

[https://www.figma.com/design/kBt9LQCZGuPgZON1nNdbNP/WireFramer-%E2%80%93-Quick-wireframing-library-\(Community\)?node-id=302-3595&t=XY8Apxu71fynld7y-1](https://www.figma.com/design/kBt9LQCZGuPgZON1nNdbNP/WireFramer-%E2%80%93-Quick-wireframing-library-(Community)?node-id=302-3595&t=XY8Apxu71fynld7y-1)

Projet : Festival de rap français

Chaque rappeur connu feat avec un rappeur émergent

Date et lieu : À Lyon, dans un espace assez grand pour accueillir une scène et des stands de nourriture, parc de la Tête d'Or par exemple

Stands de différentes nourriture

Billetterie : Inscription / Connexion

Objectif : faire adhérer des fans à un nouveau festival et faire découvrir au public de nouveaux artistes de rap
développer une identité visuelle qui est attrayante et reconnaissable, faire connaître le festival et maximiser les ventes de places

couleur :

Police : ressemblant à des tags ou légèrement dégradé

Introduction

• Contexte et enjeux du projet

Nous recherchons à développer la présence de festival de musique avec des genres spécifiques, ici nous nous concentrons sur le rap, ce genre de musique est bien médiatisé et apprécié notamment chez les jeunes, ce qui nous offre déjà une forte culture de notre cible (15-35 ans).

La valeur ajoutée de notre festival est que chaque rappeur connu feat avec un rappeur émergent

Le festival durera une semaine et déroulera à Lyon. Notre but sera de faire adhérer des fans ou amateurs de rap à un nouveau festival pour qu'il se fasse une place parmi les festivals musicaux. Pour parvenir à cela, nous chercherons à maximiser les ventes de place pour la première année de ce festival.

Le site web du festival vise à :

- informer le public sur les dates, lieux, artistes, et programmation des différentes journées
- faciliter la réservation et l'achat de billets
- proposer une expérience utilisateur qui reflète l'atmosphère du festival (intégration de musiques, vidéos, et images)

• **Importance de l'approche centrée utilisateur (UX)** (l'approche UX est très importante car c'est via celui-ci que nous allons obtenir un maximum de visiteurs, si celui-ci est agréable les utilisateurs resteront) :

La génération des 15-35 ans est née avec le numérique, elle sera donc exigeante avec l'UX du site. Pour obtenir un maximum de visiteurs et les faire rester sur le site, il sera par exemple nécessaire de faire un site web responsive et que celui-ci soit sobre, sans information ou bouton superflu.

- **Méthodologie adoptée pour la conception**

- trouver la cible adapté au festival de rap
- en déduire les essentiels à proposer sur le festival pour s'adapter à celle-ci
- proposer un UX du site web et du festival approprié à la cible des 15-35 ans
- suggérer les différents éléments présents sur le festival pour commencer à s'imaginer les éléments essentiels à mettre sur le site web
- créer l'arborescence du site web du festival
- création de la maquette web offrant une expérience utilisateur optimale

A. Présentation

1. Commanditaire

- Présentation et historique

Deezer est une plateforme française de streaming musical fondée en 2007. Elle offre accès à des millions de titres en tout genre, avec une partie dédiée à la découverte de nouveaux artistes, tout en mettant en avant les nouvelles sorties musicales

Ces nous les commanditaires

- Positionnement sur le marché et offre de services/produits

2. SWOT

Forces

1. Attraction des Fans de Rap : Le festival peut attirer une grande foule de passionnés de rap, ce qui peut générer des revenus élevés grâce aux ventes de billets et aux produits dérivés.
2. Présence d'artistes réputés : La participation d'artistes connus peut augmenter la notoriété du festival et attirer plus de visiteurs.
3. Communauté et Culture : Le festival crée une plateforme pour célébrer la culture rap et renforcer les liens communautaires entre les fans et les artistes.
4. Partenariats et Sponsoring : Les marques intéressées par le public cible peuvent être prêtes à sponsoriser l'événement, apportant des fonds et une visibilité accrue.

Faiblesses

1. Dépendance aux artistes : La qualité et le succès du festival peuvent être fortement dépendants des performances des artistes et de leur disponibilité.
2. Coûts élevés : L'organisation d'un festival de rap peut entraîner des coûts élevés pour la logistique, la sécurité, et les cachets des artistes.
3. Logistique et gestion : La gestion de grands événements peut être complexe, avec des défis en termes de sécurité, de transport et de coordination.
4. Risque de Controverse : Les paroles et les thèmes des chansons peuvent parfois provoquer des controverses, ce qui peut nuire à l'image du festival.

Opportunités

1. Expansion : Le festival peut se développer en ajoutant des éditions dans d'autres villes ou en incluant des genres musicaux complémentaires.
2. Médias et Réseaux Sociaux : L'utilisation des réseaux sociaux et des médias numériques pour la promotion peut augmenter la portée et attirer une audience plus large.
3. Innovation : L'intégration de nouvelles technologies, comme la réalité augmentée ou des expériences immersives, peut attirer un public plus jeune et tech-savvy.
4. Partenariats culturels : Collaborer avec des organisations culturelles ou des institutions éducatives peut enrichir le festival et attirer des sponsors intéressés par la culture urbaine.

Menaces

1. Concurrence : La présence de nombreux autres festivals ou événements concurrents peut réduire l'afflux de participants et la visibilité du festival.
2. Instabilité Économique : Les fluctuations économiques peuvent affecter la capacité des consommateurs à acheter des billets et des produits dérivés.
3. Problèmes de sécurité : Des incidents liés à la sécurité ou à la gestion des foules peuvent nuire gravement à la réputation du festival.

4.Problématique

- Définition précise des enjeux
- Les questions clés que le projet vise à résoudre
 - Comment se démarquer des autres festivals
 - Quels moyens utiliser pour assurer une bonne communications
 - Quelles sont les attentes et besoins de nos cibles

5. Personnes ressources

- Équipe de projet (UX designers, développeurs, etc.)
 - Moussa Khefif
 - Benoit Bourgeois
 - Bastien Colombin
- Stakeholders et leurs rôles

- Experts ou consultants éventuels

(Moussa)

Maquette : one page

- présentation festival
- présentation artiste
- stand sur place/ restauration
- accessibilité au festival

Projet

1. Besoins

- Résultats des études utilisateurs : entretiens, observations, etc.
- Besoins utilisateur identifiés

Pour ce qui est des besoins du clients, il va d'en un premier temps chercher à avoir un rapport qualité prix correct, ensuite il va vouloir avoir des rappeurs connues mais aussi chercher à en découvrir, suite à cela il pourra aussi chercher à vivre une expérience unique dans ce festival seul ou avec des compères cependant il aura aussi d'autre besoin notamment des indications précise sur l'évènement (information) mais aussi des transport ou de la nourriture ainsi qu'un besoin de sécurité.

- Besoins business du commanditaire

- Le commanditaire pourra avoir plusieurs besoins de business, le plus connu et le plus important étant la rentabilité du festival mais aussi de bien gérer ses coûts afin de ne pas trop dépenser en créant par exemple des offres de groupes et des places VIP.
- Ensuite il cherchera à faire connaître son festival via les réseaux sociaux et le bouche à oreille ce qui pourra l'amener à obtenir des partenariats ou collaborations avec d'autres marques/ festival qui pourront aider financièrement mais aussi via des collaborations sur des clips, des besoins, du matériel etc.
- Après s'être démarquer de la concurrence il aura deux options, diversifier ses offres ou s'expandre à l'international, le premier pourra convenir à d'autre genres de musique par exemple ou mélanger un festival avec plusieurs genres, l'expansion à l'international lui pourra être plus simple si les artiste que le festival mets en avant sont déjà connue a l'inverse cela pourra aussi devenir une plateforme pour des artiste dans le but de faire leurs début à l'international.

2. Objectifs

- Besoin d'interaction utilisateur (UX)
- Besoin business à atteindre avec le site
 - Obtenir un maximum de visite
 - Vendre des places et pass
 - Avoir assez de trafic pour obtenir des partenariats

Description détaillée des utilisateurs cibles

- Scénarios d'utilisation associés à chaque persona

Voici trois personas adaptés avec les âges 17, 24 et 31 ans :

Maxime, 17 ans, Lycéen

- **Profil :**
 - Élève en terminale, passionné de rap et de culture urbaine.
 - Actif sur TikTok et Instagram, suit des artistes et des influenceurs.
 - Cherche des événements où il peut vivre des expériences mémorables avec ses amis.
- **Motivations :**
 - A envie de découvrir de nouveaux artistes, surtout ceux qui font des collaborations avec des rappeurs connus.
 - Attiré par l'ambiance festive et conviviale d'un festival.
 - Veut partager ses expériences sur les réseaux sociaux.
- **Comportement :**
 - Écoute de la musique en streaming et regarde des vidéos de concerts en ligne.
 - Prend souvent des décisions basées sur les recommandations d'amis et des tendances sur les réseaux sociaux.
- **Attentes :**
 - Un site web mobile-friendly pour réserver facilement des billets.
 - Une programmation variée avec des artistes populaires et émergents.
 - Des activités interactives et des espaces dédiés pour les jeunes sur le festival.

Emma, 24 ans, Étudiante en Marketing

- **Profil :**
 - Étudiante en marketing à l'université, passionnée par la musique et les événements culturels.
 - Suit les tendances du rap et est active sur Instagram et Twitter.
 - Aime découvrir des artistes émergents et participer à des événements.
- **Motivations :**
 - Cherche des événements qui allient musique et rencontres sociales.
 - Intéressée par les expériences uniques et la découverte de nouveaux talents.
 - Veut se connecter avec d'autres passionnés de musique.
- **Comportement :**
 - Participe régulièrement à des concerts et festivals.
 - Utilise les réseaux sociaux pour rester informée sur les événements.
- **Attentes :**
 - Un site web intuitif avec des informations claires sur la programmation.
 - Des opportunités de networking avec d'autres étudiants et professionnels.
 - Une ambiance accueillante et inclusive pour tous les amateurs de rap.

Julien, 31 ans, Professionnel de la Communication

- **Profil :**
 - Chargé de communication dans une agence de publicité.
 - Amateur de musique, il apprécie particulièrement le rap pour son énergie et ses messages.
 - Cherche à allier détente et réseautage lors d'événements.
- **Motivations :**
 - Souhaite découvrir de nouveaux artistes tout en soutenant la scène musicale émergente.
 - Intéressé par les collaborations entre artistes connus et moins connus.
 - Veut profiter d'un événement qui lui permet de se divertir tout en élargissant son réseau professionnel.
- **Comportement :**
 - Suivi des artistes et événements sur LinkedIn et Instagram.
 - Participe à des festivals pour se détendre et rencontrer des contacts professionnels.
- **Attentes :**
 - Une programmation variée avec des artistes diversifiés.
 - Des espaces propices aux échanges et au networking.
 - Un environnement bien organisé, avec de bons services (nourriture, sécurité).

Projet (suite) 3. Cibles et Personae

• Description détaillée des utilisateurs cibles

- Nos cibles sont dans un premier temps les étudiants cependant on se limite pas qu'à eux, nous envisageons une tranches d'âges entre 15 et 35 ans qui pourra s'intéresser à notre festival. Nous retrouvons évidemment des fans de rap mais pas que si l'artiste a une renommée international cela pourrait attirer des cibles qui sont fan de cette artistes

4. Empathy Maps

- Synthèse des observations et des entretiens avec les utilisateurs
- Répartition des informations selon les catégories : Pense, Ressent, Voit, Entend, Dit & Fait, Douleurs (pain points) et Bénéfices (gains)
- Insights et apprentissages clés tirés des Empathy Maps

5. Benchmarks • Analyses x3 de sites ou applications concurrents ou similaires

Cop1 Festival (Paris) :

- Public cible : essentiellement jeune, axé sur la culture urbaine et le rap. Attire un public local.

- Style : musique actuelle et mise en avant d'artistes émergents mais également de ceux établis sur la scène musicale francophone.
 - Forces : rassemble un large public dans une ville dynamique, ambiance conviviale, programmation variée et accessibilité notamment aux étudiants (festival créé par des étudiants pour la jeunesse et les étudiants).
 - Faiblesses : concurrence avec d'autres festivals similaires dans la région. Besoin de se renouveler pour garder l'intérêt du public.

Holocène festival (Grenoble) :

- Public cible : Amateurs de musique rap/hip-hop et électronique.
- Style : Éclectique, avec une attention portée sur les nouvelles tendances.
- Forces : Lieu connu sur Grenoble. Bonne réputation pour la découverte d'artistes. Concerts en intérieur.
- Faiblesses : Moins de focus sur le rap pur, ce qui peut fragmenter l'audience pour un festival dédié au rap.

Les vieilles charrues

- Public cible : très large, incluant divers genres musicaux. Attire des familles et les jeunes.
- Style : programmation mixte avec des têtes d'affiche connues, mais également des découvertes.
- Forces : très grande notoriété et organisation, et infrastructures bien établies.
- Faiblesses : grande échelle, difficile à concurrencer pour un festival émergent. Ce festival peut paraître impersonnel pour certains.

Winter festival

- Public cible : jeunes adultes, amateurs de musique en hiver.
- Style : mélange de genres, avec une place croissante pour le rap.
- Forces : atmosphère unique, concerts en intérieur, cadre chaleureux.
- Faiblesses : Limité par la saison, et peut ne pas attirer autant de spectateurs que les festivals d'été.

• Bonnes pratiques identifiées

- Avoir une Direction artistique unique est marquante
- Offrir un accès simple et concret aux informations importantes
- Mettre en avant la lineup

• Inspirations pour la conception C. Conception

1. Ressources

- Outils et logiciels utilisés pour la conception
 - Suite adobe (adobe xd, illustrator et photoshop, figma)
- Budget et contraintes matérielles
 - caméra de bonne qualité afin de transmettre de l'audio visuelle attrayante sur nos différents réseaux
 - Une qualité sonore quasi parfaite, nous sommes un festival de musique, les personnes intéressées s'attendent à une qualité sonore qui les marque.

- Des visuels en rapports avec l'univers des artistes de notre festival et aussi des visuels de transitions

Conception (suite)

2. Ligne éditoriale

- Ton et style de communication
- Stratégie de contenu : types de contenu, fréquence de mise à jour, etc.
 - type de contenu :
 - Vidéos (à voir car aucune édition précédente)
 - Photo
 - Pub audio
 - Posts réseaux
 - Affiche/flyer

3. Style tiles / Charte graphique

- Inspiration visuelle : couleurs, typographies, motifs, etc.
 - couleur : couleur marquante "rouge #F5534B" "vert #93F58E", "bleu cyan", Bordeaux : #7A0000. Orange : #F4B65B

Noir, rouge, jaune.

- typographies :
 - titre <https://fonts.adobe.com/fonts/shader-inline>
 - corps de texte <https://fonts.adobe.com/fonts/oswald>

FLOW'RIZON

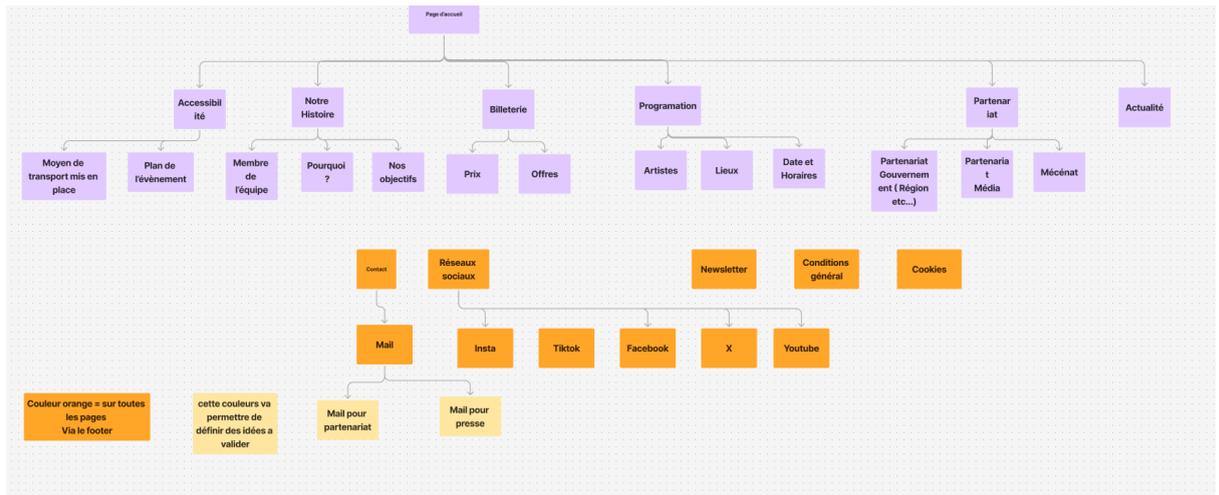
- texte : font simple (roboto)
-
- motifs :

- Ambiances souhaitées pour le site
ambiance assez chill et moderne

-

4. Arborescence

- Carte du site (sitemap)



<https://www.figma.com/board/xmUcdIKSgnL2vSOhiApFvt/Carre-du-site-?node-id=0-1&node-type=canvas&t=ONZ37CLO8IntPY93-0>

- Organisation de l'information et structuration du contenu

5. Zonings / Wireframes

- Esquisses des pages principales
- Mise en place des éléments clés en fonction des besoins utilisateurs

Une fois l'achat réalisé, il faudra informer le client de la prise en compte de son achat, un récapitulatif de sa commande et un rappel de toutes les informations utiles pour le jour du festival (date, lieu, artistes présents, stands proposés...). Pour une bonne UX, sera par exemple présent sur le festival :

- la charte graphique du site web
- indication des lignes de transports pour se rendre et partir du festival
- une bonne indication (toilettes, différents stands, scènes...) pour permettre aux festivaliers de facilement trouver les différentes zones du festival
- un accès à tous, dont les PMR
- des bornes de recharge et/ou mise à disposition de batteries externes étant donné que les jeunes prennent souvent en photo et vidéos les moments passés entre eux
- etc

6. Planning

- Phases du projet et durée prévue pour chaque étape
- Échéances clés et livrables associés

- <https://chorus.hauts-de-seine.fr/>
- <https://www.printemps-bourges.com/>
- <https://www.lollaparis.com/>
- <https://marsatac.com/>

- <https://lesardentes.be/>
- <https://www.vieillescharrues.asso.fr/>
- <https://www.montreuxjazzfestival.com/fr/>

Arborescence:

- Page d'accueil:
 - Programmation
 - billetterie
 - sur place
 - accessibilité
 - FAQ
 - Partenaire
 - Contact

a. Présentation du commanditaire (1 page) :

Deezer : Une plateforme de streaming musical innovante

Deezer est une plateforme française de streaming musical, fondée en 2007 par Daniel Marhely et Jonathan Benassaya. Depuis ses débuts, Deezer s'est imposée comme un acteur majeur dans l'industrie musicale en offrant une vaste bibliothèque de musique accessible en ligne. Aujourd'hui, Deezer compte des millions d'utilisateurs dans plus de 180 pays, et propose un catalogue de plus de 90 millions de titres. Sa mission est de permettre à chaque utilisateur de découvrir, écouter et partager de la musique en toute simplicité, tout en facilitant l'accès à une variété d'artistes et de genres musicaux, des plus populaires aux plus émergents.

L'entreprise se distingue par son approche personnalisée, grâce à des algorithmes de recommandation musicale qui proposent des playlists adaptées aux goûts de chaque utilisateur. De plus, Deezer met un accent particulier sur la découverte de nouveaux talents, ce qui s'aligne avec son engagement à promouvoir la diversité musicale à travers le monde. Son service de streaming est disponible sur plusieurs supports (smartphones, ordinateurs, enceintes connectées, voitures, etc.) et propose plusieurs formules d'abonnement, notamment une offre gratuite avec publicité, et des abonnements payants avec des fonctionnalités premium.

Deezer se positionne comme une plateforme dynamique qui mise sur l'innovation pour fidéliser sa base d'utilisateurs tout en continuant à attirer de nouveaux abonnés, en particulier auprès des jeunes générations, pour qui la musique numérique est devenue un élément incontournable du quotidien.

b. Contexte du projet (1 page) :

Origine du projet et objectifs

Le projet de festival de musique rap s'inscrit dans une stratégie de développement de la présence de Deezer dans l'univers des événements musicaux, en particulier ceux qui

touchent directement sa cible principale : les 15-35 ans. Le rap étant l'un des genres musicaux les plus populaires chez cette tranche d'âge, avec une audience grandissante, le festival vise à se faire une place parmi les événements musicaux emblématiques. Ce projet, centré autour d'un festival d'une semaine à Lyon, ambitionne de promouvoir non seulement le genre rap, mais aussi de renforcer la position de Deezer comme acteur clé de la découverte musicale, en facilitant l'accès aux artistes émergents tout en mettant en avant des collaborations inédites entre rappeurs établis et nouveaux talents.

Le concept du festival repose sur une valeur ajoutée unique : chaque artiste confirmé se produit en featuring avec un rappeur émergent. Cette approche met en lumière la richesse de la scène rap tout en favorisant l'émergence de nouveaux talents, ce qui constitue un élément différenciant vis-à-vis des autres festivals. De plus, la plateforme Deezer pourrait jouer un rôle essentiel dans la mise en avant des artistes et de leurs œuvres, en offrant à ses utilisateurs la possibilité de découvrir les artistes en avant-première ou de suivre l'événement en streaming.

Le contexte concurrentiel est également un facteur important dans la naissance de ce projet. Bien que de nombreux festivals existent déjà, peu mettent en avant spécifiquement les genres comme le rap, qui connaît une véritable explosion de popularité, particulièrement chez les jeunes adultes. Le festival a donc pour objectif de combler un manque en proposant un événement musical qui s'adresse à cette population dynamique et exigeante.

Demande spécifique du commanditaire

Deezer souhaite maximiser la notoriété de ce festival dès la première édition, en maximisant la vente de billets et en créant un engouement autour de l'événement. Dans cette optique, la demande spécifique du commanditaire est de concevoir un site web du festival qui offre une expérience utilisateur optimale, en particulier pour une audience très connectée, exigeante sur la qualité de l'interface et la fluidité de navigation. L'objectif est d'assurer une forte présence numérique et d'inciter les visiteurs à s'engager avec la marque, en facilitant l'achat de billets et la consultation des informations relatives à l'événement.

Contexte économique et concurrentiel

Le marché des festivals musicaux est en constante évolution, avec une concurrence accrue entre les événements existants. Les jeunes générations, qui constituent la principale cible du festival, sont de plus en plus demandeuses d'expériences originales et immersives. De plus, dans un contexte économique marqué par la montée des plateformes de streaming musical, il est crucial pour Deezer de se distinguer des autres acteurs en offrant un contenu différenciant et une véritable valeur ajoutée aux jeunes fans de musique. Le festival, en tant que projet événementiel innovant, est l'occasion pour Deezer de renforcer son image de marque et de fidéliser ses utilisateurs en les associant à une expérience unique et en leur proposant de découvrir de nouveaux artistes.