



Nicolas Lequeux, Fanny Arles, Kiran Riehl

## Le concept

Ca arrive à tout le monde d'avoir des trous de mémoire. On ne se souvient pas forcément du premier coup de ce que l'on a mangé la veille ou bien du tee-shirt que l'on porte. Bien sûr cela dure quelques secondes avant de réfléchir et de retrouver ce que l'on cherchait car c'était sur le bout de notre la langue. Mais il y a des choses que l'on ne mémorise que partiellement, par bribes. Et lorsque l'on est chez des amis en leur parlant de telle ou telle musique, il arrive que l'on ne retrouve pas le clip que l'on a tant aimé pour le partager à notre bande de joyeux comperes...

*“ Mais si ! Le clip de pop rock ! Avec la fille enceinte ! Vous ne voyez pas ce que c'est ?! ”*

C'est le drâme et la rupture sociale... On se souvient seulement des images et de l'air, **mais pas de la chanson et de son titre** ainsi que de **son artiste**. Et bien entendu, c'est là que nous intervenons.

**VOUND** permet de rechercher le clip qui correspond à la description de ce qu'il y a dans la video, de son contenu, de ce que vous en avez retenu visuellement.

Nous avons mis à disposition un moteur de recherche innovant qui dans un premier temps a analysé les titres, les commentaires et surtout les images contenus dans les vidéos YouTube pour y attribuer une liste de mots-clés.

Dans un second temps, il permet à son utilisateur de rechercher en fonction de mots clefs basé sur ses souvenirs du clip afin de retrouver la video qu'il a en tête.

## La cible

La mise en situation à laquelle répond VOUND peut survenir auprès de n'importe qui, il n'y a pas vraiment de limite dans le besoin auquel l'application répond. En revanche, ses utilisateurs seront axés sur des amateurs de musiques et de clips vidéos, comprenant la jeunesse actuelle qui a passé une énorme partie de son temps sur YouTube, s'en servant même pour écouter de la musique.

Nous nous adressons donc à un public assez jeune, friand de musique et amateur en la matière, bien qu'au-delà de notre cible principale, tout le monde est concerné comme dit plus haut. Les personnes âgées pouvant être mise à l'écart si elle ne sont pas adeptes du web et des technologies récentes qui nécessitent un support comme un ordinateur, tablette ou smartphone sur lequel utiliser l'application VOUND.

## La concurrence

Actuellement, il s'agit d'un marché peu exploré dans le domaine musical. Nous sommes sur une niche, celle de la reconnaissance visuelle dans le domaine de la musique. Cette technologie existe déjà, elle concerne essentiellement la reconnaissance visuelle pour des QR code, code barre, recherche de produits de grande consommation. C'est l'exemple de CamFind qui peut retrouver d'après une photographie, les mots clés qui vont composer sa recherche.

<http://veezio.com/>

Il s'agit de notre principal concurrent mais nous apportons en plus la fraîcheur de notre interface qui permet de faciliter l'utilisation. Cependant il s'avère que l'application qu'il propose ne fonctionne pas, étant parsemée d'erreurs de programmation de tous les côtés, et se trouve donc dans l'incapacité de fournir le service qu'elle propose.

---

## 1. Recherche d'informations

Le moteur s'oriente sur une recherche vis à vis de la liste de mots clés qui a été générée sur une vidéo. Les mots clés que nous rentrons sont ensuite comparés à la liste de mots clés de chaque vidéo/clips pour y trouver la meilleure correspondance.

La génération des mots clés se base sur plusieurs points :

- Le déroulement du clip (une description sommaire de ce qui s'y passe)
- Les paroles clés tel que le refrain
- Les nuances de couleurs et d'images
- L'année de parution
- Les noms des artistes qui y sont mêlés (musiciens, producteurs, etc)
- Le genre visuel du clip

D'un autre côté, la recherche de l'information se fait à l'aide d'un simple champ et de trois options cochables pour peaufiner sa requête de recherche :

- Le champ texte permet de rentrer ses mots clés
- Un mot clé : Pour rester très général et avoir la curiosité des résultats sur un domaine.
- Tous vos mots clés : Permet un ciblage plus pointu en tentant de trouver le plus de similitude, on peut y entrer des données sur plusieurs niveaux (image, couleurs, déroulement, etc...)
- Une expression exacte : Quand on est presque sûr, avec le nom d'un album, d'un artiste ou autre. C'est la requête la plus pointue et la plus fiable, mais aussi la plus difficile à exploiter car il faut être précis dans ces termes.

En résumé, VOUND permet par la description d'un univers musical de trouver les correspondances à nos requêtes de recherches sur ce dont on se souvient visuellement.

## 2. Travail sur l'interface

L'idée initiale est de considérer qu'il faut minimiser au maximum le nombre de tâches et d'actions que l'utilisateur doit effectuer pour arriver à l'information. C'est dans cette optique que l'interface de VOUND a été pensée, le plus simpliste possible en respect avec les normes actuelles dans un esprit de flat design.

Le moteur de recherche se découpe visuellement en deux blocs le premier étant celui qui affiche le logo ainsi que la phrase d'accroche, le second contenant la partie interactive de recherche.

- Le bloc de recherche

Le bloc de recherche est également découpé en deux parties, que l'utilisateur va prendre en main dans un sens de lecture conventionnel, de la gauche vers la droite.

La partie gauche permet d'effectuer sa recherche en rentrant ses mots clés et en sélectionnant le mode de recherche à appliquer. La partie droite affiche les résultats, classés par pertinence s'il y en a plusieurs.

Les résultats se présentent sous la forme d'un premier bandeau contenant les informations "phares" avec le nom du morceau/clip, le nom de l'artiste, et le genre musical auquel il appartient. En dessous vient se caser un dernier bloc contenant la vidéo.

- L'aspect graphique de l'application

La gamme de couleur se veut originale pour proposer quelque chose d'inédit, mais reste dans les tendances du web d'aujourd'hui avec des couleurs très pastel dans un esprit légèrement "vintage".

La typographie est blanche pour un meilleur contraste avec le fond, tout ce qui est en blanc et qui ressort bien est de l'information importante, ce qui est écrit en gris est de l'information secondaire. Le texte a été minimisé pour éviter polluer visuellement l'utilisateur par un amas d'informations, nous allons au plus simple et au plus évident.

Le fait de ne mettre que trois couleurs permet d'avoir une charte graphique cohérente et simple dont on se souvient, tout en mettant l'information importante en valeur. Le logo est animé et rond pour rappeler le bouton de réglage du son, quant à sa forme interne, il s'agit d'un clon d'oeil au signal sonore.

Enfin, l'application étant responsive design, elle s'adapte sur un ordinateur, tablette ou smartphone, de sorte à devenir une application à proprement parlé.

### 3. Le future de VOUND

- Vers l'achat des musiques retrouvées

Nous prévoyons de mettre en place un système d'achat vers différentes plateformes en ligne tel que iTunes à titre d'exemple, pour acheter la musique qui a été trouvée afin de simplifier le cheminement de l'utilisation vers l'obtention du morceau qu'il a trouvé. Pour ce faire, il nous suffirait de rajouter un module d'achat en dessous de chaque résultat.

- Historique

Pour simplifier la vie des utilisateurs, nous prévoyons également un bloc "historique" permettant d'afficher les dernières recherches effectuées. Il permettrait de pouvoir retrouver facilement ses précédentes recherches sans avoir à refaire une requête de mots clés.

- Une recherche plus poussée

Une autre perspective de développement vise à augmenter la perception visuelle de la musique en offrant la possibilité de visionner des extraits ou entièrement des clips sous forme de playlist qui donneront exactement le mot clef recherché. Si l'utilisateur tape le mot "amour" ils trouvera dans sa recherche exactement tous les clips où le mot sera prononcé au moment précis où il a été chanté.