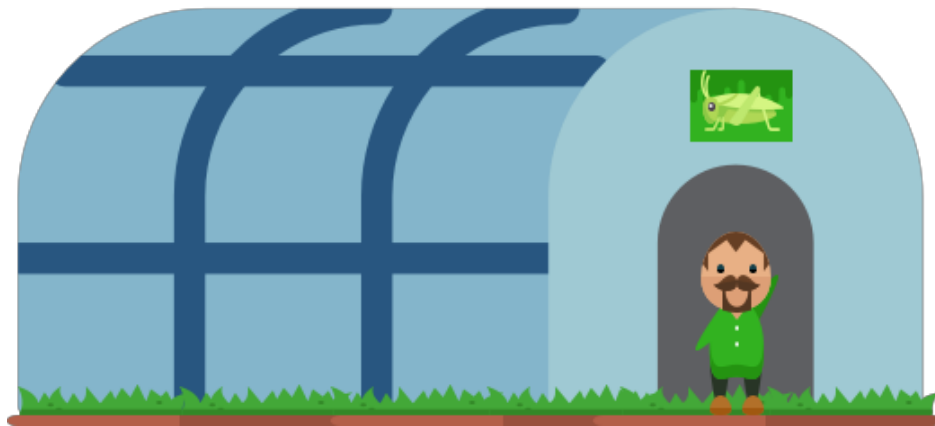
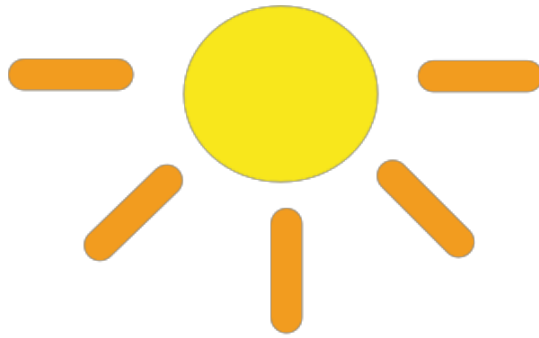




Site e-commerce



Promotion 5
Julien Tremblay

Concept De L'entreprise

Pourquoi NutriSect* ?

Problématique :

- 1 : Nous vivons dans une époque où prendre soin de notre corps est devenue une priorité pour plus en plus de personnes.
- 2 : La population de notre planète ne cesse d'accroître et nos ressources elle s'amenuise.
- 3 : Un des plus grands challenge écologique de notre aire est de diminuer notre indice carbone pour limiter le réchauffement climatique.

Solutions :

Vous me direz comment peut-on changer sa ? Le concept nutrisect répond à toute c'est problématique. Nous proposons des barres protéinées aux insectes, pourquoi aux insectes ? Les insectes comestibles contiennent des protéines de haute qualité, des vitamines et des acides aminés essentiels. Les grillons ont besoin de six fois moins de nourriture que les bovins pour produire la même quantité de protéines. Ils émettent moins de gaz à effet de serre et d'ammoniac que l'élevage conventionnel et les insectes peuvent être cultivés en utilisant des déchets organiques.

Clientèle ciblée

Cible principale :

Sportif et sportive entre 15 et 35 ans

Cible Secondaire :

Personnes voulant améliorer sont alimentation et soucieuse de l'environnement entre 20 et 35 ans

* **Nutri** = nutrition, **sect** = insect

Choix Esthétiques

Principes fondamentaux

J'ai opté pour un design épuré et aéré en respectant au mieux les normes Materials design.

Couleurs

● Couleur principale (60%) DARK SIENNA :

J'ai choisi cette couleur car c'est une couleur qui rassure, qui rappelle la gourmandise et qui représente le développement durable et l'écologie. J'ai utilisé cette couleur pour rassurer les clients qui peuvent être réticents à manger des insectes et leur montrer que mes barres sont gourmandes. Je l'ai utilisé sur les textes importants comme les titres et les éléments de navigations ainsi que sur certains calls to actions

● Couleur Secondaire (30%) VIVID Tangerine :

J'ai choisi cette couleur car c'est une couleur à doubles significations, entre l'orange qui représente le domaine de la mise en forme et qui apporte une touche de dynamisme et de vitalité et le rose qui représente le domaine des confiseries et des pâtisseries et qui apporte une certaine douceur. J'ai utilisé cette couleur pour faire ressortir les éléments principaux de ma page comme ma barre de navigation, la bannière publicitaire, certains boutons et calls to action ainsi que le fond du footer.

Typographie

J'ai choisi pour les titres de les mettre en avant avec une grosse police de caractères en reprenant les normes materials designs.

Roboto :

J'ai utilisé cette police pour sa simplicité et son élégance ainsi que sa lisibilité .

Dancing :

J'ai utilisé cette police pour les signatures à la fin des citations.

Dispositions

Element Toujours présent sur la page :

J'ai fait le choix de positionner la bannière publicitaire en position fixed tout en haut de la page pour que les utilisateurs puissent cliquer dessus à tout moment, juste en dessous la barre de navigation également en position fixed pour que l'utilisateur puisse naviguer facilement sur le site, on y retrouve 5 éléments :

- Une maison pour retourner à l'accueil.
- Boutique pour aller à la page des produits.
- Le logo plaçant aux milieux bien visibles pour retourner également à l'accueil.
- A propos pour se rendre à la section qui explique le concept.
- Panier pour suivre ces achats et se rendre à la page du panier.

Les éléments de la barre de navigation disparaissent et sont stockés dans le menu hamburger en tablet et mobile pour une meilleure lisibilité. Tout en bas à droite une flèche en position fixed pour remonter en haut de la page à tout moment.

1 ere partie :

Le header contient un h1 contenant le slogan de l'entreprise en anglais pour des raisons d'esthétisme et de consonance et penser pour le SEO, un h2 qui contient une phrase d'accroche qui met l'utilisateur en confiance et introduit les animations qui suivent. Un call to action qui permet à l'utilisateur de découvrir la marque en le menant à la section concept. Et pour finir une animation qui se lance automatiquement à l'arrivée de l'utilisateur sur le site au bout de 2 secondes car je ne pouvais pas utiliser de java script et c'est le meilleur moyen que j'ai trouvé pour le lancement, cette animation décrit les étapes de fabrication de nos barres et met notre utilisateur en confiance. Elle se termine avec un message et une flèche qui incite l'utilisateur à descendre dans la section suivante où se trouvent les meilleures ventes du moment. J'ai volontairement laissé apparaître le titre de la section « Top des ventes » pour que l'utilisateur comprenne qu'il faut descendre.

2eme partie :

J'ai fait le choix de positionner les 3 meilleures ventes du moment sur la même rangée en desktop et en colonne pour tablet et mobile. Chaque produit est à l'intérieur d'une box material design qui quand on passe la souris dessus grâce à un effet d'ombre donne l'impression de se surélever, à l'intérieur il y a un cœur permettant d'ajouter le produit aux favoris, des étoiles et un lien cliquable vers les avis des consommateurs sur ce produit, l'image du produit qui se surélève quand la souris passe dessus, le nom de la barre, le prix, j'ai fait le

choix de mettre une citation différente pour chaque barre selon leur parfum pour faire voyager l'utilisateur et lui amener un peu de douceur et de poésie à travers mes barres, un call to action « ajouter au panier » et un call to action « plus d'infos » qui lui est plus discret pour que l'utilisateur focalise son attention sur « ajouter au panier ».

3eme partie :

Cette partie explique le concept nutrisect à l'utilisateur avec une image que j'ai créée à partir de différents SVG grâce au logiciel sketch qui illustre une serre où sont élevés les insectes et un éleveur d'insecte qui explique au client que chez nutrisect nous prenons soin de notre planète. Cette image est accompagnée d'un titre et d'un texte, le titre contient un slogan qui donne une raison supplémentaire à l'utilisateur d'acheter nos produits et le texte explique les bienfaits des insectes comestibles sur l'organisme et sur la planète. L'image est positionnée à droite et le texte à gauche en desktop. L'image est positionnée en haut et le texte en bas en tablet et mobile.

4eme partie :

Cette partie contient les 4 avantages de nutrisect illustrés par 4 icônes animées, un mot accrocheur pour chacun et une phrase qui explique plus en profondeur. Les 4 avantages sont positionnés sur 2 rangs et 2 colonnes en desktop et en colonne pour tablet et mobile.

5eme partie :

Cette partie a été modifiée entre la maquette et le projet final suite au benchmarking, car je trouvais plus pertinente la mosaïque que le blog pour ma section à propos.

Cette partie contient une mosaïque d'images venant des réseaux sociaux de nos utilisateurs qui ont tagué notre marque sur leurs photos, ces photos illustrent l'actualité de notre marque. J'ai fait le choix de mettre 18 photos de petite taille, 3 par rang sur 3 rangs de chaque côté et une grosse photo au milieu qui disparaît en tablet et mobile, 7 photos ont été modifiées par moi-même pour y insérer les barres nutrisect.

6eme partie :

Le footer est découpé en deux parties grâce à un background-image que j'ai créé sur sketch. La première partie contient un formulaire de contact contenant un champ nom, email et message ainsi qu'un bouton submit dans une colonne. La deuxième partie sur un rang qui contient le logo de l'entreprise accompagné d'un texte pensé pour le SEO qui disparaît en mobile, des liens d'accès rapide, et les réseaux sociaux de l'entreprise.

Lien : <https://pn-promo5.github.io/c1-html-css-projet-1-JulienWebDeveloppeur/>