



Histoire du parc

# Buttes-Chaumont

---

# Édito

Nous avons travaillé par groupe de trois, sur le sujet : **Jardins, parcs, et autres promenades extraordinaires à Paris**. L'objectif étant de réaliser un site internet pour un parc. Notre choix c'est porté sur le parc des Buttes-Chaumont pour son esthétisme et son côté sauvage.

Notre objectif était, à travers le site, de faire découvrir, informer, et de plonger le visiteur au cœur du parc, c'est pourquoi nous avons choisi de prendre comme «axe» l'histoire du parc.

Tous les éléments conçus en groupe : wireframes, maquettes finales etc. ne seront pas présents dans ce dossier mais vous pouvez les retrouver dans le dossier de groupe rendu précédemment.

Ce dossier regroupe donc tous mes éléments d'analyses, de recherches et de réalisations du site de l'histoire du Parc des Buttes-Chaumont.

# Sommaire

## ÉTAT DES LIEUX 01

Découverte du parc .....	p.6
Analyse : Grand tour des écrins .....	p.8
Analyse : Parc de la tête d'or.....	p.10
Analyse : Parc national des Cévennes.....	p.12

## IDENTITÉ 02

Rappel du concept.....	p.16
Recherches.....	p.17
Croquis.....	p.18
Logo.....	p.19
Logo et typo.....	p.20

## PHOTOGRAPHIE 03

Analyse des photos de Yann Arthus Bertrand.....	p.24
Analyses des photos de Adam Burton.....	p.27

Analyse des photos de Dylan Gehlken .....	p.28
Cahier des charges.....	p.30
Intentions.....	p.31
Bilan.....	p.33
Mises en situation.....	p.34

## UI / UX DESIGN 04

Analyse du site Grand tour des écrins.....	p.38
Analyse du site Lufthansa-dreamscapes.....	p.40
Analyse du site National Geographic.....	p.42
Maquette.....	p.44

## BILAN 05





Chapitre 01

# État des lieux

---

# Découverte du parc

## Contexte

Le parc des Buttes-Chaumont, est un espace vert de 25 hectares, situé au cœur de Paris, dans le 19ème arrondissement. Anciennement construit sur une carrière de gypse, il est aujourd'hui considéré comme le véritable « poumon vert » de Paris. Famille, couple, amis y viennent pour profiter des paysages authentiques avec ses collines, ses falaises et son belvédère.

## Repérages

Afin de se rendre compte de l'ambiance et de l'esthétisme du parc, le groupe et moi, nous sommes rendu sur place

pour réaliser des photos de repérages. C'est lors de cette sortie que l'on a pu analyser les différents usagers du parc. Il s'avère que le parc est un parc familial, on y trouve beaucoup d'aires de jeux et d'activités pour les enfants. C'est aussi un parc romantique, avec un certain charme c'est pourquoi les amoureux viennent s'y promener. Et on trouve également beaucoup de sportifs, qui profitent du plein air et du parcours de course pour se dépenser.

Ce parc m'a donné l'impression d'être hors du temps, il permet de se déconnecter de la ville.





# Grand tour des écrins

## Identité

Le **grand tour des écrins** est l'activité phare du parc des écrins, c'est un parcours pour découvrir l'essentiel du Parc national des Écrins, pas à pas, en cheminant au cœur de sa nature sauvage et préservée.

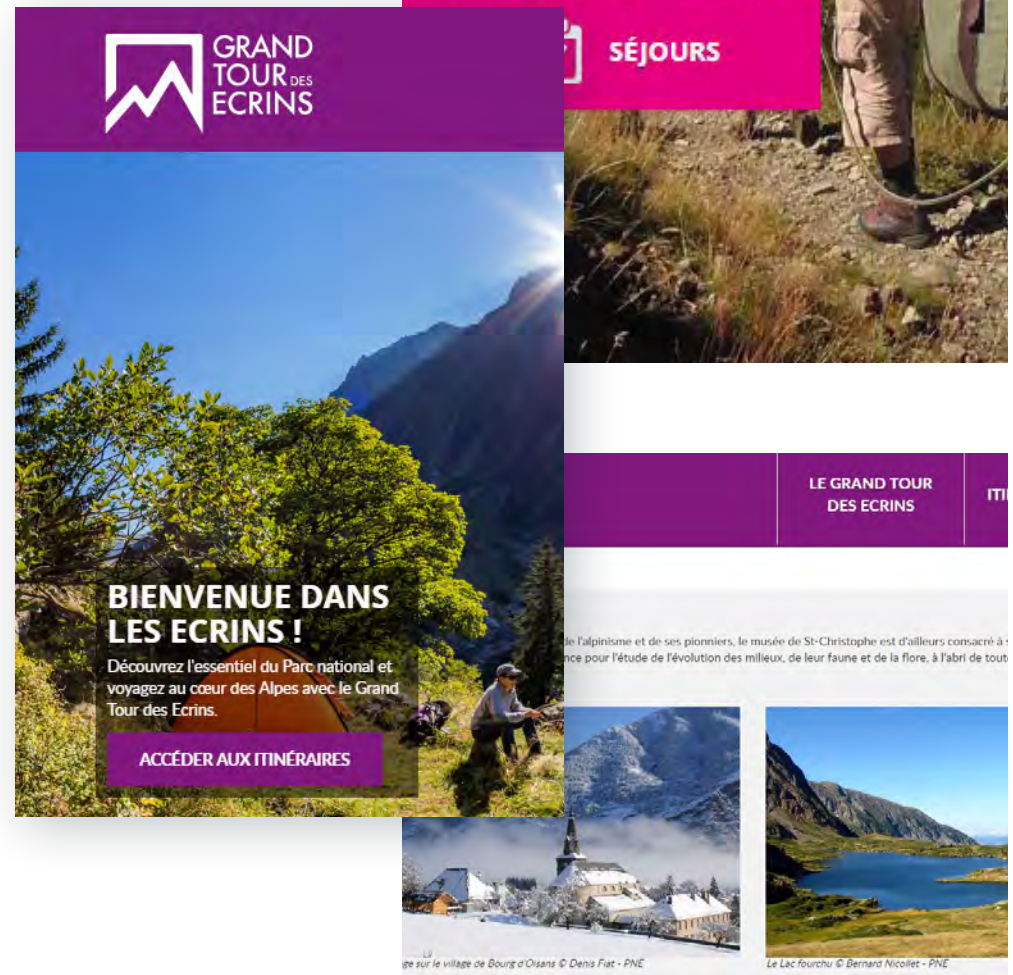
## Concept

Au travers du site on nous fait découvrir différents parcours dans le parc en passant par des randonnées en famille, découverte, sortie vtt, à des treks comme le GR 54.

## Analyse du contenu

Le site propose un contenu très imagé.

On nous souhaite tout d'abord la bienvenue sur la page d'accueil avec un





slider d'images présentant différents paysages et activités du tour, suivi de la description de deux activités principales de la région : le GR 54 et le Balcon des écrins. Si l'on continue dans la page on nous propose une vidéo pour découvrir «l'essentiel» du tour.

Si on navigue dans le site, sur la page : Les Balcons des Écrins, les textes sont plus détaillés on y trouve beaucoup d'informations sur les étapes, les lieux à voir....

Dans la navigation on a également accès à plusieurs cartes interactives qui nous montrent les tracés et les refuges, dans la catégorie « itinéraire » .

### Analyse de la stratégie

La stratégie du Grand tour des écrins est de montrer ses paysages et ses activités, avec des visuels très présents et attrayants. Ils ont voulu mettre en avant le panorama et les activités qui sont diversifiées

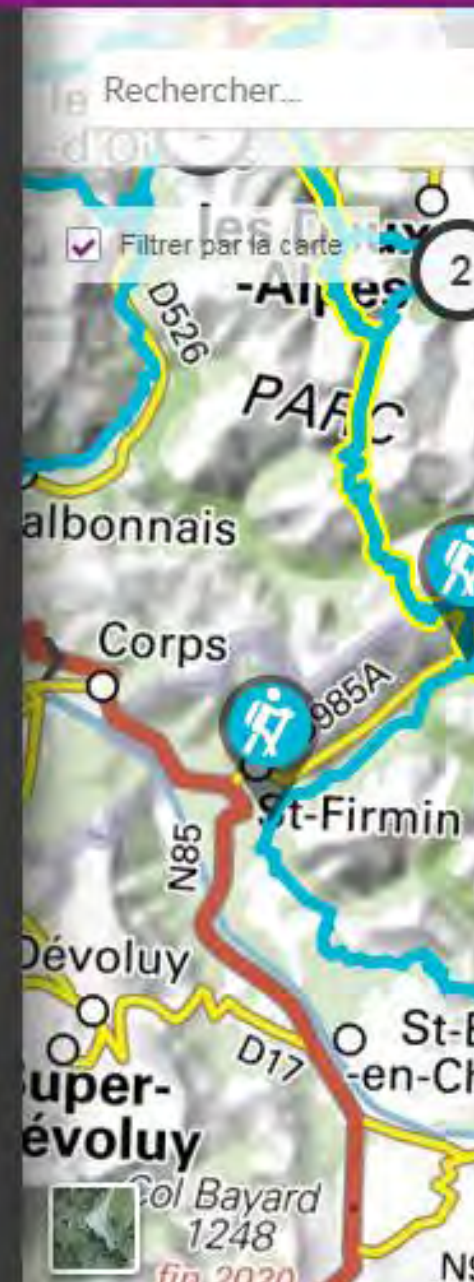
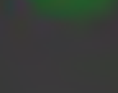
et peuvent correspondre à toutes les envies (randonnée, à VTT, à dos d'âne ou de cheval). Leur objectif ici est dans un premier temps de vendre, donner envie, et d'intéresser les futurs visiteurs. Puis dans un second temps si l'on est intéressé on peut cliquer sur «en savoir plus» ou naviguer dans le site pour avoir plus d'informations sur le parcours, les services etc. au travers d'un contenu plus détaillé.

Le site propose également une carte interactive et une application, pour toucher un public plus « connecté ».

### Ce que l'on garde

- Un contenu imagé attrayant
- Un contenu texte précis
- Un contenu qui s'adapte en fonction des cibles
- Un contenu court et précis en premier lieu et puis un contenu plus détaillé avec plus d'informations dans un second temps

MENU



# Parc de la tête d'or

## Identité

Le **parc de la Tête d'or** est un parc urbain public situé à Lyon, l'un des plus grands de France.

Géré par la ville de Lyon c'est un véritable poumon de l'agglomération, le parc offre sur 117 hectares une vaste étendue naturelle au cœur de la cité. Des événements divers, films, théâtre, expositions ou autres en font un haut lieu de la culture lyonnaise. Le jardin zoologique de Lyon prend place en son sein.

## Concept

Il s'agit ici d'un **site** présentant les loisirs du parc.

## Analyse du contenu

Dans la page d'accueil, on retrouve



beaucoup plus de visuels que de texte, chaque image est tout de même sous-titrée avec une phrase explicative nous insistant à cliquer pour en savoir plus.

Si l'on navigue dans la page «parc» on a plusieurs parties proposées : les roseraies du parc, l'histoire du parc, le jardin botanique etc. mais là encore si l'on veut en savoir plus il faut cliquer.

Dans activités et loisirs, on a toutes les activités du parc, comme «le petit carrousel» si on clique sur cette partie on atterri sur une page complètement dédiée à l'activité, avec toutes les informations pratiques : horaires, tarifs...

### **Analyse de la stratégie**

Ce site a pour objectif de donner un maximum d'informations à l'internaute en lui montrant à quoi ressemble le lieu, ce qu'on peut y faire.

Le site est aussi adapté à ses différentes cibles comme par la présence d'une partie entièrement dédiée aux comités d'entreprise, où l'on propose aux entreprises une carte de réduction.

### **Ce que l'on garde**

- Un contenu adapté à chaque cible
- Un contenu accrocheur sur la page d'accueil puis plus détaillé sur les pages spécifiques
- Un carrousel d'images
- Des textes toujours illustrés

### **HORAIRES**

Mercredi, samedi, dimanche, jours fériés et tous les jours pendant les vacances scolaires à partir de 14h (suivant les conditions climatiques).

### **TARIFS**

2,50 € la place  
7 € les 3+ 1 gratuite  
9 € les 4 + 2 gratuites  
12 € les 6 + 4 gratuites  
20 € les 10 + 8 gratuites

### **RENSEIGNEMENTS**

Tél : 06.09.04.56.04  
Mail :  
florenceklauser@gmail.com  
Site internet :  
www.maneges.com

# Parc national des Cévennes

## Identité

Le **parc des Cévennes** est un parc national protégé, qui s'étend sur deux régions : l'Occitanie et l'Auvergne-Rhône-Alpes, il est connu pour son naturel de moyenne montagne. On peut y pratiquer plusieurs activités comme la randonnée, canoë, kayak, escalade, spéléologie, via ferrata...

## Analyse du contenu

On trouve ici une page d'accueil avec beaucoup d'images cliquables ramenant vers des pages. On trouve également la présence d'un agenda avec les différents évènements, mais aussi la présence d'une partie «à la une», une partie «brèves» et «dossiers». Tous ces éléments sont intéressants mais peuvent alourdir

la page d'accueil, au risque que l'utilisateur s'y perde.

Dans la partie découverte, on nous propose de découvrir des destinations, ou encore comment séjourner dans le parc. Les textes sont plutôt bien amenés et ils intriguent, donnent envie de voir la suite. Il y a autant d'images que de texte, pour illustrer le propos.

Les textes trop longs sont coupés en parties, séparés par des titres.

Dans la partie «connaissance» on nous propose de voir toutes la faune et la flore, le patrimoine et les activités artisanales comme l'apiculteur, la pêche etc...



Et comme il s'agit d'un parc national protégé par l'UNESCO, on trouve également une partie « actions » qui expose comment gérer et protéger les patrimoines naturel et culturel.

### **Analyse de la stratégie**

Dans l'ensemble, les textes sont riches mais sont bien amenés et rédigés de manière à ce que ce soit agréable à lire.

On trouve la présence d'un agenda, des actualités, un journal du parc, une médiathèque, une cartothèque, un atlas des paysages et une boutique en ligne. Des éléments qui enrichissent le site et apporte encore plus d'informations au visiteur.

Dans le site on remarque trois grands axes correspondants aux 3 onglets du menu. En effet dans le site tout n'est pas centré sur la découverte du parc pour les touristes ou randonneurs. Il y a une grande part pour le patrimoine du

parc et sa protection. Mais aussi toute une section pour les connaissances : s'informer sur ce que contient le parc (faune, flore...).


C'est un site qui a pour stratégie de toucher les touristes comme les locaux ou encore des spécialistes : biologistes, agriculteurs.... Son but principal est d'informer.

### **Ce que l'on garde**

- De grandes et belles images
- Une partie actualité et agenda bien mise en avant
- Texte court toujours, coupés en morceaux quand c'est trop long.
- Une partie « découverte » pour la première cible : les touristes
- Une partie sur la protection du patrimoine pour une cible plus engagée s'intéressant au parc.







Chapitre 02

# Identité

---

## Rappel du concept

Notre site est “l’histoire du parc des Buttes-Chaumont”. L’objectif de notre site est de raconter l’histoire du parc dans l’ordre chronologique : la création, les évolutions qu’il a subi et le parc aujourd’hui.

Graphiquement, nous souhaitons mettre en place une identité visuelle à l’image du parc en mettant en avant le côté sauvage, poumon et authentique. Mais aussi rester en adéquation avec notre stratégie de site qui raconte une histoire.

Pour cela nous avons décidé ensemble les fonctions du logo :

- La fonction narrative ou identitaire : retranscrire l’histoire du parc à travers le logo.

- La fonction référentielle : faire comprendre qu’il s’agit de l’histoire du parc.
- La fonction esthétique : faire émerger du plaisir et de l’émotion.

Après avoir défini les fonctions j’ai commencé par réaliser des recherches sur les thèmes : histoire, parc, nature, collines etc.

Je souhaitais trouver un logo symbole reprenant un élément phare et identifiable du parc comme le temple par exemple, et retrouver le côté historique dans les formes ou les couleurs.



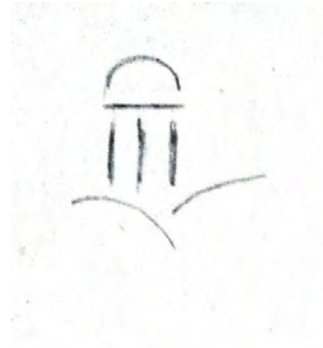
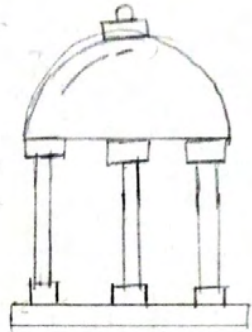




# Recherches



# Croquis



J'ai tout d'abord commencé par réaliser plusieurs croquis. J'ai beaucoup cherché et hésité pour savoir sur quoi je portais.

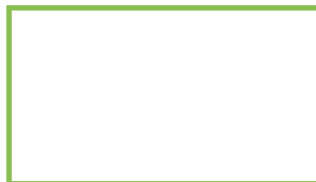
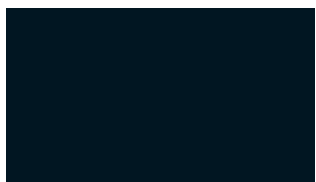
Puis je me suis décidée et ai choisi un logo symbole reprenant l'émblématique temple qui surplombe le parc en lui rajoutant l'aspect arrondi des collines. Je souhaitais quelque chose de simple et reconnaissable immédiatement.

## Formes

Le côté très droit et structuré du logo rappelle la partie historique mais quelques éléments fantaisistes viennent apporter plus modernité comme les collines ou encore la «croix» au sommet du dôme.

## Couleurs

J'ai choisi de réaliser le logo en monochrome pour le rendre utilisable sur tout type de photos. Cela le rend également plus uniforme.



**Logo**



## Logo et typo

Le nom choisi pour le logo et le site est : Histoire du parc Buttes-Chaumont.

Mon choix c'est porté sur une lecture verticale du nom, qui apporte plus de prestance au logo. Cela donne également un aspect très solennelle, et droit. Il en devient presque semblable à un blason.

### Typographies

Les typographies sont celles du logo final (voir dossier de groupe).

Ces deux typographies répondent aux besoins du logo.

En effet la «Playfair» apporte l'aspect authentique et la «Encode» casse cela en apportant un peu plus de simplicité et de modernité.



## Histoire du parc Buttes-Chaumont

**Playfair Display - Bold**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456

**Encode Semi Expanded - Medium**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456



Histoire du parc

# Buttes-Chaumont

[histoire-parc-butttes-chaumont.fr](http://histoire-parc-butttes-chaumont.fr)



Histoire du parc

# Buttes-Chaumont

[histoire-parc-butttes-chaumont.fr](http://histoire-parc-butttes-chaumont.fr)





Chapitre 03

# Photographie

---

# Yann Arthus Bertrand

**Yann Arthus Bertrand**, photographe connu dans le monde entier pour ses photos spectaculaires vues du ciel.

## Contraste

Dans de nombreuses photographies de Yann Arthus Bertrand, il y a un très fort contraste que ce soit par les couleurs (bleu du ciel et marron de la terre) ou par les formes géométriques comme sur la photo en bas à droite.

## Couleurs

Les couleurs sont très marquées sur les photos, elles ressortent avec beaucoup de vivacité. On retrouve dans les photos de paysages les nuances vertes, bleues, et marron.

## Composition

Dans les photos réalisées par ce grand photographe, lorsqu'on les observe pour la première fois, l'œil est immédiatement attiré sur un point. Cela est dû à la règle des tiers avec des lignes de forces très présentes sur plusieurs horizons ou plusieurs éléments.

## Ce que j'ai retenu

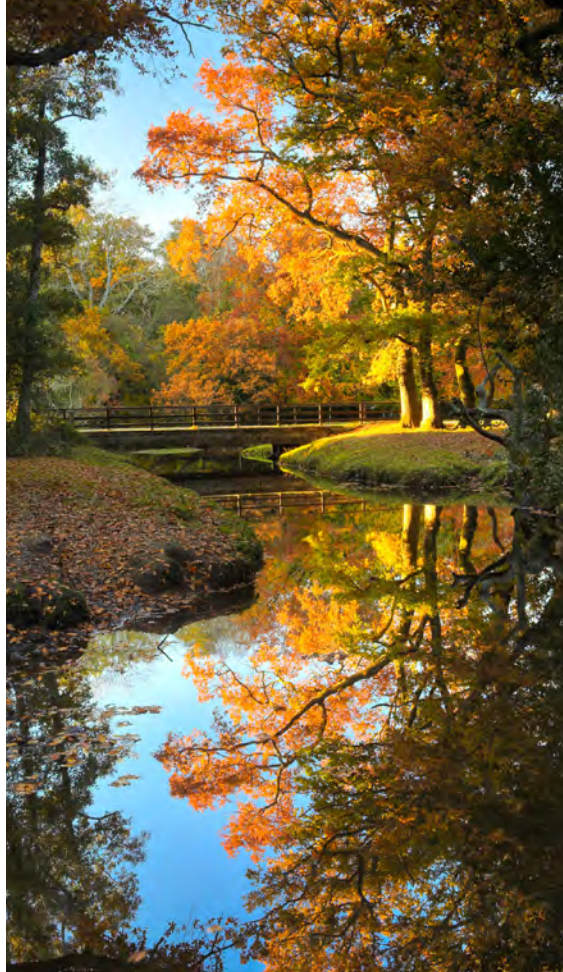
Au travers de cette analyse j'ai retenu que la composition et le contraste faisaient émerger des émotions au travers d'une photographie. C'est la clé pour réussir une bonne photo.











**Adam Burton** est photographe de paysage au Royaume-Uni. Adam a photographié plusieurs magnifiques espaces naturels dans le monde. Spécialisé dans les photos de paysages, il a notamment réalisé une série de photo nommée «New forest discovery tour - Autumn 2018 ».

### Couleurs

Dans cette série on retrouve toutes les couleurs, rouges, orange et marron de l'automne. Dans plusieurs photos on remarque qu'il y a un vrai contraste dans les couleurs et c'est ce qui compose l'image, en plus des éléments déjà présent.

### Lumière

C'est très impressionnant de voir comment la lumière ressort sur ces photos, le faisceau lumineux est presque net. Cette lumière provoque aussi des

## Adam Burton

ombres, qui viennent s'ajouter à la photo.

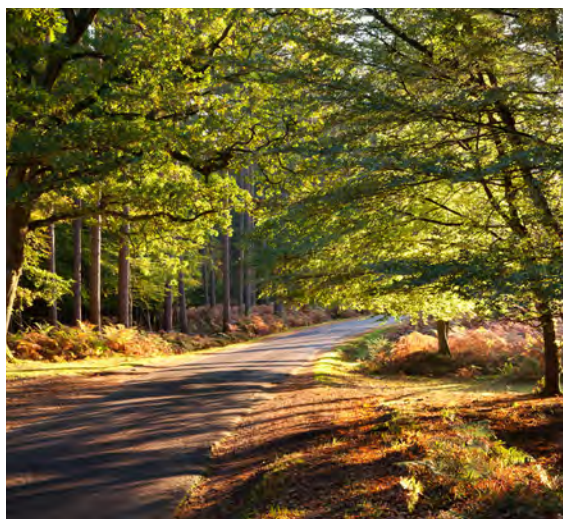
Mais pour capter cette lumière l'emplacement et le point de vue sont essentiels

Pour bien gérer l'exposition et ne pas avoir une photo sur-exposée ou sous-exposée il faut gérer le temps d'exposition et l'ouverture du diaphragme.

Il faut parfois régler l'ISO pour compenser un manque ou un surplus de lumière

### Ce que j'ai retenu

Pour réaliser ce type de photo il faut bien connaître son environnement et régler son appareil en fonction de la lumière.



# Dylan Gehlken

**Dylan Gehlken** est un photographe de paysage basé en Australie, il est notamment connu pour ses photos instagram sous le pseudo [dylangehlken\\_photography](#).

## Lumière

Le photographe joue beaucoup avec la lumière, des levés ou couchés de soleil impressionnants, apportant beaucoup de couleurs et de contraste. Cela donne parfois un aspect irréaliste à ses photos.

## Composition

Beaucoup de ses photos sont prises en plongé ou contre plongé, ce qui apporte beaucoup de vide et de profondeur à la photo. Ces photos sont réalisées avec toujours peu de

profondeur de champs pour avoir des paysages bien nettes.

Le photographe s'amuse aussi avec les éléments du paysage, symétrie, reflets pour composer sa photo.

## Ce que j'ai retenu

Ces photographies sont très lumineuses, bien composées elles touchent parfois le surréalisme du bout des doigts.

Le photographe a vraiment son univers avec des photos grandioses sous les couchés du soleil.





# Cahier des charges

## L'univers photographique

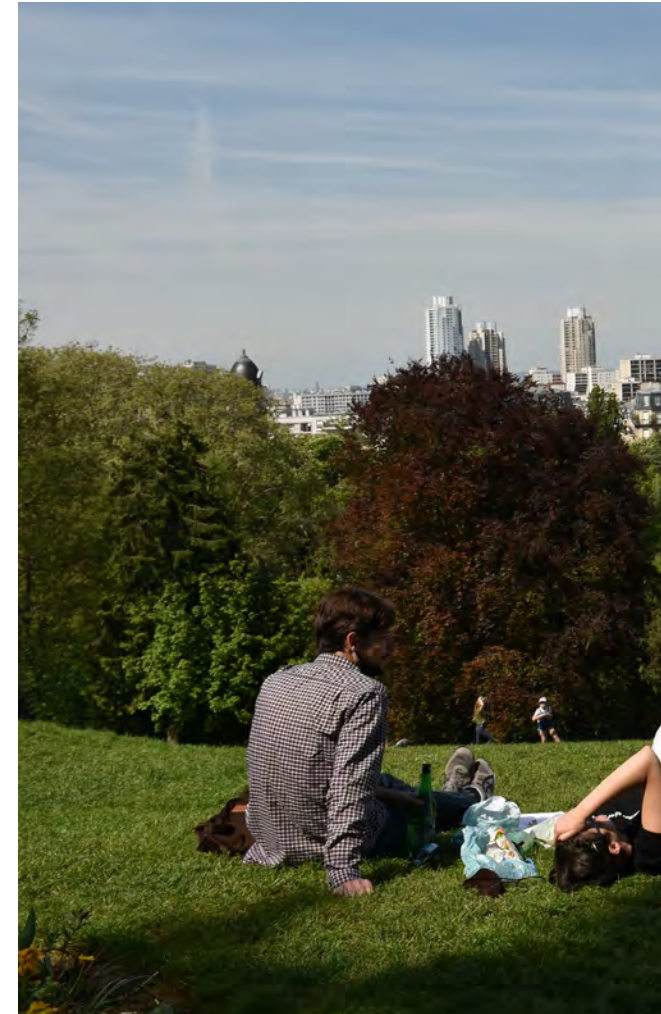
Sans filtre, mais travaillées, les photographies doivent révéler la beauté naturelle des paysages et l'expérience authentique promise par «L'histoire des Buttes-Chaumont». Le parti pris sera de toujours chercher la qualité avec une belle composition. Avoir des photos en plan d'ensemble de paysages avec ou sans personnes présentes. Mais également quelques photos gros plans avec un flou d'arrière-plan (grosse profondeur de champs).

## Lumières et couleurs atmosphériques

La lumière devra rester la plus naturelle possible, mais elle pourra être traitée pour apporter du contraste.

## Une composition graphique et rythmée

La composition peut être utilisée pour isoler un élément du paysage particulièrement graphique, qui peut à lui seul apporter un vrai rythme visuel. La composition devra se baser sur la règle des tiers ou en utilisant des lignes de forces marquées par des éléments du parc (par exemple les ponts ou les chemins).





# Intentions

Pour réaliser mes photos, je me suis équipée d'un Nikon D5500, avec un objectif zoom 18-140mm.

## **Photos de paysages**

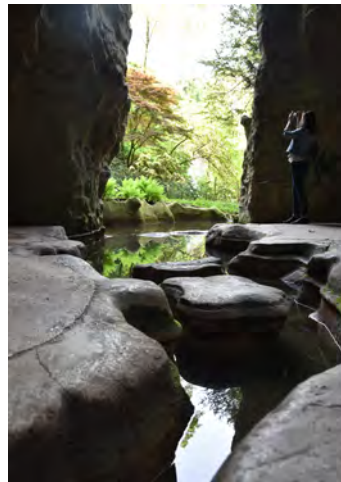
Pour réaliser des photos équilibrées je me suis basée sur la règle des tiers. J'ai choisis d'avoir très peu de profondeur de champs pour avoir un paysage net.

## **Photos gros plan**

Quelques photos ont été prises en gros plan comme la flore du parc. Pour réaliser ces gros plan il a fallut augmenter au maximum la profondeur de champs, avoir une très grand ouverture ( $f/2,8$ ) pour avoir un élément net et le fond très flou.







## Bilan

En réalisant cette série de photos, j'ai appris à avoir un regard plus précis et rigoureux sur la prise de vue et le cadrage. J'ai également appris à respecter un cahier des charges établi.

## Mises en situation

Voici quelques exemple de mises en situation en ville ou dans le parc du logo et des photos pour la promotion du site : [histoire-parc-buttes-chaumont.fr](http://histoire-parc-buttes-chaumont.fr)






Histoire du parc  
**Buttes-Chaumont**



[histoire-parc-butttes-chaumont.fr](http://histoire-parc-butttes-chaumont.fr)







Chapitre 04

# UI / UX Design

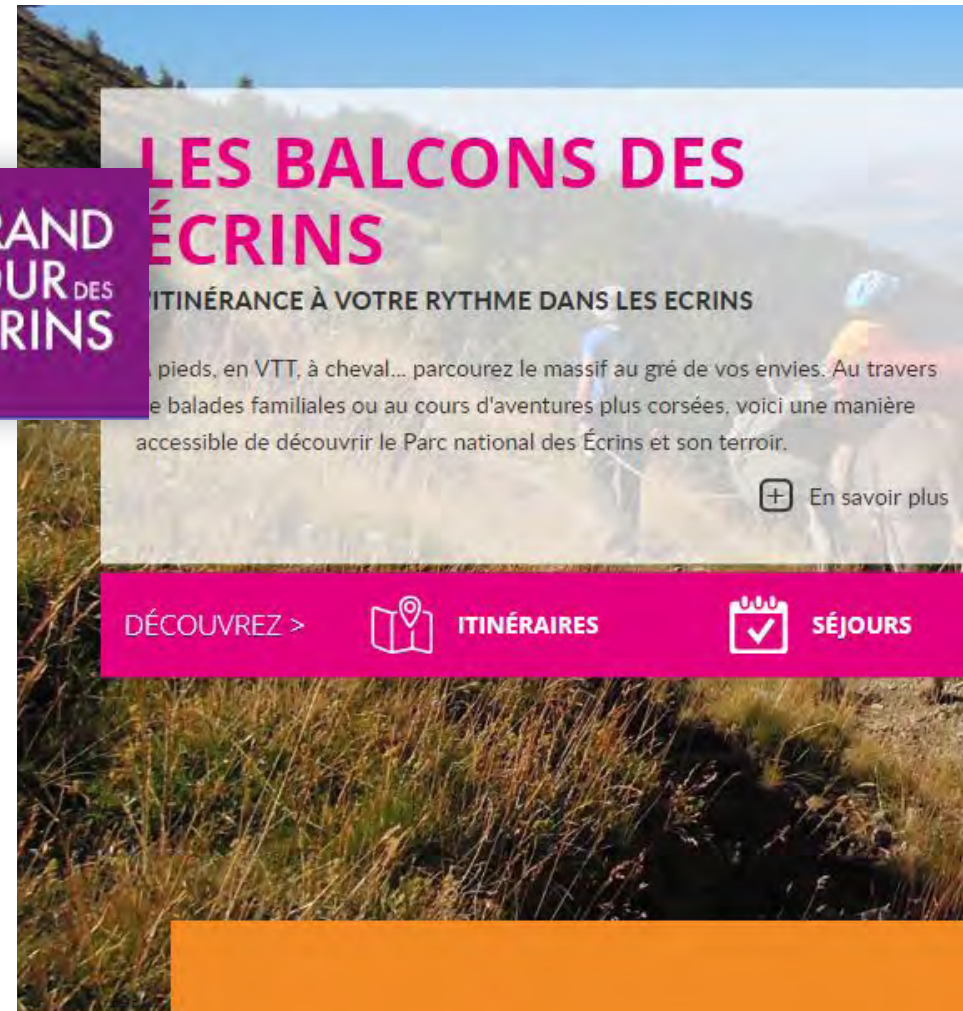
---

# Grand tour des écrins

## Analyse de l'identité graphique

Le site ainsi que l'identité visuelle du grand tour des écrins ont été refondus récemment. Le tour a maintenant un nouveau logo et une couleur principale : le violet. Cette charte graphique se retrouve dans le [site internet](#).

Lorsqu'on arrive sur la page d'accueil on peut observer les différentes images du slider et on remarque une unité au niveau des photos : plans larges, présence humaine. Lorsqu'on descend on a deux parties similaires mais qui se distinguent par leurs couleurs et leur contenu : le GR 54 et Les balcons des écrins. Pour casser cette structure on a plus bas un aplat orange avec une vidéo de présentation.



## Analyse des fonctionnalités

Une des fonctionnalités principale de ce site est la carte interactive (qui se situe sur chaque page de l'onglet Itinéraire). Cette carte est semblable à une carte papier pour les randonneurs, mais on peut choisir dans un menu à gauche d'afficher les tracés à pied, les tracés à vtt, ou les hébergements.

Un élément intéressant mis en avant dans le site est la disponibilité de télécharger une application pour retrouver les fiches pratiques, les itinéraires et être informé sur les services ou les patrimoines. De plus elle fonctionne en mode connecté ou déconnecté et avec le GPS pour naviguer sur les sentiers.

## Organisation des pages

Le menu est composé de 3 onglets principaux, avec un sous-menu sur chacun.

Dans l'onglet : Le Grand Tour des Écrins, chaque page est similaire, on a d'abord un texte d'introduction, puis une alternance entre texte et image. La mise en page est très simple. Il n'y a pas beaucoup de rythme, ni d'éléments graphiques pouvant habiller la page. En revanche les images restent de bonne qualité. Les onglets Itinéraire et Services renvoient vers la carte interactive.

## Ce que l'on garde

- Carte interactive
- Vidéo de présentation
- Charte graphique respectée
- Menu clair, court et précis
- Application

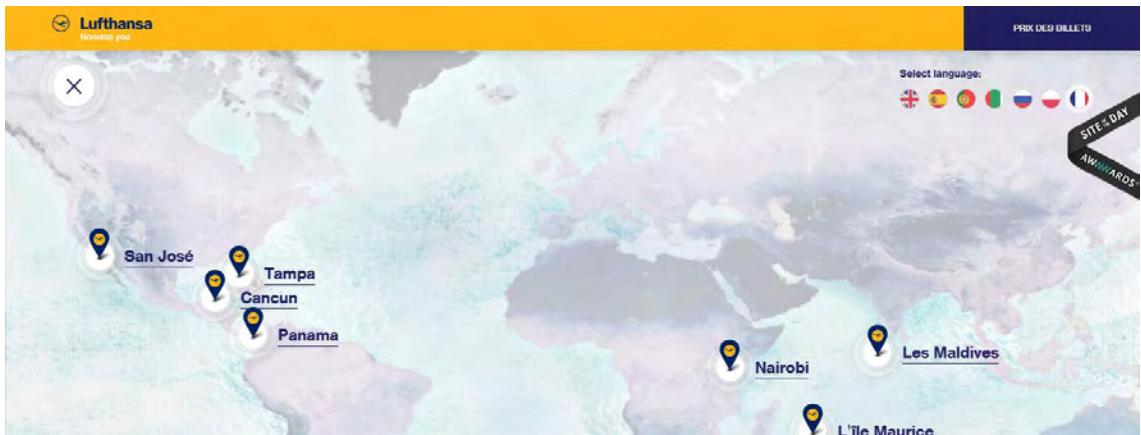
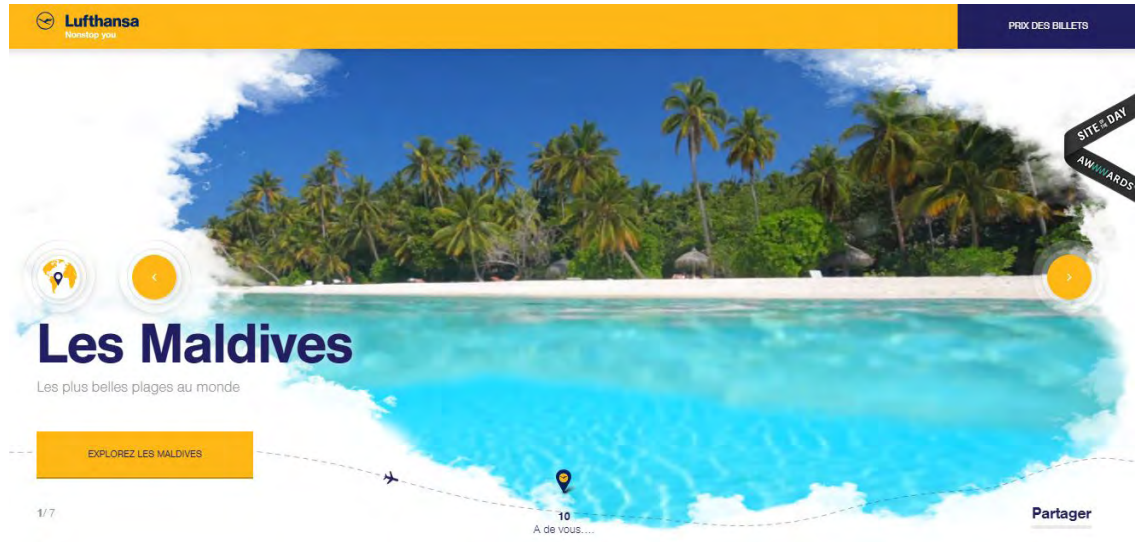


# Lufthansa- dreamscapes

**Lufthansa** est une compagnie aérienne allemande. Elle propose de nombreuses destinations tout autour du globe.

## Analyse de l'identité graphique

Leur identité est très marquée et reconnaissable grâce à leur logo et leurs couleurs : orange et bleu. Tout le long du site cette identité est gardée, ce qui crée une vraie unité graphique. Lorsqu'on navigue dans le site on trouve beaucoup d'éléments graphique comme les nuages, les traits qui correspondent au trajet de l'avion et les pictogrammes. Cependant tout cela est utilisé avec modération pour ne pas alourdir le site et gêner l'utilisateur.





## Analyse des fonctionnalités

On remarque que le site a beaucoup d'animations, effets d'arrivées au scroll, hover, un peu de parallaxe. Mais là encore ils sont utilisés intelligemment pour apporter du rythme.

La carte interactive correspond au menu de ce site, c'est par celle-ci qu'on passe de pages en pages. Elle est très intéressante, tout d'abord on y accède par le son bouton en forme de globe. Lorsqu'on arrive sur la carte on peut choisir une destination et on est aussi têt dirigé sur la page en question. Si l'on c'est trompé, le bouton «globe» reste fixe sur la page on peut donc a tout moment changer.

On trouve beaucoup de call to action incitant à partager ou à découvrir.

Quelques petites fonctionnalités sont intéressantes, comme le fait d'avoir la température actuelle et le nombre

d'heure d'ensoleillement par an. Cela donne à l'utilisateur un véritable aperçu de la destination comme si il y était, et ainsi lui donner envie.

## Organisation des pages

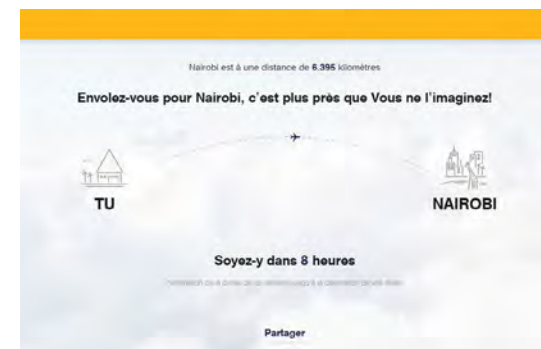
Sur chaque page, le contenu est très bien organisé, on trouve toujours un texte suivi d'une image pour illustrer et donner envie.

Pour apporter du rythme, en plus des animations, il y a parfois des vidéos , des sliders, ou des infographies.

Chaque page est organisée de la même manière : il y a d'abord une introduction, puis quand on descend on a plus de détail sur la destination (la gastronomie, la faune...) et lorsqu'on arrive tout en bas on nous propose de réserver un vol ou de voir une autre destination.

## Ce que l'on garde

- Un design très marqué
- Un unité en terme de design et de contenu
- Des pages rythmées par des animations ou un des éléments graphiques
- Des fonctionnalités très «user friendly»
- Une navigation par la carte interactive



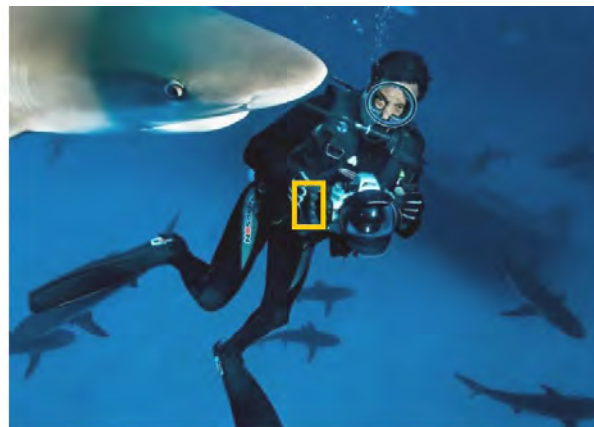
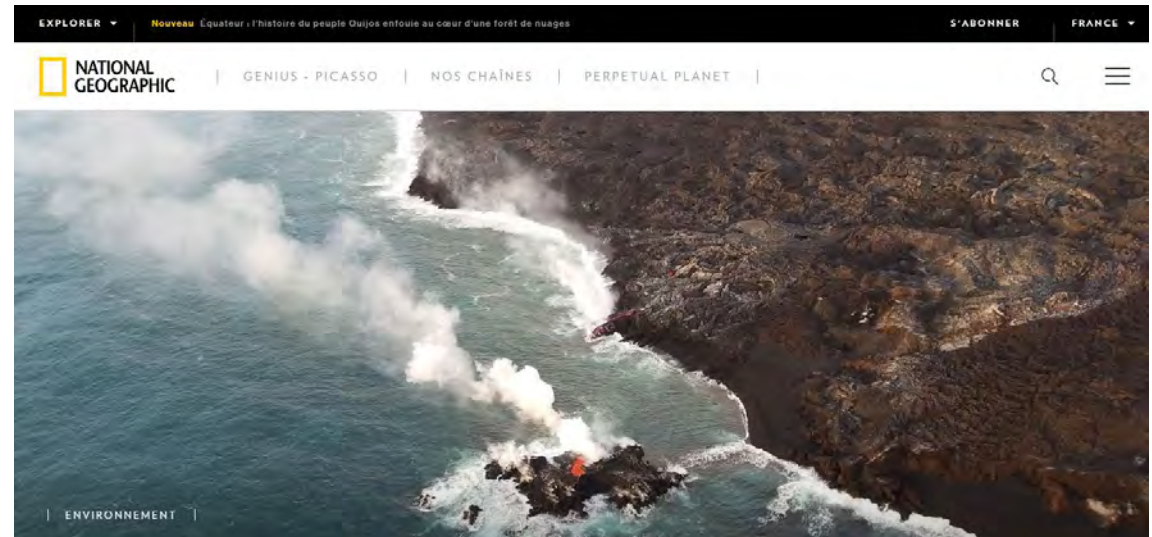
# National Geographic

National Geographic est un magazine mensuel publié par la National Geographic Society, une société américaine. Ici il s'agit du **site internet** où on retrouve des articles.

## Analyse de l'identité graphique

National Geographic est directement identifiable avec son cadre jaune. En effet on le retrouve dans me site mais il reste très discret. En revanche ce carré est rappelé avec les éléments très droit et les carrés à l'intérieur des pages. Pour casser ce côté droit / strict, certains titres sont placé en filigrane derrière les images.

Pour un unité graphique toutes les images sont d'une très grande qualité.



PERPETUAL PLANET |  
Rolex & National Geographic



## Organisation des pages

Nous avons ici plusieurs navigation : une première via le burger menu tout en haut, qui nous propose de découvrir les différentes catégories (photos, sciences, animaux...). Mais nous avons aussi un menu en haut à gauche qui nous amène sur des pages bien spécifiques n'ayant pas forcément de lien direct avec les articles de la page d'accueil. Par exemple la page Genius - Picasso, est une page dédiée à Picasso et les grandes périodes de sa vie d'artiste. On pourrait presque penser qu'il s'agit d'un site dans un site.

En ce qui concerne les articles, ils sont tous constitués de la même manière : avec d'abord le nom de la catégorie, un titre, un sous-titre, et une image suivi du texte explicatif.

## Analyse des fonctionnalités

On ne trouve pas beaucoup de «call to

action», les liens principaux ce font sur les titres.

En terme de User Experience, il y a quelques animations de hover et de parallaxe qui apporte du rythme à la lecture.

Mais au niveau hiérarchique l'utilisateur peut se perdre dans cette masse d'articles.

## Ce que l'on garde

- Une unité graphique
- Des photos de qualité
- Animations

| ANIMAUX |

## 12 portraits révélant les grands traits de caractère des manchots

Découvrez de superbes images de ces oiseaux bien-aimés.



Créatures charismatiques à l'apparence unique et aux rituels de reproduction singuliers, les manchots figurent parmi les animaux les plus aimés du monde.

Les 18 espèces varient considérablement en taille, allant du manchot empereur mesurant plus d'un mètre, un oiseau majestueux originaire du littoral accidenté de l'Antarctique, au petit manchot pygmée du Sud de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande qui n'atteint qu'une trentaine de centimètres.

De nombreux manchots évoluent dans des climats rudes, comme le manchot Adélie qui survit en Antarctique depuis près de 45 000 ans. Oiseaux coureurs et aquatiques, les manchots vivent presque exclusivement dans l'Hémisphère sud, où ils mettent en oeuvre leurs compétences expertes en plongée et en natation pour chasser de petites proies.

# Ma proposition de maquette

Avant de réaliser chacune nos maquettes respectives nous avons définis les wireframes de chaque pages du site. Et nous avons également validé une première version du logo de Virginie.

## Design

Avec ses éléments j'ai choisi de réaliser une maquette «one page» de la page «Aujourd'hui».

Pour le côté immersif du site j'ai choisi de mettre en avant les visuels par rapport au texte. J'ai aussi imaginé des éléments graphiques comme des petites infographies pour habiller la page et donner un contenu imagé au visiteur.

## Structure des pages

Chaque partie de la page est délimitée par des bloc de couleurs différentes afin que l'utilisateur ne soit pas perdu dans sa lecture.

Les textes sont courts et percutants, toujours suivi d'images.

Afin que ce soit clair pour l'internaute chaque page aura la même structure, en particulier le «header» (haut) de la page.

## Fonctionnalités

Pour l'expérience utilisateur j'ai rajouté un slider, ou pensé à des animations au scroll. Cela permet de dynamiser la page et de varier le contenu.

En haut de la page on incite l'utilisateur à scroller dans la page avec un bouton. Et lorsque l'utilisateur arrive à la fin on lui propose de passer à la phase


suivante, en cliquant sur toute la zone du bas.

La timeline (définie dans les wireframes) reprend les différentes étapes du parc. Elle devient le menu principal du site.

Le parc des Buttes-Chaumont

## Le parc aujourd'hui

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.



## Un parc comme neuf

" le poumon vert de Paris "




**6 Millions** visiteurs par an

**24 hectares**


### Un nouveau kiosque

L'île rocheuse qui se dresse au centre du lac des Buttes-Chaumont et son belvédère sont aujourd'hui grand ouvert au public.

Un nouveau kiosque a été installé en 2017 dans la partie basse du parc, face au manège, pour accueillir des animations, deux abris en bois accueille un point d'information sur les circuits du parc et la grande esplanade de 37 m a été remise en eau.

### Beaux chemins

Au début des années 2000, des injections de béton pour consolider les sols, la rénovation des pavillons et la reprise du réseau hydraulique pour réduire par quatre la consommation d'eau avaient été menées.



### Nouveaux équipements

Finis les voies bitumées avec leurs trottoirs fatigués. Les 8,5 km d'allées ont été remodelées, recouvertes d'un enrobé couleur sable et bordées de pavés de grès. Pour retrouver son esthétique second Empire, le mobilier a été unifié, notamment les 400 bancs publics dits « rustiques », les candélabres Lyre et les potelets de fonte imitation bois qui clôturent les pelouses au repos.



### Nouveaux équipements

Finis les voies bitumées avec leurs trottoirs fatigués. Les 8,5 km d'allées ont été remodelées, recouvertes d'un enrobé couleur sable et bordées de pavés de grès. Pour retrouver son esthétique second Empire, le mobilier a été unifié, notamment les 400 bancs publics dits « rustiques », les candélabres Lyre et les potelets de fonte imitation bois qui clôturent les pelouses au repos.



### Rosa Bonheur

À l'intérieur du parc des Buttes-Chaumont, le bar guinguette le Rosa Bonheur est devenu « le » nouveau rendez-vous de la nuit. Dans la chaleur de l'été, le lieu branché de la capitale se nomme : le Rosa Bonheur, situé au sein du parc des Buttes-Chaumont (XIX<sup>e</sup>). Un mélange de bar, de buvette, de guinguette, où se pressent chaque soir de nombreux parisiens. Il aura donc fallu à peine un an au Rosa Bonheur, ouvert depuis août 2008, pour devenir incontournable...

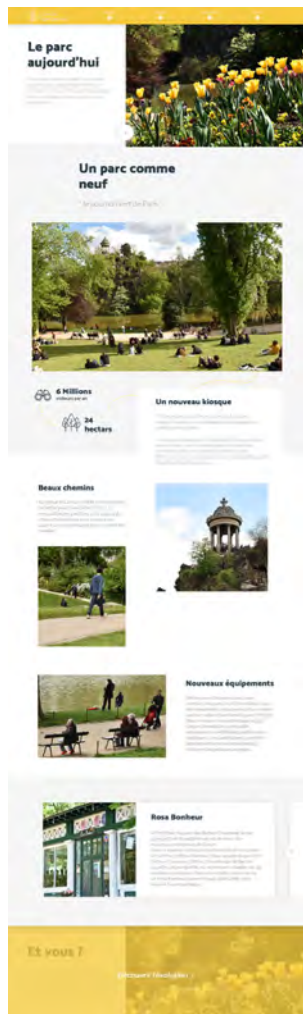


### Rosa Bonheur

À l'intérieur du parc des Buttes-Chaumont, le bar guinguette le Rosa Bonheur est devenu « le » nouveau rendez-vous de la nuit. Dans la chaleur de l'été, le lieu branché de la capitale se nomme : le Rosa Bonheur, situé au sein du parc des Buttes-Chaumont (XIX<sup>e</sup>). Un mélange de bar, de buvette, de guinguette, où se pressent chaque soir de nombreux parisiens. Il aura donc fallu à peine un an au Rosa Bonheur, ouvert depuis août 2008, pour devenir incontournable...

Et vous ?

Découvrir l'évolution >









Chapitre 05

# Bilan

---

## Pour conclure...

Ce projet a été très varié, j'ai beaucoup apprécié l'apport de la photographie a un projet comme celui-ci. Cela apporte une touche encore plus personnelle au site final.

Les difficultés rencontrées se sont portés sur la gestion du temps, et du stress, même si notre groupe avait défini un planning, j'ai été parfois pris de court et ai dû redoubler d'effort pour finir à temps.

Mais ce projet m'aura permis d'apprendre de mes erreurs, et il aura été très bénéfique pour moi.



