes salles de concert. Ces personnes se rendent à des expositions et vont voir des artistes de musiques plus populaires. En effet, ces personnes n'ont pas l'habitude de fréquenter de petites salles de concerts de la scène électro actuelle. Ces personnes sont non averties. Il faudra donc aller vers elles pour leur faire découvrir l'univers de la scène électro/trip-hop.





le registre discursif/ positionnement

le style "trip-hop"

Trip-hop, terme inventé par le magazine anglais de dance «Mixmag» pour stigmatiser cette nappe de soul dépressive, fusion de blues, de jazz et de hip-hop. Le trip hop est un genre musical né au début des années 1990, dans la région de Bristol (Royaume-Uni). Musique hybride issue de nombreuses influences musicales, qui produit des ambiances sophistiquées et des rythmes plutôt calmes... On le décrit généralement avec des artistes précurseurs tels que Massive Attack, Portishead, Archive, Björk, ou Morcheeba, qui ne rentraient dans aucune catégorie.

Ce genre musical a pour base une rythmique hip-hop, sur laquelle viennent se greffer toutes sortes d'influences, jazz, reggae, musique électronique, musique de film, soul, rock, dub, etc. Il s'est ainsi beaucoup enrichi et il se décompose maintenant en de nombreux sous-genres (acid-jazz, downtempo, electro-dub, electro-jazz, electro-libre, ...). On retrouve les instruments typiques tels que clavier, platine vinyle, échantillonneur, cuivre ou instrument à cordes frottées.

Analyse de la musique de MNIJ

La musique de My Name is J (MNIJ) s'ancre dans une atmosphère musicale complexe, dans un **esprit narratif** voire onirique. Le compostieur nous emmène dans une histoire, **un épisode musical**.

Exclusivement instrumentales, ses compositions sont douces, **mélancoliques**, calme et reposante et nous plongent parfois vers une tension plus forte.

Elle peut rappeler la musique de Yann Tiersen, ou d'Erik Satie, l'utilisation du piano se faisant de manière récurrente.

Brainstorming autour de l'univers musical de MNIJ, déterminant le positionnement graphique, les différents univers visuels possibles de l'artiste.

1. **universalité de la musique**, atmosphère musicale, ciel, terre, soleil/lune, astronomie, jour/nuit, climat, variation climatique, air, eau, feu, mort/vie, renaissance, cycle.
2. **onirisme**, rêve, sommeil/éveil, absurde, imaginer, images, songe, fiction, chimère, réel/irréel, invention, vision
3. **abstraction musicale**, laissant le public à ses propres interprétations.

Ton

mélancolique, mystérieux voire obscur.

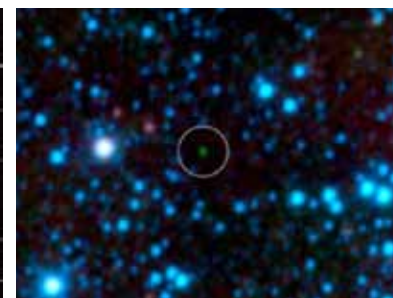


provenance des contenus iconographiques

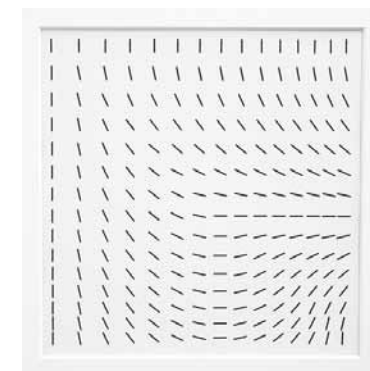
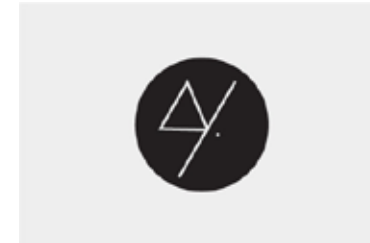
Le commanditaire s'engage à nous fournir des contenus de types images et images animées. Entre autres : des photos du tournage, des captures d'écran du courtmétrage, le court-métrage au format demandé.

La musique est quant à elle directement téléchargeable à l'adresse suivante : <http://mynameisj.bandcamp.com/>

1



2



3

les solutions techniques envisagées

Le site sera en grande partie construit en HTML5 et CSS3 mais nous veillerons à le rendre **compatible avec tous les navigateurs** (et leur différentes versions). D'autres éléments solliciterons des **modules externes** et permettront de manipuler différents médias (le son et la vidéo par exemple).

Ce site sera **responsive**. L'ergonomie devra donc être optimisée sur mobile, tablette ou ordinateur. Il sera également adapté pour des écrans de qualité supérieure (écrans Rétina...). Afin de mettre le site en valeur par un bon référencement, nous utiliserons une sémantique optimisée pour obtenir une meilleure visibilité sur les moteurs de recherche (Google par exemple).

La partie "news" du site sera présentée sous forme de **blog** et tous ses contenus seront gérés depuis un back-office. Notre commanditaire aura ainsi la possibilité d'ajouter et/ou de modifier ses actualités et même de créer des newsletters.

De manière à offrir à notre client une totale maîtrise de son outil, nous utiliserons le **CMS "WordPress"** qui offre une grande maniabilité et intuitivité.

Pour la conception du site internet, nous aurons besoin d'un éditeur de code (SublimeText2 ou Notepad++) et d'un hébergement provisoire (de manière à tester le site en ligne).



le budget prévisionnel

conception d'une identité visuelle entre 1 500 et 2 000 Eu.

**conception de la maquette
& développement du site web** 2500 Eu.

formation à la gestion du CMS 300 Eu.

hébergement (avec nom de domaine) entre 5 et 10 Eu. par an.

glossaire

Back-office Partie d'un site web qui permet de le gérer et de l'alimenter.

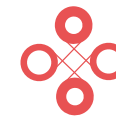
CMS Système de gestion de contenu permettant d'alimenter dynamiquement un site internet depuis un back-office.

HTML et CSS langages destinés à la création de sites internet.

Référencement Position d'un site internet dans les pages de résultat d'un moteur de recherche (définition par vulgarisation).

Responsive qui s'adapte à chaque résolution d'écran et donc à chaque support.

Rétina Nouvelle génération d'écrans équipant les nouveaux appareils Apple, de qualité supérieure et d'un détail minutieux.



sources iconographiques

<http://www.thetape.eu>

<http://www.emilyloizeau.fr>

<http://www.birdynamnam.com>

<http://www.capmetz57.fr/article-bivouac-exposition-ronan-et-erwan-bou-roullec-au-centre-pompidou-metz-2-86150250.html>

<http://www.commentchier.com/2008/11/expo-le-livre-b.html>

<http://www.septdetrefle.fr>

http://www.onvillanuit.com/article/portrait-du-hipster-en-soiree_a14/1

<http://www.greenroomsession.fr/boiler-room-les-raisons-dun-succes/>

http://wallpaper.metalship.org/fr/pictures/Concert%20Halls&id_doc=471&type=images&action=Rechercher

<http://desfraisesetdelatendresse.blogspot.fr/2012/07/at-olympia-with-madonna.html>

<http://www.ledauphine.com/isere-sud/2012/09/04/nos-ados-mangent-mieux-et-dorment-moins>

<http://www.designspiration.com>

<http://lyricsv5.free.fr/index.php/a/archive-28>

<http://www.electronicdiary-music.com/article-eh-bien-eh-bien-je-ne-vois-pas-de-meilleur-cd-pour-commencer-ma-carriere-de-chroniqueur-que-ce-lui-100467267.html>

<http://publikart.net/album-de-la-semaine-in-the-mood-for-life-de-wax-tailor-en-ecoute>

http://www.soundofviolence.net/articles/album/649/massive_attack_collected.html

<http://www.brap.fm/2012/09/14/massive-attack-blue-lines-re-mastered/massive110912-302x300/>

<http://samples-en-talons.ch/v2/index.php/Electro/portishead-dramaturgie-sample.html>



liste des tâches et responsables des différents pôles

Responsable pôle graphique Thibaut Marquis

Créations de logo, maquettes, plaquettes, cartes de visite, newsletters
Créations possibles : Affiches d'événements, de projections, de concerts

LP IW
Thibaut Marquis, Axèle fatôme, Anne Jacquinot

Responsable pôle technique Hamza Tei

Intégration des créations pour le site de l'agence et du commanditaire,
création d'un back-office

LP CIWM
Selim AMMARI, Hamza Tei

Gestion du contenu Wajdi Abdoul LP GCLD

Le projet en 5 grandes étapes
Planification stratégique - Décembre / Janvier identification du besoin de notre projet
Conception - Février / Mars établissement des paramètres concrets menant à la rédaction du cahier de recommandations
Production - Avril / Mai réalisation technique et artistique
Mise en ligne - Mai / Juin déploiement, lancement et promotion
Exploitation - Juillet / Août mesure des résultats, maintenance et optimisation



Rôles de l'équipe & répartition des tâches pour la rédaction du cahier des charges

Thibaut **Chef de Projet**
- introduction
- conclusion
- types de contenus iconographiques
- budget prévisionnel

Anne **Directeur artistique**
- valeurs et mots-clé, registre discursif à employer
- conception de la maquette du cahier des charges
- budget prévisionnel

Axèle **Graphiste print**
- description complète de la cible principale et secondaire
- planning prévisionnel

Wajdi **Rédacteur en chef / Chargé marketing**
- Analyse concurrentielle du projet
- attente du public cible
- bénéfices attendus du projet
- webographie des sites analysés

Hamza **Directeur technique / Développeur intégrateur**
- liste des tâches et de leurs affectations, responsables des principaux rôles
- planning prévisionnel
- budget prévisionnel

Selim **Développeur intégrateur**
- fonctionnalités techniques envisagées (repris par Thibaut)
- glossaire (repris par Thibaut)



conclusion

Au delà du principal outil de communication développé dans ce cahier des charges (le site internet de l'artiste), nous souhaitons, toujours dans l'objectif de répondre à la problématique posée par le commanditaire, mettre en place d'autres actions et outils. Ceux-ci devraient offrir un retour à un questionnement communicationnel plus global et devraient nous permettre d'aller au-delà de la demande initiale.

Les travaux ainsi envisagés sont nombreux : organisation d'événement(s) (projection de court métrage), mise en place d'ambiances lumineuses et scéniques (dans l'idée de futures prestations live ou «DJ set»), développement du réseau professionnel de l'artiste, travail de relation presse etc.

L'univers de l'artiste étant unique et la démarche originale, il sera évident de développer une communication qui le sera tout autant, tout en conservant les codes propres aux styles de musiques qu'il développe (trip-hop, ambient, musique électronique...).

Ce projet devrait permettre à l'artiste de se faire connaître par un public assez large et de développer l'aspect communicationnel de son initiative. Si c'est une réussite, il pourrait par la suite envisager une semi-professionnalisation.

