



T r e k - i n

Cahier des charges du projet d'année

Trek-in

réalisé par

Anthony Charlier

et

Basile Vanhaverbeke

Sommaire

I. Introduction |5

SUJETS TRAITÉS

CHOIX EDITORIAL

AXES D'ORIENTATION

La rencontre

L'organisation

II. Emetteur du projet |6

LEUR SITE INTERNET

QUI SONT-ILS ?

À QUI S'ADRESSENT LEURS ACTIVITÉS ?

MATRICE SWOT

QUELLES SONT SES HABITUDES COMMUNICATIONNELLES ?

QUEL EST L'INTÉRÊT POUR SON ACTIVITÉ DE DÉVELOPPER UN OUTIL MULTIMÉDIA NOMADE ?

III. Définition du public cible |8

CARACTÉRISTIQUES DU PUBLIC CIBLE

JUSTIFICATION DE CE CHOIX DE PUBLIC PAR RAPPORT AU CONTEXTE

QUELS SONT LES PRÉREQUIS NÉCESSAIRES POUR UTILISER ET COMPRENDRE LE CONTENU DE NOTRE APPLICATION ?

IV. Descriptif, interfaces logicielles et arborescences |9

NOM DE L'APPLICATION

LES SERVICES OU FONCTIONNALITÉS PROPOSÉS À L'UTILISATEUR

LES BASES DE NOTRE DISPOSITIF NOMADE

Accueil

Mon Profil

Notifications

Mes randos

Mon réseau

Trek-vision

Données GR

Paramètres

LA RANDONNÉE ET SON ORGANISATION

Le chat de groupe

La checklist collaborative

SUPPORT CHOISI

ARBORESCENCES

Ecosystème de l'application

Schéma de navigation

CONTRAINTES IDENTIFIÉES

V. Inspirations |20

EXEMPLES/MODÈLES

DEUX APPLICATIONS EN EXEMPLE

VI. Interfaces matérielles et Interactivités |22

INVENTAIRE ET JUSTIFICATION DES INTERFACES MATÉRIELLES

INTERACTIVITES OFFERTES À L'UTILISATEUR

VII. Aspects développés et modifiés durant l'année |23

INTERACTIVITÉS

COHESION DE GROUPE

ERGONOMIE

ZONING DES ECRANS/ WIREFRAME

VIII. La charte graphique, virtuelle et sonore |25

LE LOGO

CHARTe SONORE

CHARTe GRAPHIQUE

IX. Scénarisation utilisateur et intégration dans l'espace |26

SCÉNARISATION UTILISATEUR

Profil du persona

Timing de l'utilisateur

Rédaction et parcours

Mise en valeur du dispositif et moyens mis en œuvre pour attirer le public

I. Introduction

Trek-in est un dispositif nomade qui permet de trouver de manière efficace un partenaire ou groupe de personnes afin de réaliser ensemble une randonnée interactive et multimédia dans la région Wallonne ainsi que de tisser des liens entre les utilisateurs.

Ce projet est réalisé dans le cadre de nos études en Ecriture multimédia 1er BAC à l'ISFSC. Le thème de cette année est « Tisser des liens ».

SUJETS TRAITÉS

La randonnée, l'organisation, le côté social et culturel ainsi que la découverte.

CHOIX EDITORIAL (positionnement idéologique pris)

Notre application a pour idéologie d'aider nos utilisateurs dans leurs recherches d'un partenaire ou d'un groupe de personnes afin de réaliser ensemble une randonnée. Nous souhaitons créer une véritable relation entre ces randonneurs.

Nos objectifs secondaires sont de nature ludique et esthétique. En effet nous souhaitons créer des galeries de randonnées effectuées via notre application pour donner de la substance à notre projet et une expérience utilisateur la plus esthétique possible. Nous nous faisons par ce moyen de l'auto-publicité.

AXES D'ORIENTATION

Nous avons dirigé notre dispositif sur deux axes principaux : **la rencontre** et **l'organisation**.

La rencontre

Le but est de permettre à nos utilisateurs de chercher ou d'organiser des randonnées en groupe pour vivre une expérience sociale et interactive.

L'organisation

Nous souhaitons faciliter la recherche de randonnées ainsi que l'aspect organisationnel (c'est-à-dire, toute la mise en place avant et pendant l'évènement organisé). Toutefois, nous ne voulons pas concurrencer les différents supports proposant des listes et activités liées aux randonnées, en effet les utilisateurs sont invités à trouver des randonnées à réaliser, via leurs propres moyens.

II. Emetteur du projet



LEUR SITE INTERNET

<http://www.belgique-tourisme.be/>

QUI SONT-ILS ?

Notre émetteur est l'ASBL « Wallonie Bruxelles Tourisme » changé depuis peu en « Wallonie Belgique Tourisme », ils s'occupent désormais de promouvoir le tourisme surtout en Wallonie.

À QUI S'ADRESSENT LEURS ACTIVITÉS ?

L'ASBL propose un très large panel d'activités, ce qui leur permet de toucher un grand public. Le site se présente comme un catalogue où vous pouvez retrouver toutes les activités touristiques et sportives en Wallonie et à Bruxelles. Ils s'adressent donc à toute personne ou groupe de personnes souhaitant s'informer sur les activités possibles dans ces régions.

MATRICE SWOT

- **Strengths** : Leur site est clair et souvent mis à jour. Leur catalogue d'activités est bien fourni et ils collaborent avec d'autres organismes et associations. Leur site apparait généralement dans les pre-

miers sur Google lorsque l'on recherche des activités touristiques en Belgique.

- **Weaknesses** : Ils n'ont pas encore d'application, pourquoi pas Trek-in ?

- **Opportunities** : Des thèmes annuels sont proposés, cette année la richesse du terroir wallon est mise à l'honneur. Leur catalogue d'activités s'étoffe chaque année.

- **Threats** : Bien que l'ASBL détienne le site officiel de promotion du tourisme en Wallonie, les touristes peuvent se tourner vers d'autres sites touristiques plus célèbres comme par exemple Tripadvisor, ...

QUELLES SONT SES HABITUDES COMMUNICATIONNELLES ?

Wallonie Belgique Tourisme promeut ses services surtout via son site internet. On y trouve un catalogue des activités proposées. Il est alors possible de recevoir par mail plus d'informations et de les suivre sur les réseaux sociaux. On peut également créer un compte pour accéder à de plus amples avantages.

QUEL EST L'INTÉRÊT POUR SON ACTIVITÉ DE DÉVELOPPER UN OUTIL MULTIMÉDIA NOMADE ?

Pour commencer, nous pensons que l'outil multimédia sera un plus pour tout ce qui est du domaine de l'organisation pour les consommateurs. Avec la montée en puis-

sance du smartphone comme outil principal pour surfer sur le net, une application ainsi qu'un site ergonomique pour smartphone deviennent des supports plus qu'intéressant.

Lors de notre rencontre avec l'émetteur, nous avons eu l'idée d'une base de données commune et ainsi permettre la récolte de données. Ce dispositif est bénéfique pour les deux parties et grâce à cela nous avons l'opportunité d'impliquer toujours un peu plus l'ASBL à notre projet.

Dans les mises à jour futures nous pourrons alors étoffer l'application en proposant directement aux utilisateurs des activités plus diverses et variées auxquelles ils pourront participer. Du contenu sera ajouté régulièrement au dispositif nomade, ce qui nous assurera une certaine pérennité.

Enfin pour l'émetteur, ce qui les intéresse fortement c'est le fait de pouvoir avoir un retour sur les activités des consommateurs. Rappelons que l'un des objectifs principaux de l'ASBL est de promouvoir le tourisme et de faire consommer les activités sur le territoire Wallon. Malheureusement après consultation de leur site et brochures, ils n'ont que peu de retour. Nos données récoltées sur l'application pourraient donc leur permettre de dégager des informations pertinentes à ce sujet.

III. Définition du public cible

CARACTÉRISTIQUES DU PUBLIC CIBLE

En général, on distingue deux types de public cible (les cibles marketing et les cibles de la communication).

- **Les cibles marketing** : personnes ou groupes de toutes tranches d'âge et horizons (enfants à seniors) souhaitant faire une randonnée pédestre en Belgique.

- **Les cibles de la communication** : personnes s'intéressant de près ou de loin à la randonnée en Belgique.

Nous allons cibler notre public grâce au marketing de segments

- **Le style de vie** : nous espérons que l'utilisateur soit un minimum sportif et motivé par la marche à pied. Néanmoins les randonnées pédestres sont de tous niveaux.

- **Le statut de l'utilisateur** : ceux qui utilisent l'application sont en général les principaux clients. Il y aura aussi une section « Galerie » (regroupant les différentes expériences et événements qui ont eu lieu grâce à notre plateforme) qui sera également accessible aux simples curieux.

- **La situation** : nous pourrions la proposer aux touristes (de passage à Bruxelles ou en Wallonie) qui souhaitent découvrir la faune et la flore belge et également à des

agences de voyage voulant faire découvrir des sites remarquables à leurs clients.

- **La démographie** : de manière générale, toute personne ou groupe de personnes se trouvant sur le territoire belge dans la région francophone.

JUSTIFICATION DE CE CHOIX DE PUBLIC PAR RAPPORT AU CONTEXTE

Pourquoi avoir choisi des personnes ou groupes de toutes tranches d'âges ? Parce que nous souhaitons attirer un public aussi large que possible pour permettre à chacun de faire des rencontres, de tisser des liens et bien évidemment de découvrir de nouveaux sites et paysages en Belgique.

QUELS SONT LES PRÉREQUIS NÉCESSAIRES POUR UTILISER ET COMPRENDRE LE CONTENU DE NOTRE APPLICATION ?

L'utilisateur devra être habitué à utiliser son smartphone. Il sera capable d'utiliser une application mobile et de comprendre les diverses notifications qui apparaîtront à l'écran.

Nous resterons sur un langage familier, simple à comprendre. Mais nous espérons que l'utilisateur sera un minimum intéressé par l'univers de la randonnée et que les mots tels que pédestre, trekkings, ... ne lui seront pas totalement inconnus.

IV. Descriptif, interfaces logicielles et arborescences

NOM DE L'APPLICATION

Nous avons pensé à un nom pour l'application, « Trek-in ». Un mélange de « trek », tiré de l'anglais qui signifie randonnée et de « Check-in » qui évoque l'enregistrement des bagages lors d'un vol. Nous trouvons la sonorité simple et efficace, la symbolique du nom évoque bien le but premier : l'organisation.

LES SERVICES OU FONCTIONNALITÉS PROPOSÉS À L'UTILISATEUR

- Une galerie de randonnées
- Un système de recherche
- Un chat pour s'organiser
- Une checklist interactive afin d'organiser la randonnée au sein du groupe
- Téléchargement de données supplémentaires possible (GR)
- Un onglet profil modifiable
- Systèmes de profils/liste de contact/chat de groupe
- Un onglet paramètre (pour modifier par exemple les notifications reçues)

LES BASES DE NOTRE DISPOSITIF NOMADE

Dans un premier temps l'utilisateur est invité à se promener dans la page d'accueil. Il y découvre une galerie où sont proposés divers événements. Un menu burger est également présent :

- Accueil (la galerie)
- Mon Profil
- Notifications
- Mes randos
- Mon réseau (contacts, chat de groupe)
- Trek-vision (la réalité augmentée)
- Données GR (banque de données téléchargeable)
- Paramètres

Nous retrouvons le menu dans chaque section afin de pouvoir switcher rapidement entre les différentes options offertes. Toutefois pour accéder aux autres options que simplement « Accueil », l'utilisateur devra se connecter ou s'inscrire sur l'application soit via Facebook soit via une adresse mail.

Accueil

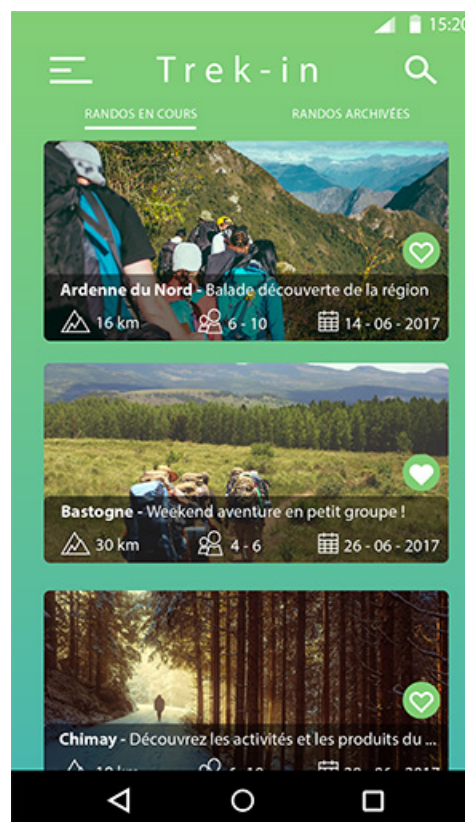
L'accueil nous amène à la galerie d'évènements où des randonnées sont proposées de manière aléatoire à l'utilisateur. La galerie est divisée en deux parties :

- « **Randos en cours** » qui regroupe les randonnées où l'on peut encore s'inscrire et participer
- « **Randos archivées** » qui regroupe les événements déjà réalisés mais pouvant être consultés par simple curiosité ou à titre informatif.

Sur un événement quelques informations pratiques sont présentes, le but étant de se faire une idée rapide du type de randonnée que cela pourrait être. Nous retrouvons :

- Une photo de couverture
 - Un titre précédé de la région où cela se déroulera
 - Le nombre de kilomètres moyen à parcourir
 - Le nombre minimal et maximal de participants pouvant s'inscrire
 - La date de début
 - Un bouton favoris (en forme de cœur) pour ajouter un événement à ses favoris (dans la section « Mes randos »).
- Par mots clés
 - Via la géolocalisation
 - La région
 - La date
 - Le nombre de kilomètres
 - La difficulté
 - Le nombre de participants

Pour accéder à une description plus détaillée, il suffit de cliquer sur l'évènement choisi.



Un système de recherche avancée est représentée par une loupe se trouvant dans l'entête à droite. La recherche peut se faire grâce à différents critères :

- Il est également possible de secouer le téléphone afin d'effectuer une recherche aléatoire d'évènements. L'intérêt est de proposer à l'utilisateur des événements différents de ses critères de recherche.

Mon Profil

Le profil utilisateur est présenté de manière assez simple. Il peut être consulté par les autres utilisateurs. Il reprend :

- Le nom et prénom de l'utilisateur
- La région où il se trouve
- Une petite description censée justifier sa présence et/ou ses envies sur l'application
- Trois moyens de le contacter : Facebook, e-mail, numéro de téléphone. Ces informations plus personnelles peuvent être masquées à tout moment par l'utilisateur.

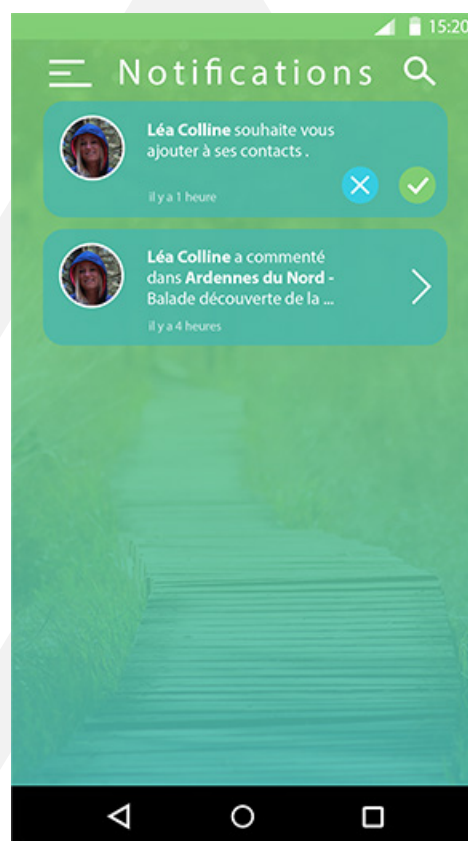
Suite aux remarques faites lors du premier jury, nous avons supprimé quelques informations superflues tel que l'âge.

Dans l'entête, nous retrouvons à nouveau le titre de la section « Mon profil » ainsi que le bouton option qui permet à l'utilisateur de modifier ses informations personnelles.

Notifications

Les notifications sont présentées de manière standard. On y retrouve des demandes d'ajout aux contacts, des commentaires postés sur un événement, des validations dans une checklist collaborative, etc.

La loupe dans l'entête permet ici une simple recherche par mots clés.



Mes randos

Cette section se présente sous la même forme que l'Accueil (titre « Mes randos », menu, recherche, événements).

Elle se divise ici en trois parties :

- « **Randos en cours** » regroupe les randonnées auxquelles il participe pour le moment
- « **Randos faites** » regroupe les randonnées qu'il a terminées
- « **Randos favorites** » regroupe simplement celles qu'il a likées sur l'application.

En bas de l'écran se trouve une icône fixe (une croix blanche dans un cercle bleu) : « créer une randonnée ».



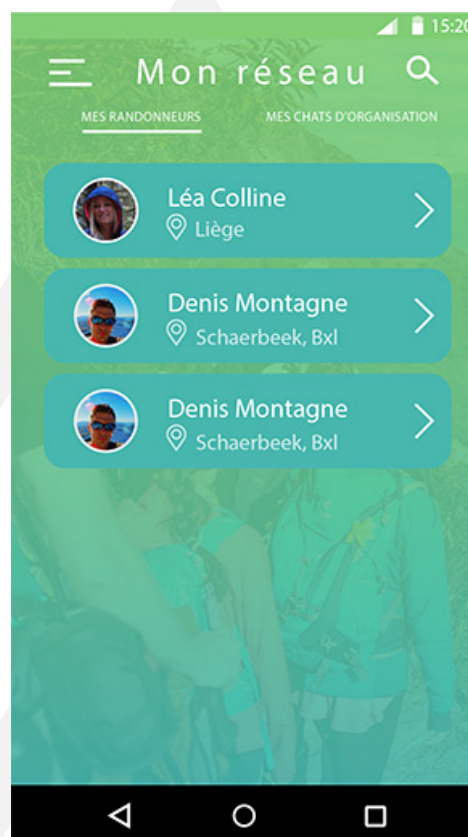
Mon réseau

« Mon réseau » est la partie contact de notre dispositif. Il se divise en deux parties :

- « **Mes randonneurs** » où sont regroupées toutes les personnes qu'il a ajoutées pour pouvoir les contacter plus facilement. Ces contacts sont présentés sous forme d'une liste.

- « **Mes chats d'organisation** » où sont regroupés les chats de groupe qui permettent au participant à un événement de s'organiser entre eux.

La loupe dans l'entête permet ici une simple recherche par mots clés.



Trek-vision

La réalité augmentée proposée par l'application se nomme « Trek-vision ». Elle est alimentée en données soit via les téléchargements GR soit en se connectant à la 3G (solution peu recommandée car elle utilise beaucoup de batterie).

L'utilisateur devra dans tous les cas activer sa géolocalisation.

Celle-ci comporte 3 modes :

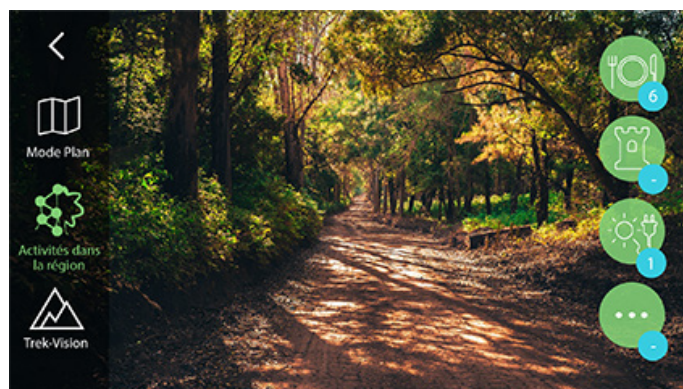
- **Le mode « plan »** : Celui-ci affiche en temps réel les chemins sur lesquels l'utilisateur se trouve.



- **Le mode « activités dans la région »** : Ce mode comporte différents « badges » ; Horeca, lieux touristiques à visiter, Station de rechargement et autres. Une fois un badge pressé, une fenêtre s'ouvre et affiche une liste d'endroits correspondant à la section. Quelques informations décrivent le lieu tels que l'adresse, un numéro de téléphone et le nombre de km qu'il faut parcourir afin de s'y rendre. On peut également pousser sur une petite carte afin d'activer un GPS pour nous y conduire.

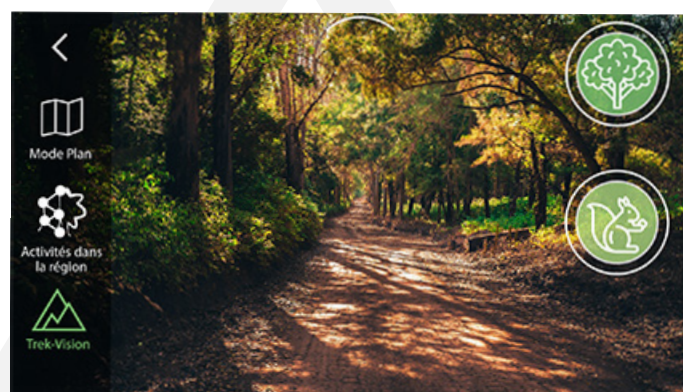
Ce mode a été imaginé suite à un entretien avec notre émetteur. En effet l'ASBL trouvait que notre application ne mettait pas assez en valeur des produits de consommation, or leur but est de faire consommer des pro-

duits touristiques.



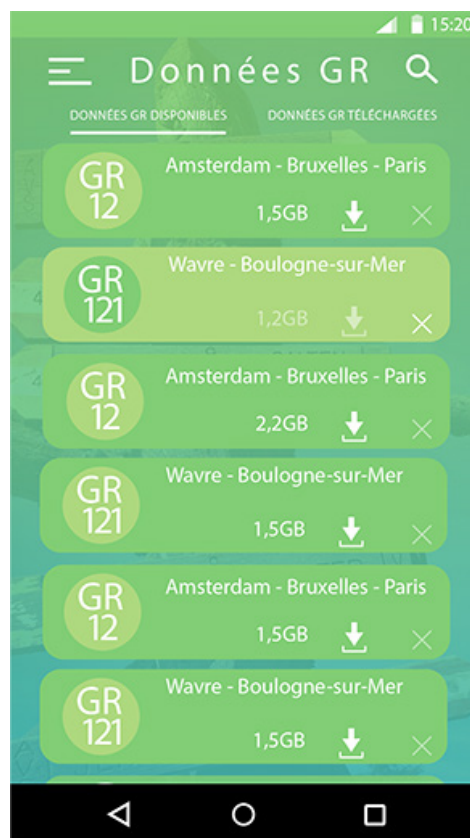
- **Le mode « Trek-vision »** : C'est la véritable réalité augmentée de l'application. Elle permet en cliquant sur différents badges de se renseigner sur la nature du lieu où l'on se trouve. En fonction de l'endroit où l'utilisateur regarde (sol, hauteur des yeux, en l'air, etc.) différentes icônes apparaissent

: Animaux terrestres, botanique, volatiles, etc. Lorsque l'on clique sur ces icônes, on en apprend un peu plus sur l'endroit visité.



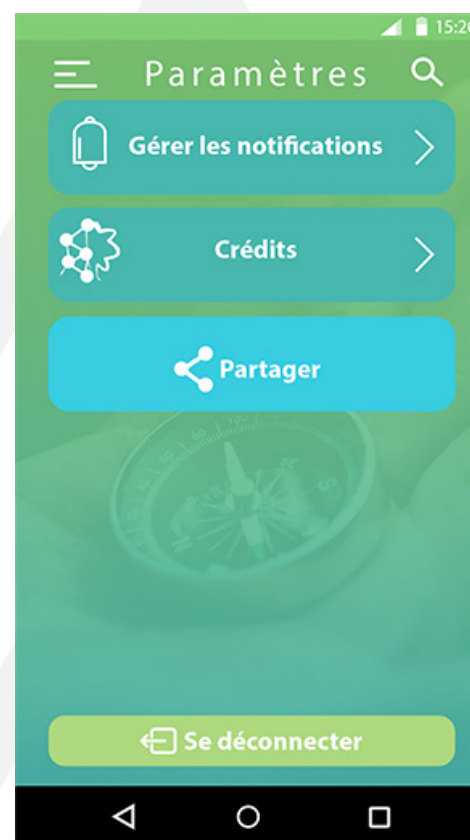
Données GR

Les données GR sont des packs de données groupés par régions. Les utilisateurs peuvent télécharger ces packs pour utiliser la **réalité augmentée** hors connexion. Ces données regroupent une multitude d'informations et seront sûrement très utiles aux randonneurs.



Paramètres

- Se déconnecter/Se connecter
- Gérer les notifications
- Partage de l'application sur les réseaux sociaux
- Crédits optionnels (notes de mise à jour, informations sur notre émetteur)



LA RANDONNÉE ET SON ORGANISATION

Une fois que l'évènement atteint son nombre de participants souhaité, Il est temps de s'organiser pour que la randonnée se fasse sans encombre et dans la bonne entente.

L'organisation est un des éléments centraux de notre dispositif. Pour aider les utilisateurs, lorsqu'ils participent à une randonnée, deux outils indispensables leur seront proposés :

- Une **checklist collaborative** présentée sous forme d'une ligne du temps
- Un **chat de groupe**

Ces deux outils seront accessibles dans l'évènement et le chat de groupe sera également répertorié dans la section « Mon réseau » pour permettre un accès plus rapide.

Le chat de groupe

En plus de pouvoir discuter et de voir les autres utilisateurs connectés, il sera possible de valider un point de la liste d'organisation grâce à un système de vote.



La checklist collaborative

1. Organisation : les participants sont invités à s'organiser sur différents points tels que la nourriture, les transports, la date, etc.



2. Faites une première rencontre : nous proposons en suite une première rencontre toujours dans le but de s'organiser mais également de créer un premier échange.



3. C'est parti ! : l'application invite les utilisateurs à essayer Trek-vision lors de la randonnée.



4. Partagez : pendant et après l'évènement, il sera possible de poster des photos et commentaires ainsi que de partager leur expérience Trek-in sur les divers réseaux sociaux.



SUPPORT CHOISI

Nous souhaitons développer notre application sous Android. Ce dernier touche en effet plus de devices que IOS. Nous pensons également que notre public cible se rapporte plus à la catégorie sociale utilisant Android.

ARBORESCENCES

Ecosystème de l'application

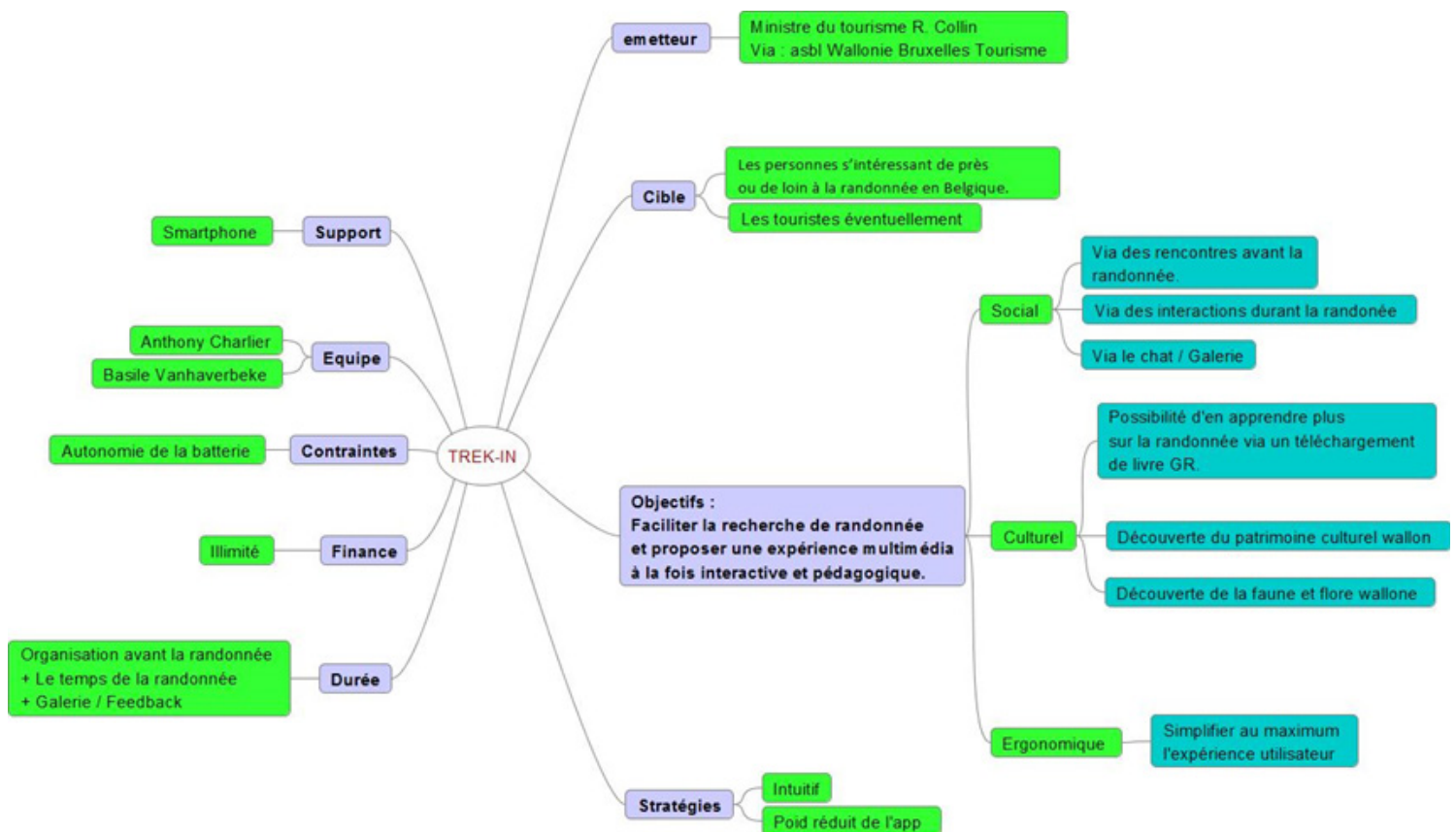
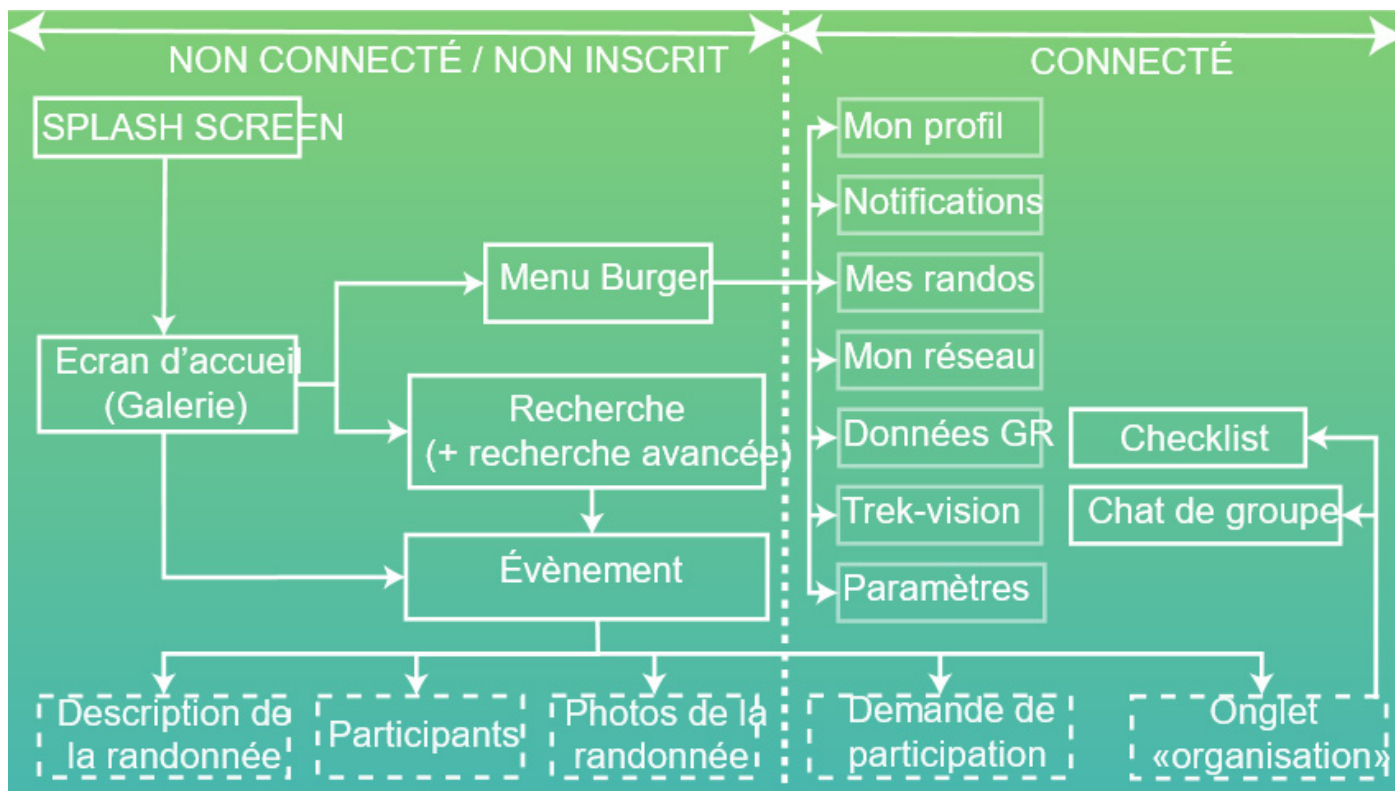


Schéma de navigation



CONTRAINTES IDENTIFIÉES

Nous avons seulement quelques réserves vis-à-vis de notre émetteur car nous avons une idée assez précise de notre application et nous ne souhaitons pas nous plier à des besoins différents. Mais suite à notre entretien, une réelle envie d'impliquer notre émetteur est apparue.

V. Inspirations

EXEMPLES/MODÈLES

Pour ce qui est du concept de l'application, nous l'avons entièrement imaginé.

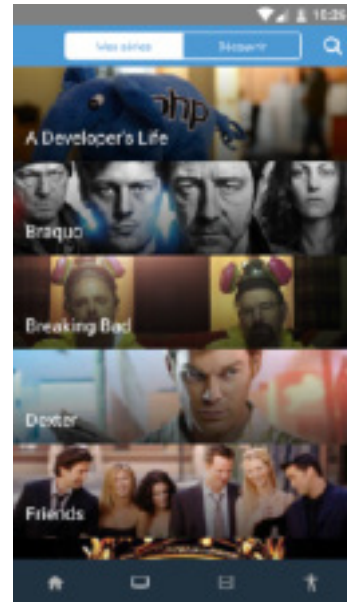
Nous nous sommes beaucoup servis de Pinterest au cours de l'année et les épingles se sont accumulées. Nous avons donc refait un tableau où sont regroupées les épingles les plus pertinentes, celles qui nous ont le plus inspirées pour le design de notre dispositif.

Voici le lien vers le tableau :

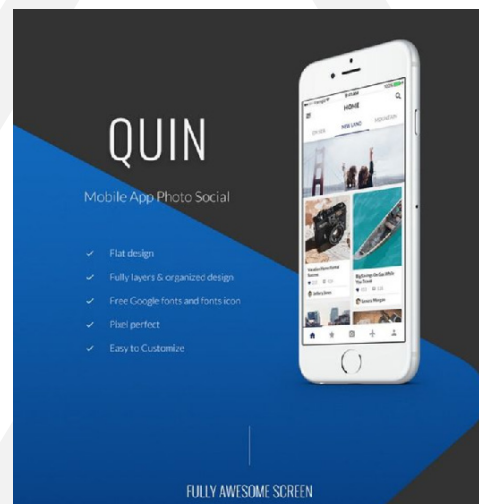
<https://fr.pinterest.com/anthocharl/projet-trek-in-les-inspirations-principales/>

DEUX APPLICATIONS EN EXEMPLE

Notre premier exemple est l'application BetaSerie. Comme son nom l'indique, BetaSerie est une application qui a pour thème les séries TV. Elle propose aux utilisateurs de suivre leurs séries préférées et d'en découvrir de nouvelles. Ce qui nous intéressait ici, c'était bien sa Home page. Elle se présente sous forme de galerie et fait en quelque sorte la « vitrine » de l'application. Nous avons alors rapidement pensé à faire également une galerie d'événements ayant déjà été réalisées, comme page d'accueil. Elle serait alors utilisée comme « vitrine » pour attirer de nouveaux clients/utilisateurs. La barre de recherche « découvrir » nous a également inspirée pour notre projet.



Notre second exemple vient de Pinterest ; QUIN. C'est une application photo social sur mobile. Nous étions intéressés par son flat design et par sa partie sociale qui ressemble fortement à ce que nous souhaitons mettre en place sur notre application.



Voici un lien vers différents screens de l'application :

<https://fr.pinterest.com/pin/830351250016194799/>

Nous avons utilisé le site Pixabay pour toutes nos photos. Elles sont toutes libres de droit.

Voici les liens :

<https://pixabay.com/fr/am%C3%A9rique-d%C3%A9sert-chaleur-prairie-743574/>

<https://pixabay.com/fr/smart-phone-%C3%A9cran-horizontale-1957742/>

<https://pixabay.com/fr/sanglier-animal-nature-mammif%C3%A8re-1797731/>

<https://pixabay.com/fr/squirrel-animaux-mignon-la-pelouse-1055806/>

<https://pixabay.com/fr/mouche-oiseau-arbres-woods-1571516/>

<https://pixabay.com/fr/fourche-route-la-salet%C3%A9-direction-2115485/>

<https://pixabay.com/fr/chemin-de-saint-jacques-espagne-1755513/>

<https://pixabay.com/fr/ran-donn%C3%A9e-p%C3%A9destre-marche-montagne-1643058/>

<https://pixabay.com/fr/p%C3%A8lerins-chemin-de-saint-jacques-1180774/>

https://pixabay.com/p-802126/?no_redirect

https://pixabay.com/p-489112/?no_redirect

https://pixabay.com/p-554249/?no_redirect

https://pixabay.com/p-1753659/?no_redirect

https://pixabay.com/p-1839147/?no_redirect

https://pixabay.com/p-1839220/?no_redirect

https://pixabay.com/p-1932611/?no_redirect

<https://pixabay.com/fr/ran-donn%C3%A9e-carte-l-orientation-1312226/>

<https://pixabay.com/fr/ran-donn%C3%A9e-p%C3%A9destre-randonneurs-691738/>

<https://pixabay.com/fr/nouvelle-z%C3%A9lande-jeune-l-homme-395886/>

<https://pixabay.com/fr/sentiers-%C3%A0-pied-588444/>

<https://pixabay.com/fr/pont-gadget-main-iphone-macro-1845364/>

Pour ce qui est des icônes nous les avons pratiquement toutes réalisées nous-même. Quelques une ont été toute fois reprises sur le site Flaticon. Pour la réalité augmentée, les icônes représentant la faune et la flore viennent de ce site :

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

<http://www.flaticon.com/search?word=animal&license=&color=&stroke=&search-type=icons>

http://www.flaticon.com/free-icon/bluetooth_149406#term=bluetooth&page=1&position=2

VI. Interfaces matérielles et Interactivités

INVENTAIRE ET JUSTIFICATION DES INTERFACES MATÉRIELLES

L'utilisateur a besoin :

- D'un smartphone
- De XX espace mémoire disponible
- D'une connexion internet avant la randonnée : permettre de contacter les participants pour s'organiser, commenter les événements, télécharger les données supplémentaires et poster des événements
- D'un service de géolocalisation activable pendant la randonnée
- Capteur de mouvement : secouer le mobile pour chercher une randonnée aléatoire

INTERACTIVITES OFFERTES À L'UTILISATEUR

- **Secouer le téléphone** pour trouver une randonnée aléatoire
- **Checklist** sous forme d'une ligne du temps qui les accompagnera du début à la fin : chat de groupe, organisation (avant l'évènement), photos, réalité augmentée, commentaires, partage sur les réseaux, etc.
- **La réalité augmentée** pour interagir avec le décor/paysage.

VII. Aspects développés et modifiés durant l'année

INTERACTIVITÉS

Il était intéressant de chercher différentes manières d'utiliser l'application en cours de randonnée pour ajouter une dimension multimédia à l'expérience utilisateur.

Nous avons pensé également à intégrer des expériences Bluetooth pour pallier au fait qu'il n'est parfois pas facile de capter du réseau (2G, 3G, 4G, wifi) en randonnée. Pour finir nous avons opté pour un chargement antérieur de données GR que l'utilisateur peut gérer à sa guise. Ces données couplées à la géolocalisation permettent d'éviter l'utilisation de réseau mobile lors de l'utilisation de la réalité augmentée (point développé plus bas).

COHESION DE GROUPE

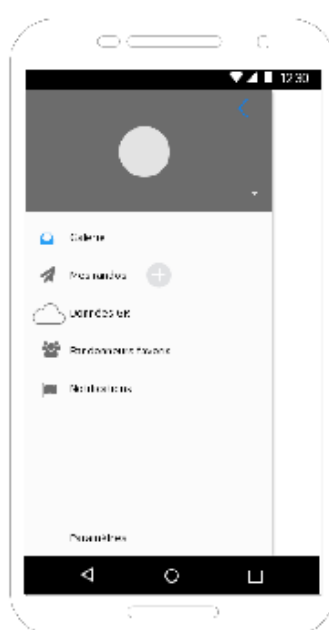
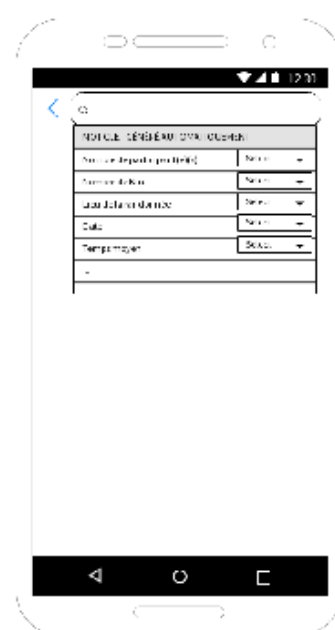
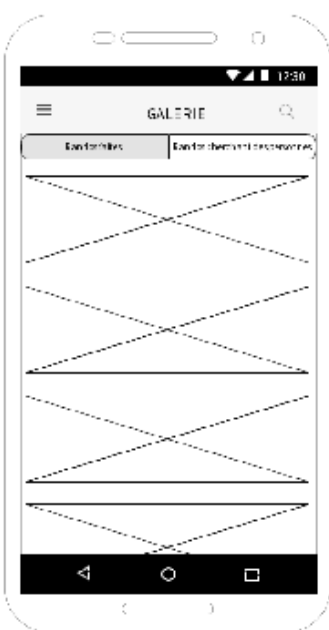
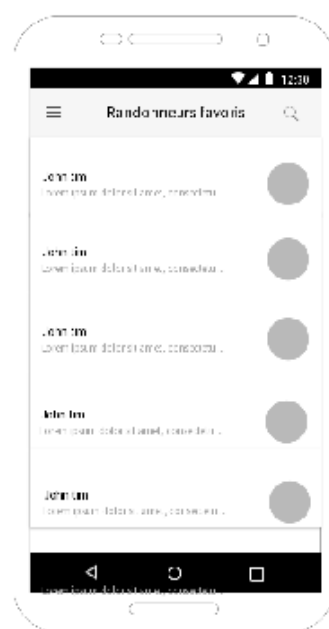
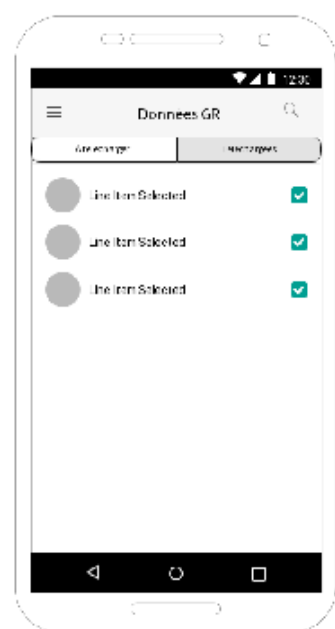
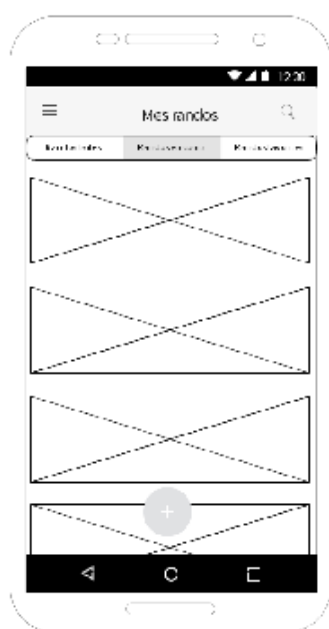
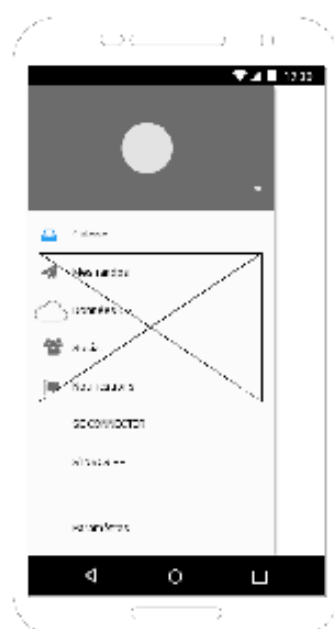
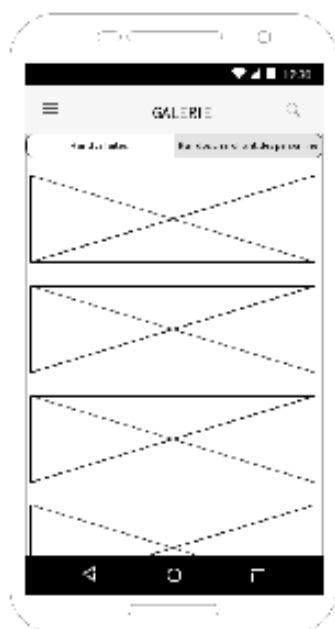
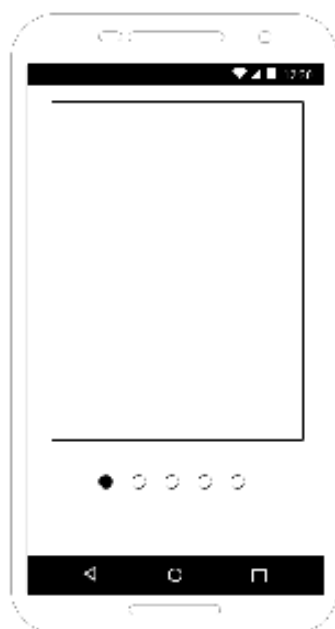
Pour la cohésion et la bonne entente au sein du groupe, l'idée était d'ajouter des petits jeux et défis à réaliser avant et après la randonnée. Par la suite la Checklist est devenue plus qu'un simple outil d'organisation et a remplacé en quelque sorte les défis et interactions voulues. Elle apparaît désormais sous forme de ligne du temps qui guidera les participants tout au long de la randonnée. Au menu : divers enrichissements, photos de groupes, réalité augmentée, partage de l'événement sur les réseaux sociaux, ...

ERGONOMIE

Il est important que notre application soit épurée et facile d'utilisation pour permettre une recherche efficace et une organisation facile. Nous voulons que l'application reste un outil facile à utiliser mais non indispensable. L'une des raisons de ce choix s'explique par le fait que la randonnée suffit à elle-même pour tisser du lien.

ZONING DES ECRANS/ WIREFRAME

Voici quelques débuts d'écrans, qui nous ont aidés à structurer les futures interfaces de notre dispositif.



VIII. La charte graphique, virtuelle et sonore

LE LOGO

Le logo est la fusion de 2 idées, d'un côté nous avons le check « v » qui rappelle notre checklist collaborative et de l'autre nous avons la montagne qui représente le côté paysage, nature et randonnée.



CHARTE SONORE

Aucun son ne sera présent, mis à part un système de notifications. Les sonneries seront celles proposées par le téléphone et l'utilisateur pourra changer de son à sa guise.

CHARTE GRAPHIQUE

L'ensemble l'argumentation et des réalisations graphiques se retrouvent dans la **Charte graphique** joint au cahier des charges.

IX. Scénarisation utilisateur et intégration dans l'espace

SCÉNARISATION UTILISATEUR

Profil du persona

Notre persona est un homme de 25 ans, Denis, appréciant tout particulièrement la randonnée. Il vient de Schaerbeek et a fait sa scolarité à Ottignies au collège du Christ-roi. Il est diplômé en anthropologie et cherche actuellement du travail. Il gagne cependant sa vie en continuant en tant que salarié un job qu'il faisait auparavant en tant qu'étudiant : vendeur au rayon randonnée et trekking au Décathlon.

Timing de l'utilisateur

L'utilisateur emploie l'application dès lors qu'il souhaite effectuer une randonnée, aussi bien durant les vacances que pour une journée ou deux en weekend.

Ainsi il sera sur l'appli le temps de trouver une randonnée qui lui plait via le système de recherche, s'y connectera à nouveau pour organiser celle-ci et l'utilisera durant la balade. Il pourra ensuite consulter la galerie et commenter des événements afin de prévenir de la difficulté d'une randonnée ou d'en vanter les paysages magnifiques.

La durée de vie de notre application est donc assez pérenne mais nous atteignons sa limite lorsque l'utilisateur aura effectué toutes les randonnées qui l'intéressent. Nous ferons en sorte que l'application propose quelques événements spéciaux afin de toujours surprendre l'utilisateur.

Une piste d'amélioration peut se trouver ici dans l'élargissement de la zone couverte par l'appli, pour proposer encore plus de randonnées.

Rédaction et parcours

Denis, 25 ans et fan de randonnée, se rend à l'office du tourisme de Bastogne pour s'informer sur les balades à faire dans la région.

Arrivé dans l'office, il s'assoie de la salle d'attente et lit attentivement une affiche publicitaire proposant une application relative à la randonnée. L'affiche lui propose d'allumer son Bluetooth pour en apprendre davantage. L'attente se faisant fort longue, il allume sa connexion et reçoit une notification lui exposant une courte vidéo d'introduction avec le lien de téléchargement de l'application **Trek-in**.

Une fois ses renseignements pris à l'office et de retour chez lui, Denis navigue un peu sur l'application et en découvre ses fonctionnalités. Il décide alors sur base de la galerie de rechercher une randonnée pour le weekend prochain.

Il commence par s'inscrire sur l'application et par facilité appuie sur le bouton «se connecter via facebook». Il remplit alors les filtres de recherche et lance une recherche en secouant son téléphone.

Il parcourt ensuite les différentes options s'offrant à lui. Denis opte pour une randonnée «GR 15» en deux jours, tombant pile le weekend prochain. Après avoir envoyé une

demande de participation au créateur de l'évènement, celui-ci le contacte pour en apprendre un peu plus sur Denis.

L'organisateur ayant créé l'évènement il y a quelques temps, il a choisi le parcours GR 15 près de Bastogne. Comme l'application propose l'option de téléchargement GR pour accompagner l'évènement d'informations complémentaires sur la randonnée, il a naturellement activé cette option. Ces informations seront également téléchargées par les utilisateurs rejoignant l'évènement. Elles serviront ensuite dans le parcours même pour offrir une expérience plus instructive.

Une fois le groupe plein, s'ensuit une phase d'organisation et de questions pratiques orchestrée par l'application. Elle propose des éléments clés d'organisation via une checklist collaborative et un chat d'évènement administré par le créateur : «Qui amène quoi ?», «Comment s'y rend-on ?», etc.

Une fois cette phase terminée, l'application propose alors une première rencontre et une première photo de groupe, venant s'ajouter à l'historique de l'évènement. Arrive alors le jour J, Denis s'en va avec ses partenaires en randonnée. Ayant activé **«Trek-vision»** ils reçoivent de temps à autre des notifications pour observer tel ou tel élément en interagissant avec le décor et les autres randonneurs.

L'évènement terminé, Denis rentre chez lui et consulte la galerie pour se remémorer cette expérience multimédia amusante. En effet, leur évènement aura été archivé et placé dans une liste d'évènements s'étant déroulés au même endroit. Les utilisateurs pourront ainsi chercher la randonnée GR 15 se situant à Bastogne et voir tous les évènements s'étant déroulés à cet endroit, avec à chaque fois un espace commentaire et l'ajout des dernières photos.

Mise en valeur du dispositif et moyens mis en œuvre pour attirer le public

Nous avons plusieurs supports de promotion :

- **Notre site internet** qui sert de vitrine pour notre application. Nous souhaiterions par ailleurs apparaître sur le site officiel de notre émetteur.



- **Les affiches publicitaires interactives.** Grâce à l'intégration d'un Ibeacon, elle propose au spectateur d'allumer le Bluetooth de leur smartphone afin d'en apprendre davantage sur le produit proposé.



• **Les bornes de rechargement solaires pour smartphones** sont un moyen de promotion future que nous souhaiterions mettre en place. L'idée est d'installer ces bornes sur des places publiques, agrémentées de quelques bancs pour pouvoir s'asseoir lorsque les personnes rechargent leur mobile.

La borne est évidemment décorée aux couleurs de notre produit ainsi que d'un slogan accrocheur :

«Pourquoi ne pas recharger vos batteries ailleurs?»

