

PROJET FIL ROUGE

Création de site web et UX/UI

ISEG Toulouse - 3ème année
Année universitaire 2025/2026

SUJET GÉNÉRAL : CRÉER LE SITE VITRINE D'UNE MARQUE ENGAGÉE

CONTEXTE

Vous êtes missionné·e·s en binôme pour concevoir et réaliser le site vitrine d'une marque fictive porteuse de valeurs fortes et s'adressant à une génération connectée et exigeante.

Votre mission : créer un site web qui reflète l'identité de la marque, convainc sa cible et génère de l'engagement, en appliquant une démarche UX rigoureuse de la conception à la réalisation.

CHOIX DU BRIEF

Chaque binôme choisit (ou tire au sort) l'un des 5 briefs suivants. **Maximum 2 binômes par brief.**

BRIEF 1 : OAZA - Marque de cosmétiques solides zéro déchet

Secteur	Beauté / Cosmétique écoresponsable
Positionnement	Cosmétiques solides 100% naturels, sans emballage plastique
Promesse	"La beauté sans compromis pour la planète"
Cible	Femmes et hommes 25-40 ans, urbains, CSP+, sensibles à l'écologie
Enjeux UX	Pédagogie produit, réassurance efficacité, mise en avant certifications

BRIEF 2 : REVIVE - Plateforme de seconde main mode premium

Secteur	Fashion / Économie circulaire
Positionnement	Marketplace de vêtements premium d'occasion, expertisés et garantis
Promesse	"Le luxe accessible et responsable"
Cible	Femmes 28-45 ans, aiment les belles marques, budget limité
Enjeux UX	Double parcours acheteur/vendeur, réassurance authenticité

BRIEF 3 : PULSE - Salle de sport boutique spécialisée

Secteur	Fitness / Wellness
Positionnement	Studio fitness premium avec cours collectifs à thème (HIIT, yoga, boxing)
Promesse	"Ton training, ton tribe, ton moment"
Cible	Femmes et hommes 25-40 ans, urbains actifs
Enjeux UX	Planning consultable, système de réservation, présentation des coachs

BRIEF 4 : COLAB - Espace de coworking nouvelle génération

Secteur	Immobilier de bureaux / Services aux entreprises
Positionnement	Coworking hybride avec espaces créatifs (podcast, photo studio)
Promesse	"Ton bureau, version créative"
Cible	Freelances créatifs 28-45 ans, startups early-stage
Enjeux UX	Visuels immersifs, comparateur de formules, sentiment de communauté

BRIEF 5 : YONDA - Agence de voyages aventure pour jeunes actifs

Secteur	Tourisme / Voyage expérientiel
Positionnement	Séjours aventure clé en main en petits groupes (trek, surf, road trip)
Promesse	"L'aventure sans la galère de l'organisation"
Cible	Jeunes actifs 25-40 ans, célibataires ou couples sans enfants
Enjeux UX	Storytelling visuel fort, filtres de recherche, calendrier des départs

CONTRAINTES TECHNIQUES

Plateforme imposée

Framer (<https://www.framer.com>)

Structure minimale du site

4 pages minimum comprenant obligatoirement :

- Une page **Accueil** avec hero section impactante
- Une page **Produit/Service/Offre** (selon le brief)
- Une page **À propos / Notre histoire / Nos valeurs**
- Une page **Contact / CTA principal** (formulaire, réservation, inscription...)

Exigences techniques

- **Responsive design obligatoire** : adaptation mobile et desktop
- **Au moins 2 CTA** clairement identifiés et stratégiquement placés
- **Navigation fonctionnelle** entre toutes les pages
- **Temps de chargement** optimisé (< 3 secondes)
- **Hiérarchie visuelle** claire et lisible
- **Accessibilité de base** : contrastes suffisants, taille de texte lisible

LIVRABLES ATTENDUS

Votre dossier final devra contenir l'ensemble des productions réalisées au fil des 6 séances, organisées de manière claire et professionnelle.

■ DOSSIER DE RENDU (format PDF)

1. PAGE DE GARDE

- Nom de la marque choisie
- Noms des membres du binôme
- Date de rendu
- ISEG - Création de site web et UX/UI - 2025/2026

2. PRÉSENTATION DU PROJET (1 page)

- Brief choisi (rappel)
- Cible principale
- Objectifs du site
- Promesse de marque

3. RECHERCHE & STRATÉGIE UX (Séances 1-2)

- **3.1. Personas (1-2 pages)** : Fiche persona avec photo, identité, contexte, objectifs, frustrations, motivations, comportements digitaux
- **3.2. User Journey (1 page)** : Parcours utilisateur du visiteur inconnu à la conversion, avec étapes, actions, émotions, points de friction
- **3.3. Arborescence (1 page)** : Structure complète des pages, navigation principale et secondaire (schéma hiérarchique)

4. RÉALISATION & PRODUCTION (Séances 3-4)

- **4.1. Charte graphique (1 page)** : Palette couleurs (hex), typographies, style visuel/moodboard, justification
- **4.2. Captures d'écran (3-4 pages)** : Desktop de toutes les pages + mobile de l'accueil, avec légendes et explications UX/UI
- **4.3. Lien vers le site** : URL Framer publié + QR code pour accès mobile

5. ANALYSE & RETOUR D'EXPÉRIENCE (1-2 pages)

- **5.1. Justification des choix UX** : Pourquoi cette arborescence ? Ces CTA ? Cette hiérarchie visuelle ?
- **5.2. Difficultés et solutions** : Obstacles rencontrés et comment vous les avez surmontés
- **5.3. Apprentissages clés** : Ce que vous retenez, compétences acquises, ce que vous feriez différemment

6. ANNEXES

- **6.1. Usage de l'IA générative (si applicable)** : Nom de l'IA, contexte d'usage, prompts, résultat brut, explication de l'exploitation
- ■■ La non-précision de cet usage sera considérée comme une tricherie
- **6.2. Sources et inspirations** : Sites inspirants, ressources utilisées, articles consultés

CALENDRIER DE RÉALISATION

Séances 1-2	Architecture, UX et recherche utilisateur	Personas, User journey, Arborescence
Séances 3-4	Réalisation du site sur Framer	Charte graphique, Site fonctionnel, Navigation, Contenus
Séances 5-6	Finalisation et dossier	Optimisations, Captures d'écran, Analyse, Dossier complet

CRITÈRES D'ÉVALUATION

Critère	Points	Détail
Personas	/3	Pertinence, niveau de détail, cohérence avec cible
User journey	/3	Complétude du parcours, identification des points de friction
Arborescence	/2	Logique, clarté, adaptation aux objectifs
Charte graphique	/2	Cohérence avec identité de marque, justification
Réalisation desktop	/5	Qualité visuelle, navigation, contenus, hiérarchie
Réalisation mobile	/5	Responsive design, adaptation, lisibilité
CTA et conversion	/2	Visibilité, efficacité, placement stratégique
Justification des choix	/2	Argumentation UX, recul critique
Qualité du dossier	/1	Structure, clarté, présentation professionnelle
TOTAL	/25	Converti en note sur 20

- Répartition :
- **Démarche UX** : 30% (Personas, User journey, Arborescence, Méthodologie)
 - **Réalisation technique** : 40% (Responsive, Navigation, Qualité visuelle, Performance)
 - **UX/UI appliquée** : 20% (CTA, Hiérarchie visuelle, Expérience fluide)
 - **Analyse & recul critique** : 10% (Justification, Auto-analyse, Présentation)

CONSEILS MÉTHODOLOGIQUES

■ À FAIRE

- Commencer par la phase de conception (personas, journey, arborescence) AVANT de toucher à Framer
- Tester régulièrement le site sur mobile pendant la construction
- Faire tester votre site par des personnes extérieures au projet
- Itérer suite aux retours : un bon site est un site amélioré
- Justifier tous vos choix UX/UI dans le dossier

■ À ÉVITER

- Se précipiter sur l'outil sans avoir réfléchi à l'architecture
- Copier-coller des sites existants sans réflexion propre
- Négliger le responsive mobile
- Surcharger les pages d'informations
- Oublier les CTA ou les placer de manière inefficace
- Rendre un dossier incomplet ou non structuré

MODALITÉS DE RENDU

Date limite : À définir (fin séance 6)

Format de rendu :

- 1 dossier PDF (nom du fichier : NOM1_NOM2_Marque.pdf)
- Lien vers le site Framer (à inclure dans le PDF + à envoyer séparément)

Poids du PDF : Maximum 20 Mo (compresser les images si nécessaire)

Bon courage et surtout : prenez du plaisir à créer ! ■