

DOSSIER D'INSTRUCTION

LA QUÊTE DE L'AQUARIUM



GROUPE 3

COPAU Lenny
ROCHETEAU Laura
LE BRUN Vincent
LE GALL Emrys
NOUVEL Soanne
SALAND Paul

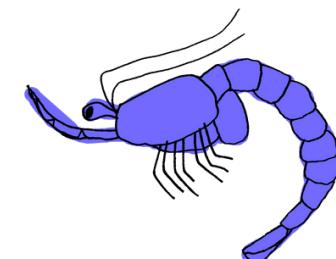
Juin 2024

MMI3

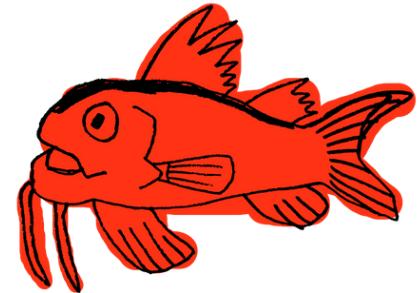
0. Sommaire

- 01. Contexte
- 02. Présentation du concept retenu
- 03. Parcours type d'un visiteur
- 04. Les systèmes
- 05. Les besoins techniques
- 06. Au-delà du jeu
- 07. Stratégie de communication
- 08. Charte graphique & univers visuel
- 09. Maquette
- 10. Ouverture

Annexes



01. Contexte



Ce document a pour objectif de vous retracer le déroulé du projet ainsi que d'expliquer le concept retenu. Vous y retrouverez également les consignes graphiques qui permettent d'assurer l'unicité du projet.

Pour une bonne compréhension de ce document, nous vous recommandons d'avoir l'application web ouverte sur votre mobile en même temps.

Pour remettre le projet dans son contexte, rappelons que notre proposition répond à un besoin formulé par l'aquarium de Trégastel.

Ce projet, après visite du lieu et explication des besoins et contrainte, a fait l'objet de plusieurs échanges et notamment de deux présentations d'avancement de projet.

Afin de structurer notre proposition et de l'inscrire dans son contexte réel, nous avons formulé une problématique à partir de laquelle nos travaux ont été réalisés.

Problématique

Comment montrer l'invisible, au travers d'un concept ludique et approprié aux contraintes de l'aquarium, tout en rallongeant le temps de visite ?

02. Présentation du concept retenu

Résumé

La quête de l'Aquarium prend la forme d'une application web spécifique à l'aquarium de Trégastel.

L'application plonge l'utilisateur dans une nouvelle aventure visant à aider le capitaine Trégastel à réaliser sa tâche : s'assurer de la bonne présence de tous les poissons de l'aquarium.

Chargés de recenser les différentes espèces en scannant les QR codes disposés dans les bassins, les utilisateurs de l'application seront amenés à porter une plus grande attention à ce qui les entoure.

Au fur et à mesure des captures, votre collection se remplira de fiches de poissons !

En reconnaissance de vos efforts, le capitaine vous récompensera avec divers éléments esthétiques, tels que de nouveaux avatars et quelques-unes de ses photos personnelles issues de ses voyages les plus fous que vous pourrez utiliser comme fond d'écran.

Ainsi, cette aventure partagée avec le capitaine Trégastel restera gravée à jamais dans vos souvenirs !



le capitaine Trégastel

03. Parcours type d'un visiteur

Sandrine, 26 ans

Dès l'accueil de l'aquarium, Sandrine découvre l'affiche promotionnelle de l'application. Intriguée par cette dernière, elle suit les instructions, se connecte au Wi-Fi de l'aquarium et scanne le QR code. Elle lit les derniers conseils du capitaine et comprend le système de l'application. Pour être sûre d'avoir bien compris, elle pose une question sur le scan à une personne de l'accueil. Connaissant parfaitement le fonctionnement du jeu, cette dernière lui explique le fonctionnement et dissipe ses doutes.

Sandrine se crée un compte et entame sa visite. Dès la première zone, elle observe les bassins et remarque un QR code. Elle le scanne et accède à la fiche du poisson avec l'illustration et le nom. Elle clique sur le bouton "Plus d'informations" et accède à une page reprenant des images et les caractéristiques du poisson. Grâce aux images, la visiteuse observe le bassin pour trouver le poisson qu'elle a scanné. Elle poursuit ensuite son parcours et trouve un autre QR code. Après le scan, elle est informée via un pop-up qu'elle a gagné une récompense. Elle se rend ensuite dans son menu profil et débloque le premier cadeau : un fond d'écran de l'aquarium pour la récompenser. Cherchant à débloquer toutes les récompenses, elle poursuit ainsi le jeu.

Elle finit le parcours en ayant scanné tous les poissons de l'aquarium et débloqué toutes les récompenses. La chargée d'accueil lui demande si elle a bien téléchargé ses récompenses, elle confirme et quitte l'aquarium avec plein de souvenirs de sa visite.



03. Parcours type d'un visiteur

Marc, 38 ans, et son fils Jules, 7 ans

Dès l'accueil de l'aquarium, Marc et son fils Jules découvrent l'affiche promotionnelle de l'application. Intrigués par cette dernière, ils suivent les instructions, se connectent au Wi-Fi de l'aquarium et scannent le QR code. Ils lisent les derniers conseils du capitaine et comprennent le système de l'application. Marc renseigne son adresse e-mail et son mot de passe pour accéder à l'application.

Marc et Jules entament leur visite. Dès la première zone, ils observent les bassins et remarquent un QR code. Jules le scanne avec l'aide de son père et ils accèdent à la fiche du poisson avec l'illustration et le nom. Ils cliquent sur le bouton "Plus d'informations" et accèdent à une page reprenant des images et les caractéristiques du poisson. Grâce aux images, Jules observe le bassin pour trouver le poisson qu'ils ont scanné. Enthousiasmés, ils poursuivent leur parcours et trouvent un autre QR code. Après le scan, ils sont informés via un pop-up qu'ils ont gagné une récompense. Ils se rendent ensuite dans leur menu profil et débloquent le premier cadeau : un fond d'écran de l'aquarium pour les récompenser. Cherchant à débloquer toutes les récompenses, ils poursuivent le jeu avec enthousiasme.

Cependant, ils réalisent que le temps passe vite et qu'ils ne pourront pas scanner tous les poissons aujourd'hui. Marc explique à Jules qu'ils pourront revenir une autre fois pour continuer l'aventure et débloquer les autres récompenses. Jules, excité par cette idée, accepte avec joie.

En terminant leur visite, Marc et Jules ont scanné une grande partie des poissons et débloqué plusieurs récompenses. La chargée d'accueil leur demande s'ils ont bien téléchargé leurs récompenses, ce qu'ils confirment avec enthousiasme. Marc et Jules quittent l'aquarium avec plein de souvenirs de leur visite et la promesse de revenir bientôt pour compléter leur collection.

04. Les systèmes

Les niveaux

Pour pimenter l'expérience de l'utilisateur, nous avons ajouté un système de niveaux. À chaque poisson recensé, un nombre fixe d'expérience est donné à l'utilisateur et vient remplir la barre de niveau. Au fur et à mesure des scan effectués et une fois la barre remplie, l'utilisateur passe au niveau supérieur.

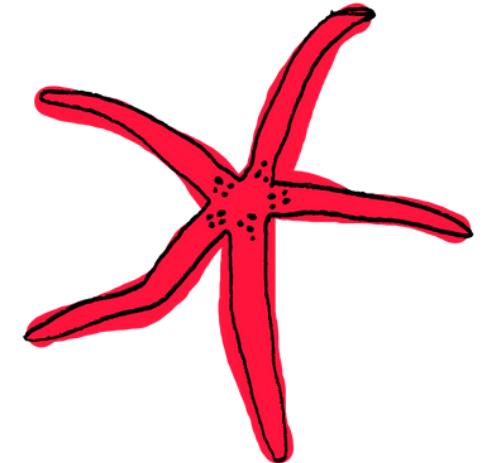
Le niveau vient ajouter un sentiment d'évolution à l'utilisateur et lui permet facilement de se comparer à d'autres personnes.

Les récompenses

En plus de ce système de niveau, l'utilisateur se voit récompensé à chaque palier atteint. Les récompenses sont de deux types : de nouveaux avatars et des fonds d'écran aquatiques.

Les nouveaux avatars offrent de nouveaux choix de customisation pour l'utilisateur.

Les fonds d'écran sont quant à eux un moyen pour l'utilisateur de ne jamais oublier sa visite. Les photos devront être prises par des professionnels et venir sublimer les poissons et leur environnement.



Pourquoi un tel choix ?

Pour rappel, notre problématique était la nécessité de rallonger le temps de visite, jugé par certains visiteurs comme trop courte. L'un des points primordiaux pour notre équipe était de trouver une solution **“transparente”** aux visiteurs.

Par **“transparente”**, nous entendons une solution presque invisible, qui se fond au parcours et qui ne nécessite pas de temps d'arrêt à proprement parlé. Le but était de rallonger le temps de parcours tout au long de la visite et pas uniquement en un point précis du parcours.

Proposer une solution invisible nous permet d'être plus discret dans notre approche, mais également plus efficace. Cette nouvelle proposition s'intégrant au parcours n'occasionne aucune gêne et favorise l'échange entre les générations.

05. Les besoins techniques

Wifi local

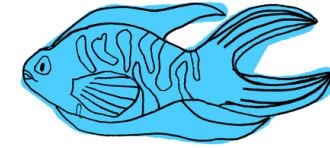
Comme nous avons pu le constater lors de notre visite, le signal réseau ne passe pas partout dans l'aquarium. Afin de garantir la continuité de service au sein du lieu, il faudra donc mettre en place un réseau wifi local dédié au service. Quelques répéteurs wifis placés judicieusement permettront de couvrir l'ensemble de l'espace.

Fiches/stickers QR code

Les QR codes devront être placé de manière à être visible sans pour autant déranger le reste des visiteurs.

D'après nos échanges et de ce que nous avions pu comprendre des contraintes, un sticker semblerait-être la solution la plus adaptée pour le support du QR code. Facile d'installation (et de remplacement) ce type de support pourrait même bénéficier d'un effet brillant (voir chromatique) pour attirer l'œil et apporté encore un peu plus de couleur au lieu.

06. Au delà de jeu



Comment prolonger l'expérience hors de l'aquarium ?

La Quête de l'Aquarium étant une offre virtuelle et axée sur un lieu géographique précis, elle prend fin en même temps que la visite. L'idéal serait de, à minima, prolonger le souvenir et au mieux d'inciter les utilisateurs à revenir.

Proposition 1 : Aquarium numérique.

Une solution (ambitieuse) serait de créer un aquarium virtuel qui se situe à la fin de la visite. Après avoir collecté tous les poissons, l'utilisateur serait amené à choisir un de ses poissons pour le transférer vers l'aquarium. Il pourra lui donner un nom et le nourrir. Aussi, contre une visite dans l'année qui suit, l'utilisateur pourra assurer le maintien de son poisson dans l'aquarium numérique. L'idée serait de faire évoluer la taille et la couleur du poisson dans l'aquarium en fonction du nombre d'années de ce dernier.

Afin de prolonger l'expérience, l'aquarium numérique serait accessible en ligne, via le site web de l'aquarium de Trégastel.

Cette solution est complexe, car elle demanderait de développer des nouvelles fonctionnalités (Transfert de poisson, possibilité de le renommer, évolution du poisson dans le temps...) Mais n'est pas impossible.

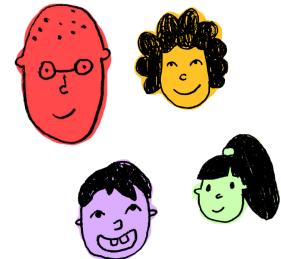
Proposition 2 : Souvenir physique

Une solution plus simple à mettre en place serait la remise d'une récompense aux utilisateurs ayant réussi à recenser tous les poissons de l'aquarium. Pour les récompenses : un bonbon, un porte-clef, un sticker ou une pièce dorée frappée du logo de l'aquarium nous semblent les meilleures d'un point de vue coup/intérêt.

07. Stratégie de communication

La stratégie

Notre solution étant un ajout optionnel pour les visiteurs, il ne serait pas judicieux de communiquer de manière exceptionnelle. Une approche **simple et explicative** de cette nouvelle offre est à prioriser.



Support Numérique

Pour communiquer en ligne sur la nouvelle présence de la quête de l'aquarium, nous vous recommandons de vous concentrer sur vos réseaux propres de communication (Facebook) mais également d'échanger avec la région (LTC) afin de les engager dans l'effort de communication.

La communication devra surtout s'axer sur l'interaction intergénérationnelle promise par l'application. L'intérêt est de faire comprendre aux parents que ce nouveau service (qui sera gratuit) permettra au deux générations d'avoir une manière de plus d'échanger.

Support Physique

Pour ce qui est de la communication physique, afin de maximiser le rapport efficacité/prix, un simple communication interne sera la solution adaptée.

Un poster (ou kakemono) sera un support adéquat. Il serait contre-productif d'en faire trop au sens où les personnes non intéressées se sentirraient envahies et les autres presque forcées.

Cette de communication sera le dernier dans le parcours. Il sera donc essentiel de communiquer de manière plus "technique" pour expliquer le fonctionnement de l'application web ainsi que son obtention.

La cible

Lors du lancement de ce nouveau service, la communication ce devra d'être orienté vers le public que nous avions défini pour cette Quête de l'aquarium. Les familles, de la région, mais également les touristes de passage, seront donc les principaux concernés.

Nous ne cherchons donc pas à toucher un nouveau public, mais à informer notre public premier. Ceci dans l'objectif d'une seconde vague de communication par l'ouïe.

07. Stratégie de communication

Calendrier de Communication

Pour la Quête de l'Aquarium, il n'est pas nécessaire d'avoir un calendrier strictement défini. La stratégie de communication doit s'intégrer naturellement dans votre calendrier actuel tout en mettant en valeur cet événement.

La communication autour de la Quête de l'Aquarium commencera idéalement un mois avant son lancement. Voici un calendrier de communication recommandé :

Semaine -4 : Post teaser pour susciter l'intérêt et éveiller la curiosité.

Semaine -2 : Post d'engagement pour maintenir l'intérêt et impliquer l'audience.

Semaine -1 : Post de présentation plus détaillée de l'événement, incluant des informations spécifiques et attrayantes.

Jour-J : Post d'annonce officielle et rappel du fonctionnement & stories sur place pour donner un aperçu quasiment en live de ce jour de lancement.

L'objectif de ce calendrier est de rappeler suffisamment de fois l'événement pour qu'il soit bien ancré dans l'esprit des parents / familles lorsqu'ils recherchent des activités pour leurs enfants. Il est essentiel de maintenir un équilibre en publant également d'autres contenus en lien avec l'aquarium sans mentionner cette nouveauté, afin d'éviter de saturer le fil d'actualité de vos abonnés.

Quand lancer La quête de l'aquarium ?

Afin de maximiser l'intérêt de l'audience, il nous semble recommandable de lancer la Quête de l'Aquarium à la fin du mois de mai dans le but de bénéficier du lancement de la saison estivale.

07. Stratégie de communication

Exemple de post

Voici trois exemples de post que vous pouvez utiliser ou à minima utiliser comme source d'inspiration.



Post Facebook

Annonce

07. Stratégie de communication

Aquarium Marin de Trégastel
Yesterday at 4:45am

Retour sur une journée d'aventure à l'Aquarium de Trégastel ! 🎉

Quelle journée incroyable passée à aider le capitaine Trégastel ! 🎉
Grâce à l'application "La Quête de l'Aquarium", les visiteurs ont appris
tant de choses sur les différentes espèces marines tout en s'amusant.
Et vous, combien de poissons avez-vous ajoutés à votre collection ? 🐟

Partagez vos expériences et photos avec nous ! 📸👉
#AquariumTrégastel #LaQuêteDeLAquarium #AventureMarine

20

21 Comments 10 Shares

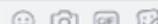
Like

Share

View more 16 Comments



Write a comment...



Post Facebook
retour d'expérience

La quête de l'Aquarium
Juin 2024

Post Twitter
Annonce Agglo

Agglo_LannionTregor ✅
@AggoLTC

[LOISIRS] 🎉 Découvrez l'application "La Quête de l'Aquarium" et plongez dans une aventure immersive ! Les QR codes vous guideront à travers les bassins pour recenser les poissons 🐟🔍. Ajoutez des fiches à votre collection et gagnez des récompenses exclusives !

🌟 Rejoignez le capitaine Trégastel dans cette aventure ludique et éducative. Parfait pour les familles et les amoureux de la nature marine 🌟.

📌 Disponible dès maintenant à l'Aquarium de Trégastel !

Toutes les infos 📈 <https://aquarium-tregastel.com/quete>

📸 Ne manquez pas cette opportunité et venez découvrir le monde sous-marin ! ❤️
#AquariumTrégastel #LaQuêteDeLAquarium
#AventureMarine

4:17 PM. Aug 30, 2024 . X for Android

10 Retweets 20 Likes



08. Charte graphique & univers visuel

Objectifs

Dans le cadre de la création d'une application web pour l'aquarium de Trégastel, nous devons définir une charte graphique fraîche et ludique.

L'enjeu est de gamifier l'expérience de visite de l'aquarium et de capter l'attention des visiteurs.

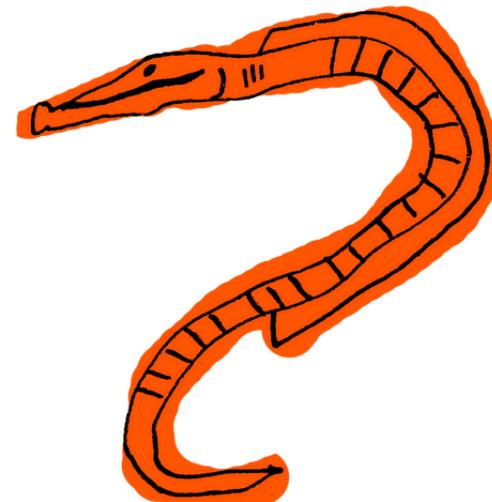
Ambitions

Notre équipe a pris le parti pris de concevoir une direction artistique marquée.

Notre objectif est, au travers de ces choix, insufflé une vie supplémentaire à l'expérience, mais également au lieu qu'est l'aquarium.

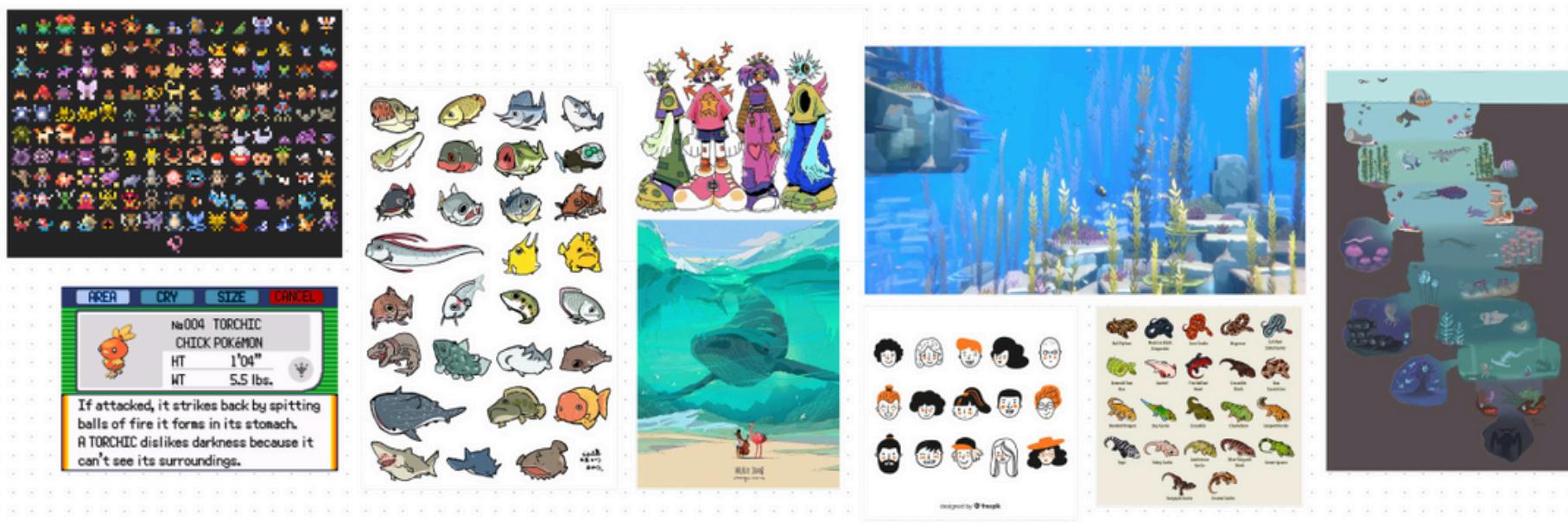
Nos choix ont aussi été faits en prenant en compte ce qui a pu être fait par la concurrence, mais pareillement par notre cible principale (la famille avec enfants).

Nous espérons que notre proposition saura vous satisfaire.



08. Charte graphique & univers visuel

Planche visuelle.



08. Charte graphique & univers visuel

Couleurs

Le choix des couleurs pour l'application reflète une intention stratégique d'équilibrer apaisement et dynamisme, de manière à plaire à la fois aux enfants et aux adultes et d'assimiler la visite de l'aquarium à un moment de détente mais au cours duquel l'utilisateur est actif.

Chaque couleur a été sélectionnée pour son symbolisme lié aux fonds marins, son attrait visuel et sa fonctionnalité pratique :

- Gris marin : Tranquillité et profondeur
- Bleu perle : Sérénité et douceur
- Orange melon : Énergie et attention
- Vert corail : Vitalité et fraîcheur
- Blanc coquille : Pureté et équilibre

Ensemble, ces couleurs créent une expérience utilisateur harmonieuse, engageante et ludique, adaptée à un public intergénérationnel.



Gris marin



Bleu perle



Blanc coquille



Vert corail



Orange melon

RGB 41, 64, 70
CMYK 41, 9, 0, 73

RGB 161, 154, 247
CMYK 35, 38, 0, 3

RGB 243, 243, 243
CMYK 0, 0, 0, 5

RGB 33, 239, 177
CMYK 86, 0, 26, 6

RGB 251, 164, 99
CMYK 0, 35, 61, 2

08. Charte graphique & univers visuel

Typographies

Utiliser Outfit Black pour Titre 1, Outfit Medium pour Titre 2, et Outfit Regular pour le texte principal est un choix de typographies efficace pour établir une hiérarchie visuelle claire, maintenir la cohérence stylistique, et garantir la lisibilité de l'application.

Cette approche offre une meilleure expérience de lecture et un design professionnel et esthétiquement plaisant.

Outfit Black - TITRE 1

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoP
pQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz**

1234567890#+-@=%/(>([?!])

Outfit Medium - Titre 2

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp
QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz**

1234567890#+-@=%/(>([?!])

Outfit Regular - Texte

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPp
QqRrSsTtUuVvWwXxYyZz**

1234567890#+-@=%/(>([?!])

LE ROUQUIER

Description

Découvrez le Rouquier, un poisson aux mille mystères des profondeurs de l'Atlantique et de la Méditerranée. Avec ses couleurs chatoyantes et son allure saisissante, le Rouquier se distingue par ses épines venimeuses et sa chair délicate.

08. Charte graphique & univers visuel

Éléments visuels

Nous avons fait le choix de créer nos propres éléments d'illustrations en optant pour des formes rigolotes et identitaire en 2D : les poissons, la mascotte ainsi que les avatars de jeu. Les couleurs utilisées sont tape à l'œil afin d'attirer visuellement les plus petits comme les plus grands. Leur style amusant et ludique est une stratégie visant à capter l'attention, créer une ambiance visuelle joyeuse et mémorable, assurer la cohérence esthétique, aligner les illustrations avec l'identité du projet, et se différencier de la concurrence.

Ces éléments combinés contribuent à une expérience visuelle unique et engageante, favorisant une connexion positive avec le public, quel que soit son âge.



09. Maquette

Cette application web a été designée telle une application native pour permettre à l'utilisateur de retrouver des habitudes lors du parcours.

Concernant l'aspect visuel des différentes pages, nous avons voulu créer un effet ludique, avec de la profondeur pour améliorer l'aspect "jeu mobile". En reprenant les codes d'interface utilisateur de différents jeux mobiles, nous arrivons à cette interface avec des ombres et dégradés simples.

Nous sommes tout de même restés en sobriété pour ne pas repousser les personnes plus âgées.

Avec une interface simple d'utilisation et des boutons explicites, la navigation sera accessible tout au long du parcours du jeu.



10. Eléments d'amélioration

Intégration de questions pour valider la capture des poissons

Pour enrichir l'expérience interactive, nous envisageons d'intégrer des questions qui permettront de valider la capture des poissons. Cette fonctionnalité ajoutera une dimension éducative et ludique, engageant davantage les visiteurs en les incitant à en apprendre plus sur les différentes espèces et leurs habitats.

Storytelling

Nous projetons de développer une véritable histoire autour du parcours et du capitaine Trégastel. En créant un storytelling captivant, nous pourrons immerger les visiteurs dans une aventure passionnante, rendant leur visite encore plus mémorable. Ce récit permettra de donner une cohérence et une profondeur supplémentaires à l'expérience.

Aquarium Numérique

Nous souhaitons introduire un "aquarium numérique" où chaque poisson capturé peut être adopté, nommé, personnalisé, et transféré vers un aquarium numérique disponible sur un écran à l'accueil. Ainsi, à chaque visite, les visiteurs pourront revoir leurs poissons, les nourrir et interagir avec eux. Ce concept renforcera le lien entre les visiteurs et l'aquarium, les incitant à revenir régulièrement pour s'occuper de leurs poissons.

Uniformiser la direction artistique de l'aquarium

Pour assurer une cohérence optimale, nous prévoyons de revoir la direction artistique de l'aquarium. Cette refonte visera à harmoniser l'ensemble des éléments visuels et structurels, créant ainsi une expérience plus fluide et immersive pour les visiteurs.

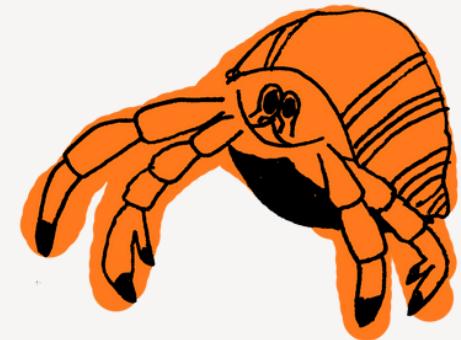
Conclusion

Ces axes d'amélioration et ces idées futures visent à enrichir et à étendre l'expérience offerte par "La Quête de l'Aquarium" au-delà de l'application numérique. En mettant en œuvre ces innovations, nous aspirons à créer un environnement encore plus engageant, éducatif et interactif pour tous nos visiteurs.



Merci !

ANNEXES



L'application page par page

Lien d'accès au Figma, site web et logiciel permettant la conception de maquette.

La maquette :

<https://www.figma.com/design/9qRg76XOYxWI6QS9ECEBV6/Maquette-La-quete-de-l'aquarium?node-id=0-1&t=gFSaqtu3zgFqtZOx-1>

LA QUÊTE DE L'AQUARIUM



