de l'anthropophagie



04	Thématique
	04 Brainstorming & recherches
	05 Contextes

Commanditaire Analyse de l'existant Concept du site web Identité visuelle

- 22 Recherches & analyse
- 25 Concept commun
- 28 Mises en situation

Iconographie

- UI et ergonomie
- **36** Benchmark
- 40 Arborescence
- 42 Wireframe
- 45 Persona
- **49** Tests utilisateurs
- **51** Parcours utilisateurs
- 53 Itération
- 60 Hiérarchisation du contenu



Thématique

BRAINSTORMING & RECHERCHES

Nous avons choisi comme thématique **l'histoire de l'anthropophagie**, qui est une des branches du cannibalisme.

Pour rappel, le cannibalisme est la pratique qui consiste à manger un membre de sa propre espèce, ce terme s'applique donc aux **animaux** et aux **humains**.

L'anthropophagie concerne uniquement l'être humain. Ce terme s'applique donc uniquement lorsqu'un humain mange partiellement ou entièrement un autre être humain.

L'anthropophagie est un sujet **délicat** et **tabou**, qui attise la curiosité ou qui **indigne** la population. Nous pensons qu'il est difficile d'en parler et que de ce fait, cela peut être un **challenge intéressant**.



POLITIQUE

CHINE 1966 & 1976

Durant la révolution culturelle entre 1966 et 1976 en Chine, on découvre que des événements politiques, au nom d'une idéologie et de rituels politiques ont causé un massacre cannibaliste. Cela s'appellera plus tard, le **Massacre de Guangxi**. Ce massacre fût une série d'évènements impliquant le lynchage et le massacre direct dans la province chinoise de Guangxi.

Ce **cannibalisme massif** a uniquement été dans un but politique et idéologique, aucune forme de famine ne l'a provoqué.

Durant cette période, de **macabres banquets** ont vu le jour où des convives dévoraient les organes de leurs victimes « contre-révolutionnaires ».





RUSSIE 1921-1922

Après la prise du pouvoir par les **bolcheviks** en 1921-1922, environ 40 millions d'habitants de la Russie ont été menacés de **famine**.

Les Américains ont alors décidé d'aider la Russie communiste nouvellement formée.

En novembre 1917, les bolcheviks ont pris le pouvoir en Russie par un coup d'État. Dès lors, Lénine entre dans la guerre idéologique contre le monde capitaliste. Il accuse les Américains, les Français et les Britanniques de tenter de renverser le nouveau régime communiste à Moscou afin de restaurer le tsarisme.

À la fin de la guerre civile, la famine avait donné lieu à de **l'anthropophagie**.





CULTURE

PEUPLE FORE

Le peuple Fore, une tribu papou de Papouasie-Nouvelle Guinée, mangeait leurs proches. Ils appelaient cette pratique le **recyclage familial.**

La moelle et le cerveau étaient consommés. C'est dans cette tribu qu'on découvre la maladie de Kuru ("trembler de peur") provoquée par l'acte anthropophage : les muscles fondent et de nombreux tremblements apparaissent.

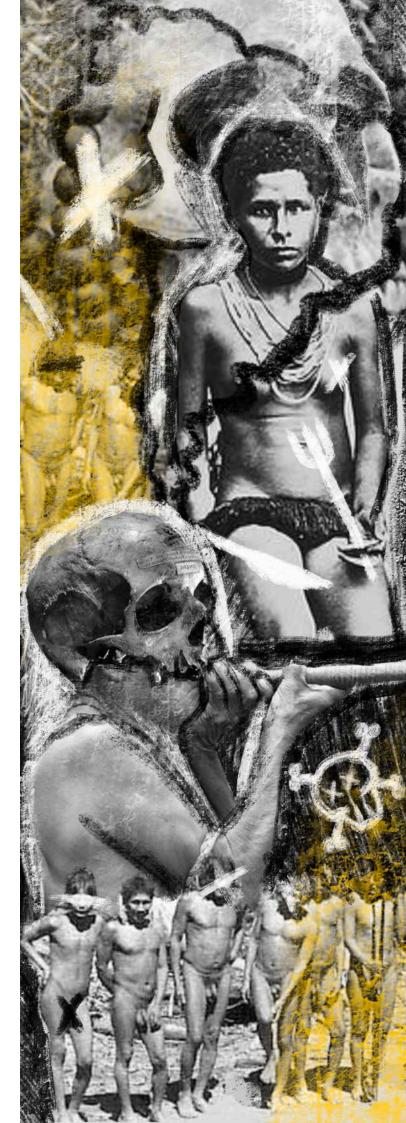
RELIGION

LES WARI

Le peuple des Wari (ou Huari) est un peuple situé à Rondônia, un État du Brésil. Jusque dans les années 60, les Wari pratiquaient le **cannibalisme funéraire** et le **cannibalisme guerrier**. Nous allons nous concentrer sur le cannibalisme funéraire.

Les Wari mangeaient leurs proches pour leur permettre de **libérer leur esprit**. Seuls les non-parents pouvaient ingérer les parties du cadavre.

Les parents (la mère, le père, les frères, les sœurs, cousins du même sexe et conjoint.e) ne peuvent pas manger leur proche car "ils se souviennent trop fort de lui".



FAMINE

« La famine conduit les individus à s'entre-dévorer, finalement cela opère à une sorte de sélection naturelle. On se nourrit et on fait en sorte qu'il y ait moins de bouches à nourrir dans le contexte où les tensions sont très fortes et que les vivres manquent. »

Jacques-Olivier Boudon

Au moyen-âge en France, nous avons un nombre très important de famines. Au moins une toutes les 6 à 7 ans, cela conduit les populations à avoir recourt à l'anthropophagie. On a quelques témoignages notamment dans les pénitentiels.

Les pénitentiels parlent pour certains du cannibalisme mais on est discret. C'est **tabou**, on en parle peu. Ces témoignages sont toujours des témoignages extérieurs, indirects. Il est rare que les anthropophages s'expriment.

Le chroniqueur Raoul Glaber décrivit dans ses Histoires la famine, qui sévissait en Bourgogne (1030 - 1033), en évoquant notamment comment des voyageurs furent égorgés et servirent de nourriture à ceux qui les avaient accueillis; ou encore comment, attirés dans des lieux isolés avec un fruit ou un œuf, des enfants furent **massacrés** et **mangés**.

Dans le témoignage de Glaber il désigne les hommes affamés ayant recours à l'anthropophagie comme des **hommes furieux**.

La fureur permet d'expliquer ce comportement anormal qui sort des normes et brise le tabou. C'est un élément qu'on retrouve dans l'Histoire, on explique l'anthropophagie en désignant les Hommes qui la pratiquent comme des **sauvages**.

CRIMINALITÉ



En 1981 à Paris, Issei Sagawa, étudiant japonais, tue et consomme en partie une camarade néerlandaise de sa faculté, dont il disait être amoureux.

On l'interne dans un premier temps en France puis il finit transféré au Japon où on le juge **irresponsable**.

Il existe une potentielle corrélation entre l'anthropophagie et la démence.

On estimait qu'il fallait **sortir de sa condition humaine** pour pouvoir expliquer cette pratique.

Aujourd'hui, Issei Sagawa vit une vie normale au Japon.

Il a notamment publié des livres où il détaille ses **pulsions**, il a également tourné dans des publicités télévisées pour des restaurants de viande et il a participé à des émissions culinaires.

Le **code pénal** ne punit pas les faits d'anthropophagie en France, pas plus que les traités de théologie morale de l'époque.

Ce silence s'explique par le fait qu'on ne trouve moralement pas possible de commettre un acte anthropophagique sans inclure d'autres facteurs tel que la démence.



VOLONTARIAT

Le **don de soi** est la propre volonté de **donner sa chair**, généralement chez les jeunes épouses, pour combler la famine et particulièrement la maladie.

L'acte était pour honorer les familles et leur nom.

On remarque qu'en Chine, de l'Antiquité à 1912, 780 pratiques cannibales étaient reliées pour la piété filiale, c'est-à-dire par volontariat. Il s'agit uniquement des pratiques qui ont été recensées et on peut donc imaginer qu'il y ait plus de cas.

Cela provient en particulier du botaniste et médecin Chen Zanggi qui présente la chair humaine comme un **médicament**. Il recense 35 parties ou organes du corps humain pouvant traiter de différentes maladies et douleurs.

du monde »



RE:PLEASE EAT ME [FOLLOW UPS]

[Post Followup]

[The Cannibal Cafe Forum]

[FAQ] Posted by Franky on September

Posted by your next meal on Septembre 17, 2002 at 09:37:25:

if anyone wants to eat an 18 yr old gorgeous male by any means you wish, then just tell me how you would feel whilst devouring my horny flesh into ur belly and i will reply to you so we can discuss real arrangements, please eat me!

Posted by Franky on Septembre 17, 2002 at 13:48:57

In Reply to: please eat me posted by your next meal on September 17, 2002 at 07:22:34:

Hi, i am Franky from Germany, i will eat you. Please tell me your high and wight, also send me a Pic from you. Where you are from? I hope you can come quick to me, i am a hungry Cannibal. Mail me at: antrophagus@hotmail.com Your butcher Franky

Commanditaire

FONCTIONNEMENT & BESOINS

Artips est une plate-forme de e-learning proposant des parcours éducatifs et ludiques pour enrichir votre culture générale et retenir l'essentiel de chaque sujet grâce à des leçons courtes composées essentiellement d'anecdotes. Artips est composé de 200 contributeurs, des guides de musées, professeurs et étudiants en Histoire de l'Art, médiateurs...



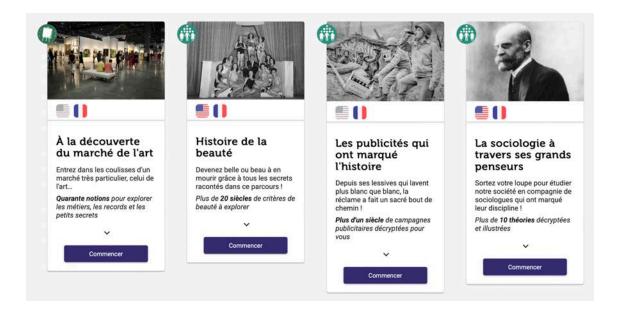
Une fois connecté sur Artips, vous accédez à plusieurs cours classés par thèmes variés tels que : l'Histoire de l'Art, le Cinéma, la Musique, l'Art de vivre, les Cultures du monde, les Arts vivants, la Littérature, l'Histoire et la Géographie, la Société, le Territoire, les Sciences, la Culture numérique et le Sport.

Après avoir sélectionné un thème vous pouvez choisir un sujet portant sur celui-ci.

Les sujets se divisent en 4 leçons de 15 minutes. À la suite de chacune d'elles, un questionnaire noté est à réaliser dans l'objectif de voir si la leçon est bien assimilée pour pouvoir passer à la suivante.

Le questionnaire, issu de chaque leçon, est réalisable plusieurs fois dans le cas où l'utilisateur souhaiterait avoir une meilleure note ou tout simplement pour mieux comprendre la leçon.

Un examen final sur le sujet sélectionné, réalisable une seule fois, est alors proposé pour tester vos connaissances sur l'ensemble du sujet.



Souhaitant approfondir les informations sur le cours d'Artips concernant l'anthropophagie, nous **collaborons** avec celui-ci afin de pouvoir proposer à ses utilisateurs de pouvoir apprendre davantage dans un esprit **ludique** et **interactif**.

Notre collaboration permet de pouvoir rester un **site ouvert** et de potentiellement rediriger notre propre public vers Artips et inversement.

Qui est le public ciblé?

Des adultes de 17 à 30 ans inscrits sur la plateforme e-learning Artips par le biais de leur établissement de formation, ainsi que des adultes cherchant des informations sur le sujet via les moteurs de recherche, désirant se cultiver en s'amusant. Pour ce public, Artips souhaiterait que le site soit :

Interactif

Pour une **pédagogie** et un **apprentissage actif**, il est nécessaire d'amener l'utilisateur à **explorer** le site afin de trouver les informations sur les différents faits d'anthropophagie. L'utilisateur est **acteur**, pas seulement spectateur.

Ludique

Le sujet est sérieux et il regorge d'informations conséquentes, l'interface utilisateur doit être adaptée à la cible qui est jeune et dynamique. Il existe déjà des sites encyclopédiques, scientifiques etc... rédigés par des experts. Le but étant de se démarquer en apprenant en s'amusant.

Analyse de l'existant

ANALYSE CONCURENTIELLE



Brainstorming autour de l'analyse concurrentielle



Playhooky

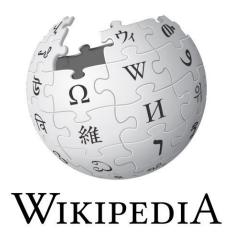
- Site de **vulgarisation** scientifique orienté informatique
- L'information sur un sujet est **segmentée**
- Beaucoup **d'illustrations** Cible : étudiants, enseignants

Nota Bene

- Vulgarisation de l'information
- Format vidéo dynamique
- Informations disponibles rapidement, "sans effort"

Nota Bene est un youtubeur ce qui lui donne un avantage : on s'attache à la personne qui nous raconte l'histoire et, grâce à la plateforme Youtube, cela lui permet de **créer un lien** avec sa communauté. De plus, l'information est donnée de façon **dynamique** et **rapide**.





Wikipédia

- Encyclopédie en ligne
- Informations structurées et sourcées
- Participation de la communauté

Les sites encyclopédiques comme Wikipédia sont très bien **sourcés**, mais l'information n'est pas vulgarisée, ce qui force l'internaute à **chercher** une information et à **faire le tri**: l'information n'est pas immédiate.

Napoleon.org

- Non-vulgarisation de l'information
- Accès à des vidéos Youtube de la fondation Napoléon

Le site d'histoire de la fondation Napoléon, permet de : découvrir l'histoire napoléonienne pas à pas, parfaire ses connaissances et poursuivre des recherches personnelles.

Le site s'adresse à tous les amateurs et les historiens passionnés, scolaires ou adultes.

La plateforme est un riche ensemble d'articles et de dossiers thématiques, d'images commentées, et d'outils pour travailler.



Histoire de l'anthropophagie

Pour se démarquer des sites existants cités précédemment, il est important de travailler sur une interface interactive, afin que l'utilisateur accède à l'information synthétisée, de façon intuitive.

Il pourra de façon **ludique** et **rapide**, découvrir l'information en naviguant sur notre site web, et ainsi **provoquer des animations** qui accrochent l'œil et donnent envie d'en apprendre plus.



Concept du site web

EXPLICATIONS & OBJECTIFS

Nous sommes une plateforme indépendante et ouverte en partenariat avec Artips, fonctionnant sur le principe du **storytelling*** au travers d'anecdotes (car cela permet de pouvoir **captiver son audience** et de rendre son contenu plus **attrayant**).

L'objectif même de ce partenariat est de pouvoir promouvoir Artips en restant un site ouvert à tout utilisateur désirant **approfondir leurs connaissances** sur l'anthropophagie, tout **en s'amusant**.

Nous souhaitons réaliser un site web qui permettra aux utilisateurs de se former, se cultiver, et d'ouvrir leur esprit via un contenu singulier, interactif et ludique.

Un site web **moderne** tant dans sa conception, son ergonomie, que dans son contenu qui pousse l'utilisateur à la curiosité et l'envie de découvrir davantage l'anthropophagie et ses secrets.

(*Storytelling: Selon Uri Hasson de l'Université de Princeton, le cortex insulaire d'une personne qui raconte une histoire et celui de la personne qui l'écoute peuvent se synchroniser. Le conteur et l'auditeur ressentent alors les mêmes émotions en partageant cette histoire.)

Nos objectifs

Proposer des informations fiables , sourcées et facilement accessibles pour notre public afin de ne pas perdre le lecteur.
Solliciter l'attention et la mémoire visuelle à travers des schémas et illustrations. Certaines illustrations peuvent être comiques , afin de se différencier d'une simple encyclopédie. D'autant plus que l'anthropophagie n'est pas un sujet léger, cela peut être un défi à relever.
Une interface interactive , peu présente sur les sites des concurrents, afin de séduire l'utilisateur et qu'il puisse assimiler l'information de façon ludique , en agissant.
Segmenter l'information afin que l'utilisateur puisse apprendre pas à pas.

Identité visuelle

RECHERCHES & ANALYSE



Nota Bene

Contexte

Nota Bene est une émission de vulgarisation de l'Histoire. Le but est de faire découvrir de nombreux sujets en rapport avec l'histoire de façon **légère** et **compréhensible**. Compilation d'anecdotes, traitement d'un sujet de société, synthèses de mythologies.

Logo

Ce logo symbole a une fonction phatique, il est visible, a un impact et est attractif grâce à son design graphique axé sur le minimalisme. Le logo représente un personnage à l'apparence iconique, dans l'Europe du XVIIe siècle les médecins se couvraient de la tête aux pieds et portaient un masque doté d'un long bec d'oiseau. Nota Bene a certainement choisi ce logo car il mentionne régulièrement à travers son contenu les différentes maladies qui ont existé à travers l'histoire.

Couleur

Le choix du bleu a supposément été choisi car il représente la **vérité** et la **sagesse**. Cette couleur invite à **l'évasion**, au **voyage** et à la **découverte** ce qui correspond à l'aventure que nous propose de découvrir Nota Bene a travers le temps et l'histoire.

Le personnage lui est en noir et blanc ce qui correspond au personnage "médecins de la peste" à la fois iconique et menacant.

Contraste

Nous avons ici un contraste clair et obscur entre le bleu turquoise utilisé en fond et le personnage en noir et blanc.

L'Effet Papillon

Contexte

Comme en témoignent son titre et son slogan, « Ce qui arrive aux uns affecte toujours les autres... », le magazine adopte le concept de l'effet papillon. L'émission propose de trouver et d'analyser des événements à priori insignifiants, puis de les amplifier jusqu'à ce qu'ils aient des conséquences imprévues. Le programme alterne reportages, sujets alternatifs, enquêtes et rubriques.

Logo

Ce logo emblème incorpore à la fois du texte et un symbole, il a une fonction également **phatique** pour les mêmes raisons que les logos précédents.

Symbole

Le symbole hexagonal fait penser à une alvéole de ruche d'abeille, cela pourrait représenter le **labeur** et le **collectif**, le fait de tous s'unir pour le bien de la communauté. Il pourrait également signifier la France que l'on appelle communément l'hexagone pour symboliser son origine française.

Typographie

C'est une typographie **linéale**. Physique : imposante, grande, élancée

Caractère: Sérieux, brutale, stable Vocation: nous rappeler qu'ils transmettent des informations capitales

Le fait d'avoir choisi de mettre le texte en lettres capitale, peut indiquer selon moi qu'il vont transmettre



des informations d'une grande importance, sans filtre.
Le texte bien qu'en décalage est soutenu par 3 lignes de chaque côté ce qui lui donne une impression de stabilité et un contenu structuré.

Couleur

Tout comme le premier logo "Nota Bene" cette couleur bleu turquoise invite a la découverte il peut faire également référence à notre planète car l'océan recouvre 71% de la surface du globe.



France Culture

Contexte

France Culture est la station de radio culturelle nationale publique française du groupe Radio France. Elle propose une analyse de l'actualité économique, historique, politique, littéraire et scientifique, française et internationale. Intitulée France Culture en 1963, la station thématique naît en 1945 sous le nom Programme national puis France III - National en 1957.

Logo

Ce logo combiné (typographie + symbole) a une fonction **phatique**, il suscite l'intérêt, la visibilité et la reconnaissance. Nous pouvons supposer que le symbole placé en haut à droite du logo est un bouton de radio. Ce bouton symbolise l'accès à l'information et la culture en sélectionnant la bonne fréquence. Le design graphique de ce bouton est de composition minimaliste.

Typographie

C'est une typographie linéale / humane (déliés peu marqués au niveau du U et du R)

Physique : moderne car sans serif, mais aussi une touche d'ancienneté avec le délié du U et du R.

Caractère : sérieuse, clarté de l'information, simple.

Vocation: instruire, transmettre

de l'information

Nous pensons que cette typographie représente bien cette radio qui est née dans un contexte historique particulier, la seconde guerre mondiale, ce qui peut justifier le choix d'une inspiration humane, tout en allant vers le **modernisme** et la **digitalisation** de la plateforme avec l'aspect linéale.

Forme

Tout comme Orange, France Culture a fait le choix d'une forme carré pour son logo, nous y voyons une forme de stabilité, de sérieux.

On peut également y voir une station de radio minimaliste.

Couleur

Le violet est la couleur principale de ce logo, il représente à la fois le savoir, la spiritualité mais aussi le **mystère**. Il trouve donc toute sa place dans ce logo car le mystère amène à la curiosité et la curiosité au savoir.

Contraste

Il y a un contraste **clair-obscur** entre la typographie de couleur blanche et le fond du logo violet. Cela rend le nom plus lisible et plus clair.

CONCEPT COMMUN

Pour le concept commun de notre logo, nous souhaitons pouvoir retranscrire la fonction **phatique** et **expressive**. La fonction expressive permet de fournir une garantie à notre marque, étant donné que nous avons un contenu tourné vers la **transmission** d'informations vérifiées et légitimes, cela procure donc une première approche crédible à notre site. La fonction phatique quant à elle permet **d'instaurer le contact** avec

les utilisateurs et de **susciter leurs intérêts** et la **visibilité**, parfaitement adapté à un site interactif.

En conclusion, nous souhaitons que notre logo représente le sujet principal du site, l'Homme.

Qu'il soit ludique sans exagération, qu'il soit différent de la concurrence, qu'il **interpelle** le public et attise sa **curiosité** sur notre sujet.



























Forme

Pour le logo final, le crâne reprend la l'étymologie du terme anthropophagie avec "anthropos", signifiant l'être humain et la "phagia" le fait de consommer est représentée par le croc sur le sommet du crâne.

Couleurs

Pour les couleurs, nous sommes parties sur un contraste clair obscur avec un ajout de jaune, rappelant l'association de cette couleur avec les hors-la-loi, les exclus et donc de la similarité à notre sujet considéré depuis toujours comme **tabou**.

Typographie

La typographie est une linéale. Physique : imposante, grande, élancée

Caractère : Sérieuse, clarté de l'information, simple, autoritaire, brutale

Vocation : Instruire, transmettre de

l'information

Nous avons choisi cette typographie pour sa **lisibilité** sur le web, il n'y a pas de sens caché par sa forme, elle est moderne car sans serif. Les différents sujets traités sur notre site web sont souvent anciens dans le temps et auraient pu justifier l'usage d'une typographie avec serif. Néanmoins l'anthropophagie étant toujours d'actualité nous avons fait ce choix.



Nous avons également fait une version du logo en niveau de gris pour les impressions qui ne sont pas en couleurs (noir et blanc type fax) afin d'être sûr que celles-ci ne compromettent pas la lisibilité du logo, ou vérifier qu'il y ait bien une lisibilité du logo pour l'impression.



Histoire de l'anthropophagie











Le 3ème va vous ÉTONNER







Iconographie

PICTOGRAMMES

Démarches et intentions

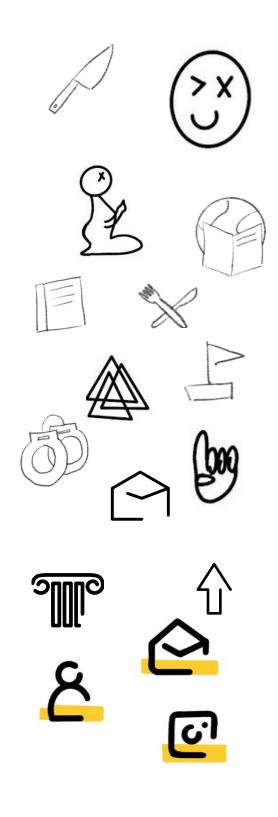
Nous avons d'abord procédé par une sélection au préalable des pictogrammes utiles à notre site web. Pour le choix graphique de nos pictogrammes, nous souhaitions pouvoir retrouver une **cohérence** entre ceux-ci et notre logo.

Il était cependant important de pouvoir se **différencier** de notre logo, très ressemblant à un pictogramme afin de ne pas confondre celui-ci avec nos pictogrammes qui seront essentiellement présents sur notre barre de navigation.

En effet, chacun d'eux représente un contexte qui découle de nos recherches sur notre thématique. Nous avions besoin de catégoriser celles-ci et avons fait le choix de les mettre en avant par le biais de pictogrammes comme vu précédemment dans notre benchmark.

Il était important de conserver un aspect **ludique**, à l'image du concept de notre site.

Ils retranscrivent une fonction **phatique** et **expressive** afin d'attiser la curiosité de l'utilisateur et l'amener à cliquer sur ceux-ci.





Charte graphique

Notre charte graphique consiste en un contour noir épais et gras, aux extrémités arrondies.

Le contour reste néanmoins moins gras que le logotype afin de ne pas prendre le dessus sur celui-ci et de bien les différencier.

Les formes **rondes** des pictogrammes permettent **d'adoucir** l'aspect strict et effrayant de notre sujet, l'anthropophagie. Le contour noir permet quant à lui de faire un rappel à notre logo.

Par ailleurs, les tracés de nos pictogrammes sont **scindés** en plusieurs parties. De cette manière, nous supposons que les pictogrammes ont été **dévorés**, comme l'action de consommer de la chair humaine.

Réflexion en amont

La difficulté première des pictogrammes était de les représenter selon **l'imaginaire collectif** de nos utilisateurs.

Ils sont pensés pour apparaître dans la barre de navigation et représentent des thématiques et contextes propres à notre sujet. Il était donc important que leur signifiant fasse preuve **d'affordance**, afin que cela ne freine pas les utilisateurs dans leur navigation.

De ce fait, nous avons pu effectuer divers tests sur des utilisateurs afin d'observer si les pictogrammes choisis étaient compréhensibles, avant de pouvoir les affiner.

Signification des symboles

Religion: Les mains jointes représentent une prière qui est une action commune à la majorité des religions.

Famine : Il représente la faim, le manque de nourriture. S'il n'y a plus de chair, il ne reste que l'os à ronger.

Criminalité : Les menottes sont employées pour arrêter les criminels. Politique : On retrouve une personne derrière un pupitre, prête à tenir un discours.

Politique : On retrouve une personne derrière un pupitre, prête à tenir un discours.

Volontariat : Un doigt levé pour se porter volontaire d'une demande, d'un besoin.

Fun facts : Un émoticône souriant et complice pour signifier l'aspect ludique des anecdotes. Il est éborgné, c'est un rappel au crâne de notre logotype.



UI & ergonomie

BENCHMARK

Nous avons sélectionné des sites d'information ou racontant une histoire afin de d'analyser les points positifs et négatifs de leur interface.

Playhooky

playhooky.fr



Menu en pictogramme

Site avec beaucoup d'espace, sujets sous forme de rectangle de 3

Présence de mots clés cliquables pour arriver sur le thème ciblé

Réseaux sociaux en haut à droite dans la barre de navigation, ils pourraient être dans le footer car une barre de navigation est avant tout destiné à la navigation sur le site

Nota Bene

youtube.com/c/notabenemovies



Vidéo courte pour une information précise

Côté ludique

Format uniquement vidéo (youtube), difficulté à trouver un sujet précis

Wikipédia

fr.wikipedia.org



Menu en pictogramme

Site avec beaucoup d'espace, sujets sous forme de rectangle de 3

Présence de mots clés cliquables pour arriver sur le thème ciblé

Réseaux sociaux en haut à droite dans la barre de navigation, ils pourraient être dans le footer car une barre de navigation est avant tout destiné à la navigation sur le site

Napoleon.org

napoleon.org



Menu simple et précis, on sait sur quoi on va tomber en cliquant

Information sous forme de carte

Possibilité d'avoir des filtres dans des sujets précis (Chronologie -> choix d'un thème et/ou période)

Le logo ne permet pas de retourner sur la page d'accueil

Présence d'un picto pour l'accueil mais pas pour le reste du menu

The Guardian

cutt.ly/9JSlvgB



Barre de navigation sous forme de pictogrammes

Carte avec des points d'interaction

L'instruction de la carte est dissimulée dans un paragaraphe

20 minutes

cutt.ly/QJSlUIp



Barre de navigation fixe

Ombre potée pour différencier la barre du contenu principal

Corps de la page étroit, fludifie la lecture

Recommandations d'artciles à droite

Mauvaise hiérarchisation des pictos, les réseaux sociaux sont plus mis en avant que le bouton menu, on le voit en dernier

Banksy Roadmap

cutt.ly/4JSID1k



Barre de navigation fixe

Ombre potée pour différencier la barre du contenu principal

Corps de la page étroit, fludifie la lecture

Recommandations d'artciles à droite

Mauvaise hiérarchisation des pictos, les réseaux sociaux sont plus mis en avant que le bouton menu, on le voit en dernier

CONCLUSION DU BENCHMARK

Après une analyse des différents

sites concurrents, pour la conception de notre site nous avons décidé de reprendre certains aspects qui nous semblent pertinents. Notamment, la barre de navigation sous forme de pictogrammes que nous trouvons **ludique** par son apparence et suffisamment singulière pour attiser la curiosité de l'utilisateur. Nous souhaitons cependant afficher la signification de ceux-ci en dessous, afin que la lecture de l'utilisateur soit plus fluide. Notre barre de navigation contiendrait donc uniquement des pictogrammes pour les contextes liés à l'anthropophagie ainsi que notre logotype à gauche qui servira également de bouton d'accueil. Celle-ci sera **fixe** et permettra un scroll infini sans problème, elle

Sur notre page d'accueil, nous reprendrons le système de **carte interactive**. Nos utilisateurs pourront directement **s'immerger** dans le sujet et naviguer avec la souris afin de choisir leur destination. Nous y intégrerons des **repères** afin d'inviter l'utilisateur à les survoler avec le curseur pour voir apparaître le drapeau du pays sur lequel il se trouve.

contiendra une **ombre portée** pour se démarquer du contenu principal

du site.

Ensuite, sur la page qui regroupera les différents contextes, nous souhaitons présenter nos différents articles sous forme de **cartes**. De cette manière, nous regrouperons un maximum d'informations sans avoir des textes d'une quantité trop importante sur une seule page, avec suffisamment d'espace pour que la lecture soit **aérée**.

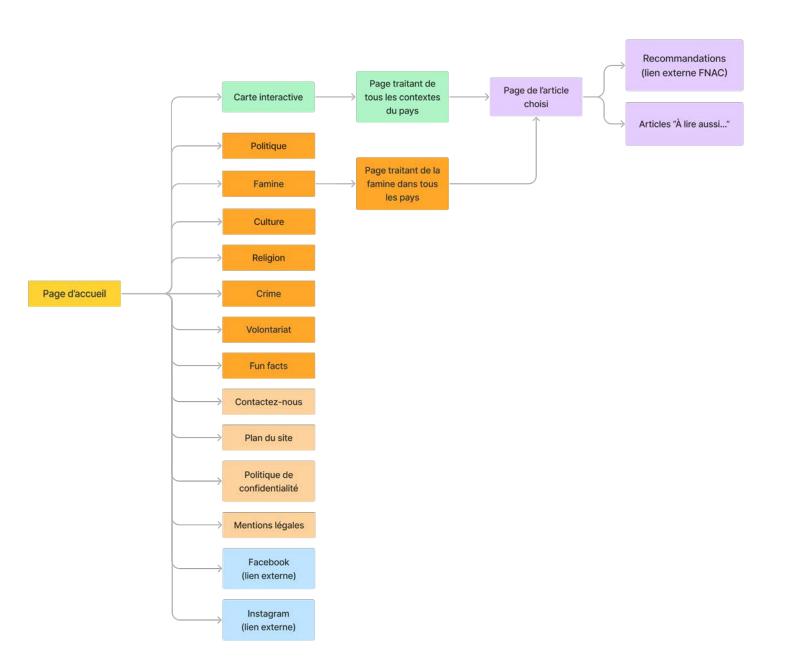
Au bas de chaque carte nous retrouverons un **call-to-action** "découvrir".

Après avoir cliqué sur celui-ci, l'utilisateur pourra retrouver en plus du contenu textel, des vidéos afin de proposer un contenu plus **dynamique** et **visuel**.

Il retrouvera à droite de la page, des recommandations d'article.

Enfin, nous reprenons également le système **d'anecdotes courtes** de Wikipédia (section "Le saviez-vous ?") que nous mettrons dans une page "Fun Facts".

ARBORESCENCE



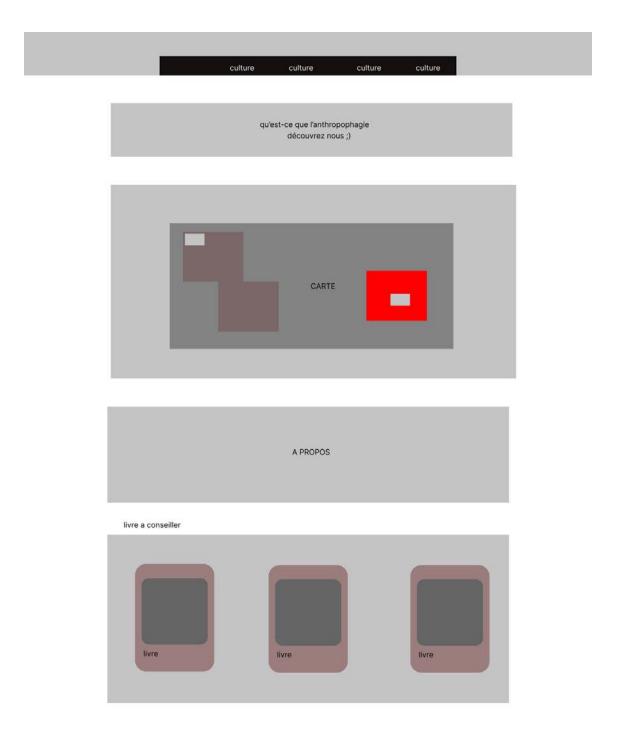
Sur la page d'accueil, nous pouvons tout d'abord retrouver une barre de navigation. Vient ensuite une carte interactive et enfin un bas de page contenant : les réseaux sociaux, un lien interne pour une page contact. Ainsi qu'un lien interne vers un plan du site, une politique de confidentialité et enfin les mentions légales.

Nous avons mis en place une double navigation par le biais de la carte interactive et la barre de navigation. Cela permet à l'utilisateur de choisir son parcours selon ses préférences :
S'il préfère voir les cas d'anthropophagie dans un pays (par la carte) ou contexte précis. (depuis la barre de navigation)

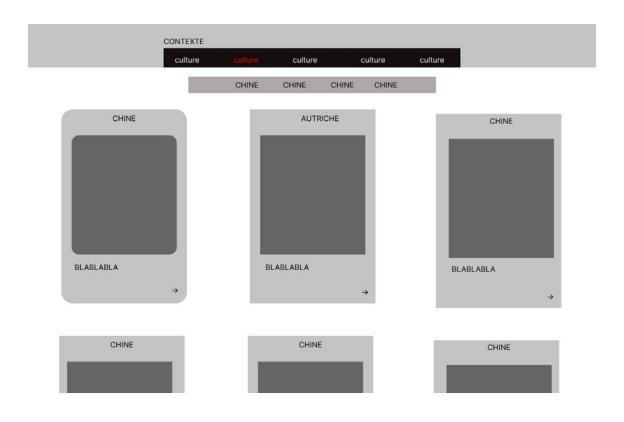
Son choix le mènera soit dans une page traitant de tous les contextes d'un pays précis (choix de la carte), soit dans une page traitant d'un contexte précis dans tous les pays (choix de la barre de navigation).

Au final, l'utilisateur arrive dans les deux cas vers la page d'un article qu'il aura choisi sur la page précédente, où il pourra également retrouver des suggestions d'articles à lire et des recommandations de livres à acheter qui renvoie sur le site de notre partenaire FNAC.

WIREFRAME

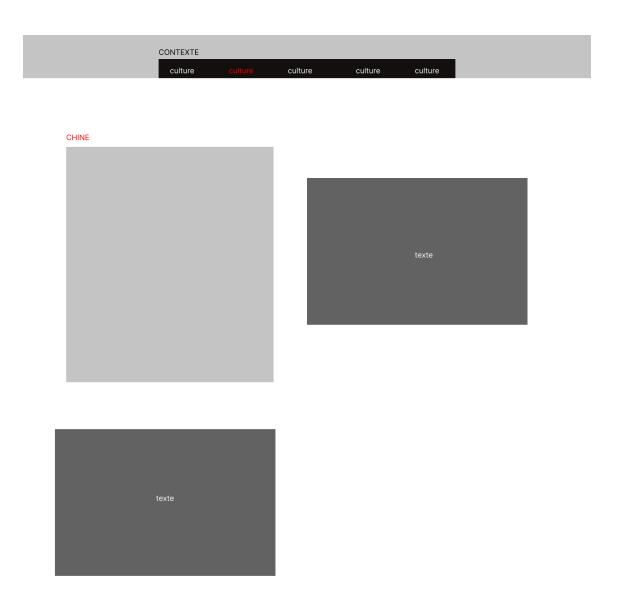


UI & ergonomie





Histoire de l'anthropophagie



PERSONA



Romain

Âge : 25 ans

Métier : Gérant d'un espace room

Pays: France

Caractère: Impatient, méfiant

mais très curieux

BIO

Romain aime écouter des podcasts et regarder des documentaires durant son temps libre. Récemment, un sujet a attisé la curiosité dans l'un de ces documentaires : l'anthropophagie. Notamment pour tout le tabou autour. Néanmoins, son documentaire n'étant pas français, il se rend compte qu'il aimerait bien savoir si des faits d'anthropophagie se sont manifestés en France. Son premier réflexe est d'aller chercher plus d'informations sur Google pendant la pause publicitaire.

OBJECTIFS

Étancher sa soif de curiosité et en apprendre davantage sur l'anthropophagie dans le territoire français en particulier.

TECHNOLOGIE

Sur Internet, Romain ne se prend pas la tête. Lorsqu'il se trouve devant des sites lents et qui n'ont pas l'air fiables à ses yeux, il clique directement sur la croix rouge de son navigateur. Il utilise énormément Google mais il fait tout de même très attention aux sites qu'il consulte, il n'aime pas se fier à des forums ou blogs par exemple.

ATTENTES

Avoir un complément d'informations sur la France.

Un site organisé et structuré, qui lui permet d'accéder rapidement aux informations qu'il recherche.

FRUSTRATIONS

Romain n'aime pas perdre son temps, s'il ne trouve pas ce qu'il veut, il est très vite frustré et il peut très vite aller voir ailleurs.



Késy

Âge : 22 ans

Métier: Étudiante en design

d'objet **Pays** : France

Caractère: Introvertie, curieuse

et créative

BIO

Après avoir obtenu son baccalauréat littéraire en Guadeloupe, Késy est venu s'installer en métropôle. Elle étudie en DNMADe objet depuis bientôt 3 ans à l'école Olivier de Serres. Son école lui permet un accès au e-learning en complément des cours en présentiel, via la plateforme Art Tips qui propose une thématique sur l'anthropophagie.

OBJECTIFS

En apprendre plus sur un sujet qu'elle ne maîtrise pas du tout.

TECHNOLOGIE

La technologie facilite sa vie et elle ne s'en prive pas, d'où son appétence pour l'écosystème d'Apple. Késy est ultra-connectée, elle possède toute la panoplie dernière génération. Elle se renseigne énormément sur le site Medium afin de lire des articles, notamment sur le design. Les articles qu'elle lit sur Medium sont la plupart très illustrés et imagés.

ATTENTES

Fort goût pour les sites colorés mais sobres, et qui ne sont pas seulement statiques.

Contenu pédagogique et ludique, menant l'utilisateur à l'interactivité.

FRUSTRATIONS

Késy a beau être curieuse, plonger dans des encyclopédies n'est pas non plus sa plus grande passion. Elle s'ennuie très facilement si elle se retrouve face à des textes trop longs et non accompagnés de contenus visuels/graphiques.



Enzo

Âge: 17 ans **Métier**: Lycéen **Pays**: Belgique

Caractère: Distrait, dynamique,

impulsif

BIO

Jonathan est en classe de 6ème secondaire (équivalent terminale), il passe bientôt son diplôme. Il n'a pas de très bonnes notes, mais fait de son mieux afin de ne pas décevoir sa famille qui place beaucoup d'attentes sur lui. Il se met donc au site d'elearning Artips qui est pour lui, plus adapté à son apprentissage.

OBJECTIFS

Se renseigner et apprendre facilement, sans prise de tête car il a en parallèle beaucoup de révisions.

TECHNOLOGIE

Jonathan ne consulte pas énormément de sites web. Il regarde essentiellement du contenu sur Youtube et Twitch. Il aime les formats dynamiques, il a d'ailleurs tendance à cliquer un peu partout lorsqu'il navigue sur un site web.

ATTENTES

Des contenus textuels courts mais pertinents, menant droit au but. Semblables à Artips car il connait déjà la plateforme et il la trouve efficace et intuitive.

FRUSTRATIONS

Jonathan a des problèmes de concentration. Il a du mal avec les sites qui proposent une quantité conséquente de textes, surtout si la police d'écriture est trop petite pour lui. Il n'a pas l'habitude de lire des longs textes sur les écrans.



Maxine

Âge : 24 ans

Métier: Étudiante en communication **Pays**: France

Caractère : Sensible, exigeante

BIO

Dû à ses problèmes de santé, Maxine suit depuis son enfance des enseignements à distance. Après avoir obtenu sa licence en droit, Maxine se réoriente dans la communication toujours dans une école à distance. Maxine aime comprendre le fonctionnement des choses, elle n'hésite pas à se renseigner dans les bibliothèques ou sur Internet lorsqu'un sujet l'intéresse, c'est un geste spontané. Elle ne trouve pas de site sur l'anthropophagie qui soit éducatif, sourcé et à contenu non sensible. Les photographies qui plongent dans les détails de l'anthropophagie l'effraient mais son intérêt sur le sujet la pousse à affronter ses peurs.

OBJECTIFS

Acquérir un maximum de connaissances avec des contenus vérifiés et sourcés.

TECHNOLOGIE

Ayant été au CNED puis dans des écoles à distance, Maxine connait très bien les sites de formation en ligne. Elle les connait presque tous. Elle a plusieurs abonnements qui lui permettent d'apprendre en dehors de l'école. (Skillshare, LinkedIn Learning...)

ATTENTES

Un site moderne et fiable, qui se détache des sites trop stricts.

FRUSTRATIONS

Lorsqu'elle cherche à approfondir ses connaissance, elle trouve les sites assez redondants, que ce soit dans la pédagogie ou l'interface des site qui restent trop classique.

TESTS UTILISATEURS

Après avoir réalisé notre tout premier prototype, nous avons établi des tests utilisateurs individuels d'environ 15 min avec une méthode participative et une série de questions sur la base d'une cible allant de 17 à 30 ans.

Voici les questions posées à chacun d'eux à la fin de leur interaction avec le prototype :

Pouvez-vous nous résumer le site et nous donner une définition du sujet principal?

La carte vous semblait-elle interactive?

Avez-vous réellement prêté attention au bas de page ?

Est-ce que le site web vous donne envie d'en apprendre davantage sur l'anthropophagie?

Quelles fonctionnalités auriez-vous aimé ou préféré voir sur le site ?

Nous avons pu dégager plusieurs parcours utilisateurs parmi ces 15 profils au total, voici ce que ces entretiens ont pu nous apprendre pour la suite de notre processus d'itération :



54%

choisissent une navigation par la carte intéractive, en cliquant sur un pays







ont l'impression que la carte n'est pas interactive ou pas assez choisissent la navigation par la barre de navigation, en cliquant sur un contexte





auraient préféré une page explicative interne pour les recommandations littéraires en cliquant sur le bouton "voir" en dessous d'un livre

ont trouvé dérangeant le fait d'avoir une vidéo qui se joue sur une page externe





ont cliqué sur la flèche des cartes d'articles au lieu du CTA "découvrir" n'ont pas compris le filtre (par pays dans un contexte choisi)

PARCOURS UTILISATEURS





ITÉRATION

À la suite de ces entretiens et après avoir établi des parcours utilisateurs, nous avons procédé à une itération afin d'améliorer nos parcours utilisateurs. Nous allons comparer notre première et deuxième version du prototype, et vous présenter leurs modifications.

> Réduction de la taille du logo, équilibrage de la barre de navigation, retrait des contours jaunes autour des pictogrammes.



Suppression du bandeau jaune Ajout d'une ombre derrière la carte



Augmentation des cartes articles et de leur pictogramme et drapeau

FAMINE

Le cannibalisme est la pratique qui consiste à manger un membre de sa propre espèce, ce terme s'applique donc aux animaux et aux humains. L'anthropophagie concerne uniquement l'être humain, ce terme s'applique donc uniquement lorsqu'un humain mange partiellement ou entièrement un autre être humain. C'est un sujet délicat et tabou, qui attise la curiosité.







FAMINE

Le cannibalisme est la pratique qui consiste à manger un membre de sa propre espèce, ce terme s'applique donc aux animaux et aux humains. L'anthropophagie concerne uniquement l'être humain, ce terme s'applique donc uniquement lorsqu'un humain mange partiellement ou entièrement un autre être humain. C'est un sujet délicat et tabou, qui attise la curiosité.







Ajout des articles recommandés à droite de l'article.

Amélioration de l'immersion, visuel avant l'article et avec plus de largeur.

Titre à droite du drapeau sur la page article, permet de réduire la hauteur entre la barre de navigation et le titre.





















LA GRANDE FAMINE

La Chine qui a connu d'énormes famines n'a, comme beaucoup de nations, pas échappé à l'anthropophagie alimentaire. Lors de la Grande Famine (1958-1961) qui aurait fait entre 15 et 36 millions de morts, de nombreux Chinois ont préféré se nourrir sur la bête humaine plutôt que de mourir de faim. Sur certains marchés, ils trouvaient de la viande séchée d'enfants assassinés. Ailleurs, ce sont les familles qui échangeaient leurs enfants pour éviter de manger leur propre chair.





















LA GRANDE FAMINE



En 1959, le secrétaire du parti de la petite commune de Oisi, dans la province du

Enfin, nous avons pallié les principales frustrations rencontrées par nos utilisateurs avec :

- La création d'un bouton retour lorsque nous sommes dans un article
- Les recommandations littéraires passent à la fin de l'article et le bouton "voir" devient "acheter", afin qu'ils ne s'attendent pas à une page interne
- La vidéo de l'article se joue directement sur la page et non pas sur une page externe

Nous ne nous sommes pas arrêtées en si bon chemin et avons continué nos tests utilisateurs avec cette deuxième version afin de collecter un maximum de retours, toujours dans l'optique de se rapprocher de l'interface la plus **idéale** et **ergonomique** pour notre cible d'utilisateurs.

Anthropophage version 3

cutt.ly/VJHwfZg

La page d'accueil

Nous passons d'une carte pleine à une carte filaire qui met en valeur des **repères jaunes clignotants** et **animés**, incitant l'utilisateur à les survoler avant de cliquer dessus. Au survol, le drapeau du pays s'affiche ainsi que son nom, avec un contour blanc afin de ne pas entraver la lisiblité de celui-ci.



Nous avons inséré des pictogrammes adaptés à nos différents contextes que nous avons créé pour l'occasion, en résonnance avec notre **charte graphique**.



POLITIQUE



FAMINE



CULTURE



RELIGION



CRIME



•



VOLONTARIAT FUN FACTS

Les titres passent en bas de casse, finalement nous nous sommes rendus compte que la graisse suffisait, certains utilisateurs peuvent trouver la redondance des lettres capitales trop agressive.

L'ANTHROPOPHAGIE KEZAKO?

L'anthropophagie, kézako?

Pages de sélection d'article

Le nombre de **colonnes** a été augmenté, permettant d'afficher 4 articles sur une ligne. La hauteur et la largeur des cartes articles sont d'autant plus importantes, elles mettent en valeur les miniatures.

Celles-ci possèdent un **layout** qui améliore la visibilité des pictogrammes et également le nom du pays pour les utilisateurs qui ne connaitraient pas les drapeaux. La description des cartes a été réduite, incitant l'utilisateur à cliquer sur le call-to-action "Découvrir", qui est d'ailleurs plus gros, pour lire la suite.

Le **filtre** par pays dans le contexte choisi a été amélioré, il est plus intuitif pour l'utilisateur. En effet, les articles peuvent être triées sur la même page.

Enfin, un **bouton** "Tous" a été ajouté pour afficher la totalité des articles.

< RETOUR **Famine** Russie Chine France Papouasie La Grande Famine Guerre idéologique Famine du XIe siècle L'expédition Franklin Après la prise du pouvoir par les bolcheviks en 1921-1922, 40 millions d'habitants de la Russie ont été... Les famines qui se succédèrent pendant une trentaine d'années, particulièrement sévères en 1030-1033. Durant l'ère de la République Populaire, les En Mai 1845, John Franklin explorateur et années noires d'anthropophagies ont pu sévir entre 1959 et 1960 avec des millions de... quête d'une route entre l'Atlantique et le...

Page d'article (par exemple La Grande Famine en Chine)

Le visuel de l'article prend la totalité de la largeur du corps de page, permettant une expérience plus **immersive** pour l'utilisateur.

< RETOUR

La Grande Famine





1959 Le secrétaire du parti de la petite commune de Qisi, dans la provice du Henan, a inventé une méthode révolutionnaire pour transformer les cadavres des affamés en

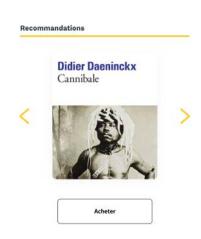
Elle consistait à dissoudre les corps en les faisant bouillir longtemps dans des



Enfin, nous avons de nouveau déplacé les recommandations littéraires qui se retrouvent désormais au bas des suggestions d'article.

L'utilisateur n'a plus à scroll jusqu'en bas de l'article pour voir et accéder aux recommandations.

Des boutons ont été ajoutés pour faciliter la navigation du carrousel.



HIÉRARCHISATION

Sur la page d'accueil, nous avons fait le choix de placer l'introduction du site à gauche et la carte interactive à droite.

Comme dit précédemment, nous souhaitons nous **démarquer** de nos concurrents qui ont fait le choix de mettre plus de contenu textuel que de contenu visuel. Ce choix est primmordial, puisque notre cible privilégie les **visuels** aux textes. C'est donc pour cette raison que nous avons réduit le corps de texte de l'introduction, laissant une largeur beaucoup plus importante à la carte interactive. L'immersion est totale. En atterissant sur la page d'accueil, l'utilisateur est maître de son parcours, tous les choix possibles se retrouvent face à lui. Lui permettant de choisir la carte ou la barre de navigation, selon ce qu'il souhaite voir en premier.

Sur la page d'article, la lecture occidentale se faisant de gauche à droite, nous avons placé l'article à gauche, vient ensuite les articles recommandés directement à droite. Dans le cas où l'utilisateur se rend compte après quelques lignes qu'il souhaite changer d'article il peut directement accéder aux articles recommandés à droite sans devoir scroll jusqu'en fin de page. De la même manière, nous n'oublions pas notre **partenariat** avec FNAC en plaçant les **recommandations** littéraires à côté de l'article. Cela alimente également la lecture de l'utilisateur, s'il fait le choix de cliquer sur le bouton acheter.

Pour ce qui est du contenu textel, outre le fait que nous proposons

des textes courts et faciles à lire, notre texte courant est de 20 px, permettant une **lecture agréable** à nos utilisateurs.

Dans la même optique, nous avons augmenté la graisse de certains mots et expressions.

Nous ponctuons nos articles de **citations** qui viennent **scinder** nos blocs de texte afin de permettre des blocs de textes plus **courts** et **aérés**, et donc une lecture plus facile. L'oeil de l'utilisateur a la possibilité de faire des **pauses** plus souvent.

Ensuite, le bouton retour en arrière se trouve au-dessus du contenu principal et sous la barre de navigation. Cet emplacement évite à notre utilisateur d'être frustré, il peut la retrouver assez facilement et intuitivement.

Pour finir, dans le footer, nous avons revu notre **hiérarchisation** à plusieurs reprises avant de terminer sur celle-ci :

Les réseaux sociaux sont accessibles par des pictogrammes placés sur la gauche du footer.

Sur la droite nous avons hiérarchisé nos liens par catégorie. La catégorie "Aide" qui regroupe la page de contact, ainsi que le plan du site. Et la catégorie "Info légale" qui regroupe la politique de confidentialité et les mentions légales.



Histoire de l'anthropophagie

Faites un tour sur notre site web

cutt.ly/VJHwfZg



Merci d'avoir lu notre projet

HISTOIRE DE L'ANTHROPOPHAGIE

MARINY KHAMNOUTHAY
INDRA DUPEY
NATACHA KEMPENAER
GABRIELLE MAKAYA

