

# OS COURT!

l'application

DOSSIER PROFESSIONNEL

réalisé par Anya GUIRA

CAMPUS  
FONDERIE  
DE  
L'IMAGE

CONCEPTEUR DESIGNER GRAPHIQUE EN COMMUNICATION ÉCORESPONSABLE  
SPÉ. MOTION  
2015-2016





# SOMMAIRE

**INTRODUCTION.....P.5**

## **1. L'OBJET À PROMOUVOIR**

**PRÉSENTATION.....P.9**

**POSITIONNEMENT..... P.9**

**L'ÉMETTEUR.....P.10**

**PROBLÉMATIQUE.....P.13**

**LE RÉCEPTEUR.....P.14**

**BENCHMARKING.....P.16**

## **2. LES OBJECTIFS À ATTEINDRE**

**CÔTÉ CLIENT.....P.23**

**CÔTÉ MOTION DESIGNER.....P.23**

**CONTRAINTES À PRENDRE EN COMPTE.....P.23**

## **3. LES MOYENS POUR Y PARVENIR**

**POURQUOI LE CHOIX DE CE SUPPORT DE COMMUNICATION ?.....P.26**

**CONCEPT GÉNÉRAL.....P.27**

**CONCEPT DESIGN.....P.28**

**BÉNÉFICE UTILISATEUR.....P.29**

**PERTINENCE.....P.29**

**SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES.....P.29**

**PRÉPRODUCTION.....P.30**

**PRODUCTION / POSTPRODUCTION.....P.35**

**STRATÉGIE DE MOYENS.....P.36**

## **4. CADRE FINANCIER ET JURIDIQUE**

**DEVIS.....P.40**

**DROIT DE PATERNITÉ.....P.41**

## **5. CONDUITE DE PROJET**

**CHECKLIST DE PRODUCTION.....P.44**

**RÉTROPLANNING.....P.45**

## **5. CONCLUSION**

**CONCLUSION.....P.48**







# INTRODUCTION

Le projet est une vidéo qui vise à promouvoir l'application *Os court!* qui est un prolongement du livre jeunesse de Jean-Luc Fromental et Joëlle Jolivet. L'enjeu principal est de convaincre les parents d'acheter et de télécharger l'application et de rendre le jeu attrayant aux yeux des enfants. Il sera disponible sur Youtube, Vimeo et dans les publicités vidéos des autres applications.

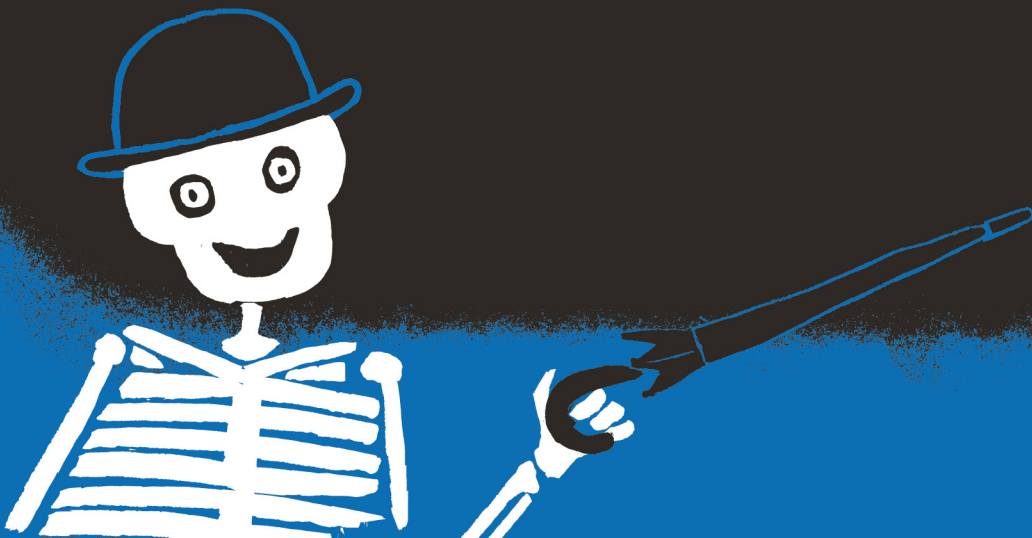
L'album jeunesse *Os court!*, publié aux éditions Hélicium, s'est vu décerné par un jury d'élèves de primaire le Prix «Pépîte France Télévisions - catégorie Album» dans le cadre du Festival du Livre et de la Presse Jeunesse de Montreuil.

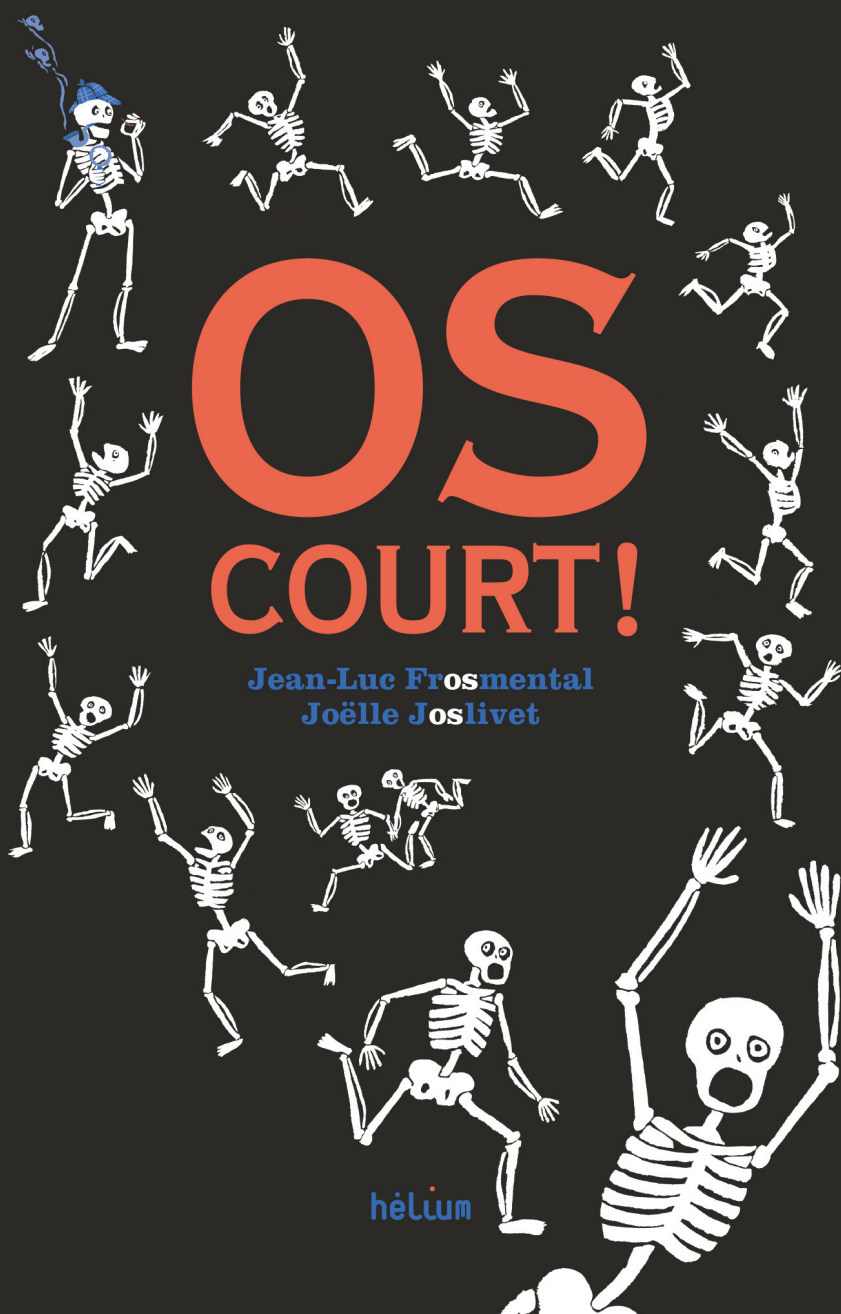
J'ai choisi ce projet car l'album invitait à la création d'un univers plus immersif pour les enfants qui serait autant éducatif qu'amusant pour eux.



1.

# L'OBJET À PROMOUVOIR









# PRÉSENTATION

## L'ALBUM JEUNESSE OS COURT!

écrit par Jean-Luc Fromental et illustré par Joëlle Jolivet, édité par Hélium Éditions en 2015.

L'histoire raconte l'enquête du détective Sherlos Hosme dans la ville d'Ostendre qui subit depuis quelque temps les attaques d'une affreuse chose rouge et velue volant les os des habitants du bourg, leur dérochant tibias, humérus et péronés. Le célèbre enquêteur, tout en prêtant une oreille distraite aux dires des victimes, comptabilise soigneusement le nombre d'os disparus. Arrivé à la conclusion qu'il ne manque que l'astragale pour composer un squelette entier, il dépose le minuscule os pour piéger « l'ogre bestial ».

L'album jeunesse contient des rimes, des jeux de mots et une chute inattendue. Ce clin d'œil à notre société en proie à la psychose collective forme un tout original.

Les illustrations, plus drôles qu'effrayantes, se déclinent sur papier glacé. Le très beau jeu de couleurs composé de noir, bleu, orange, jaune et blanc met en valeur le décor gothique dans lequel évoluent ces squelettes blancs.

L'APPLICATION propose donc à l'enfant d'aller plus loin et aura la possibilité d'accéder à deux points de vue grâce à un simple bouton.

Tout d'abord le point de vue du détective Sherlos Hosme l'amènera à mener l'enquête lui-même en fouillant

les décors extraits directement de l'album pour retrouver les os disparus. Une fois retrouvé l'enfant est « récompensé » par une animation et l'os se place sur un squelette lui indiquant où il se place et sa fonction.

Le deuxième point de vue est celui des villageois. Dans cette partie, l'enfant accède à l'histoire choisissant ou non l'option audio. Les illustrations et le texte seront lisibles par un scroll.

# POSITIONNEMENT

L'application permet à l'enfant d'aller plus loin dans l'histoire, d'intervenir lui-même dans l'enquête en l'impliquant directement tout en lui donnant accès subtilement à l'apprentissage du squelette humain.

La vidéo promotionnelle de l'application étant payante, la première cible à convaincre sont les parents de 30 à 45 ans environ mais sans oublier les enfants de 6 à 8 ans à qui est destinée l'application que l'univers du jeu doit séduire tout autant.



# L'ÉMETTEUR

## PRÉSENTATION DU CLIENT : ANALYSE STRATÉGIQUE

### CONSTATS INTERNES À L'ENTREPRISE

Hélium est une maison d'édition française spécialisée en littérature jeunesse, fondée en 2008 par Sophie Giraud, ancienne éditrice chez Naïve.

Située rue de l'Arbalète, dans le 5<sup>e</sup> arrondissement parisien, la maison d'édition est composée d'une équipe de quatre personnes : Sophie Giraud la directrice, l'éditrice Gilberte Bourget, Ilaria Conni pour la promotion, remplacée par Rozenn Samson en 2013, et Elsa Giroux pour la coproduction, ainsi que le directeur artistique extérieur, Gérard Lo Monaco.

En trois ans d'édition, Hélium a constitué un catalogue de 70 titres, illustrés, entre autres, par Floc'h, Benjamin Chaud, Delphine Chedru, Joëlle Jolivet, Iris de Moüy, pour 25 à 30 nouveautés par an et un chiffre d'affaires de 1,1 million d'euros en 2011. En novembre 2011, la maison d'édition indépendante est rachetée par Actes Sud. La diffusion est prise en charge par l'équipe de représentants d'Actes Sud, mais la maison garde le même distributeur, UD-Flammarion.

En 2015, Hélium choisit d'explorer les liens que les différentes expressions artistiques entretiennent entre elles et d'étendre ses publications à la littérature générale : fiction, beaux-livres, livres de dessins et croquis ou de graphisme. Les premiers titres de la collection Constellation sont signés Arno Bertina, Didier da Silva et Alban Lefranc.

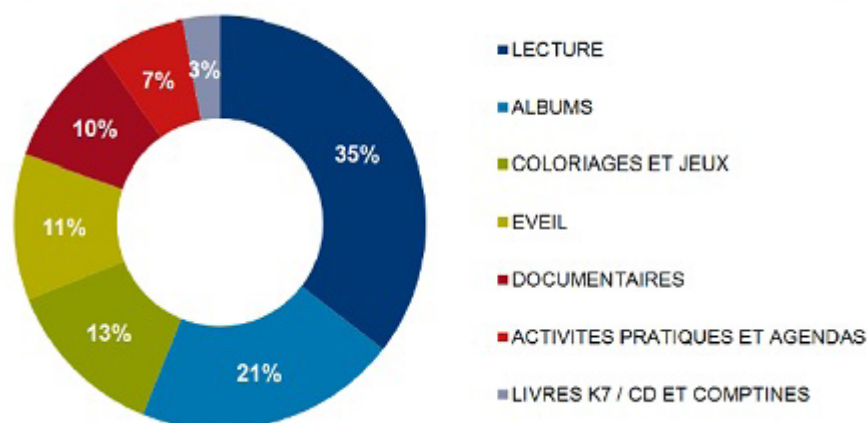
Hélium éditions édite essentiellement des livres jeunesse mais a commencé à développer des jeux à partir de livre comme le jeu Tip Tap qui permet à l'enfant de créer un univers en tapant des mots-clés.



## CONSTATS EXTERNES – CONCURRENCE

Le marché du livre jeunesse se porte bien. GfK, la société pour la recherche sur la consommation, a publié les derniers chiffres de ce segment de l'industrie du livre à l'occasion de l'ouverture du Salon du livre et de la presse Jeunesse de Montreuil.

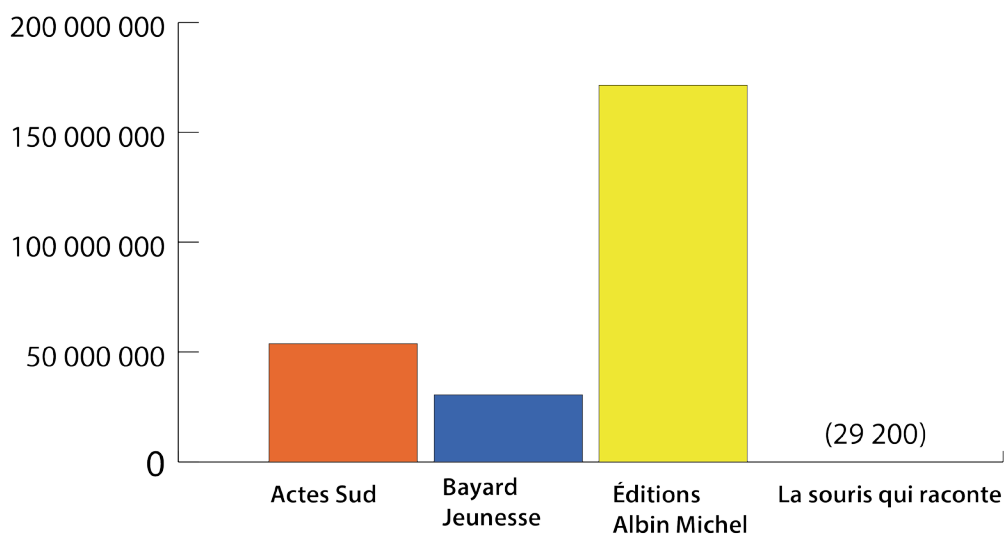
La jeunesse est le deuxième segment du marché du livre en valeur après la littérature générale.



*Répartition du chiffre d'affaires du livre jeunesse par catégorie  
Novembre 2014 - Octobre 2015*

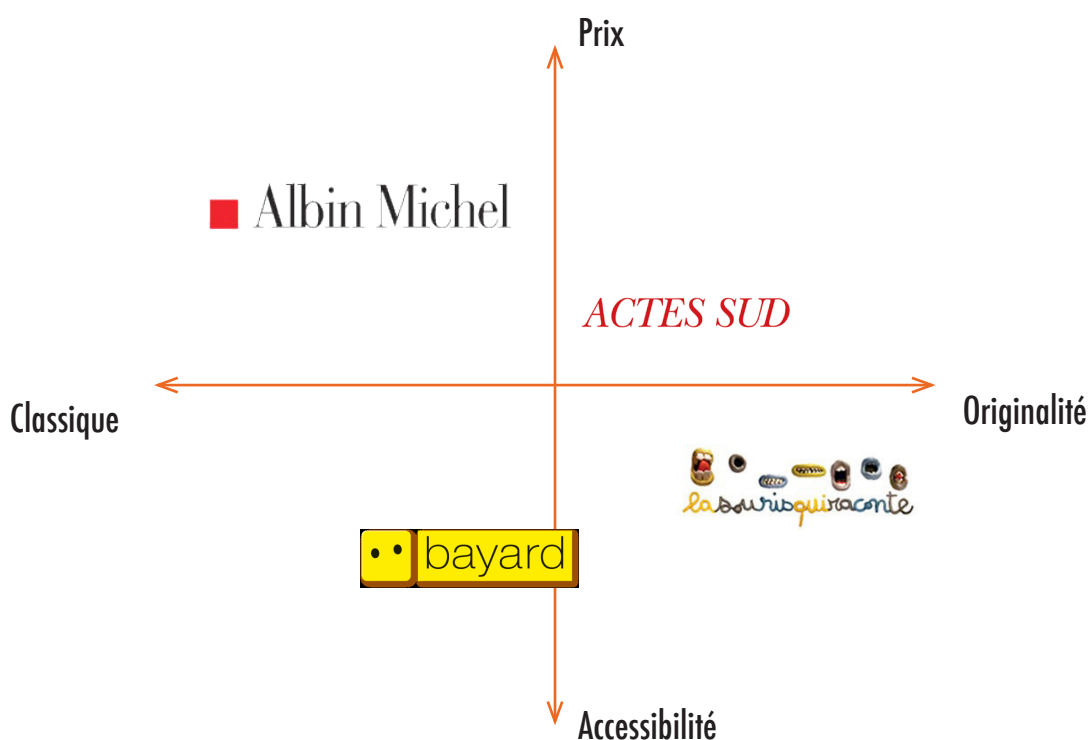
Toujours attentifs aux innovations techniques et aux explorations qu'elles permettent, les éditeurs jeunesse se sont lancés avec entrain sur le terrain du numérique, qui promet mobilité, interactivité, expérience multimédia. De fait, aujourd'hui, les expérimentations numériques sont davantage le fruit de politiques d'éditeurs que de projets d'auteurs.

## Comparaison des chiffres d'affaires de 2014





## CONSTATS QUALITATIFS



## CONCLUSION

| FORCE                                                                                                                                                                                                                                                              | FAIBLESSE                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hélium a été racheté par Actes Sud, plus reconnue</li> <li>- des univers colorés et variés</li> <li>- vise les enfants sans oublier les parents</li> <li>- innove dans leurs mises en pages et leurs histoires</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- site internet vide</li> <li>- manque de visibilité</li> <li>- moins de nouveautés que La souris qui raconte</li> </ul> |
| OPPORTUNITÉS                                                                                                                                                                                                                                                       | MENACES                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- prix dans les Salons jeunesse (Montreuil)</li> </ul>                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- moins de publications annuelles</li> <li>- moins évolué dans le domaine du numérique</li> </ul>                        |

## DIAGNOSTIC

Le support de communication devra prendre en compte que son public a déjà été confronté à ce genre d'application et sera donc assez exigeant quand aux interactions proposées. Bien qu'ayant moins de moyens financiers que des grandes maisons d'éditions telles qu'Albin Michel, le marché est en assez grande évolution pour que la porte soit ouverte à ce projet et le public réceptif à une application-jeu livre.



# PROBLÉMATIQUE

Ludique      Détective      Os  
Jeu      Immersion  
Humour  
Découverte      Mystère      Lecture  
Disparition      Jeu de couleurs

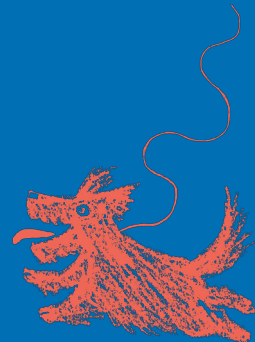
**ENQUÊTE**

**APPRENTISSAGE**

**JEUNESSE**



**COMMENT CONVAINCRE LES PARENTS  
DE TÉLÉCHARGER L'APPLICATION TOUT  
EN ATTIRANT LA CURIOSITÉ DE LEURS  
ENFANTS?**





# LE RÉCEPTEUR

## PRÉSENTATION GÉNÉRALE DES PUBLICS DESTINATAIRES

Le public destinataire principal serait les parents de 30 à 45 ans. La vidéo les sensibilisera à l'univers ludique et pédagogique d'*Os court!* pour leurs enfants.

Les enfants âgés de 6 à 8 ans sont le public secondaire puisque ce sont eux qui seront amenés à se servir de l'application. L'idée est qu'ils aillent plus loin dans l'histoire mais l'idéal serait que le jeu soit tout de même indépendant du livre.

En périphérie, les curieux de découvrir d'autres modes de lecture.



PARENTS



ENFANTS



CURIEUX





## PRÉSENTATION PERSONNALISÉE : 3 PERSONAS FICTIFS



### MANON BALDIN

30 ans  
Modéliste  
Mariée - 1 enfant  
Région parisienne  
Passionnée mais stressée par son métier

Attend de l'application de lui permettre de faire découvrir à son enfant une histoire tout en le voyant s'éveiller, s'impliquer, apprendre et lire.



### ANTONIN BALDIN

7 ans  
Fils de Manon Baldin  
Région parisienne  
Curieux

Attend de l'application de pouvoir s'amuser et fouiller partout où il pourra.



### BETTY MARTIN

24 ans  
Étudiante en journalisme  
Célibataire  
Marseille

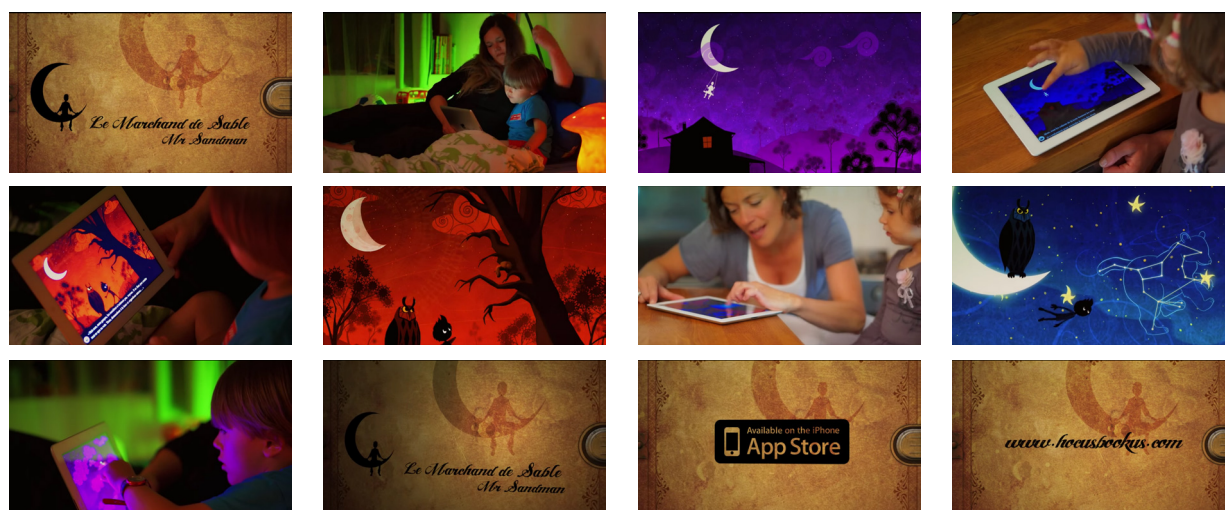
Attend de l'application un nouveau regard sur la lecture et la façon d'interagir avec une histoire.



# BENCHMARKING

## BENCHMARKING CRÉATIF

### LE MARCHAND DE SABLE, PEUR DU NOIR - HOCUSBOOKUS



Ce livre-application parle du noir et de la peur du noir. Elle met en scène un petit garçon en ombre chinoise, auquel n'importe quel enfant pourra facilement s'identifier, et lui fait vivre l'aventure quotidienne de tous les enfants du monde : le coucher. Bien sûr sa maman est là, elle lui lit une histoire, l'embrasse et laisse musique et veilleuse, mais, lorsque passe le marchand de sable et au moment de s'abandonner au sommeil, le garçon a peur.

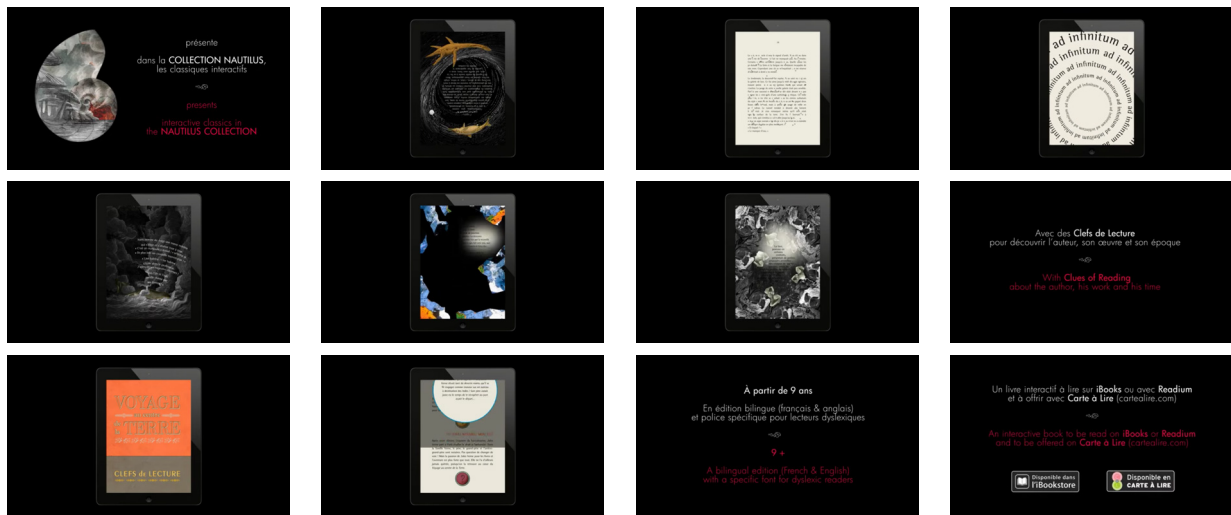
Mais cette nuit n'est pas comme les autres. Il va rêver, et aux côtés d'un Grand Duc rencontré dans sa forêt onirique, partir à la découverte des mystères et des beautés de la nuit, avant de s'en revenir dans son lit, rassuré et heureux.

Il y a deux modes de lecture clairement explicités : avec et sans narration, pour une lecture-spectacle ou une histoire du soir plus classique parent/enfant.

|                      | Efficacité | Lisibilité | Graphisme | Mouvement | Son/musique | Effets |
|----------------------|------------|------------|-----------|-----------|-------------|--------|
| Le marchand de sable | ++         | +          | +         | -         | +           | -      |



## VOYAGE AU CENTRE DE LA TERRE, JULES VERNE - L'APPRIMERIE



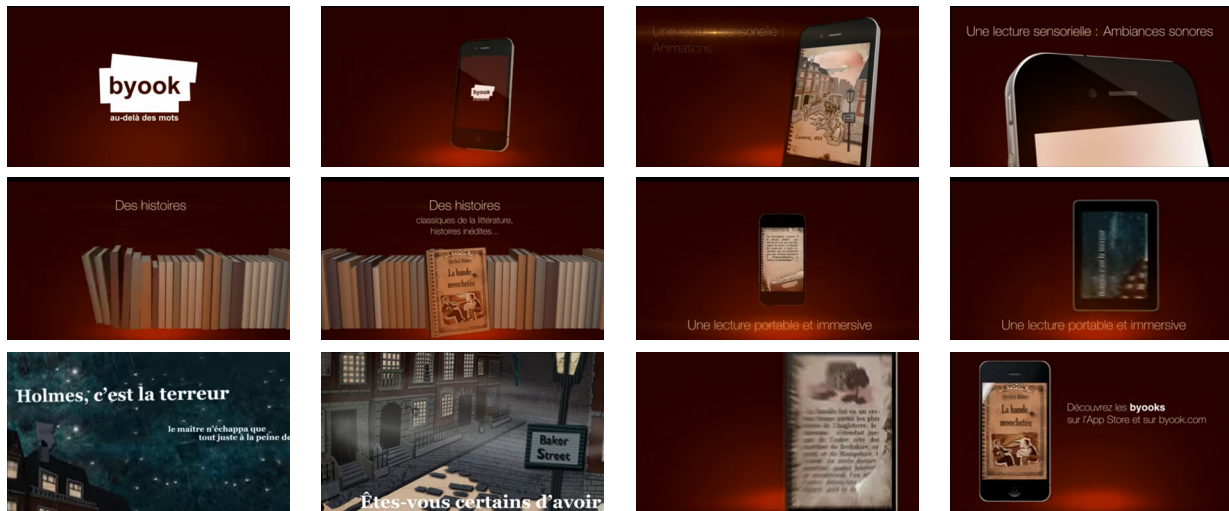
Une interprétation interactive et graphique du *Voyage au centre de la Terre* de Jules Verne, dans une version abrégée, pour tous publics à partir de 9 ans. L'application propose un voyage au cœur du texte, des jeux graphiques et typographiques pour placer l'interactivité au cœur de la lecture et en faire, en elle-même, un voyage, un enrichissement autour de l'œuvre et de l'auteur sous forme de quiz et d'anecdotes pour s'immerger et comprendre l'univers de Jules Verne, une autre façon de naviguer dans un livre.

En proposant un sommaire en forme de roue ou de boussole, il suffit de faire glisser le chapitre désiré en haut du cercle pour que les pages intérieures s'ouvrent en éventail. Une manière originale de (re)découvrir les classiques de la littérature par des animations discrètes et poétiques qui ne détournent pas l'attention du texte mais qui en suggèrent la portée onirique.

|             | Efficacité | Lisibilité | Graphisme | Mouvement | Son/musique | Effets |
|-------------|------------|------------|-----------|-----------|-------------|--------|
| Jules Verne | +          | +          | -         | -         | -           | +      |



## SHERLOCK HOLMES - BYOOK



Byook propose une nouvelle expérience de lecture. en utilisant la technologie possible grâce aux tablettes et les codes du cinéma, ce livre numérique est enrichi d'illustrations, d'animations et de sons qui décuplent l'immersion du lecteur.

Ce byook met en scène une des enquêtes du célèbre Sherlock Holmes. La jeune femme endeuillée qui se présente à lui craint pour sa vie. Un beau-père menaçant, un décès inexplicable et un étrange sifflement poussent le détective du 221 Baker Street à accepter une bien sombre enquête.

|                 | Efficacité | Lisibilité | Graphisme | Mouvement | Son/musique | Effets |
|-----------------|------------|------------|-----------|-----------|-------------|--------|
| Sherlock Holmes | ++         | -          | +         | ++        | +           | +      |

## CONCLUSION BENCHMARKING DESIGN

Pour promouvoir efficacement une application-jeu de lecture, le plus efficace à mettre en évidence sont les animations et les interactions possibles entre l'utilisateur et l'application. Le son et la musique joue aussi un rôle important pour recréer l'univers immersif.

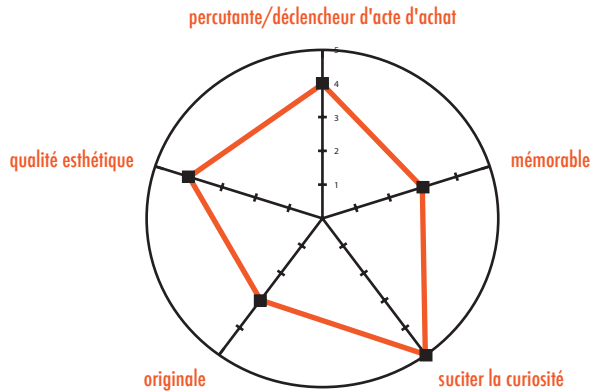
En revanche, poser une tablette sur un fond noir sans aucun mouvement durant toute la vidéo annule cette immersion.

Le passage entre un mock-up et un plein écran de l'application donne un rythme agréable à la vidéo.

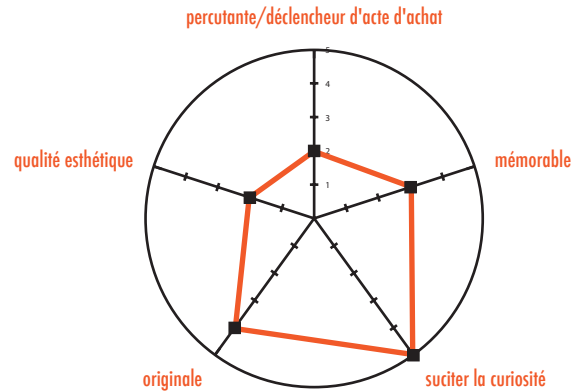
Aucune n'a de voix-off.

## BENCHMARKING MARKETING

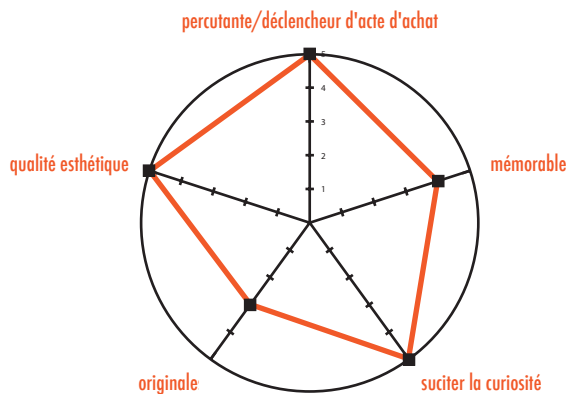
*LE MARCHAND DE SABLE, PEUR DU NOIR*  
HOCUSBOOKUS



*VOYAGE AU CENTRE DE LA TERRE,*  
JULES VERNE - L'APPRIMERIE



*SHERLOCK HOLMES*  
BYOOK

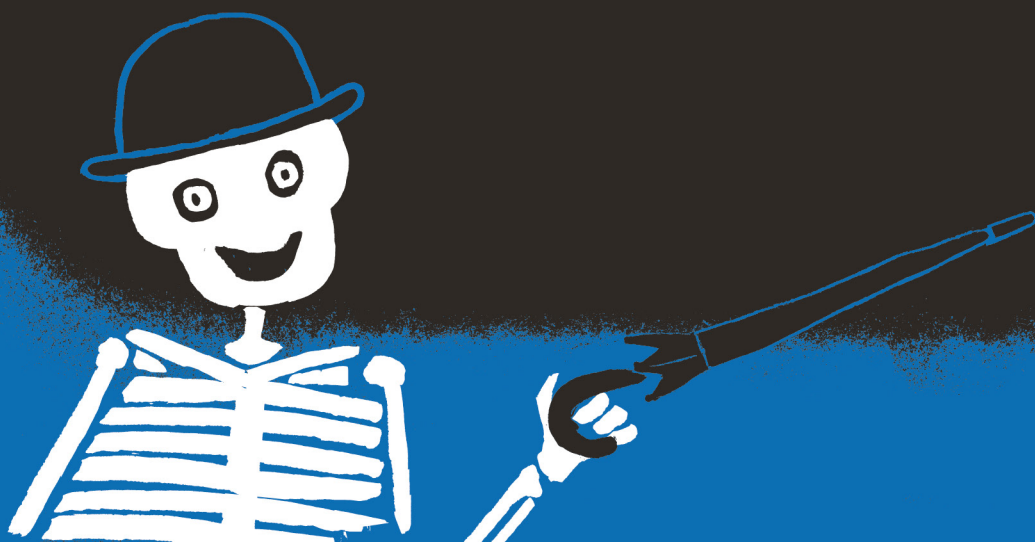


## CONCLUSION BENCHMARKING MARKETING

Pour la vidéo promotionnelle de l'application Os court! nous retiendrons que les critères de curiosité et de déclenchement d'acte d'achat ont été favorisés aux dépens de l'originalité ou de la mémoire. Pourtant tous ces points seront essentiels pour retenir l'attention des parents comme des enfants.



2.  
LES  
**OBJECTIFS**  
À ATTEINDRE









# CÔTÉ CLIENT

Les objectifs de communication attendus par le client sont de faire acheter l'application *Os court!* aux parents et de faire (re)découvrir l'album par la même occasion.

# CÔTÉ MOTION DESIGNER

L'univers graphique de *Os court* étant fort, il a attiré mon attention en me donnant envie d'assembler mon analyse multimédia pour l'adapter au format numérique et ludique. J'ai donc décidé de développer un concept d'application en plus de la demande de motion.

Ce projet va dans le sens de mes futurs projets en alliant le motion, le numérique et l'édition.

# CONTRAINTES À PRENDRE EN COMPTE

Les vidéos diffusées sur Youtube ou Vimeo ne sont pas soumises à des mesures trop contraignantes mise à part être en 16:9 pour ne pas créer de bande noires inesthétiques.

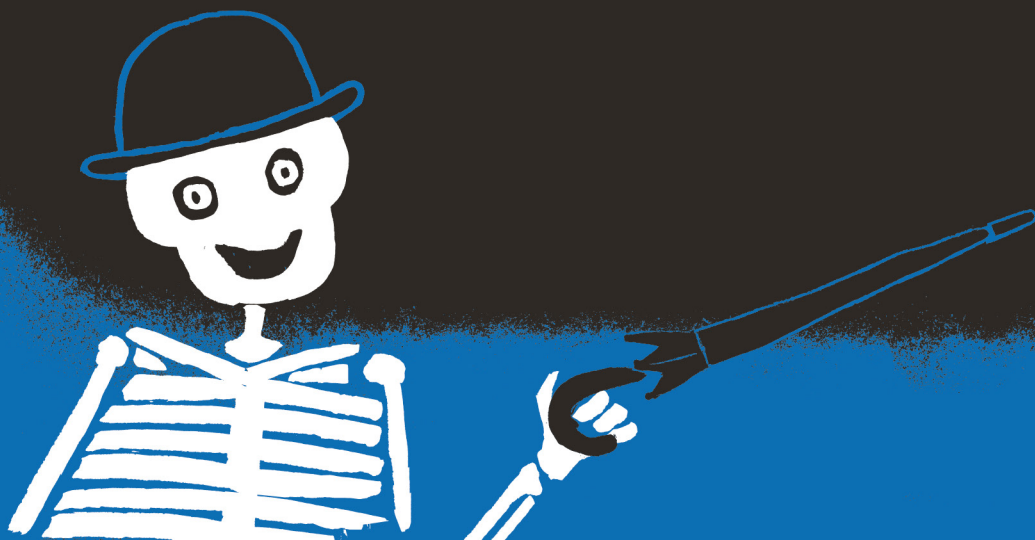
Dans le cas de partage sur les réseaux sociaux, ne pas oublier que les vidéos se lancent sur Facebook automatiquement sans le son, c'est pourquoi il faut tout de même prévoir une compréhension sans audio.

Malgré tout, les sons auront leur importance à l'oreille des enfants.

La vidéo ne devra pas excéder 1min10 pour ne pas les lasser.



3.  
LES  
**MOYENS**  
POUR Y PARVENIR





# POURQUOI LE CHOIX DE CE SUPPORT DE COMMUNICATION ?

La vidéo promotionnelle doit être facile à partager et visionnable sur les plateformes connues telles que Youtube ou Vimeo. Youtube parce qu'elle apparaîtra dans les suggestions si les parents sont à la recherche de ce genre d'application et Vimeo car cette plateforme regroupe beaucoup de vidéos intéressantes graphiquement et esthétiquement.

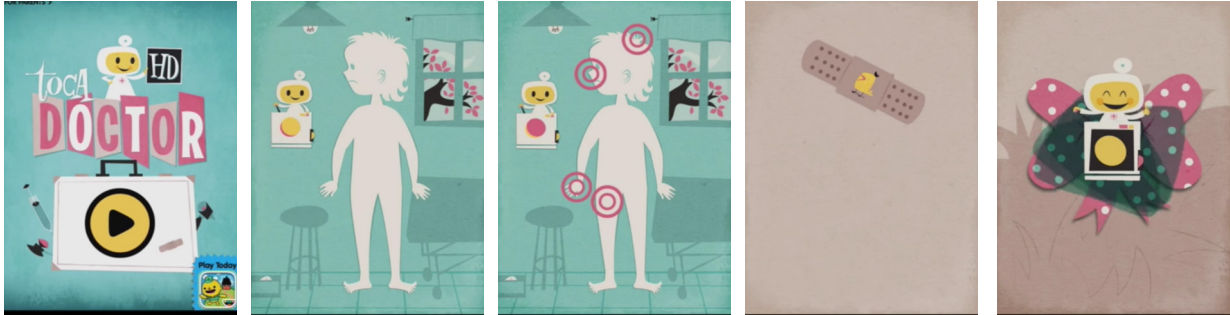
On peut aussi envisager la diffusion sur d'autres applications durant les temps de publicités vidéo de promotion.



# CONCEPT GÉNÉRAL

## PLANCHE TENDANCES : MOODBOARD

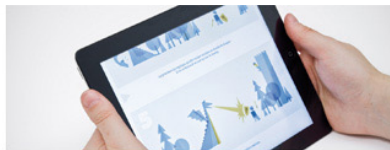
### TOCA DOCTOR PAR TOCA BOCA



Jeux amusants et graphisme bien ciblé. Les sons présents à chaque action jouent un rôle important tout comme la récompense à la fin de chaque mini-jeu.

### IL ÉTAIT DES FOIS DE VALENTIN GALL ET OLIVIER CASTILLE

#### GLISSEZ POUR DISTRIBUER LES RÔLES



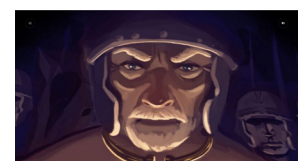
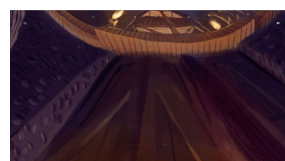
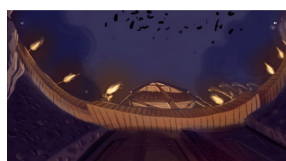
#### BASCULEZ POUR CHANGER DE POINT DE VUE

#### PINCEZ ET CONFRONTEZ LES TROIS NARRATIONS



Trois personnages. Trois rôles possibles. Trois points de vue.

### LE DERNIER GAULOIS - NOUVELLES ÉCRITURES PAR FRANCE TV



Le scroll fait défiler les illustrations et déclenche la voix-off, les deux sont synchronisés.



# CONCEPT DESIGN

L'univers graphique étant déjà créer, je me suis surtout attardée sur la conception de l'application et sur la façon de la rendre claire au public.

La première idée était d'avoir une application uniquement basée sur un jeu d'enquête. Mais en poussant la réflexion plus loin, il a semblé qu'intégrer deux points de vue différents serait plus intéressant. En m'éloignant de l'idée que l'application ne serait qu'un jeu, j'ai pensé l'application en deux parties, la première active où l'enfant est directement impliqué et une partie passive où il prend connaissance de l'histoire. Le tout ne devait pas dénaturer l'univers du livre.

Ambiance mystérieuse d'enquête > tons bleutés, musique intrigante  
Récompense > accélération du rythme

## COULEURS

bleu nuit, orange, jaune, noir et blanc

## FORMES

arrondis

## TYPES D'IMAGES UTILISÉES

illustrations de Joëlle Jolivet

## POLICES DE CARACTÈRES

Copperplate / Clarendon

## TYPES DE MOUVEMENT

essentiellement des zoom et animations de perso

## MONTAGE

montage dialectique

Transitions un seul plan-séquence, transitions par travellings, etc (voir votre cours)

## SON

musiques, bruitages, voix off

## ORIGINALITÉ

Le double point de vue est un concept original, de plus le jeu proposé s'adapte à l'histoire sans la dénaturer en prolongeant la lecture.





# BÉNÉFICE UTILISATEUR

L'utilisateur de l'application est l'enfant, elle lui permettra de trouver le goût de la lecture tout en allant plus loin dans l'expérience. Il se sentira impliqué dans l'histoire en ayant la possibilité de mener lui-même l'enquête et les parents seront rassurés de savoir qu'il apprend en même temps qu'il joue.

# PERTINENCE

Toca Doctor est une application-jeu qui propose à l'enfant toute une série de mini-jeux ludique en l'impliquant dans les problèmes d'un autre enfant en lui demandant de le soigner.

# SPÉCIFICITÉS TECHNIQUES

Vidéo promotionnelle  
taille : 1920 x 1080 px  
durée : 1m10

Motion : After Effects  
Animations personnages : Duik



# PRÉPRODUCTION

## CHARTRE GRAPHIQUE

### COULEURS



R : 0  
V : 111  
B : 180



R : 239  
V : 102  
B : 67



R : 46  
V : 42  
B : 38



R : 148  
V : 172  
B : 206



R : 255  
V : 234  
B : 67

### POLICES

COPPERPLATE  
**Clarendon**

### LOGO

OS  
COURT!

*l'application*

### BOUTONS CHANGEMENT DE POINT DE VUE



Sherlos Hosme



Les villageois



## SYNOPSIS

Plan 1 :

Aperçu du livre original Os court!

Plan 2 :

Zoom sur le livre au niveau du nom de la maison d'édition, effacement progressif des personnages

Plan 3 :

Plan général sur hélium sur fond uni

Plan 4 :

Apparition du mot «présente»

Plan 5 :

Vue générale sur l'écran d'accueil du jeu

Plan 6 :

Mise en situation de la vue générale sur le plan d'arrivée du jeu sur tablette et apparition de la flèche pour démarrer le jeu

Plan 7 :

Vu sur la tablette et une main qui démarre le jeu

Plan 8 :

Introduction, résumé écrit de l'histoire :

Depuis quelque temps, une affreuse chose rouge et velue s'attaque à l'ossature même des habitants du village d'Ostendre, leur dérobant tibias, humérus et péronés. Aidez le détective Sherlos Hosme à trouver les os volés ou (re)découvrez les aventures des habitants en appuyant sur le bouton central.

Plan 9 :

Bouton de choix entre mener l'enquête avec le détective Sherlos Hosme ou découvrir l'histoire des villageois.

Plan 10 :

Découverte d'un niveau du jeu et recherche d'un os

Plan 11:

Rangement de l'os dans le squelette final

Plan 12 :

Switch vers la partie lecture «villageois»

Plan 13 :

Aperçu du mode passif de lecture

Plan 14 :

Avec Os court! Le jeu, va plus loin dans la découverte du squelette humain tout en t'amusant!

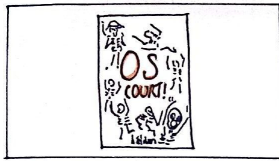
Plan 15 :

Crédits /Store



## STORYBOARD V.1

00:00 - 00:02



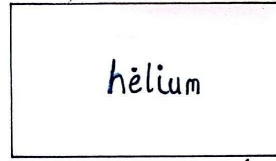
Aperçu du livre original

00:02 - 00:03



Zoom

00:03 - 00:04



Plan général sur hélium

00:04 - 00:05

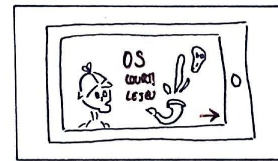


00:05 - 00:07



Vue générale sur l'écran d'accueil du jeu

00:07 - 00:08



Mise en situation

00:08 - 00:09



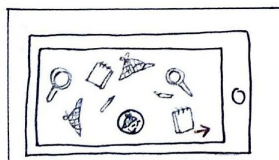
Démarrage du jeu

00:09 - 00:13



Introduction courte

00:13 - 00:15



Bouton de choix entre mener l'enquête ou découvrir l'histoire

00:15 - 00:18



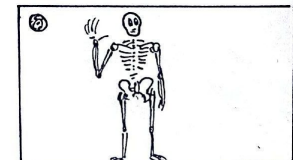
Découverte d'un niveau de jeu et recherche d'un os.

00:18 - 00:25



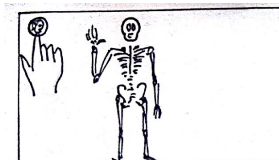
Recherche

00:25 - 00:32



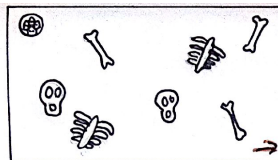
Rangement de l'os dans le squelette final

00:32 - 00:35



Switch vers la partie lecture 'villagers'

00:35 - 00:37



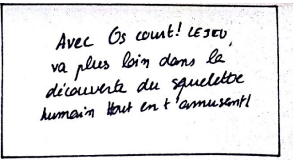
Ecran d'accueil du mode passif de lecture

00:37 - 00:45



Lecture

00:45 - 00:55



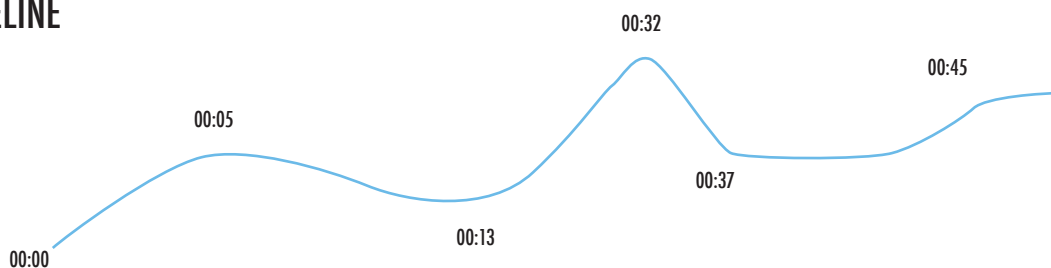
Transition

00:55 - 01:05



Credits / Store

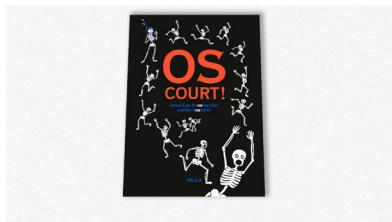
## TIMELINE





## STORYBOARD V.2

00:00 - 00:02



Musique tout au long de la vidéo

00:02 - 00:05



00:05 - 00:07

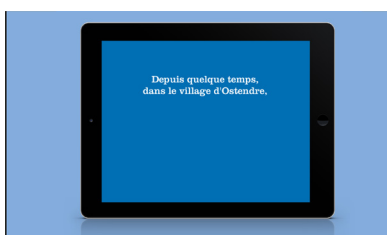


00:07 - 00:09



Son : clic

00:09 - 00:13



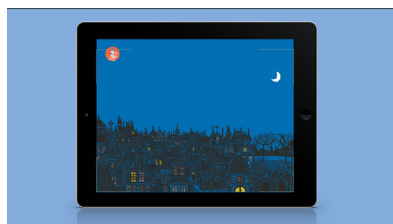
Voix-off résumant l'histoire

00:13 - 00:15

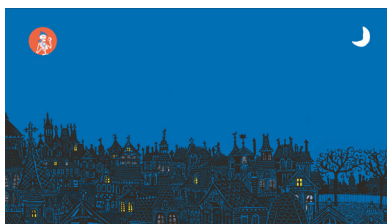


Son : clic

00:15 - 00:18

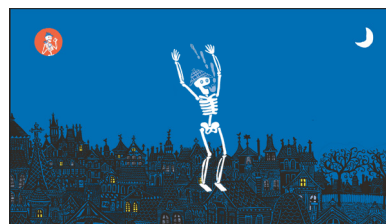


00:18 - 00:23



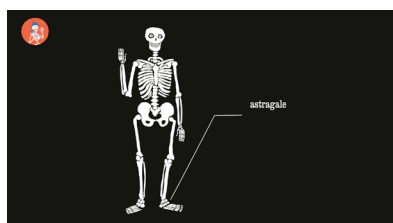
Sons variables selon les actions manuelles

00:23 - 00:25

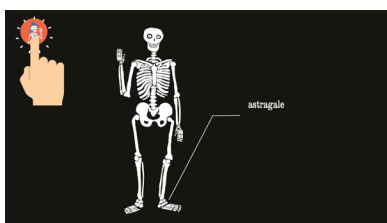


Son : félicitation

00:25 - 00:32



00:32 - 00:35



Son : clic

00:35 - 00:37



Son : clic

00:37 - 00:45



00:45 - 00:55



Voix-off

00:55 - 01:05





## BUT DE L'APPLICATION

Résoudre une énigme et compléter le squelette.  
Accéder à l'histoire

## TYPE D'EXPÉRIENCE UTILISATEUR RECHERCHÉE

Immersive et ludique

## INTERACTIVITÉ

Actions

Glisser : doigt : essuyer / frotter

Poser et glisser : déplacer

Écarter 2 doigts : zoomer

## ERGONOMIE

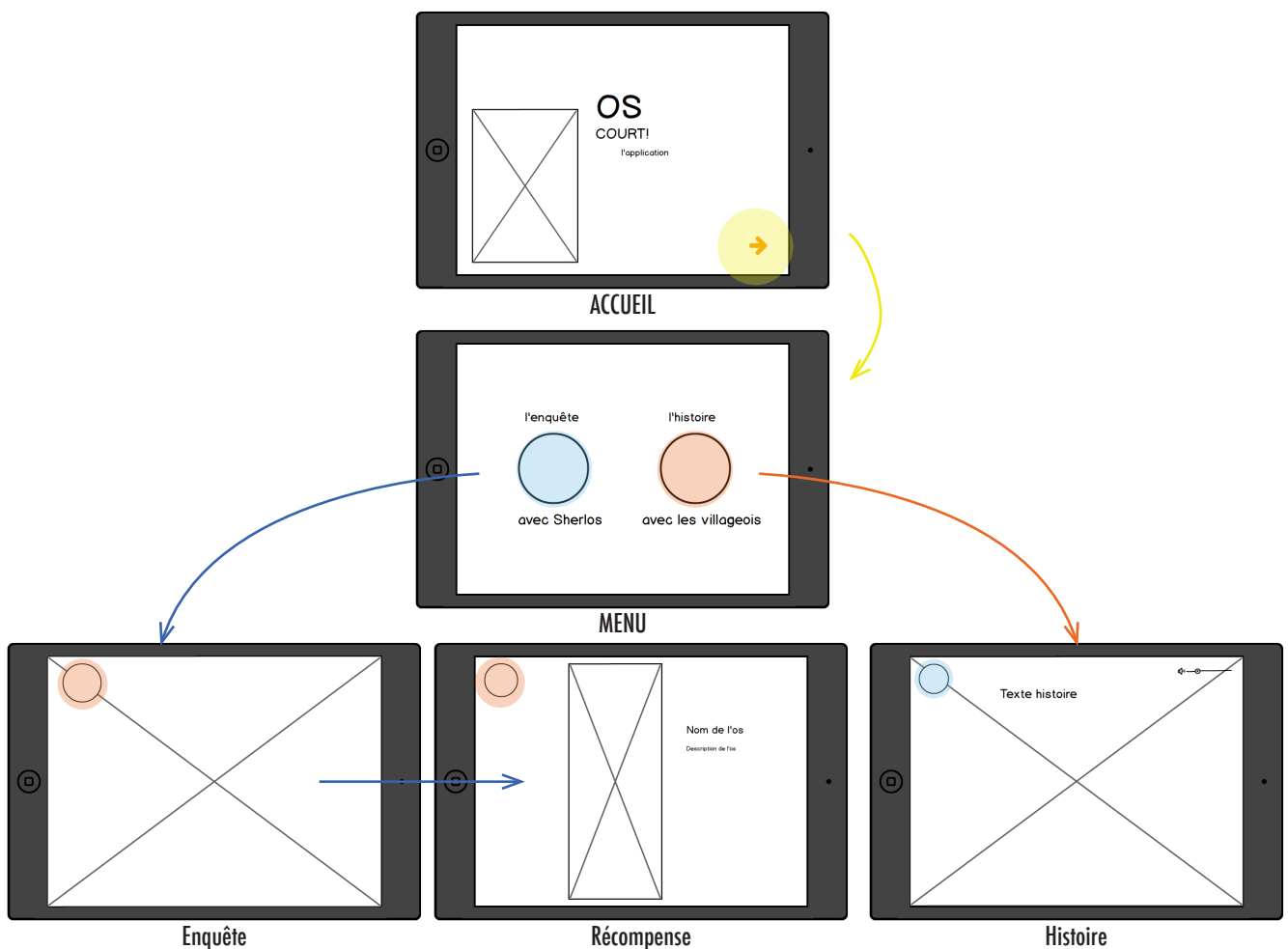
Un écran d'accueil double : un accès à l'enquête par le personnage de Sherlos Hosme ou à l'histoire par les têtes des villageois.

Enquête : apparition d'un décor, l'enfant cherche et lorsqu'il trouve, apparition de Sherlos Hosme qui le félicite et changement d'écran. Le squelette apparait, se complète et explique à l'écrit à l'enfant à quoi sert l'os qu'il vient de trouver.

Lecture : L'enfant scoll pour prendre connaissance de l'histoire, il peut activer ou on la voix-off.

L'enfant peut passer d'un mode à l'autre en appuyant sur le bouton.

## WIREFRAME





# PRODUCTION / POSTPRODUCTION

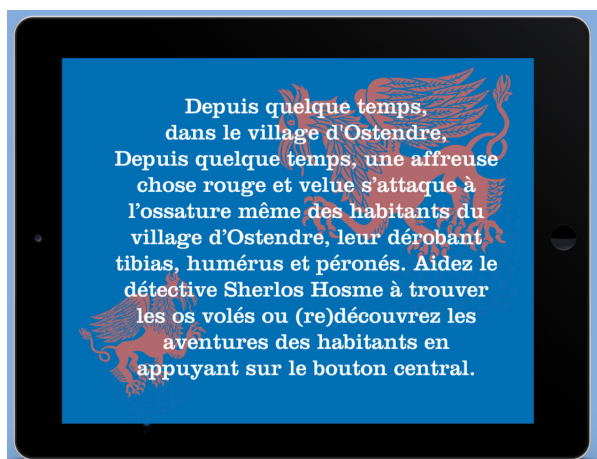
ÉCRANS FINAUX



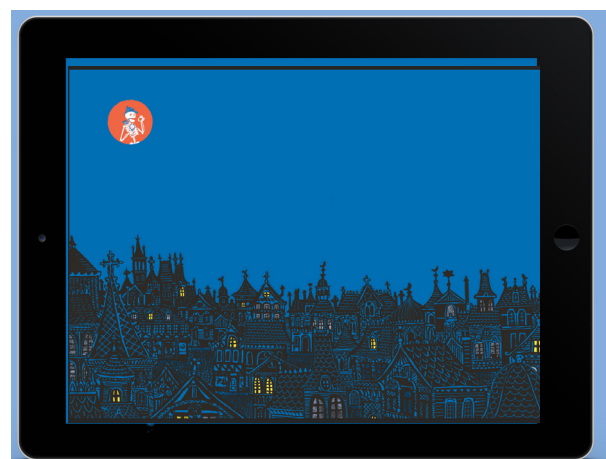
ACCUEIL



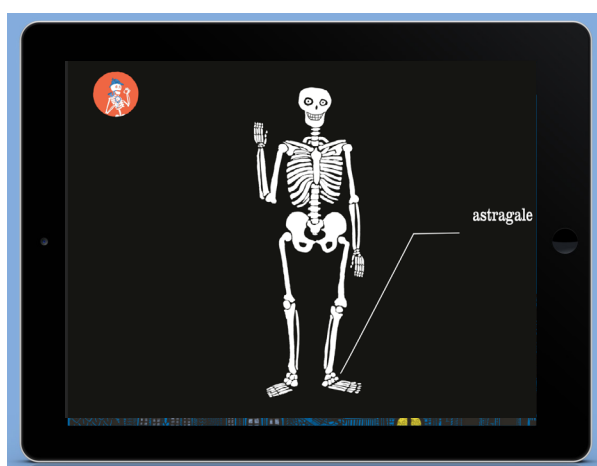
MENU



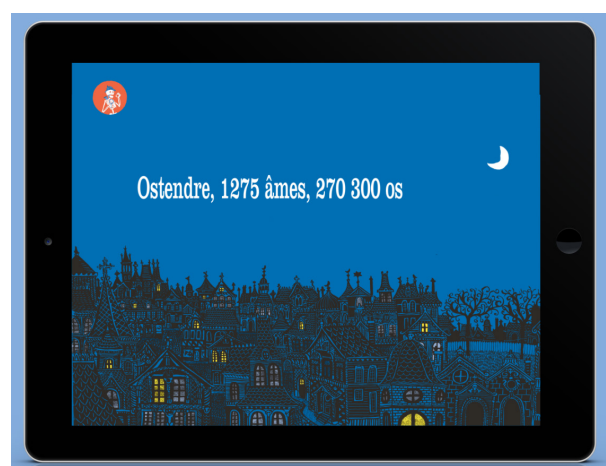
LANCEMENT ENQUÊTE



JEU



RÉCOMPENSE JEU



LANCEMENT HISTOIRE





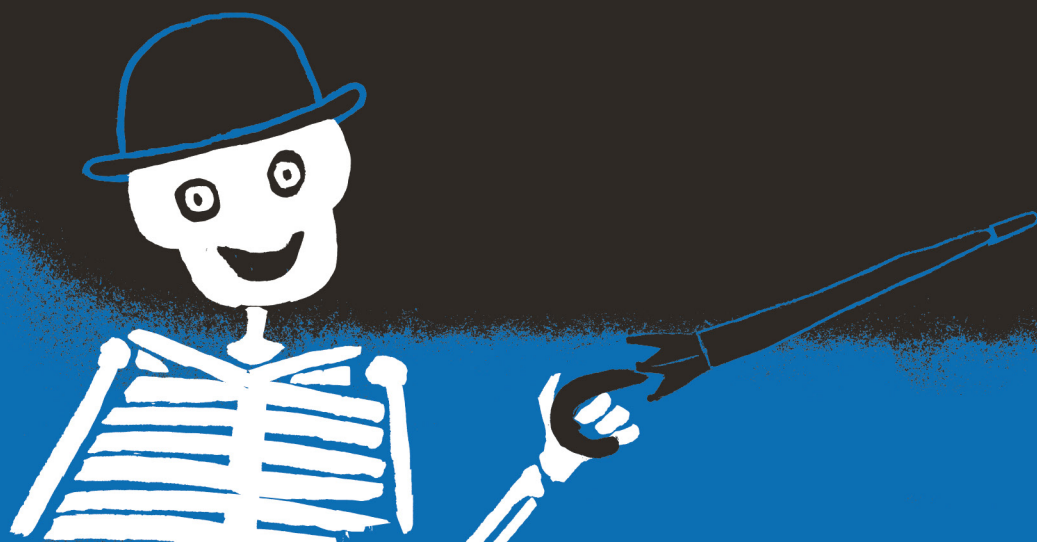
# STRATÉGIE DE MOYENS

La vidéo sera diffusée sur Youtube et Vimeo et partagée sur les réseaux sociaux deux fois la semaine de sa sortie puis une fois par semaine durant le mois.





4.  
CADRE  
**FINANCIER**  
**ET JURIDIQUE**





# DEVIS



Anya GUIRA  
Graphiste / Auto entrepreneur  
Rue des Bruyères, Bat. C1  
95150 Taverny  
RCS (Cergy-Pontoise): 199517939  
APE : 4794B

**Devis valable jusqu'au 20 juin 2016**

Hélium Éditions  
18 rue Séguier  
75006 Paris

Devis n°0001 Taverny, le 20 mai 2016

**Objet : Conception et réalisation d'une oeuvre composite sous la forme d'une vidéo promotionnelle pour le jeu Os court! d'une durée de 1 minute 30 secondes**

|                                      | Prix (€/j) | Jours | Prix total      |
|--------------------------------------|------------|-------|-----------------|
| <b>CONCEPTION Vidéo de promotion</b> |            |       |                 |
| Analyse documentaire                 | 150,00     | 1     | 150,00          |
| Élaboration de pistes créatives      | 250,00     | 3     | 750,00          |
| Recherches graphiques                |            |       |                 |
| - Iconographie                       | 250,00     | 2     | 500,00          |
| - Colorimétrie                       | 250,00     | 1     | 250,00          |
| - Typographie                        | 250,00     | 1     | 250,00          |
| Création de contenus                 |            |       |                 |
| - Enregistrement de voix-off         | 150,00     | 1     | 150,00          |
| Montant forfaitaire droit d'auteur   |            |       | 410,00          |
| Sous-total brut                      |            |       | 2 460,00        |
| <b>RÉALISATION Vidéo</b>             |            |       |                 |
| Animations                           | 250,00     | 5     | 1 250,00        |
| Sous-total                           |            |       | 1 250,00        |
| <b>TOTAL</b>                         |            |       | <b>3 710,00</b> |

TVA non applicable en vertu de l'article 293 B du CGI.

Si vous acceptez ce devis, je vous remercie, Chère Madame, Cher Monsieur, de bien vouloir le retourner signé, accompagné d'un acompte de 30% soit la somme de 1 113,00€.

Cession des droits pour l'exploitation de la vidéo :

Cession du droit de reproduction, du droit de représentation et du droit d'adaptation sur les supports suivants :

- Youtube
- Vimeo
- Site web de la maison d'édition : [www.helium-editions.fr](http://www.helium-editions.fr)
- Play/App Store de vente
- Publicité de promotion dans d'autres jeux

Toute autre exploitation n'est pas autorisée et devra faire l'objet d'un devis dans lequel sera fixée la rémunération de l'artiste.

Copyright (droit de paternité) : « Anya Guira » à reproduire en barre d'informations des plateformes vidéos et sur tous autres supports chaque fois que possible.

La présente cession est consentie, pour le monde entier, pour une durée de 15 années, à compter de la date de la présente commande.

Montant de la cession forfaitaire, globale et définitive : 410,00 euros

Anya Guira renonce à toute rémunération proportionnelle, en raison de l'impossibilité de déterminer quelque base de calcul.

Date et lieu de signature

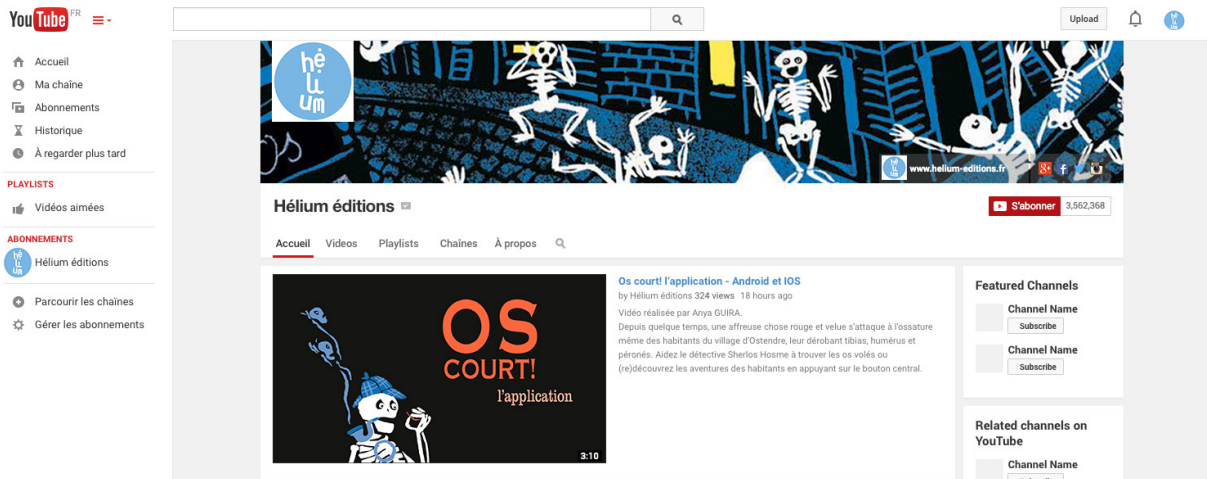
**Raison sociale de l'Agence et nom du représentant légal**

**Raison sociale du Client et nom du représentant légal**



# DROIT DE PATERNITÉ

## YOUTUBE



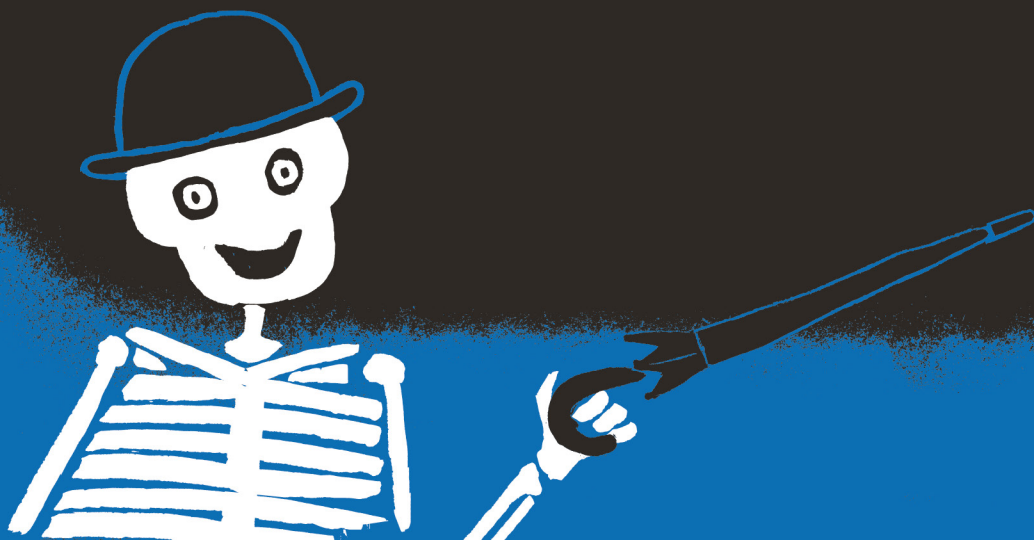
## VIMÉO







5.  
**CONDUITE DE  
PROJET**





# CHECKLIST DE PRODUCTION

## INVENTAIRE EXHAUSTIF DES POINTS ORGANISATIONNELS

- Récupérer les fichiers sources des illustrations du livre *Os court!*
- Mettre en place une application intéressante et originale
- Isoler les personnages et chaque élément pour l'animation
- Créer les éléments graphiques non existants
- Trouver les sound design adaptés à chaque situation ainsi que la musique.
- Animation de personnages
- Animation de décors
- Animation des interactions manuelles

## MATÉRIEL NÉCESSAIRE

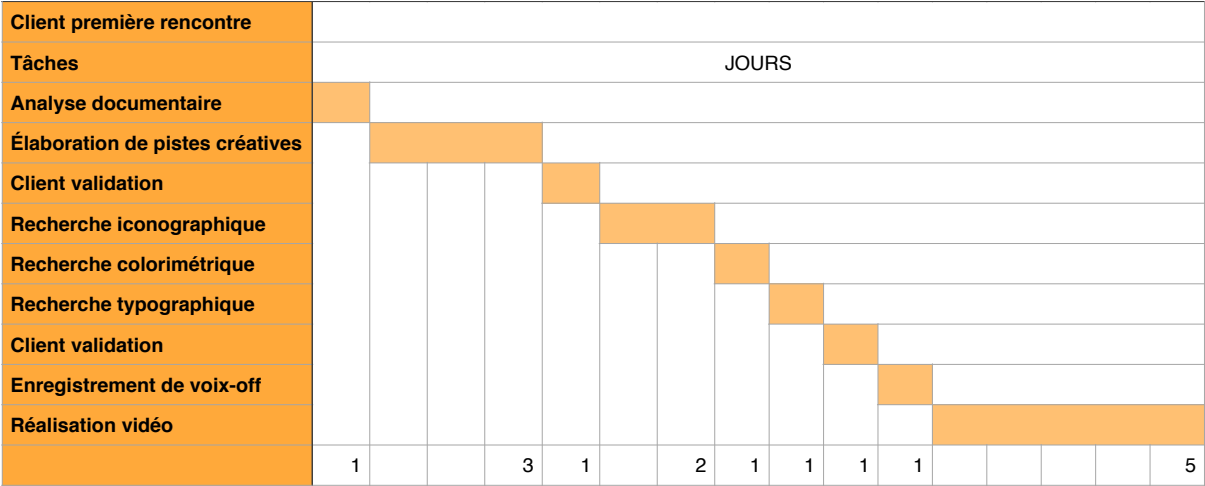
- Ordinateur
- After Effects
- Photoshop
- Duik
- Tablette graphique

## DIFFICULTÉS PRÉVISIBLES / SOLUTIONS ALTERNATIVES EN CAS D'ÉCHEC

- Difficultés à animer un personnage > Recommencer avec des calques différents ou séparer chaque animation et les assembler à la fin sur Premiere Pro
- Voix - off > remplacer par l'écrit



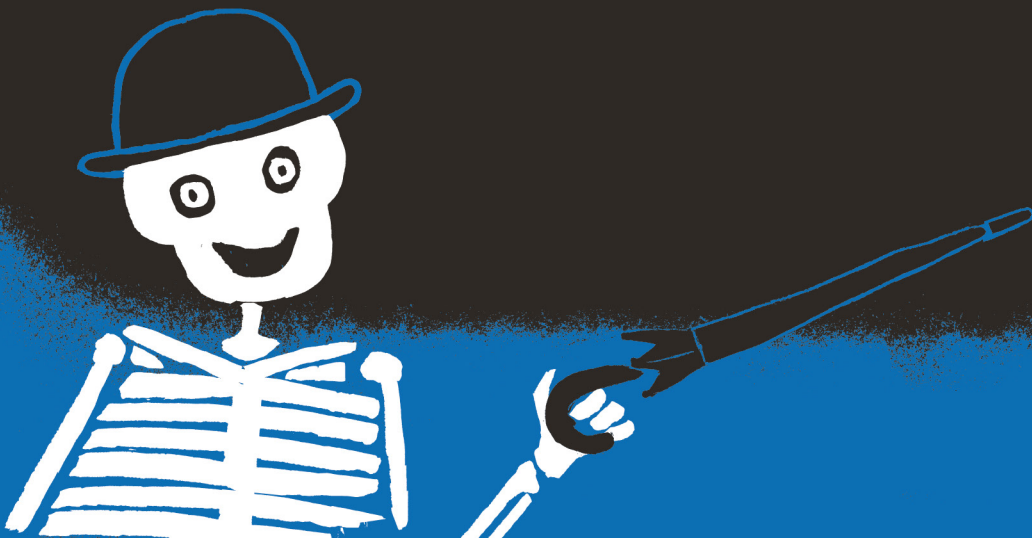
# RÉTROPLANNING



Durée : 16 jours ouvrables  
Date de début et de fin : 16 juin - 11 juillet



# CONCLUSION







# CONCLUSION

Ce projet séduira par son originalité et grâce à son univers qui avait déjà plu sous forme papier. Le monde de l'édition est en pleine évolution, les projets numériques se multiplient, cherchant la nouveauté pour se démarquer des éditions papiers. Le nombre de vues et le nombre de téléchargement permettra de mesurer son succès.

Le projet pourra évoluer en développant réellement le jeu. Quand aux améliorations à apporter, il serait intéressant de développer plus la partie «histoire» de l'application et ainsi de monter les interactions possible avec le texte et les images.



