



# Sommaire

01

## Nos Recherches

- Comprendre le phygital
- Benchmark concept-store
- Benchmark application mobile
- Questionnaire
- Leviers d'innovations

02

## Le concept

- Mindmapping
- Concept
- Fonctionnalités
- Cibles
- Persona et parcours utilisateur
- Arborescence de l'application

03

## Identité visuelle

- Recherches d'ambiances graphiques
- Couleurs
- Typographies
- Logo
- Ateliers UX : Pictonnary
- Iconographies
- Illustrations

04

## Maquettes

- Wireframes
- Maquettes de l'application
- Landing page
- Supports de communication



# Edito

Pour ce projet, où il nous est demandé de concevoir une solution digitale afin d'aider les petits commerçants indépendants qui ferment au profit des chaînes/groupes et du commerce en ligne.

Ce dossier de conception regroupe l'ensemble de nos recherches sur les différentes étapes de conception, de l'élaboration du concept jusqu'à l'application finale.

Bonne lecture.

Projet réalisé par Jessica Keidjian & Pauline Tuyéras

ICAN - 2019-2020

# 01

## Nos Recherches

- Comprendre le phygital
- Benchmark concept-store
- Benchmark application mobile
- Questionnaire
- Leviers d'innovations

- Comprendre le phygital

Le phygital traduit l'idée que le digital doit se mettre à la place du client et lui proposer des solutions numériques qui lui sont utiles, et enrichissent et fluidifient son expérience.

En règle général sur de la vente proposer une expérience différente ça va permettre :

- Une qualité de l'expérience client
- Un taux de transformation
- Un panier moyen
- Une acquisition de donnée data
- Un re-targetting
- Une attractivité de la marque

Nous avons ainsi fait des recherches afin de comprendre et voir comment le phygital peut être appliqué aux points de ventes. Notre but ultime but était donc **créer une expérience intuitive et conviviale**. Nous avons également conclu que le principe du phygital, était que les consommateurs apprécient de plus en plus les **expériences qui suscitent le plaisir**. Ils aiment les expériences qui suscitent l'espoir.



- Benchmark concept-store



Un magasin ouvert 7j/7 aux Champs Elysées

- L'étiquetage électronique

Pour l'étiquetage, Casino utilise des étiquettes électroniques classiques qu'il combine avec des bandeaux lumineux innovants permettant d'annoncer des promotions ou d'animer les rayons par des vidéos. Quand l'information est disponible, le nutriscore est affiché.

- Espace détente et de coworking, CDiscount

Un corner CDiscount se trouve dans le Casino, ce qui permet de découvrir les meubles commercialisés par l'enseigne ainsi que ses produits high tech. Par une grande borne le client découvre l'ensemble des références du site CDiscount.fr.

Un miroir interactif identifie l'âge et le genre de la personne, et lui propose une sélection de produits personnalisés vendus par CDiscount.

Le miroir interactif utilise la reconnaissance faciale mais ne réalise pas d'identification faciale.



- La cave à vin digitalisée

Dans cette cave à vin, deux dispositifs digitaux sont mis à disposition du client.

Le premier permet de consulter les avis clients sur un vin et les recommandations d'usage. Il suffit de scanner la bouteille de vin qui nous intéresse, avec la tablette mis à disposition par le magasin, puis les avis clients s'affichent sur la grande table à côté, via un projecteur.

L'autre dispositif, est un mur de spiritueux connecté. Il permet d'effectuer des sélections de whisky via une tablette, les bouteilles étant placées physiquement dans des cases qui s'éclairent ou s'éteignent selon que la bouteille à l'intérieur correspond au choix fait sur la tablette (les whiskys écossais, irlandais, les bouteilles nécessaires pour réaliser un cocktail, etc.)

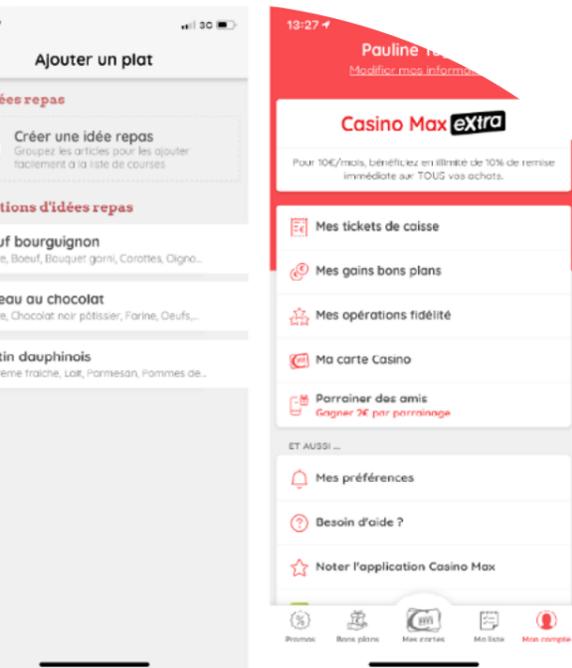
- Un mur numérique dédié à la livraison

Des grands écrans tactiles, sont mis à disposition du client sous forme de catalogue des différents rayons du magasin. Ils permettent de commander certains produits et de se les faire livrer à domicile.

Il suffit de chercher le produit souhaité, scanner ensuite le code barre du produit avec l'application mobile Drive de Casino et de passer sa commande.

Mais seulement 300 sur 6000 références de produits sont accessibles via ces écrans.





- **Application mobile Casino Max**

Cette application mobile vient en complément des dispositifs dans le magasin. Le client peut grâce à cette application :

1. Scanner et payer ses courses sans passer en caisse
2. Créer une liste de repas/recette et la partager
3. Voir les promotions en cours de Casino et ses partenaires (Cdiscount, Accor Hotel, Go sport, ..) (système similaire au "cashback")
4. Carte de fidélité pour si passage en caisse
5. Ajouter d'autres carte de fidélité (hors partenaires Casino)



Concevez vos propres expériences intelligentes et conviviales

Pas d'application, il suffit de rapprocher son téléphone sur le pop'n link quelques secondes. Compatible avec tous les téléphones.

En fonction du réglage défini par le commerçant, le client peut payer, voir les avis authentiques, le partage de l'expérience utilisateur en temps réel,... Et plein d'autres services.

Pop'n Link possède également une app pour les commerçants, nommés pop'n designer, qui permet de composer une interface personnalisée grâce à des widgets (panier, paiement, avis, Click&Collect, ...).



- Benchmark application mobile



## QUI TOQUE

Une cuisine simple et variée qui fonctionne par abonnement

### Qu'est-ce que QuiToQue ?

Toutes les semaines 16 nouvelles recettes sont proposées avec des produits de saison. Les clients ont par la suite tout pour cuisiner facilement des plats variés.



*Très bonne expérience. J'ai commandé pendant 8 mois et je reprend bientôt. C'est simple, bon voire très bon, varié, qualitatif, ludique. Bref ici, on adore !*



- Image à la fois qualitative et chaleureuse.
- Variétés de recettes qui favorisent la découverte et l'inspiration.
- Clientèle fidèle, grâce à l'abonnement
- Gain de temps



- Nécessite un gros budget
- Format d'abonnement peu souple
- Recettes qui manquent d'exotisme/ cuisine du monde



Le 1er Click & Collect du commerce de proximité

### Qu'est-ce que MyWits?

Application mobile qui regroupe un catalogue de commerçant où nous avons la possibilité d'ajouter leur produit à un panier afin de passer commande. Nous pouvons ainsi commander chez plusieurs commerçants et payer toutes les courses en une seule fois ! Avec possibilité de retrait en boutique, en borne Autolib ou se faire livrer.



*«Cela fait 2 fois que je commande auprès d'une boucherie dans le 9ème et cela s'est très bien passé. Le boucher a répondu aux messages sur l'application, tout s'est très bien déroulé.»*



- Possibilité de commander 24/24H, 7/7J, mais la commande ne sera traitée par le commerçant que lors de ses horaires d'ouverture.
- Les prix sont les mêmes qu'en boutique.
- Application Commerçants/Clients



- Manque de données sur les commerçants
- Interface pas très fluide et cohérente





Epicery vous livre les produits des commerçants locaux

### Qu'est-ce que Epicery ?

Epicery permet de vous faire livrer les produits de vos commerçants de quartier chez vous, en moins d'une heure. Fruits & légumes, viande, poisson, vin, pâtisserie, fromage : vos courses arrivent à votre porte en 1 clic.



«Application très pratique, ergonomique. Suggestion d'amélioration : donner la possibilité de laisser un commentaire lors de la commande pour apporter des précisions au commerçant.»



- Service client 7/7j
- «Le choix des magasins n'est pas super vaste, même à Paris, mais de qualité (et en fait je préfère parce que ras le bol des appli avec 10 000 enseignes moyennes)»
- Belle sélection de produits



- Réservés aux Parisiens
- Prix plus chers



L'application qui aide les commerces de proximité à se lancer dans le e-commerce

### Qu'est-ce que TheMust?

Elle permet aux commerçants de quartier de communiquer en temps réel avec les consommateurs et leurs clients à proximité, et de leur faire profiter d'offres flash. Chaque commerçant dispose d'une fiche détaillée avec 5 photos, une description, le plan avec GPS intégré, les horaires d'ouverture du magasin et la possibilité d'intégrer la visite de son site Internet ou de sa page Facebook directement dans l'application.

Chaque offre a une durée limitée de 1 à 24 heures maximum pour les commerces de proximité et jusqu'à 48 heures maximum pour les établissements de la rubrique "Escapades" (les hôtels, loisirs,...). Une fois l'offre envoyée, un compte à rebours affiche les minutes restantes avant son expiration.

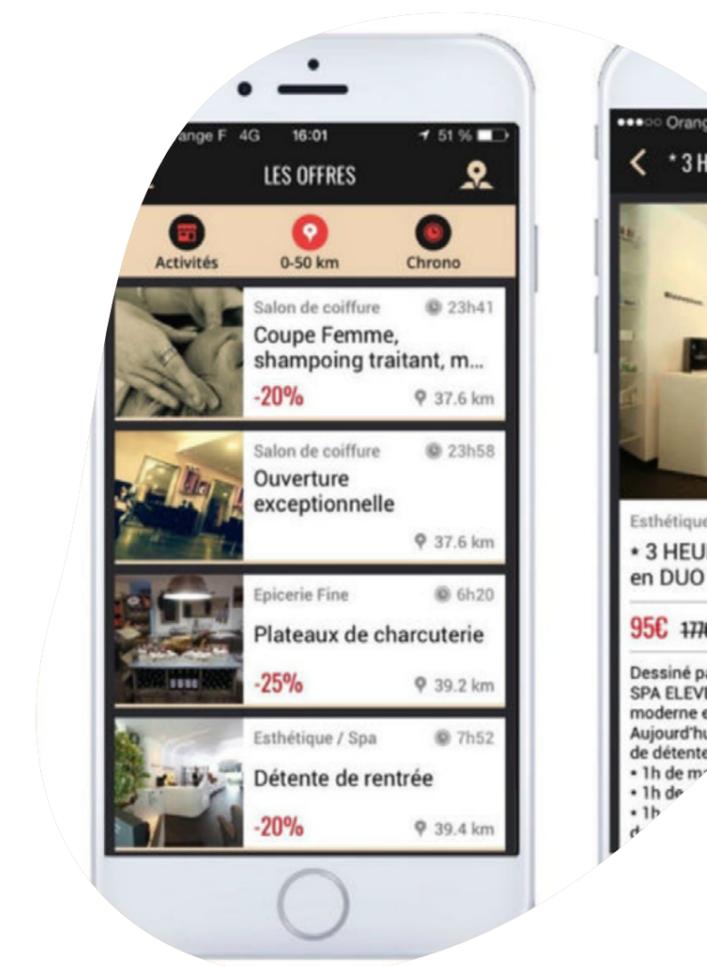
Celles-ci sont personnalisées grâce à la définition préalable de différents paramètres, comme les centres d'intérêts, le lieu actuel dans un rayon de 1 à 50 km ou par géolocalisation déportée.



- Permet une réduction du gaspillage alimentaire
- Personnalisation des offres flash
- Application Commerçants/Clients



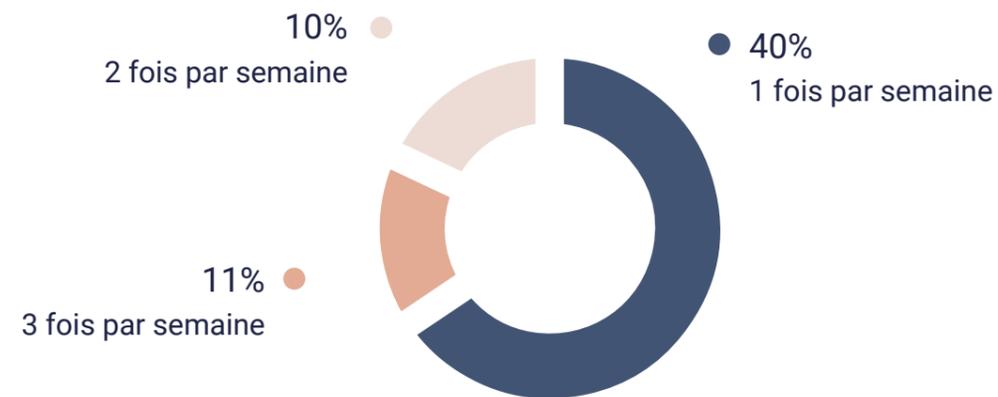
- Interface peu esthétique ce qui ne permet pas de donner confiance aux clients



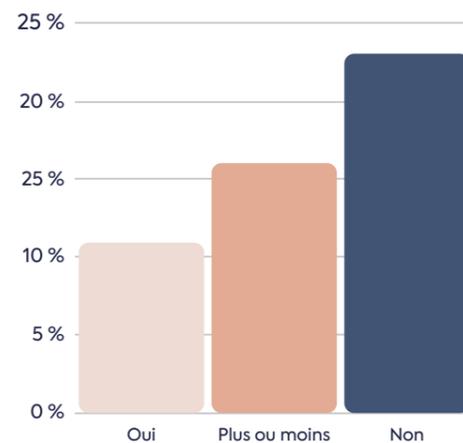
## • Questionnaire

Afin de mieux connaître les habitudes de nos futurs potentiels clients et leur vision des commerces de proximité, nous avons donc fait diffuser un questionnaire. Voici quelques questions et leurs réponses :

À quelle fréquence faites-vous vos courses ?



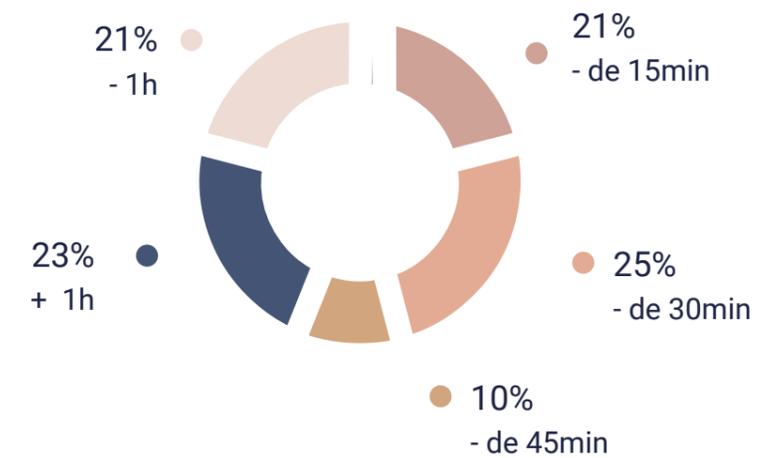
Avec ce que vous achetez, savez-vous toujours ce que vous allez réaliser comme recette ?



Avez-vous un programme de fidélité chez vos petits commerçants ou coopératives ?



Généralement, combien de temps passez-vous en magasin ?



## • Leviers d'innovations

Suite à notre analyse concurrentielle, nous avons pu mieux déterminer notre concept.

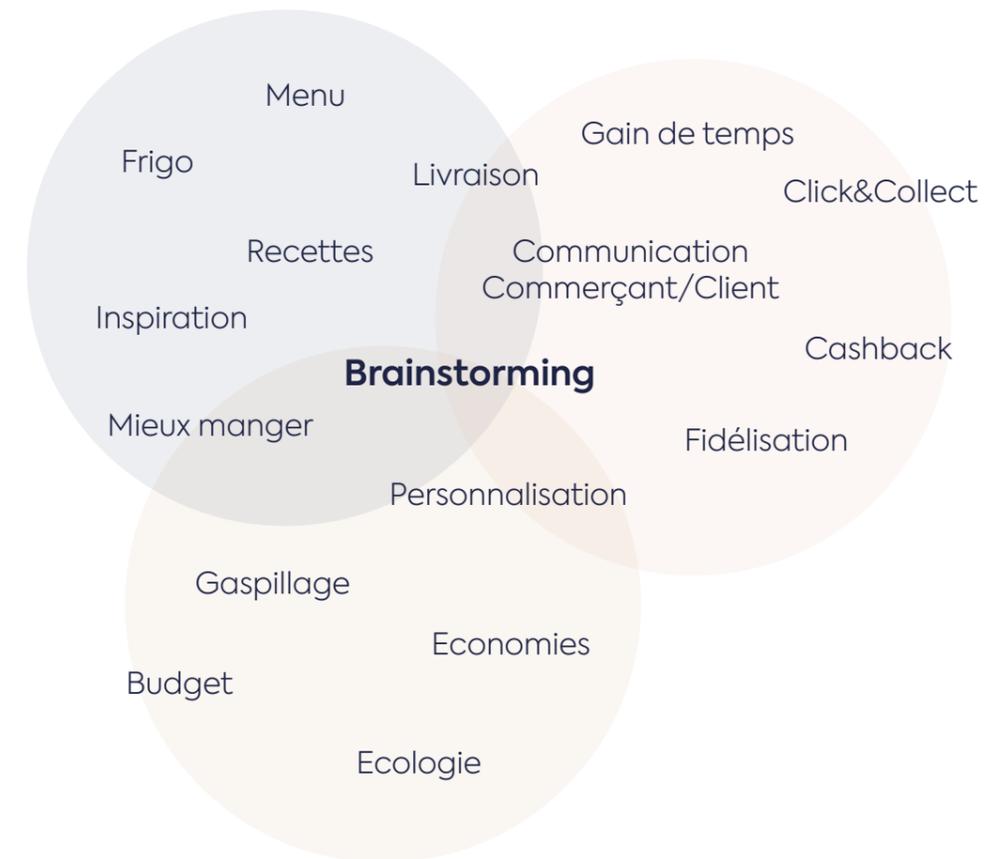
- Petits commerçants
- Point fidélité / Offres flash
- Application mobile, gratuite et sans abonnement
- Des recettes plus adaptés

# 02

## Le concept

- Mindmapping
- Concept
- Fonctionnalités
- Cibles
- Persona et parcours utilisateur
- Arborescence de l'application

### • Mindmapping



### • Notre concept

Suite à nos recherches et le brainstorming notre concept a émergé.

Notre objectif est de créer une interface qui aiderait les petits commerçants indépendants à progresser. Nous avons mis en place une application qui permettrait de réduire le gaspillage alimentaire grâce à une fonctionnalité de Scan des produits. De cette manière, l'utilisateur se verra proposé des recettes en fonction des produits qu'il possède déjà et commandera une recette et les produits qu'il ne possède pas. Un système de fidélisation leur permettra d'obtenir du cash back sur chaque commande passée et les gains seront utilisables à partir de 25 € collectés. Nous avons décidé de laisser le choix au client de récupérer sa commande en Click&Collect ou de se faire livrer directement chez eux par des livreurs à vélo.

Simple d'utilisation et éco-responsable, notre solution est dédiée à un public large, entre 20 ans et 40 ans.

## • Fonctionnalités

### Scan

En scannant le code barre des aliments qu'il me reste dans mon frigo, l'application proposera des recettes en fonction des produits scanner et me propose d'acheter des produits en complément afin de réaliser celle-ci. Ceci permet d'éviter le gaspillage car nous avons remarqué qu'en moyenne chaque Français jette chez lui 29 kg/an d'aliments soit 108€. Cela équivaut à 1 repas par semaine.

### Recettes

Les recettes sont variés et adaptées aux goûts de la personne. Une fois la recette sélectionné, les ingrédients seront mis automatiquement dans le panier. La commande passée et reçu, il suffit de suivre les étapes de la recette.

### Frigo digitalisé

Toute personne voulant bénéficier du système de fidélité devra obligatoirement se créer un compte sur la plateforme. Le compte client permet de rentrer ses données à savoir : Nom, Prénom, Adresse, Carte bleue, Autoriser la géolocalisation ou non, Autoriser les notifications ou non... Chaque commande permettra au client de gagner des points de la même manière qu'un système de cashback. Le client gagnera 0,05 centimes par tranche d'achat de 10 €. 10 € dépensés = 0,05 cent gagnés sur le compte fidélité. Les points gagnés sont utilisables à tout moment avec un 1e palier de 25€ .

### Programme fidélité

Toute personne voulant bénéficier du système de fidélité devra obligatoirement se créer un compte sur la plateforme. Le compte client permet de rentrer ses données à savoir : Nom, Prénom, Adresse, Carte bleue, Autoriser la géolocalisation ou non, Autoriser les notifications ou non... Chaque commande permettra au client de gagner des points de la même manière qu'un système de cashback. Le client gagnera 0,05 centimes par tranche d'achat de 10 €. 10 € dépensés = 0,05 cent gagnés sur le compte fidélité. Les points gagnés sont utilisables à tout moment avec un 1e palier de 25€ .

### Une semaine, une recette

Chaque semaine, une recette est mise à l'honneur. Si vous commandez cette recette, soit 4 produits minimum, vous doublerez vos points fidélité obtenus. Cela permet de découvrir de nouvelles recettes tout en consommant des recettes de saisons et équilibrés.

### Profil gourmand

Le profil gourmand permet de personnaliser le compte client tout en adaptant les recettes aux profils de chacun (allergies, régime alimentaire) afin de leur proposer des recettes et produits qu'ils leur conviennent.

### Point relais et Livraison

Le client réalise sa commande sur l'application qu'il va ensuite aller récupérer chez son commerçant (minimum de commande 5 €). Sans faire la queue, le client récupère sa commande, préalablement payé sur par l'application. Un ami, votre famille, la nounou, peuvent aller chercher la commande, il suffit de communiquer le nom et numéro de commande au commerçant. Cela permet une désaturation de la clientèle en magasin et le temps d'attente.

## • Personnalités de nos cibles potentiels



### Le pragmatique

#### Efficacité

Quel profil ? Familles ou jeunes  
Optimiser le temps de courses et repas  
Novice en cuisine  
Peu de temps à consacrer à la cuisine

Quel but ? Prix, gain de temps et recette facile

Quel usage ? Usages ponctuels



### L'aspirant chef

#### Inspiration

Familles ou couple  
Aime cuisiner  
En recherche d'inspiration culinaire et de saveurs

Découverte, nouvelles saveurs

Usage régulier  
Substitution des restaurants



### L'authentique

#### Qualité

Famille  
Faible consommation dans les hypermarchés

Recettes et produits variées

Usages qui peut s'inscrire durablement

• Persona



## Elodie Ly

### Biographie

Elodie habite avec son copain depuis 2 ans. Elle adore découvrir de nouvelles choses et n'aime pas perdre son temps. Novice en cuisine, elle possède peu d'ustensiles. Autrement, elle commande à manger en ligne. Elle apprécie les réseaux sociaux et principalement instagram et fait du yoga.

### Portrait

Age: 27 ans  
Statut: En couple  
Emploi: Directrice artistique  
Lieu de résidence:  
Paris 16

### Motivations

Veut arrêter de commander en ligne  
Aime découvrir de nouvelles saveurs  
Engagée contre le réchauffement climatique  
Ne veut plus faire la queue interminable dans les grandes surfaces

### Verbatim

"Je veux tendre à un mode de vie plus sain et économique"

### Freins

N'a pas beaucoup de temps libre  
Ne possède pas beaucoup de matériel

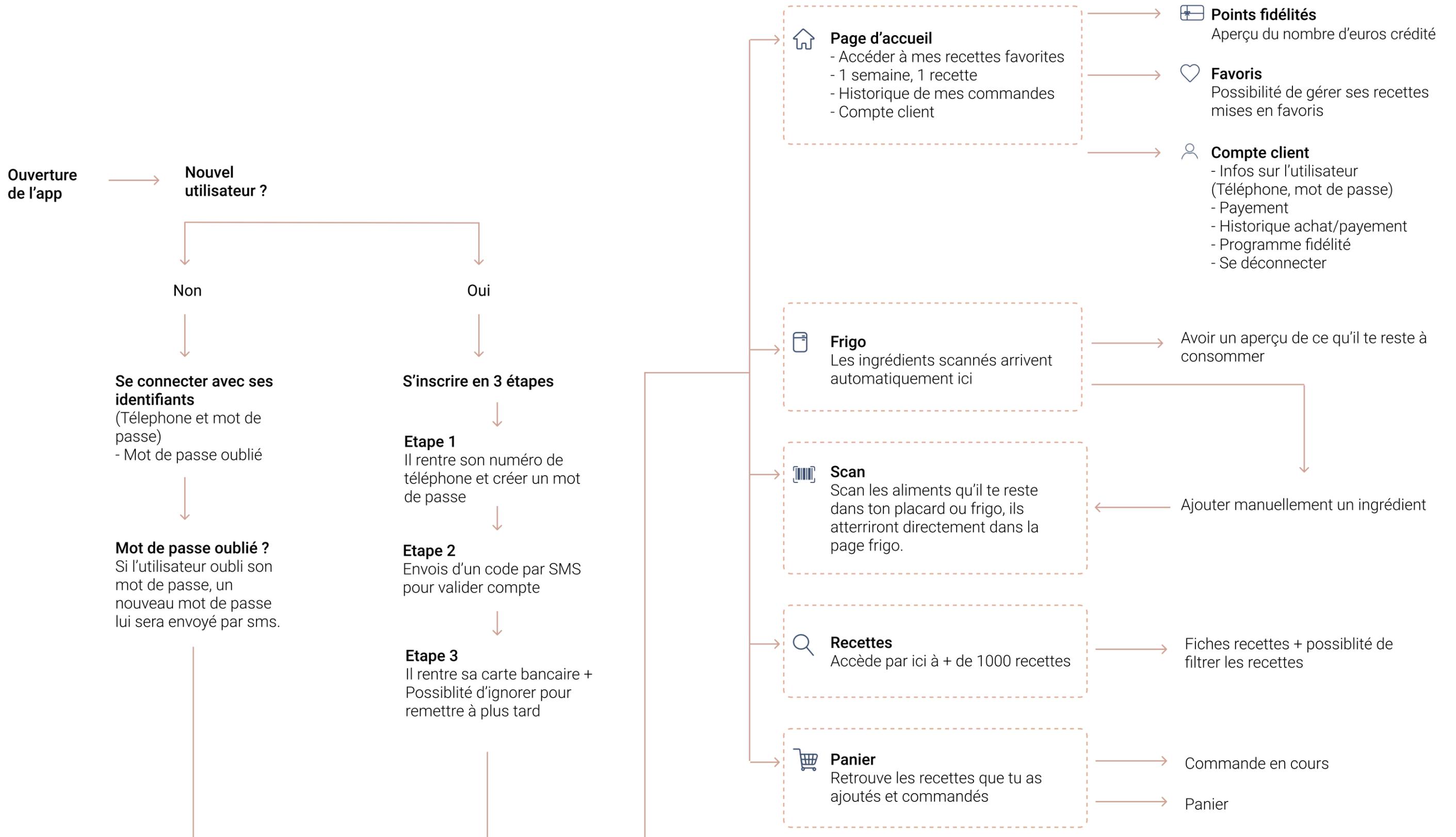
### Marques

Fritchi	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc; position: relative;"><div style="width: 20%; background-color: #003366;"></div></div>	Leclerc Drive	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc; position: relative;"><div style="width: 20%; background-color: #003366;"></div></div>
Kazidomi	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc; position: relative;"><div style="width: 10%; background-color: #003366;"></div></div>	Quitoque	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc; position: relative;"><div style="width: 20%; background-color: #003366;"></div></div>

• Parcours utilisateur



• Arborescence

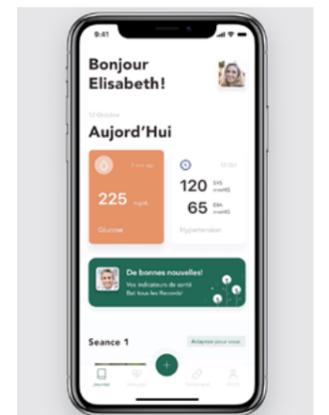
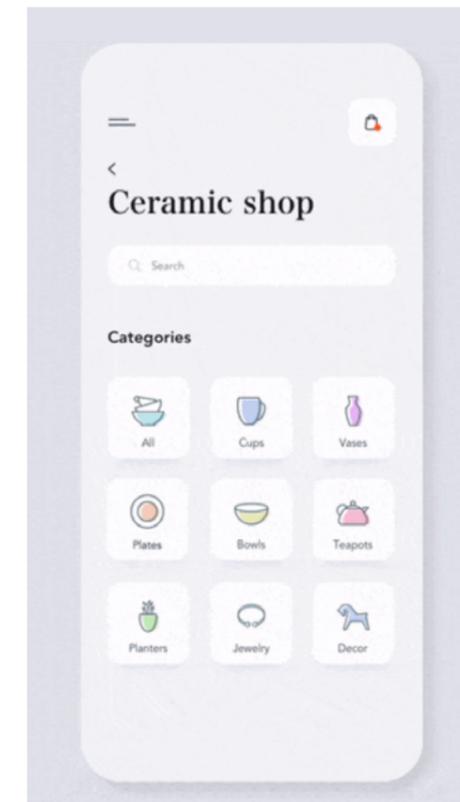
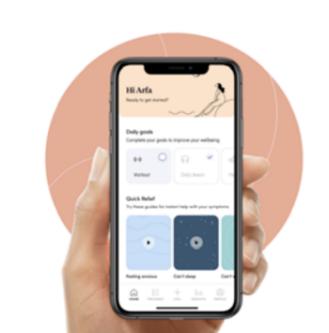
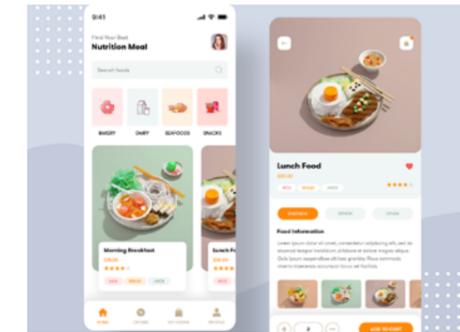
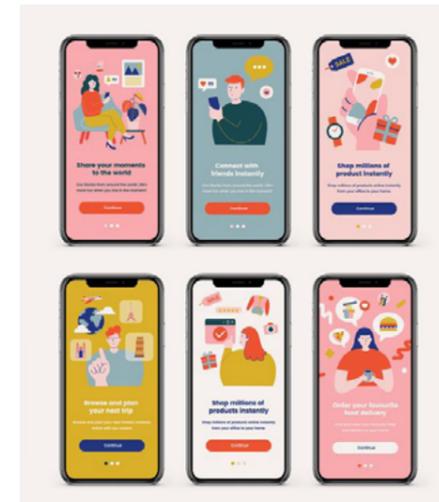


# 03

## Identité visuelle

- Recherches d'ambiances graphiques
- Couleurs
- Typographies
- Logo
- Ateliers UX : Pictonary
- Iconographies
- Illustrations

### • Recherches d'ambiances graphiques

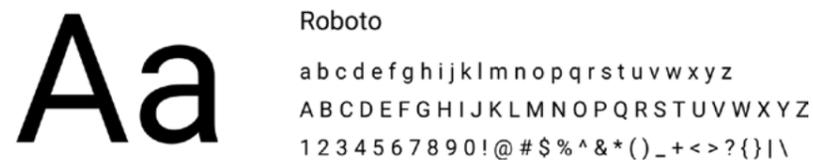


## • Couleurs

Nous avons choisi cette palette de couleur, car elle représente la simplicité et la douceur. Nous voulons par ces couleurs que l'utilisateur ne se sente pas agressé, mais plutôt qu'il ressente un apaisement et qu'il soit serein pour passer ses commandes. Par ailleurs, la palette à un ton pastel afin que ces dernières ne prennent pas le dessus sur les informations de notre application. Nous avons utilisé le bleu, car en psychologie de couleur il renvoie à la confiance. De plus, il est dérivé du pantone de l'année, ce qui l'inscrit dans la tendance.



## • Typographie



## • Le logo

### Pourquoi «No Waste Corner» ?

No Waste Corner, un nom anglais qui signifie « le coin du non-déchet » ou encore « le coin sans perte ». Notre application est un concept phygital qui vise à réduire le gaspillage alimentaire en permettant aux utilisateurs de scanner les produits qu'ils possèdent et de créer des recettes à partir de ceux-ci. Nous pensons que la mise en avant de cet aspect était nécessaire à travers le nom de notre application. Nous avons choisi un nom en anglais car la nomenclature française ne reflétait pas ce que nous voulions exprimer. La traduction littérale de notre nom est elle-même pluri-significative.

Un logotype simple et clair. Nous avons décidé à ne pas faire de représentation graphique pour notre logo étant donné que la typographie choisie, la Barrio, est assez forte et expressive. Elle dégage une impression de structuration et de déstructuration à la fois. Elle apporte un aspect organique, ce qui rejoint en tout point le concept de notre application. Nous voulions créer un logo qui serait facilement déclinable.



NO WASTE  
CORNER

### Logo principal

Peut-être utilisé sur un fond blanc. Dans la mesure du possible, utilisez cette version du logo.



### Logo sur fond de couleur

Le logo se décline avec le mot Waste en plusieurs couleurs différentes qui reprennent la palette couleur.

NO WASTE  
CORNER

Une nouvelle façon de consommer

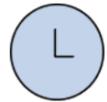
### Logo avec baseline



### Icône de l'application

## • Pictonnary

L'objectif de cet atelier était de connaître le langage iconographique de nos participants afin que nos pictogrammes soient cohérents et compréhensibles pour tous. Après avoir établi nos objectifs, nous avons préparé les supports et la logistique (Temps, nombre de participants, ...). Nous avons choisi de conduire cet atelier avec les élèves de l'Ican. Nous avons commencé par introduire notre sujet et pourquoi nous faisons cet atelier et lui avons rappelé, afin de la rassurer, qu'il n'y avait pas de mauvaise réponse. Dix personnes ont participé avec une durée définie de 8 min pour compléter la grille.



8 minutes



10 participants



18 pictogrammes

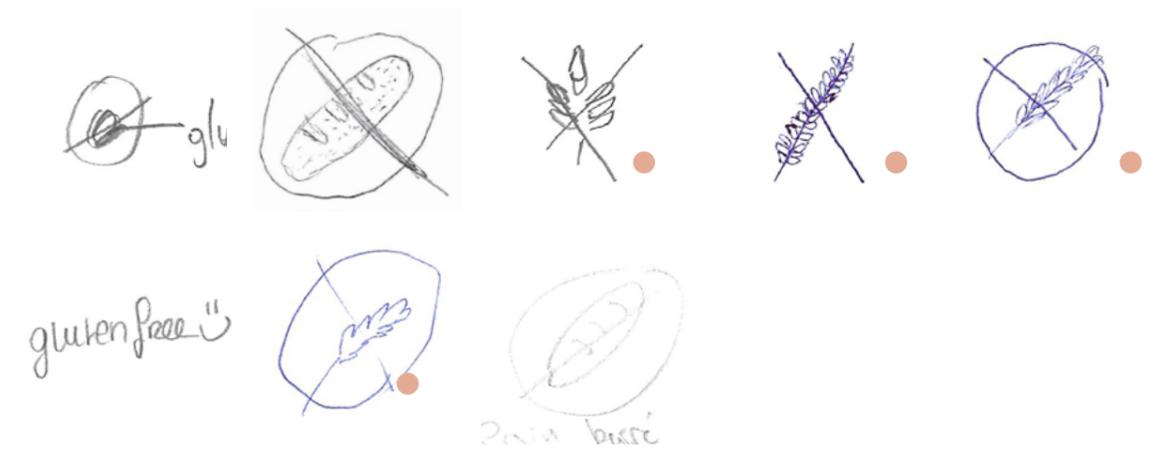
### Végétarien



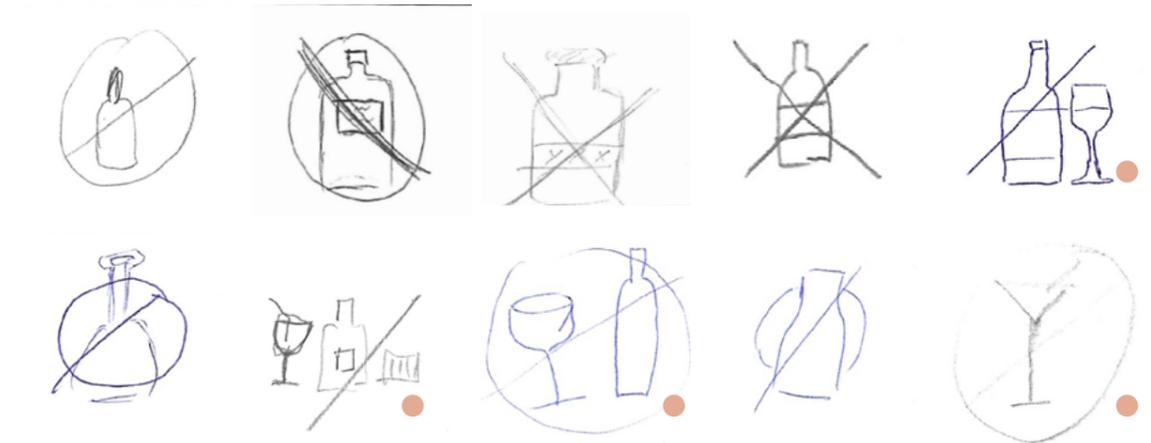
### Végan



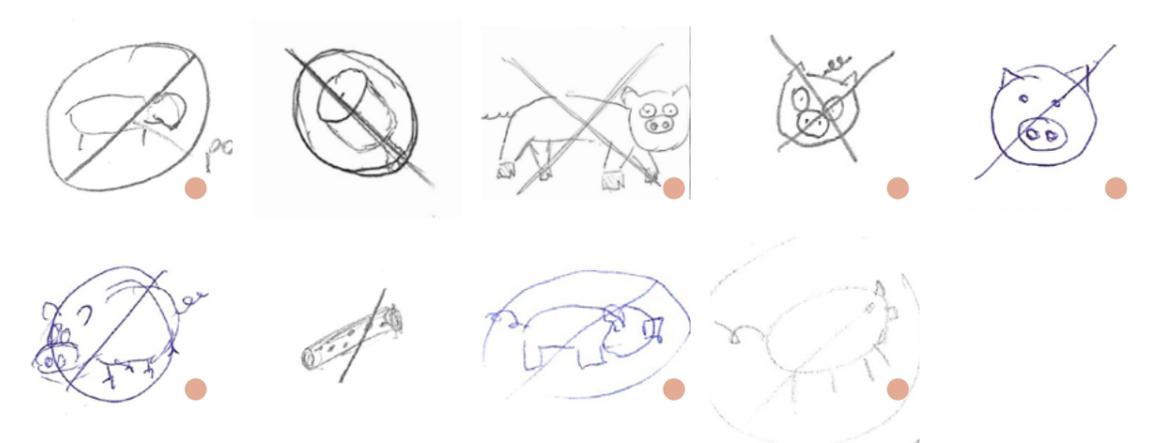
### Sans gluten



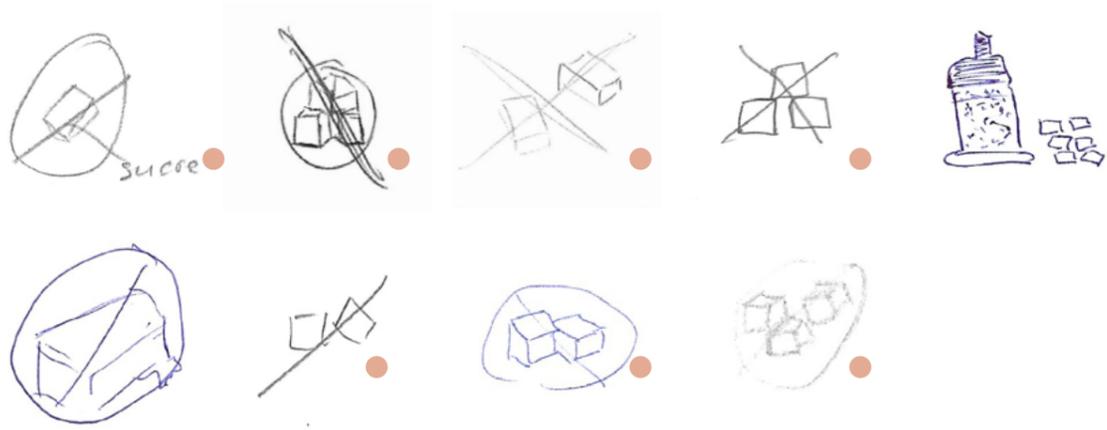
### Sans alcool



### Sans porc



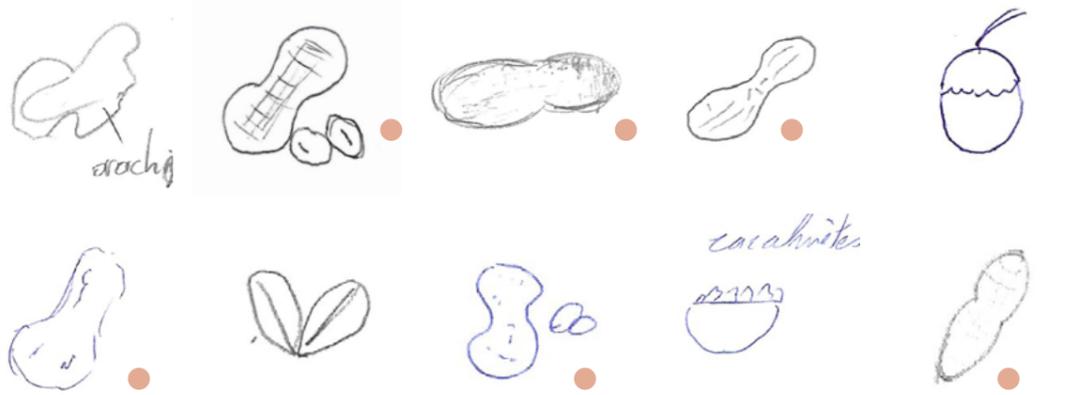
Sans sucre



Fruit de mer



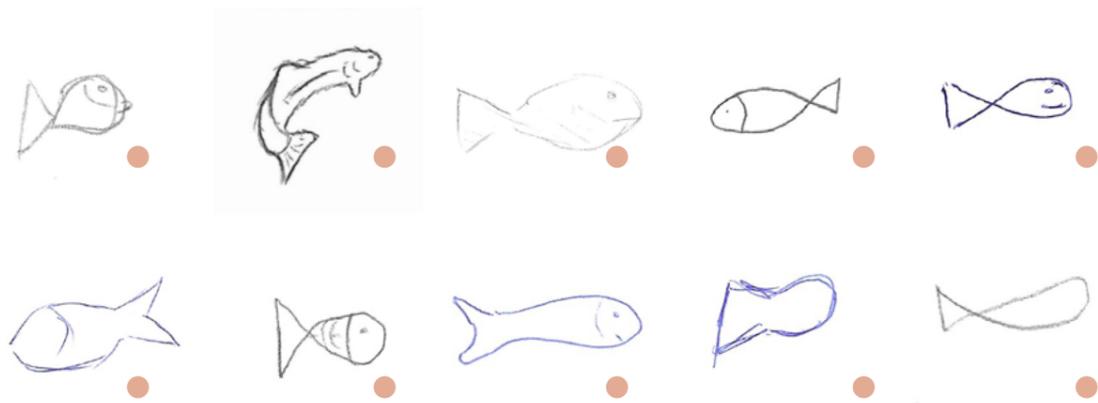
Arachides



Lactose



Poisson



Céréals



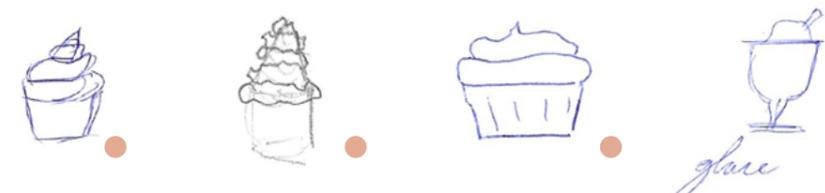
Entrée



Plat principal



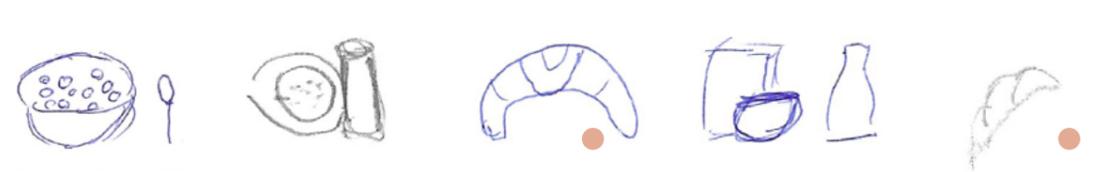
Dessert



Snack



Petit-déjeuner



Boisson



## Autres



## Conclusion

Végétarien : **6/10** des participants l'ont représentés par **des légumes et feuille**.

Vegan : **4/10** des participants l'ont représentés par **une feuille**.

Sans gluten : **5/10** des participants l'ont représentés par **du blé barré**.

Sans alcool : **4/10** des participants l'ont représentés par **un verre de vin barré**.

Sans porc : **7/10** des participants l'ont représentés par **un cochon barré**.

Sans sucre : **9/10** des participants l'ont représentés par **des morceaux de sucre barré**.

Arachides : **6/10** des participants l'ont représentés par **une cacahuète dans sa coquille**.

Poisson : **10/10** des participants l'ont représentés par **un poisson**.

Fruit de mer : **4/10** des participants l'ont représentés par **une crevettes et/ou une moule**.

Lactose : **6/10** des participants l'ont représentés par **brique de lait**.

Céréals : **9/10** des participants l'ont représentés par **du blé**.

Entrée : **6/10** des participants l'ont représentés par **de la salade**.

Plat principal : **6/10** des participants l'ont représentés par **une assiette et des couverts**.

Dessert : **4/10** des participants l'ont représentés par **un cupcake**.

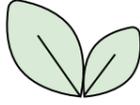
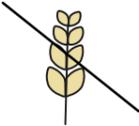
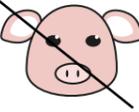
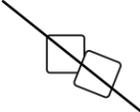
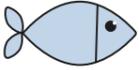
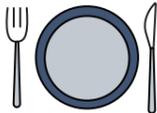
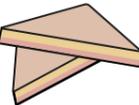
Snack : **4/10** des participants l'ont représentés par **un sandwich**.

Petit déjeuner : **6/10** des participants l'ont représentés par **un croissant et un café**.

Boisson : **6/10** des participants l'ont représentés par **un verre avec une paille**.

Autres : **6/10** des participants l'ont représentés par **des points de suspension**.

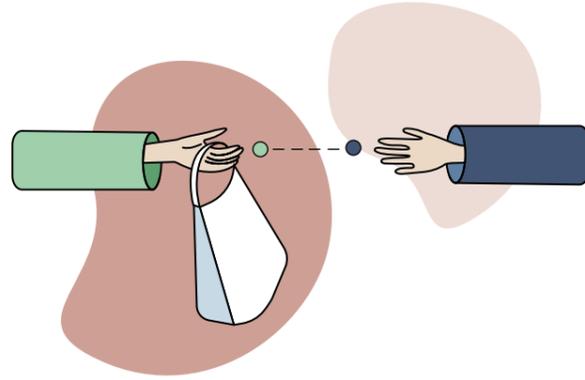
## • Iconographies

Végétarien 	Végan 	Sans gluten 	Sans alcool 
Sans porc 	Sans sucre 	Arachides 	Poisson 
Fruit de mer 	Lactose 	Céréals 	Autres 
Entrée 	Plat principal 	Dessert 	Snack 
Petit déjeuner 	Boisson 		

• Illustrations



Une alimentation variée



Livraison en Click&Collect  
ou à domicile



Gaspillage alimentaire dans les repas



Le reçu de votre commande



Réduire le gaspillage alimentaire



Aliments divers

# 04

## Maquettes

- Wireframes
- Maquettes de l'application
- Landing page
- Supports de communications



- Landing page

**NO WASTE CORNER**

Download on the App Store | GET IT ON Google Play

## Une nouvelle façon de cuisiner !

Chaque année, nous gaspillons 30kg de nourriture par personne. Dont 7kg de produits toujours emballés. Mais la bonne nouvelle c'est que vous allez pouvoir changer ça, grâce à No Waste Corner.

**Réduire le gaspillage alimentaire**

En moyenne chaque Français jette chez lui 29 kg/an d'aliments soit 108€. Cela équivaut à 1 repas par semaine. Et si vous changez les choses ?

**Recettes personnalisées**

Plus besoin de se creuser la tête pour savoir ce que vous pouvez faire avec cet aliment. Nous vous proposons un panel de recette maison pour satisfaire vos envies.

**Commerçants à proximité**

Nous privilégions les produits frais des petits commerçants à proximité de chez vous pour une qualité d'aliments incomparable et une assiette saine.

## Innovant et pratique

Créez en quelques secondes votre compte personnalisé, scannez les produits que vous possédez, nous vous fournissons des recettes basées sur ceux-ci. Fini le manque d'inspiration et le gaspillage.

[En savoir plus](#)

## Un profil personnalisé

Vous rêvez de recettes adaptées à vos exigences ? Créez en quelques clics votre profil gourmand et profitez de délicieuses recettes personnalisées à votre image. Vous allez vous régaler.

[Pourquoi nous choisir](#)

**Click&Collect et livraison**

**NO WASTE CORNER**

Download on the App Store | GET IT ON Google Play

🏠 > Innovant et pratique

## Innovant et pratique

No Waste Corner a voulu changer les choses. Agir à son échelle est compliqué surtout lorsqu'il s'agit de faire des modifications dans notre quotidien. Les courses sont une corvée pour beaucoup : Rayons en bazar, manque de temps et files d'attente interminables. Un stress généré par tous ces facteurs. C'est pour cela que nous avons voulu vous permettre de faire vos courses plus sereinement tout en réduisant le gaspillage alimentaire. Scan les produits que tu possèdes et nous te proposerons des recettes basées sur ces produits. Une deuxième vie pour le dernier poivron au fond de ton frigo.

- Supports de communication



Livret de recette livré avec la commande (chaque recette à son livret).

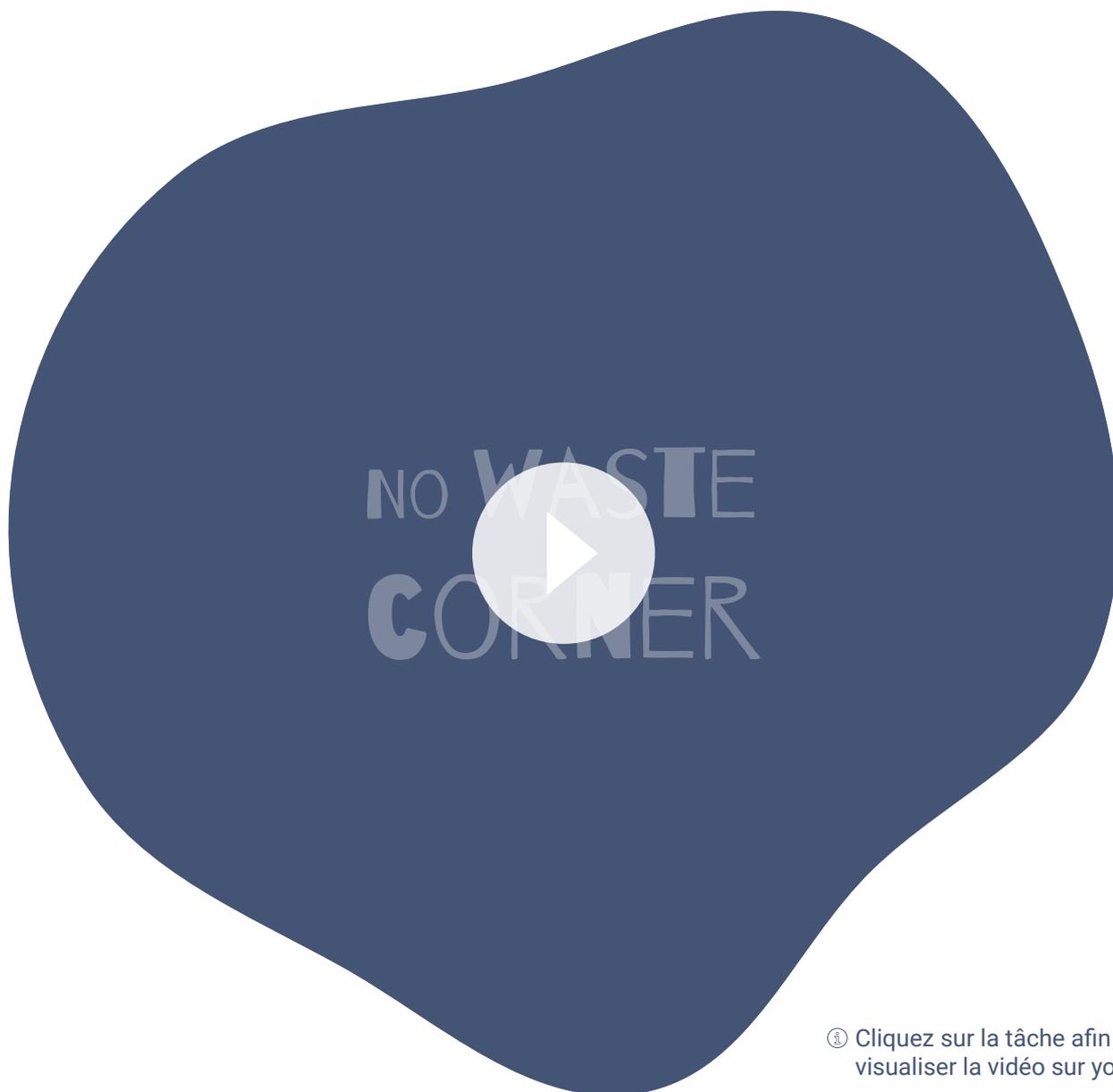


Sac de livraison bio dégradable.



Affiche promotionnelle dans le métro.

- Vidéo de présentation



 Cliquez sur la tâche afin de visualiser la vidéo sur youtube.

### **Note d'intention vidéo :**

Nous avons créé cette vidéo dans un but publicitaire.

Elle exprime clairement le message à faire passer et permet aux utilisateurs de s'identifier rapidement à notre application. Nous voulions que toutes personnes puissent se sentir concernées.

La vidéo débute par une animation typographique dynamique afin de recueillir toute l'attention de la personne pour enfin déboucher sur une explication de notre application avec des visuels de l'application afin que les personnes puissent mieux se projeter dans son utilisation. Nous incluons également des arguments afin de montrer plus clairement la valeur ajoutée de No Waste Corner.