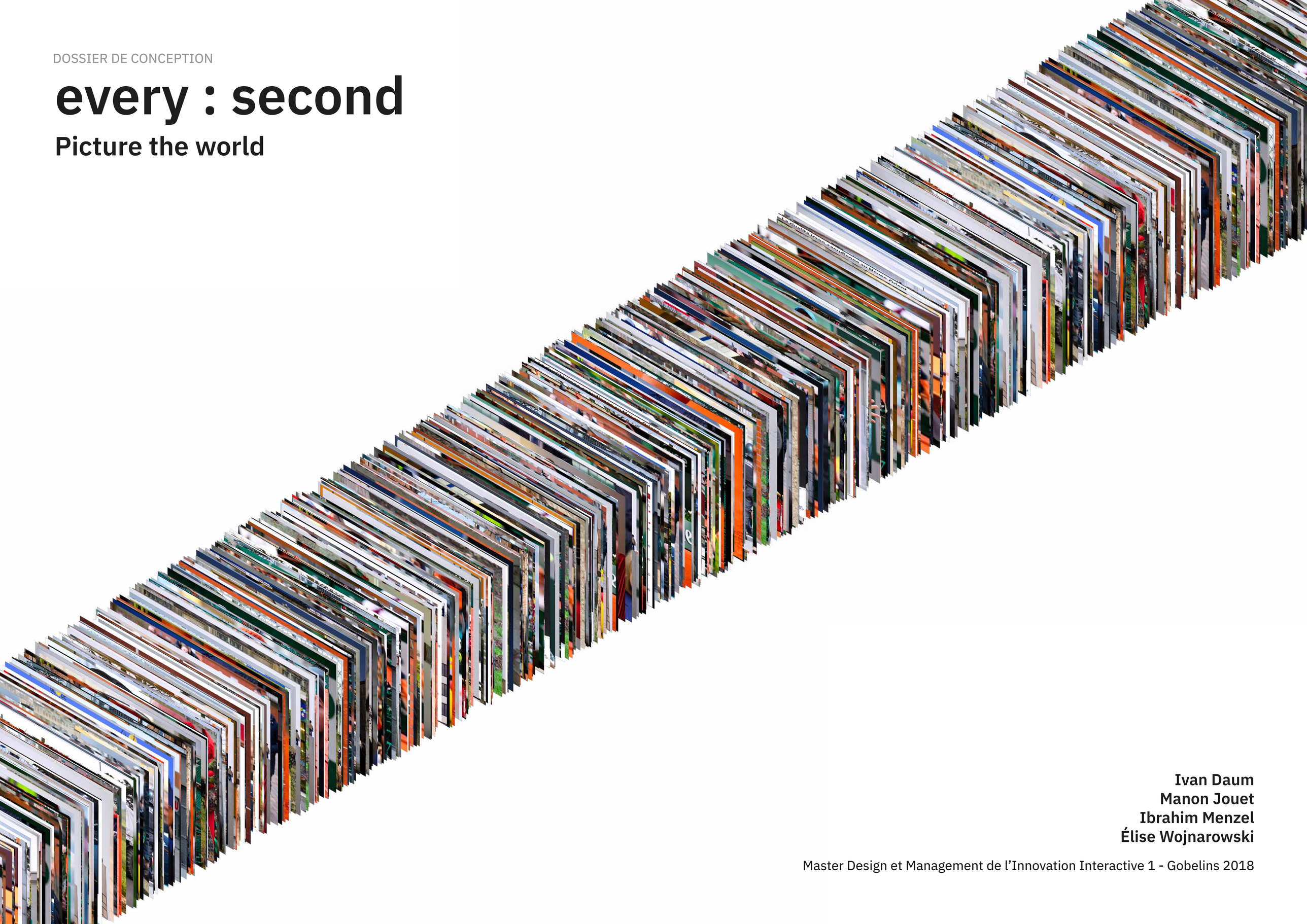
DOSSIER DE CONCEPTION

every : second

Picture the world



Ivan Daum
Manon Jouet
Ibrahim Menzel
Élise Wojnarowski

Master Design et Management de l’Innovation Interactive 1 - Gobelins 2018

1 3 à 17
Contexte
Introduction
Enjeux
Commande
Problématique
Cible

2 18 à 30
Le projet
Benchmark
Objectifs
Concept
Wireflow
Userflow

3 31 à 42
Direction artistique
Brief créatif
Moodboard
Parti pris
Charte graphique
Sound design

4 43 à 47
Direction technique
Brief technique
Technologies
Fonctionnement

5 48 à 55
Écrans
Introduction
Les trois vues
Collection
A propos

6 56 à 61
Communication
Teaser
Affiche
Réseaux sociaux
Extérieur
Prolongement

Bilan

1 3 à 17
Contexte
Introduction
Enjeux
Commande
Problématique
Cible

2 18 à 29
Le projet
Benchmark
Objectifs
Concept
Wireflow
Userflow

3 30 à 41
Direction artistique
Brief créatif
Moodboard
Parti pris
Charte graphique
Sound design

4 42 à 45
Direction technique
Brief technique
Technologies
Fonctionnement

5 46 à 53
Écrans
Introduction
Les trois vues
Collection
A propos

6 54 à 59
Communication
Teaser
Affiche
Réseaux sociaux
Extérieur
Prolongement

Bilan

Agence France-Presse, l’actualité mondiale

L’**Agence France-Presse** (AFP) est une agence de presse **mondiale et généraliste** chargée de collecter, vérifier, recouper et diffuser l’information, sous une forme **neutre, fiable** et **utilisable directement** par tous types de médias.

Les points forts de l'AFP

1513

journalistes professionnels

Un contenu de qualité

3000

photos par jour

Une quantité de photos considérable

201

bureaux dans le monde entier

Une couverture mondiale

Introduction

Chaque seconde,
l’AFP capte un évènement dans le monde.

Faire face à la concurrence

Associated Press, Reuters et l'Agence France Presse sont les «trois grandes» agences de presse qui fournissent plus de 90% des nouvelles étrangères.

L'Agence France Presse doit donc se démarquer pour faire face à des concurrents de taille, aux identités marquées.

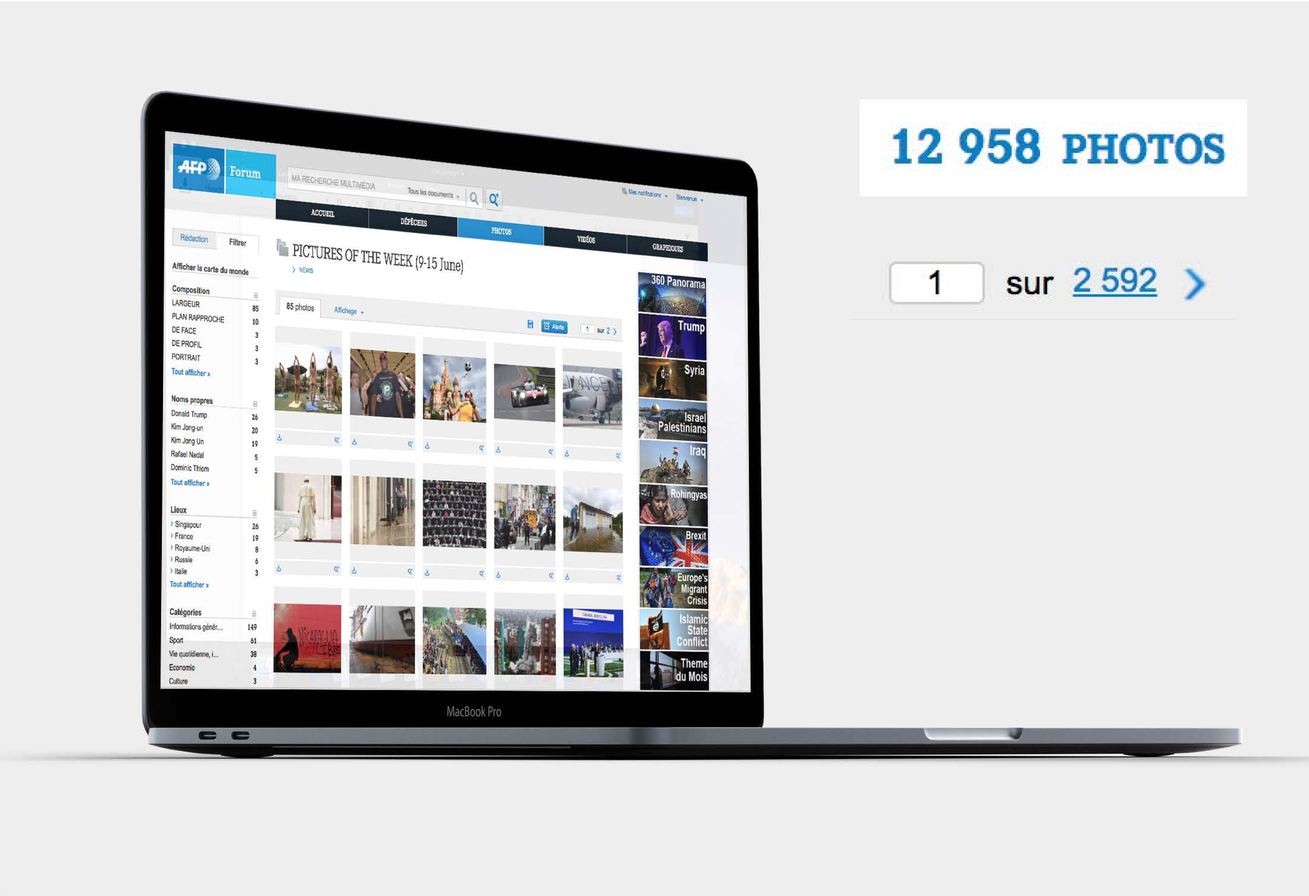
Comment faire face à la concurrence ?

L’émergence du digital

L’Agence France Presse est une ancienne agence de presse papier qui effectue actuellement une **transition dans le monde digital**.
Son point de contact avec le grand public se fait essentiellement **via les réseaux sociaux** (Twitter, Instagram, Pinterest). En revanche, l’Agence France Presse n’a **pas de plateforme de communication** qui lui est propre et connue du grand public.

Comment renforcer sa visibilité dans le monde digital ?

Enjeux



Mettre en valeur les contenus

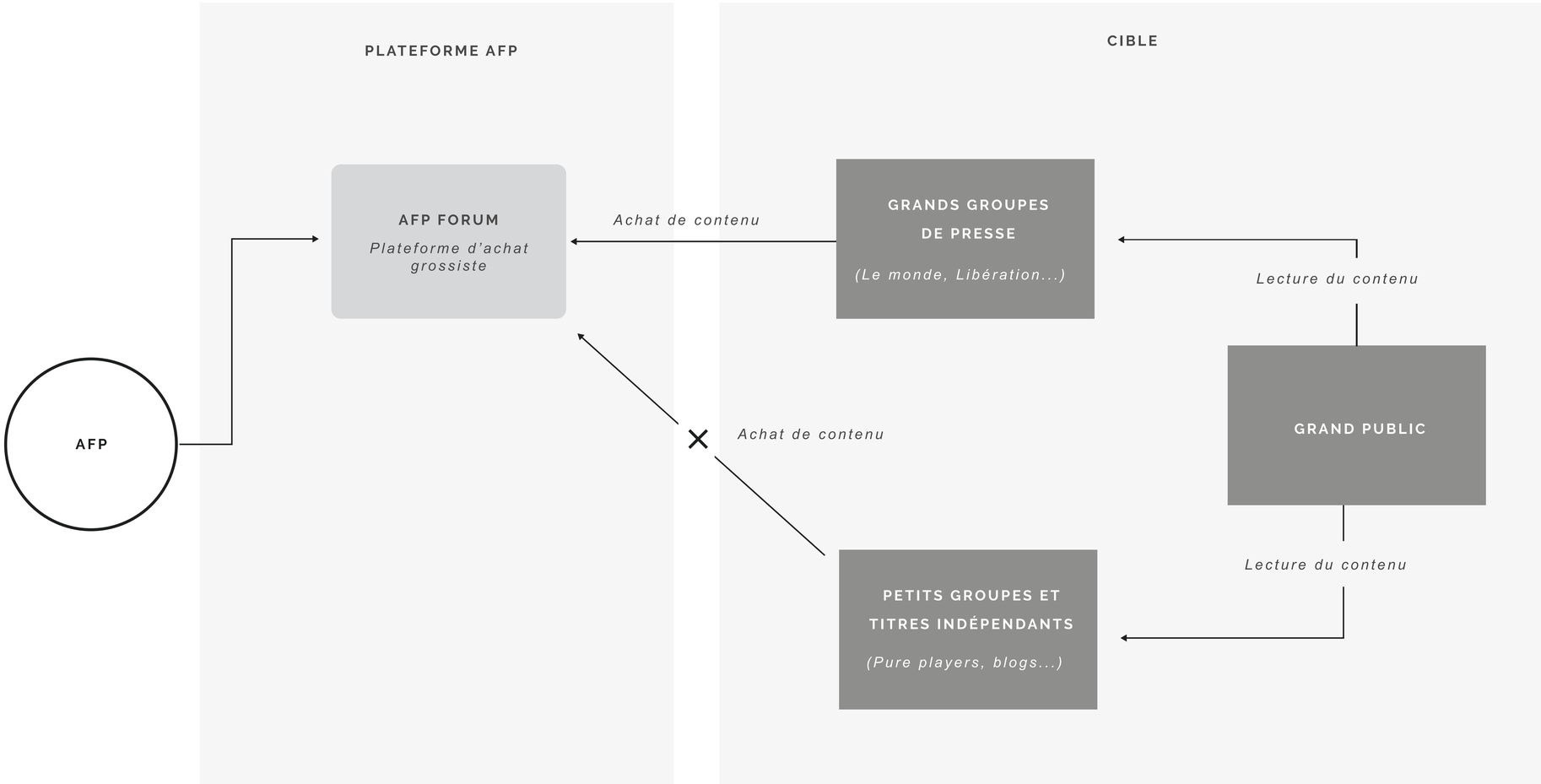
L'**AFP forum** est la **plateforme multimédia existante** donnant accès aux contenus de l'Agence France Presse pour les acteurs de l'actualité.
Seulement, cette plateforme **ne met pas tout à fait en valeur les contenus** et ne permet pas de rendre compte de leur quantité. La navigation est peu intuitive et manque de fluidité.

Comment optimiser l'expérience utilisateur ?

Attirer de nouveaux clients

Confrontée à la récession du marché des médias, l'AFP lance **un plan de développement commercial** sur cinq ans pour relancer la croissance de son chiffre d'affaires. Leur ambition est de **conquérir 1 000 nouveaux clients** en 5 ans, soit une moyenne de 200 par an d'ici 2021.

Comment conquérir de nouveaux utilisateurs ?



L’API, informer et innover.

L’immensité des contenus (textes, photos, vidéos et infographies) capturés chaque jour dans le monde entier est **mise à disposition sur une API** (Interface de Programmation) sur une profondeur d’un mois, permettant d’imaginer de **nouveaux modes de consultation et de consommation de l’information** mondiale.

Collaboration AFP / Gobelins

Cette année, l'Agence France Presse s'est adressée à la classe de Première Année de **Master Design Interactif** pour imaginer des **solutions innovantes et originales pour accéder à l'actualité** de l'Agence France Presse à travers l'utilisation de son API, afin de remplir plusieurs objectifs.

Passer de **grossiste à détaillant**

Attirer de **nouveaux clients**

Promouvoir ses **contenus**

Problématique

Comment **mettre en valeur** la quantité considérable de contenus de l'Agence France Presse pour **attirer de nouveaux clients**, **en utilisant son API** de manière innovante ?

Cible

Chiffres

Statistiques «Les français et la presse», statista, 2017

64% des français s'intéressent à l'actualité.
Plus de 60 % affirment que **lire la presse en ligne** leur permet de suivre les informations à tout moment.
L'ordinateur reste l'écran de prédilection de lecture pour 71 % d'entre eux.
Le smartphone se trouve en deuxième position avec 31 % des interrogés.

Rencontre

L'entretien avec différentes personnes a permis de **recueillir des informations** à propos d'utilisateurs potentiels des contenus de l'Agence France Presse. Un questionnaire concernant leurs habitudes, leurs besoins et attentes leur a été soumis et l'analyse de leurs réponses a permis de **mieux définir la cible**.

Quel âge avez-vous ?

Quelle est votre profession ?

Êtes-vous à l'aise avec le numérique ? Quels types de supports numériques possédez-vous ?

Vous intéressez-vous à l'actualité personnellement ?

Avez-vous besoin d'être au courant de l'actualité pour votre profession / votre utilisation personnelle ?

Avez-vous besoin de vous fournir en informations et photos d'actualité pour votre profession / votre utilisation personnelle ?

Si oui, comment cherchez-vous ces informations et photos d'actualité ?

Quels sont les outils, les sites que vous utilisez pour chercher de l'information ?

Quels sont les points défaillants de ces outils / ces sites ?

Êtes-vous prêt(e) à payer pour obtenir de l'information et des photos d'actualité ?

Seriez-vous intéressé(e) par de nouveaux moyens d'accéder à l'actualité ?

Seriez-vous plus intéressé(e) par un sujet d'actualité plus consulté que les autres ?

Connaissez-vous l'AFP ?

Avez-vous des commentaires ?

Cible

de **18** à **45** ans

La génération Y concernée.

Habitués des technologies, qui utilisent internet largement (médias, recherches, réseaux sociaux, veille, achat...)

Utilisation personnelle

Hommes et femmes intéréssés par l'actualité, soit personnellement, soit pour la partager à leur cercle proche. Ouverts d'esprits, sensibles au contenu visuel.
- Professeurs
- Écrivains, Réalisateurs, Journalistes
- Étudiants (Sciences politiques, Commerce, Sport...)

Besoin
Se tenir au courant de l'actualité et **consulter du contenu** de façon visuelle, interactive et simple.

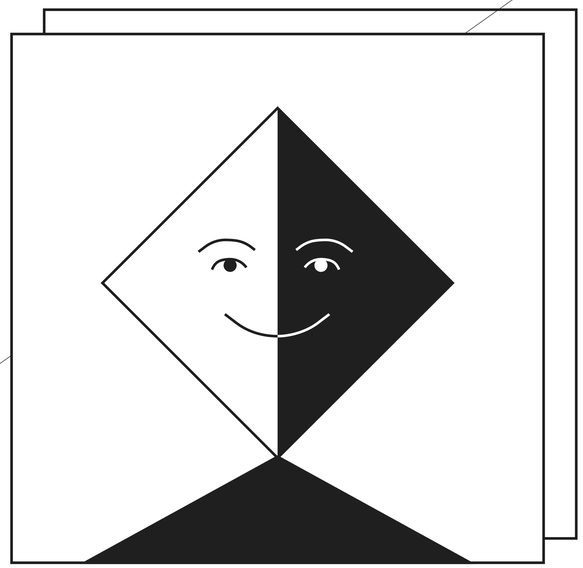
But
Leur **faire connaître l'AFP** et ses qualités.
Proposer une **manière alternative de découvrir et consulter l'actualité** en direct.

Utilisation professionnelle

Tous les actifs travaillant dans des **entreprises concernées par l'actualité** et qui sont susceptibles d'avoir besoin de contenus visuels ou ou d'en diffuser.
- Rédacteurs de presse (webzine, pureplayer...)
- PME, Start-up
- Youtubeurs, Blogueurs, Influenceurs

Besoin
Consulter et acheter facilement du contenu d'actualité de qualité qu'ils pourront diffuser.

But
Leur **faire connaître l'AFP** et ses qualités.
Leur **faire découvrir l'existence de la nouvelle plateforme d'achat à l'unité** de l'AFP.



Simon, 25 ans

Jeune rédacteur sport

Son métier consiste à se **renseigner sur l'actualité sportive** afin d'écrire des articles pour le média web « Le Meilleur du Football ».
Passionné de sport et **habitué des technologies**, il est curieux, et à la recherche de nouveaux projets à découvrir sur le web.

Lien avec l'actualité

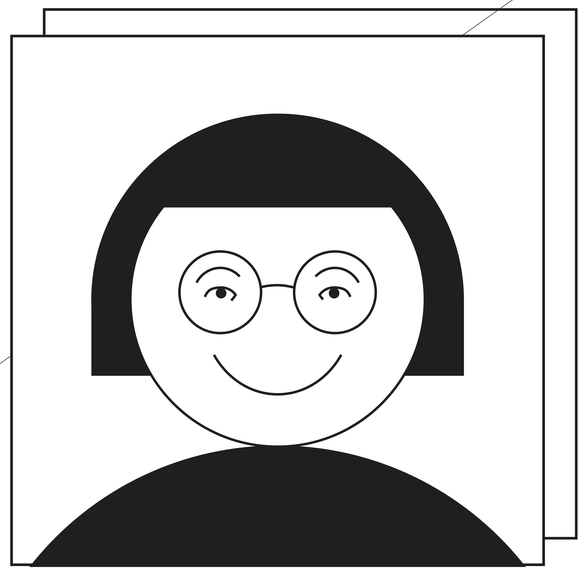
Il consulte plusieurs types de plateformes (ordinateur, smartphone, journaux papiers) et de médias pour son travail ainsi que pour se cultiver personnellement.

Besoins

- Il lui faut se renseigner un maximum sur l'actualité et trouver rapidement du contenu visuel à partager légalement.

- Il aime être surpris, trouver des moyens innovants pour consulter l'actualité.

Personas



Christine, 42 ans

Professeure d’Histoire Contemporaine

Elle **enseigne l’Histoire Contemporaine** à la faculté de Science Politique à Rennes avec une spécialisation dans l’Histoire de l’Art. Elle est ouverte d’esprit, sociable et **aime comprendre les évolutions du monde qui l’entoure.**

Lien avec l’actualité

Elle est abonnée à quelques journaux papiers, utilise quelques applications et regarde les informations le soir à la télévision.

Besoins

- Au début de chacun de ses cours, elle ouvre une discussion de 3 à 5 minutes sur les dernières actualités avec ses étudiants. Elle aimerait trouver une plateforme qui permettrait de visualiser les points forts de la journée lors de ces discussions.

- Elle aimerait trouver une manière plus visuelle de consulter l’information.

1 3 à 17
Contexte
Introduction
Enjeux
Commande
Problématique
Cible

2 18 à 29
Le projet
Benchmark
Objectifs
Concept
Wireflow
Userflow

3 30 à 41
Direction artistique
Brief créatif
Moodboard
Parti pris
Charte graphique
Sound design

4 42 à 45
Direction technique
Brief technique
Technologies
Fonctionnement

5 46 à 53
Écrans
Introduction
Les trois vues
Collection
A propos

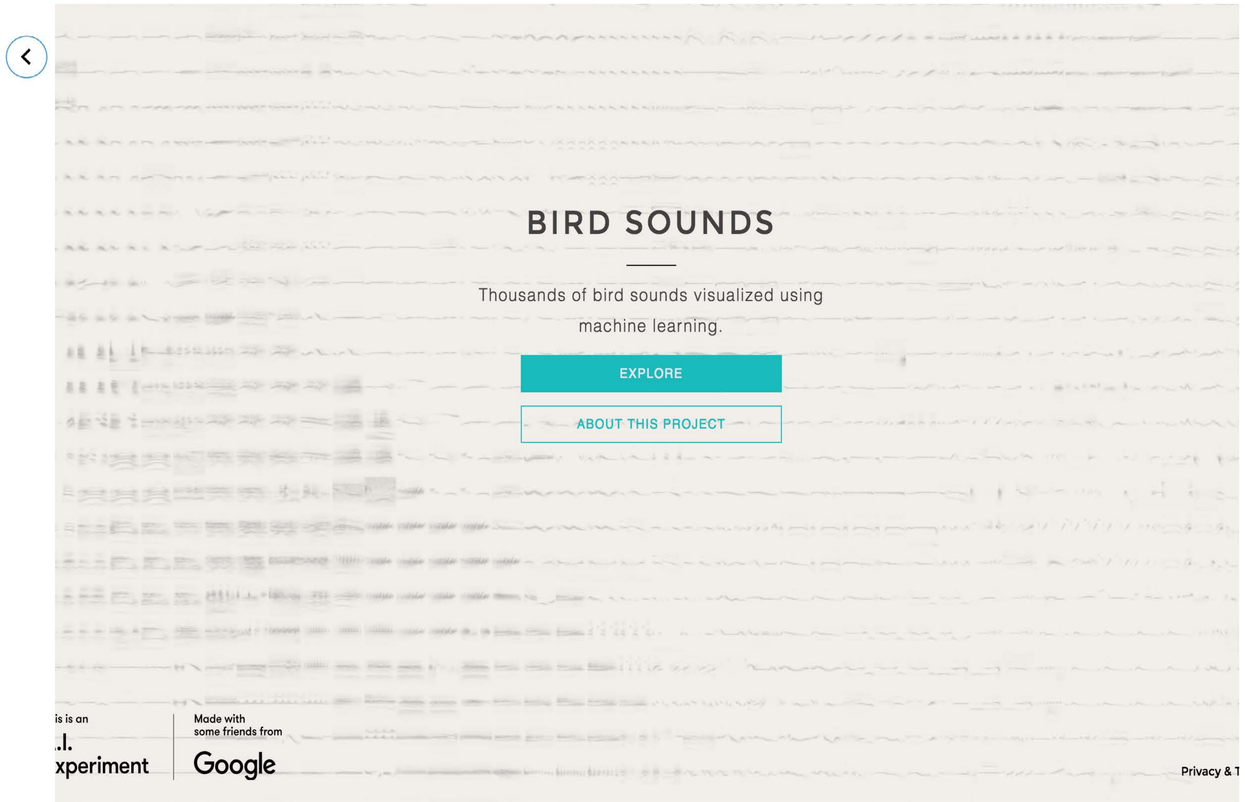
6 54 à 59
Communication
Teaser
Affiche
Réseaux sociaux
Extérieur
Prolongement

Bilan

Benchmark

Endless Stories – GettyImages

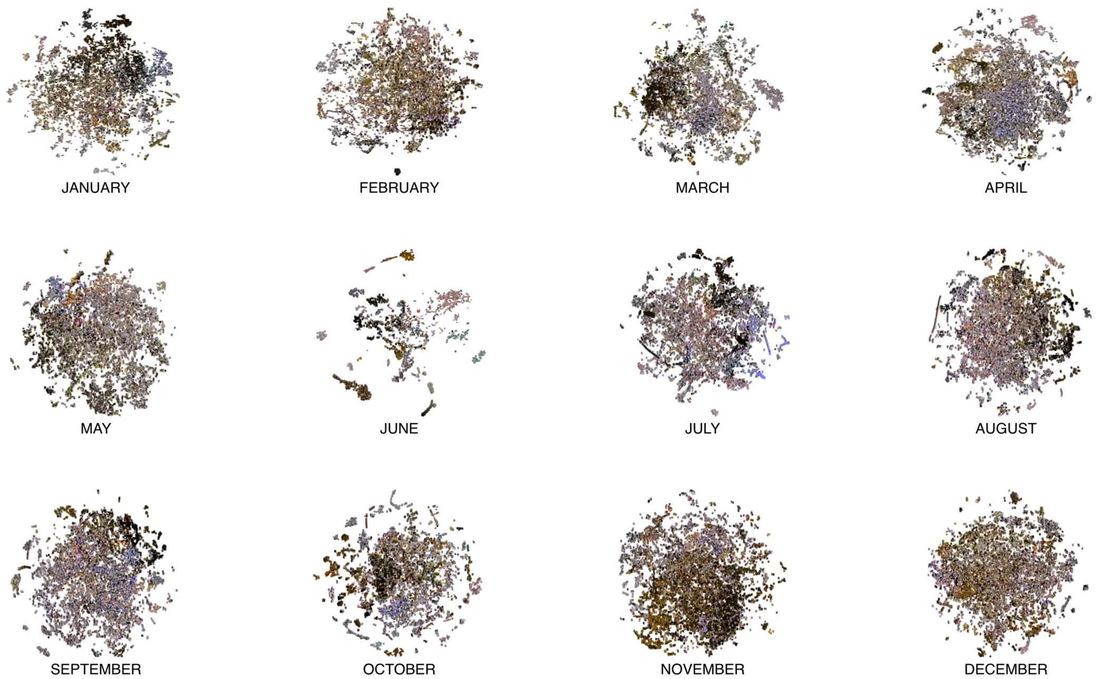
Film interactif réalisé à partir du contenu visuel Getty Images sur “le combat du siècle” pour **montrer la quantité et la qualité de leurs archives**. Il est possible de retrouver chaque photo dans un onglet qui donne la **possibilité d’en acheter**.



Bird Sounds – Manny Tan & Kyle McDonald

Google Experiment réunissant sur une plateforme des milliers de cris d’oiseaux, **facilement écoutables et filtrables** en fonction de leur type.

Benchmark



One year life strata – Maria Molina Peirò

Visualisation de photos capturées toutes les 30 secondes pendant un an, puis **classées par mois** dans des amas d'images en 3d.

FreeFall – Cyril Diagne & Nicolas Barradeau

Google Experiment proposant une **exploration originale** de toutes les oeuvres d'art du monde entier, réunies sous plusieurs types de représentations 3d.

Objectifs

Rendre compte de la **quantité de contenus** de l'AFP

Montrer le flot incessant d'actualité produit **en temps réel**

Consulter l'information de manière alternative et innovante

Promouvoir l'AFP et sa plateforme de **vente de contenus à l'unité**

every : second

Où ?	Chez soi ou au travail
Comment ?	Sur ordinateur
Durée ?	3 à 5 minutes
Quand ?	Régulièrement

Une expérience interactive qui affiche **en temps réel les photos d'actualité des dernières 24 heures** capturées par l'Agence France Presse.

every : second

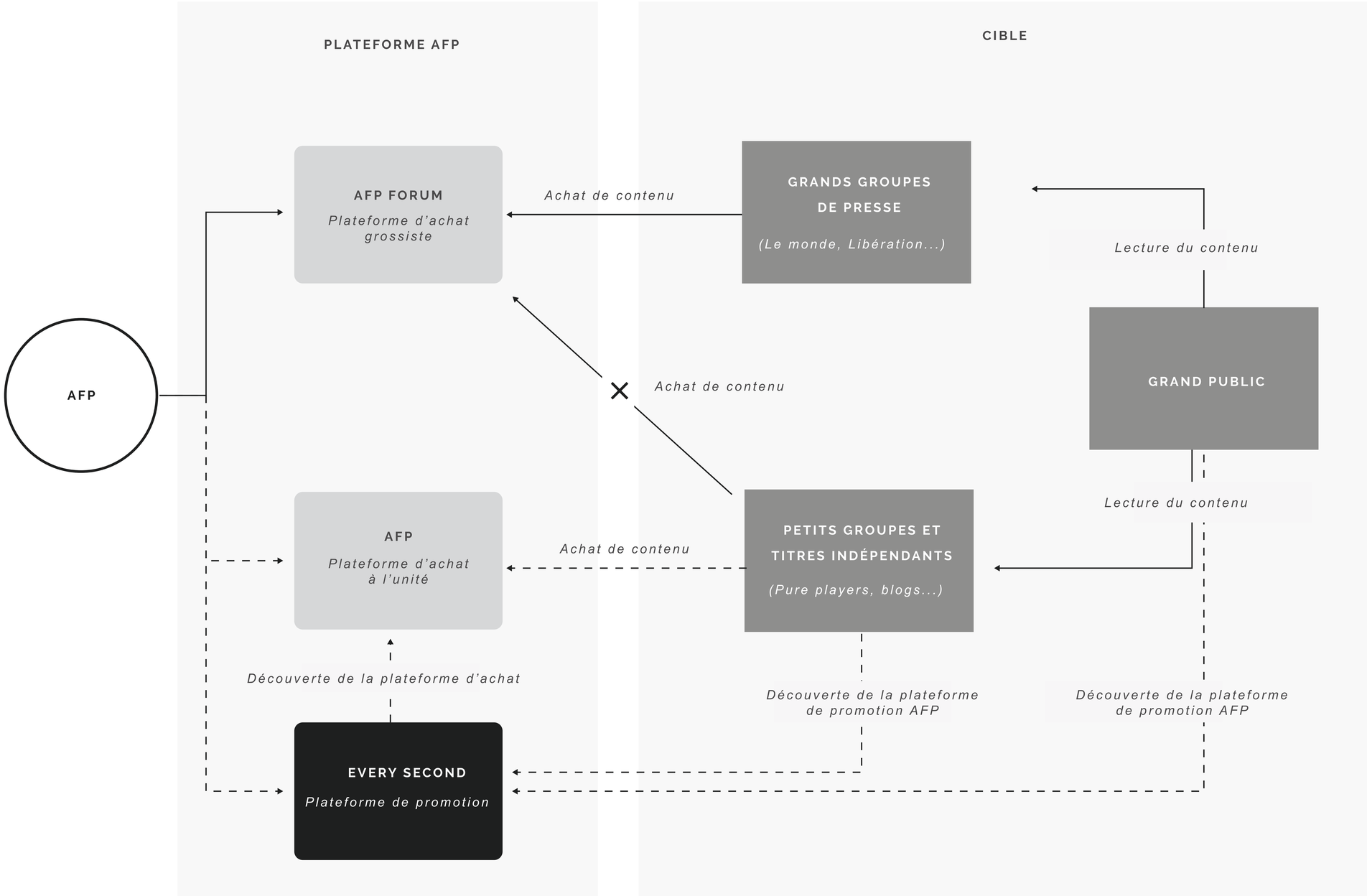
L’idée de rythme

Traduction : «Chaque seconde»
Le nom renforce l’idée du rythme à laquelle les actualités du monde arrivent continuellement, à chaque instant.

Anglais International

Le nom de la plateforme est en anglais pour être **compris à l’international**.
De plus, la plateforme détecte le langage du navigateur pour traduire le contenu.

Concept



PARCOURS ACTUEL

PARCOURS FUTUR

Concept

Une vision sur 24h

Passé ce délai, les actualités ont déjà été diffusées et perdent de leur intérêt.

Trois niveaux de lecture

Une vue globale sur 24 heures, une vue rapprochée sur 10 minutes, une vue photo sur 1 seconde

Une connexion en temps réel

Chaque photo qui arrive sur l'API est postée directement sur la plateforme

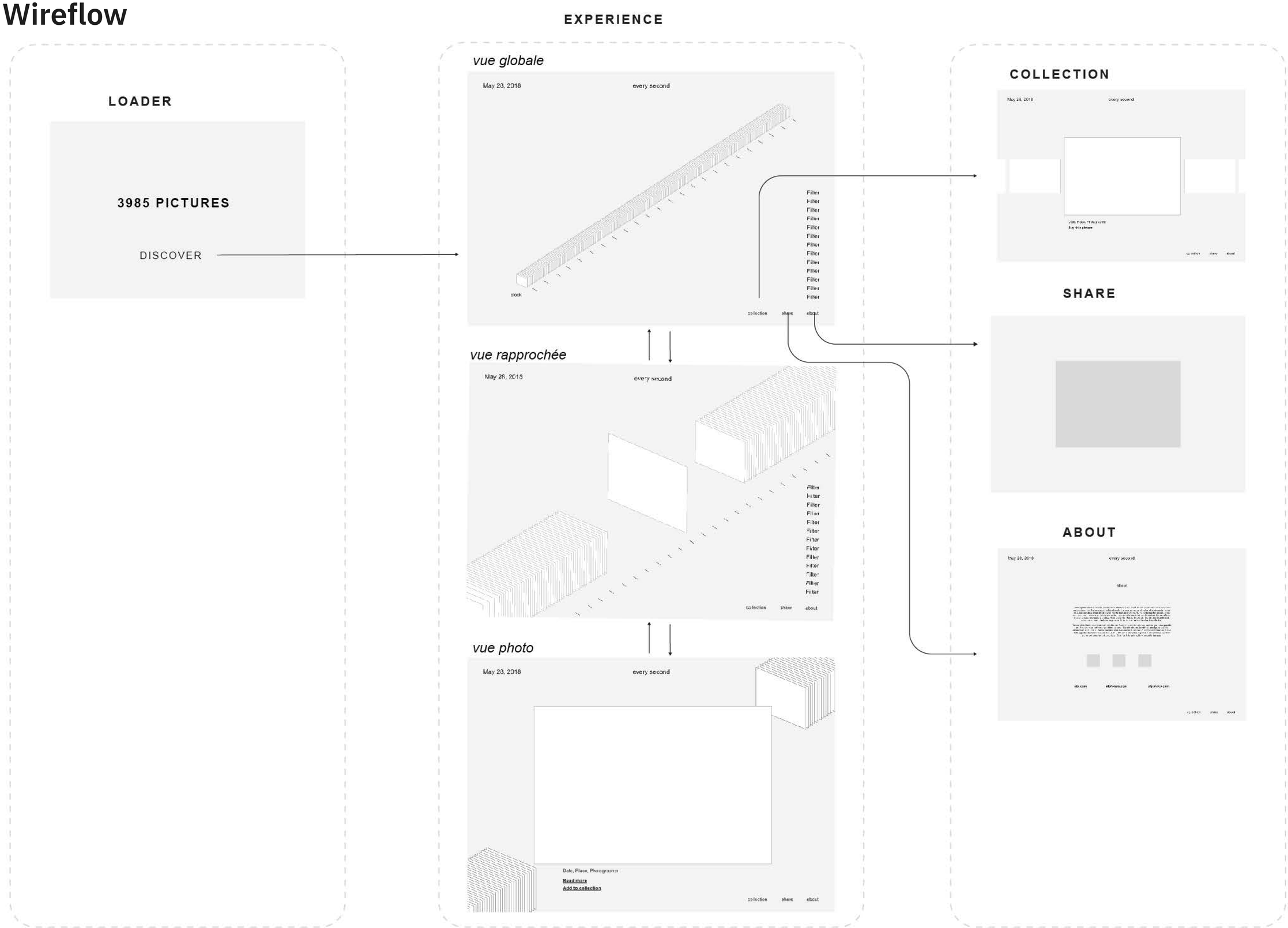
Les filtres de la journée

Les 15 mots clés les plus utilisés sont affichés sous forme de filtres, permettant de visualiser les événements forts des dernières 24 heures

Une galerie personnalisée

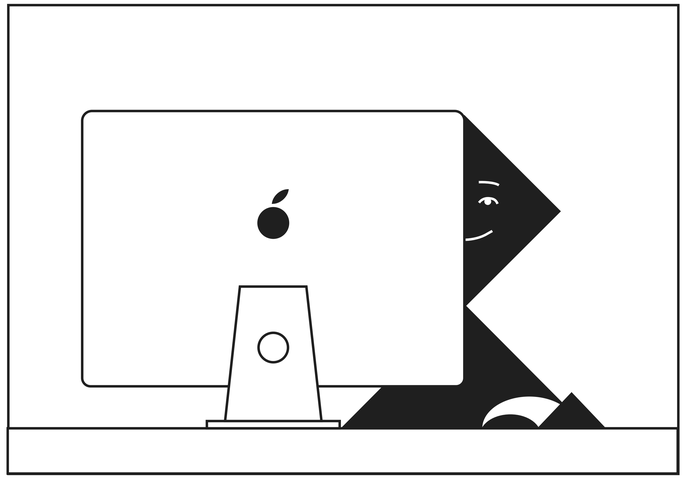
Chaque photo consultée peut être sauvegardée dans une galerie d'images qui redirige l'utilisateur vers une plateforme d'achat de photo à l'unité.

Wireflow

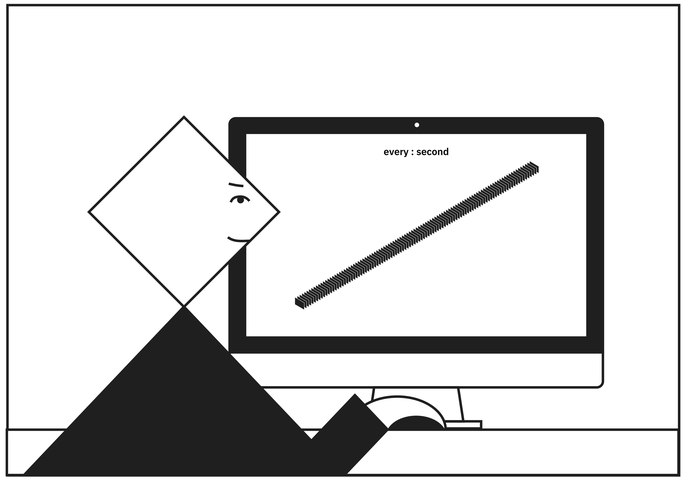

EXPERIENCE
LOADER
3985 PICTURES
DISCOVER
vue globale
May 23, 2018
every second
clock
Filter
collection
share
about
vue rapprochée
May 26, 2018
every second
Filter
collection
share
about
vue photo
May 23, 2018
every second
Date, Place, Photographer
Read more
Add to collection
collection
share
about
COLLECTION
SHARE
ABOUT
May 23, 2018
every second
about
collection
share
about

Userflow

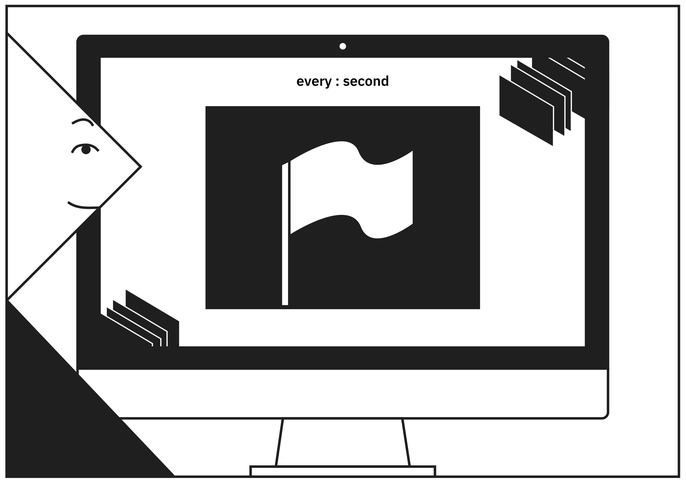
Simon est chez lui et fait de la veille informatique sur son ordinateur personnel. Il croise un tweet de l’AFP qui présente leur nouvelle plateforme connectée en temps réel à l’actualité. Intrigué, il ouvre **every : second**.



Il navigue dans le site, zoome une première fois dans le flux de photographies et consulte les images des dernières 24 heures.

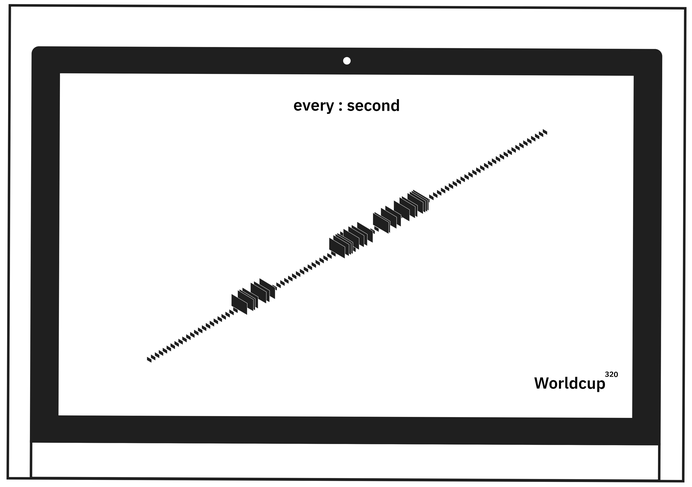


Il remarque de nombreuses photos sur le match de la coupe du Monde France-Australie qui a lieu au moment même.

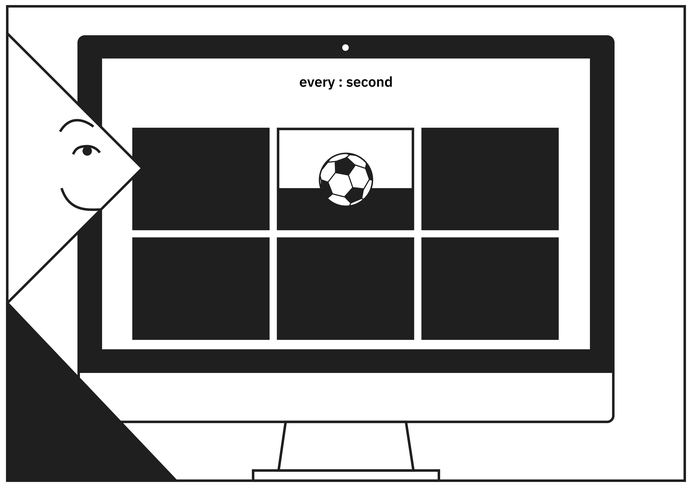


Scénario utilisateur

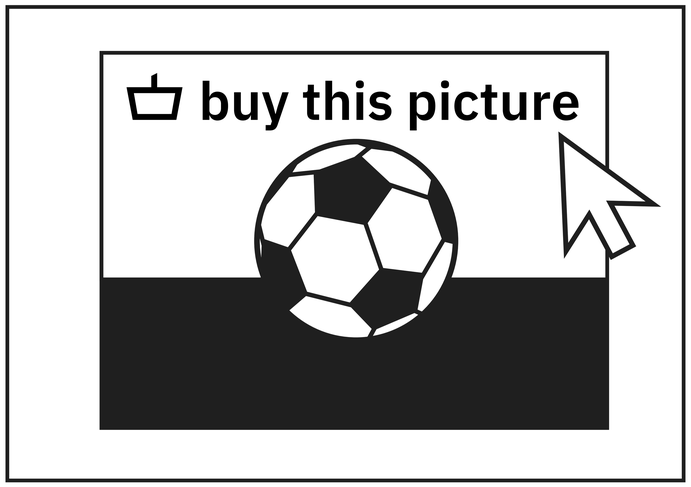
Il décide d’affiner sa recherche en activant le filtre «Worldcup». Il peut ainsi voir toutes les photos qui sont liées à la coupe du monde.



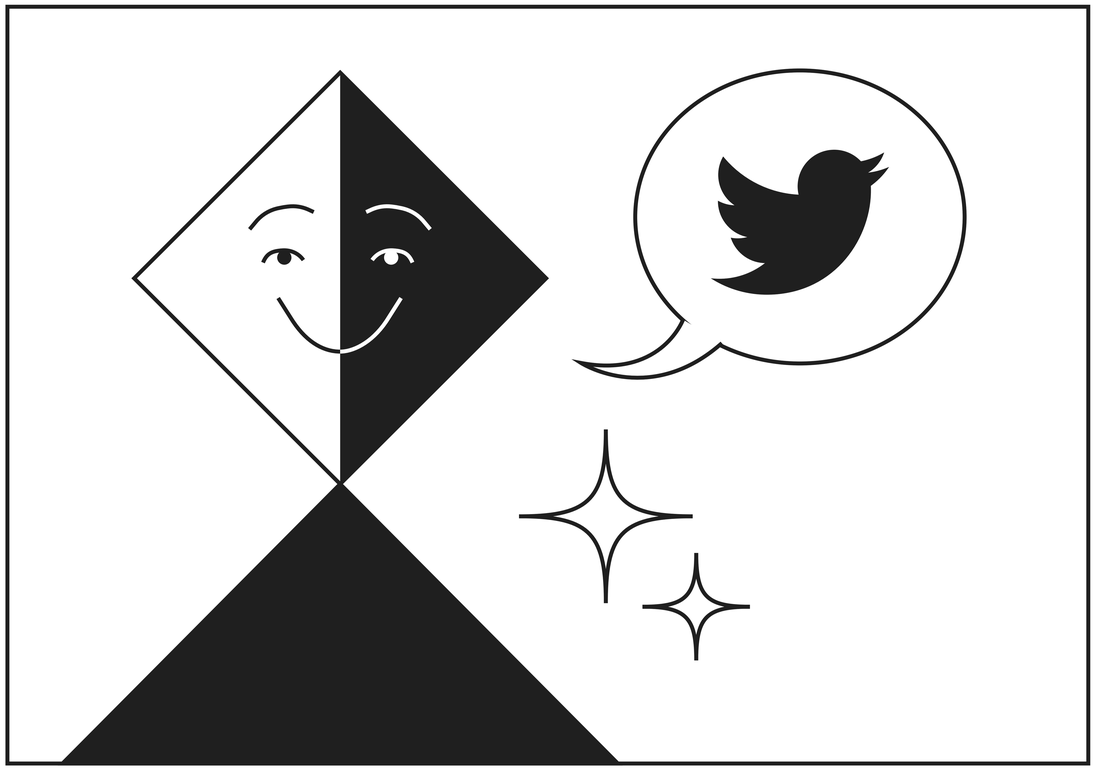
Il découvre la possibilité d’enregistrer les photos qu’il consulte et ajoute donc les plus belles d’entre elles à sa collection.



Comme il souhaite créer un post sur le match, il ouvre sa collection, choisit une image et décide de l’acheter en cliquant sur le lien correspondant.



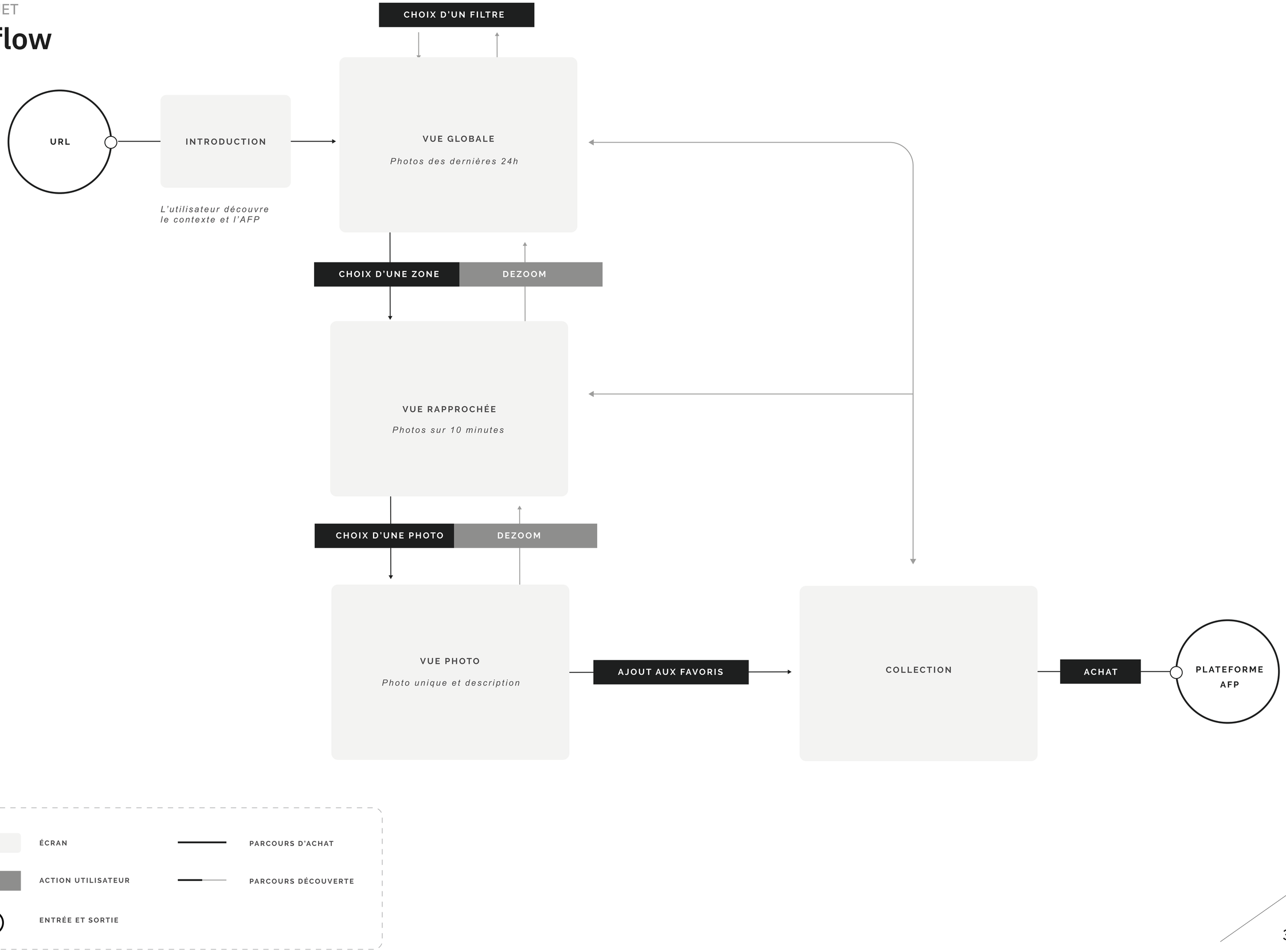
Userflow



Un nouvel onglet s’ouvre, l’amenant sur une plateforme d’**achat de contenus AFP à l’unité**, avec la photo sélectionnée précédemment dans son panier.

Comme l’expérience lui a plu et qu’il a l’intention de retourner sur le site, il **décide de le partager** sur les réseaux sociaux.

Userflow


CHOIX D'UN FILTRE
URL
INTRODUCTION
L'utilisateur découvre le contexte et l'AFP
VUE GLOBALE
Photos des dernières 24h
CHOIX D'UNE ZONE
DEZOOM
VUE RAPPROCHÉE
Photos sur 10 minutes
CHOIX D'UNE PHOTO
DEZOOM
VUE PHOTO
Photo unique et description
AJOUT AUX FAVORIS
COLLECTION
ACHAT
PLATEFORME AFP
ÉCRAN
ACTION UTILISATEUR
ENTRÉE ET SORTIE
PARCOURS D'ACHAT
PARCOURS DÉCOUVERTE

1 3 à 17
Contexte
Introduction
Enjeux
Commande
Problématique
Cible

2 18 à 29
Le projet
Benchmark
Objectifs
Concept
Wireflow
Userflow

3 31 à 42
Direction artistique
Brief créatif
Moodboard
Parti pris
Charte graphique
Sound design

4 42 à 45
Direction technique
Brief technique
Technologies
Fonctionnement

5 46 à 53
Écrans
Introduction
Les trois vues
Collection
A propos

6 54 à 59
Communication
Teaser
Affiche
Réseaux sociaux
Extérieur
Prolongement

Bilan

Brief créatif

omniscience

Placer l’utilisateur aux commandes d’un monde d’images

dynamisme

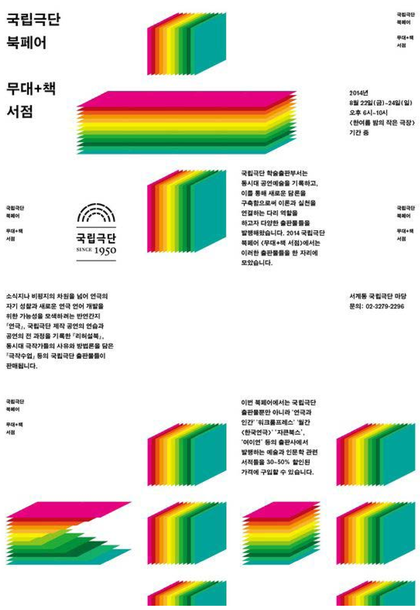
Donner un sentiment d’instantanéité, de mouvement et de rythme

contemplation

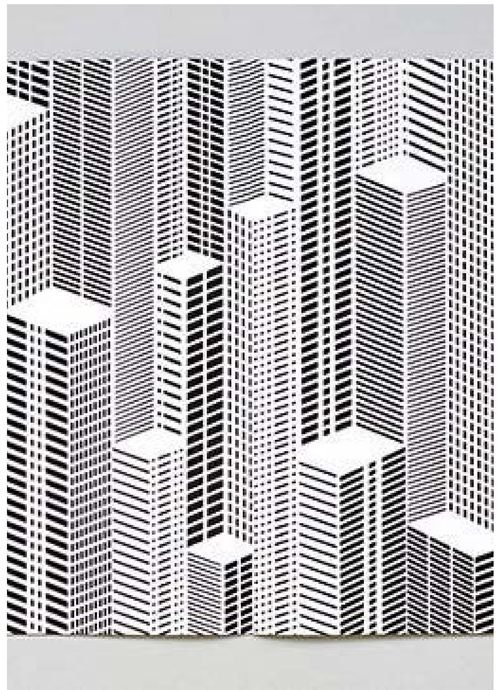
Offrir une vision artistique et sensible de l’actualité

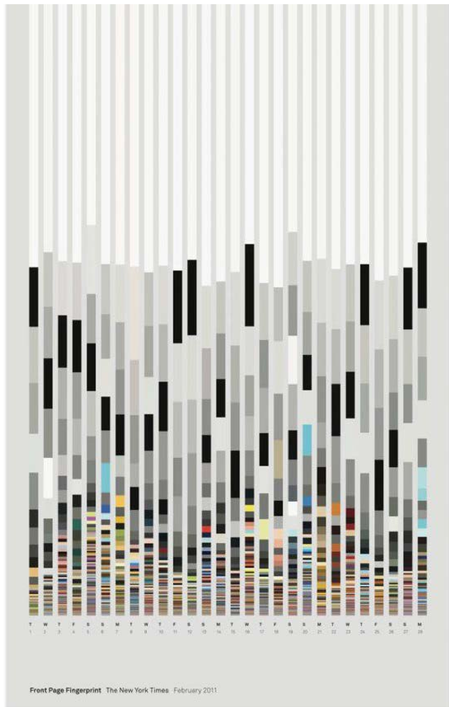
Moodboard

75 RUE DE LA FONTAINE AU ROI
75011 PARIS - FRANCE
LES GRAPHIQUANTS


국립극단
북페어
무대+책
서점
국립극단
SINCE 1950

typog
is like a dress or a
costume, it should fit
and give you standing.
Typography gives you the
It can be a very regular
Well, the
sleepy breath, inhaling,
typographer
exhaling, sometimes even
is like the
tailor th




Front Page Fingerprint The New York Times February 2011

Parti pris

La photo dans son état brut

Les données de l'Agence France Presse sont présentées de manière "brute", **sans transformation** de couleurs ou de format.

Ce choix qui est également celui de L'Agence France Presse, permet de **présenter la diversité** de leurs photographies **sans les dénaturer** afin de montrer la réalité sans filtre.

Parti pris

Une représentation en diagonale

Les photos sont rangées les unes après les autres dans l'**ordre chronologique**, formant une pile qui permet de **visualiser l'intégralité des images** et qui met en évidence leur **quantité considérable**.

Cet aperçu, utilise l'isométrie et permet la **cohabitation des 3000 photos** journalières aux couleurs éclectiques dans un format homogène sans surcharger la page d'informations.

Cela permet de visualiser les photos une par une, transformant ainsi **chaque contenu en un petit objet**.

Parti pris

Une interface épurée

L’interface est **neutre et discrète**, elle met en avant les photos et leur laisse la liberté de s’exprimer : les **photos sont ainsi au coeur de l’expérience**.

La navigation comporte peu de CTA pour un **parcours fluide et instinctif.** Cette réserve met en avant la fonctionnalité principale de zoom et de dézoom que propose l’expérience.

IBM Plex Sans — Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@&é »’è!çà-,;:=?

IBM Plex Sans — Text

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@&é »’è!çà-,;:=?

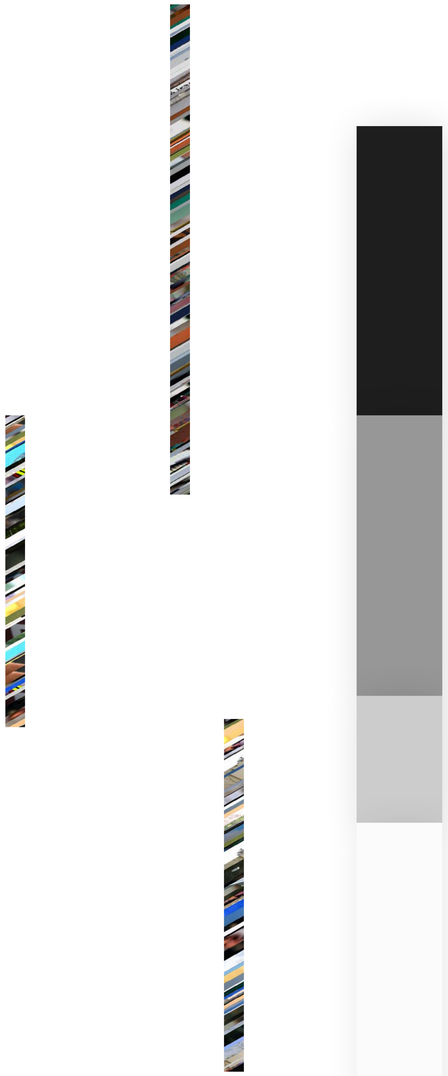
Typographie

L’expérience présente peu de textes.
La typographie se doit donc d’être **singulière** pour habiller l’interface, **sans être trop excentrique** pour ne pas empiéter sur le contenu photographique.

L’IBM Plex Sans est classique, elle s’inspire des typographies de l’ère industrielle, mais aussi contemporaine car conçue avec une grande finesse de détails qui la rendent unique et caractérielle.

Les deux graisses utilisées (Text et Semibold) permettent **une hiérarchisation des textes** en fonction de leur importance.

Charte graphique



Noir

#1E1E1E

Gris intermédiaire

#979797

Gris clair

#CCCCCC

Blanc

#FAFAFA

Palette

La palette est composée de **plusieurs niveaux de gris** dans l'objectif de **s'accorder systématiquement avec chaque photo** de l'AFP, peu importe son contenu colorimétrique.

Un dégradé de blanc et de gris très clair est utilisé pour donner de la consistance à l'arrière-plan. Il permet un contraste nécessaire à la lisibilité des textes et à la valorisation des photographies.

Charte graphique

Logo

Il utilise la typographie IBM Plex Sans en Semi-bold pour **s'intégrer harmonieusement** dans l'interface.
Le logo est **pensé de manière animée**, où chaque lettre est un chiffre qui défile à chaque seconde.

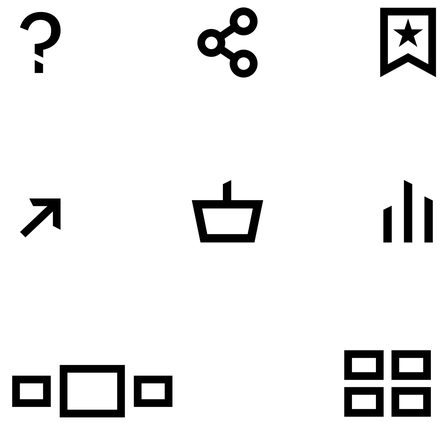
every : second

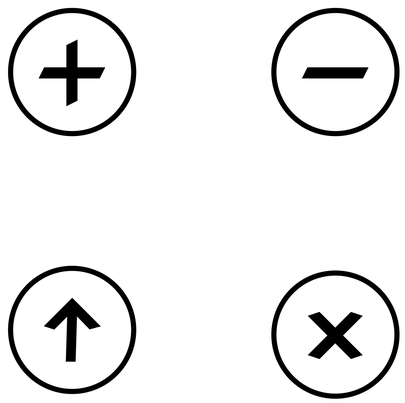
hh:mm:ss

Son signe disctinctif est **le double point « : »**, directement lié au deux points qui séparent les heures, les minutes et les secondes dans la **représentation numérique du temps** (norme internationale ISO 8601). Cette notation est intuitive et indépendante de la langue.

Les pictogrammes

Ils sont utilisés pour les **fonctionnalités secondaires** du site.
Les angles et les lignes s’inspirent de la typographie et sont crées selon l’angle de 30° de l’isométrie.





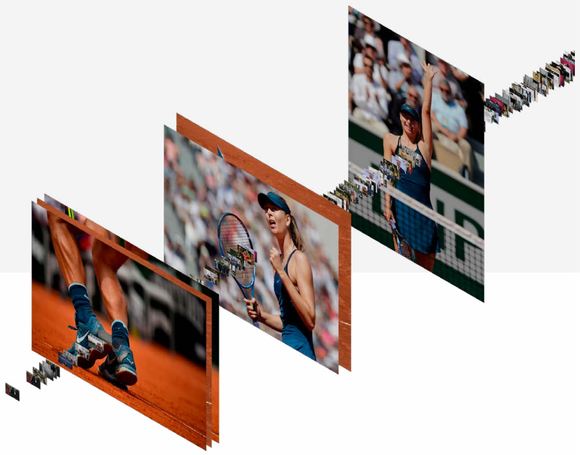
Le curseur

Le curseur est l’**élément principal de navigation** : il évolue au fil de l’expérience et permet ainsi à l’utilisateur de réaliser les actions suivantes : **zoomer, dézoomer, retour, fermer**. Il permet de minimiser le nombre de CTA pour une meilleure immersion dans l’expérience.

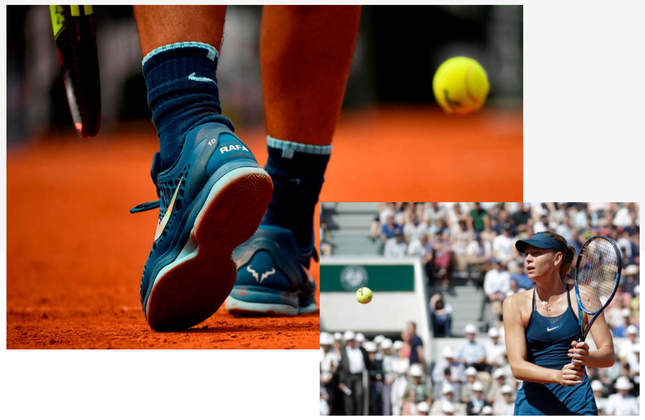
Charte graphique

La diagonale

Les photographies **occupent la diagonale de l'écran** et cohabitent avec l'interface en lui laissant les côtés haut à gauche et bas à droite.



Inclinaison isométrique pour la consultation quantitative



Vue de face pour la consultation qualitative (détails de la photographie)

Sound design

Renforcer l’immersion

Ambiance musicale **discrète** composée avec des **sonorités électroniques** expérimentales.

Utilisation de légers evènements sonores lors de l’arrivée d’une nouvelle photographie.
Lors des changements de niveaux et transitions, accompagnement sonore lié au mouvement de caméra.

Références
- **Arena -** Pearse McGloughlin & Páraic McGloughlin
- **Eszaid -** x.Tens Body
- Label français **Collapsing market**

capture de la vidéo **Arena**, Pearse McGloughlin & Páraic McGloughlin

Bilan

6 54 à 59

Communication

Teaser
Affiche
Réseaux sociaux
Extérieur
Prolongement

5 46 à 53

Écrans

Introduction
Les trois vues
Collection
A propos

4 43 à 47

Direction technique

Brief technique
Technologies
Fonctionnement

3 30 à 41

Direction artistique

Brief créatif
Moodboard
Parti pris
Charte graphique
Sound design

2 18 à 29

Le projet

Benchmark
Objectifs
Concept
Wireflow
Userflow

1 3 à 17

Contexte

Introduction
Enjeux
Commande
Problématique
Cible

Brief technique

rapidité

Accéder à une quantité de contenu considérable en quelques secondes

performance

Optimiser l’expérience utilisateur grâce à une navigation fluide et efficace

interactivité

Offrir une nouvelle manière de manipuler et d’interagir avec du contenu

Technologies

three.js

Librairie 3d puissante permettant d'aller beaucoup plus vite qu'en WebGL natif et proposant de nombreuses fonctionnalités.

node JS

Création d'une API rapide, utilisant un modèle basé sur l'événementiel et des entrées/sorties non bloquantes, ce qui le rend léger et efficace.

socket.io

Bibliothèque simple d'utilisation qui permet de créer rapidement un serveur qui écoute les actions en temps réel.

Vue.js

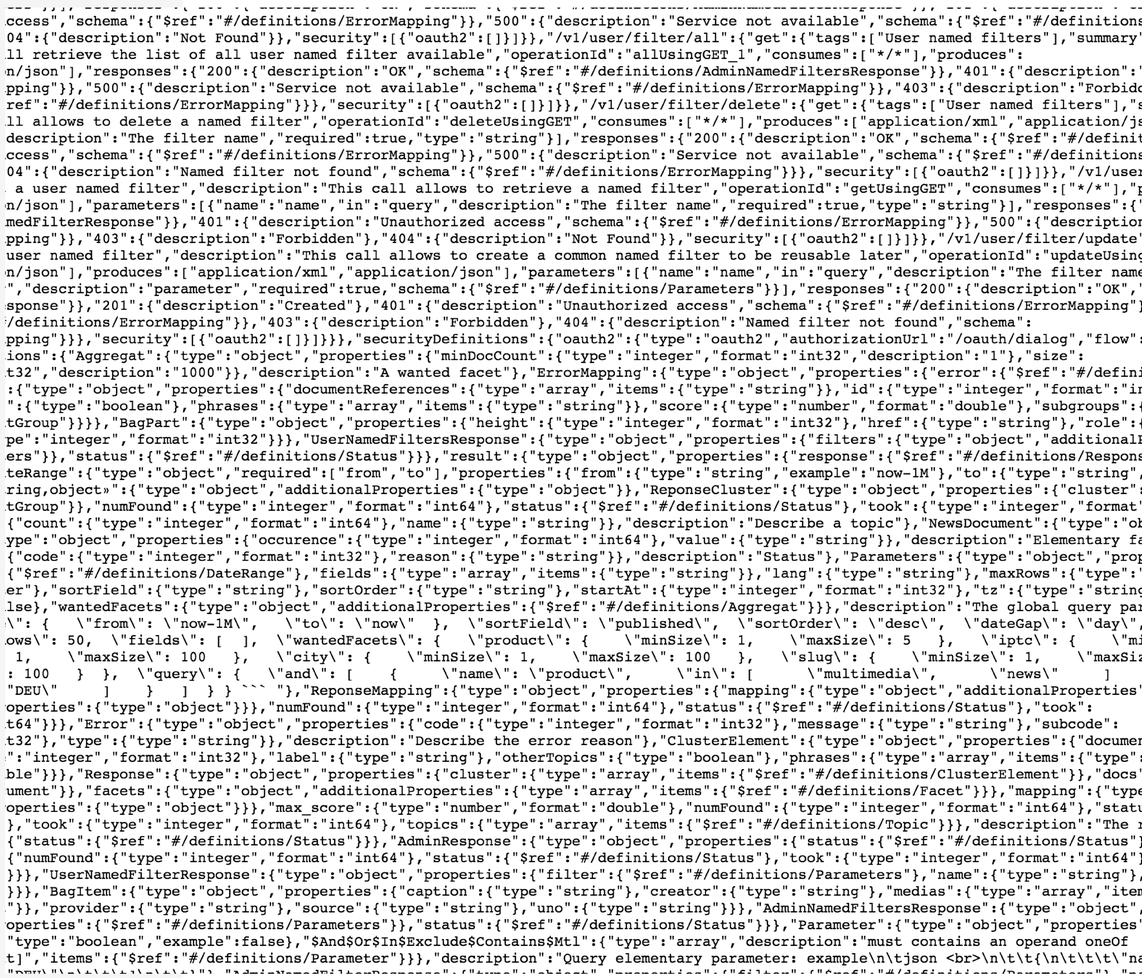
Framework rapide à mettre en place, permettant de faire du template rapide et de proposer plusieurs fonctionnalités comme la gestion de route, data binding etc..

Fonctionnement

Le temps réel

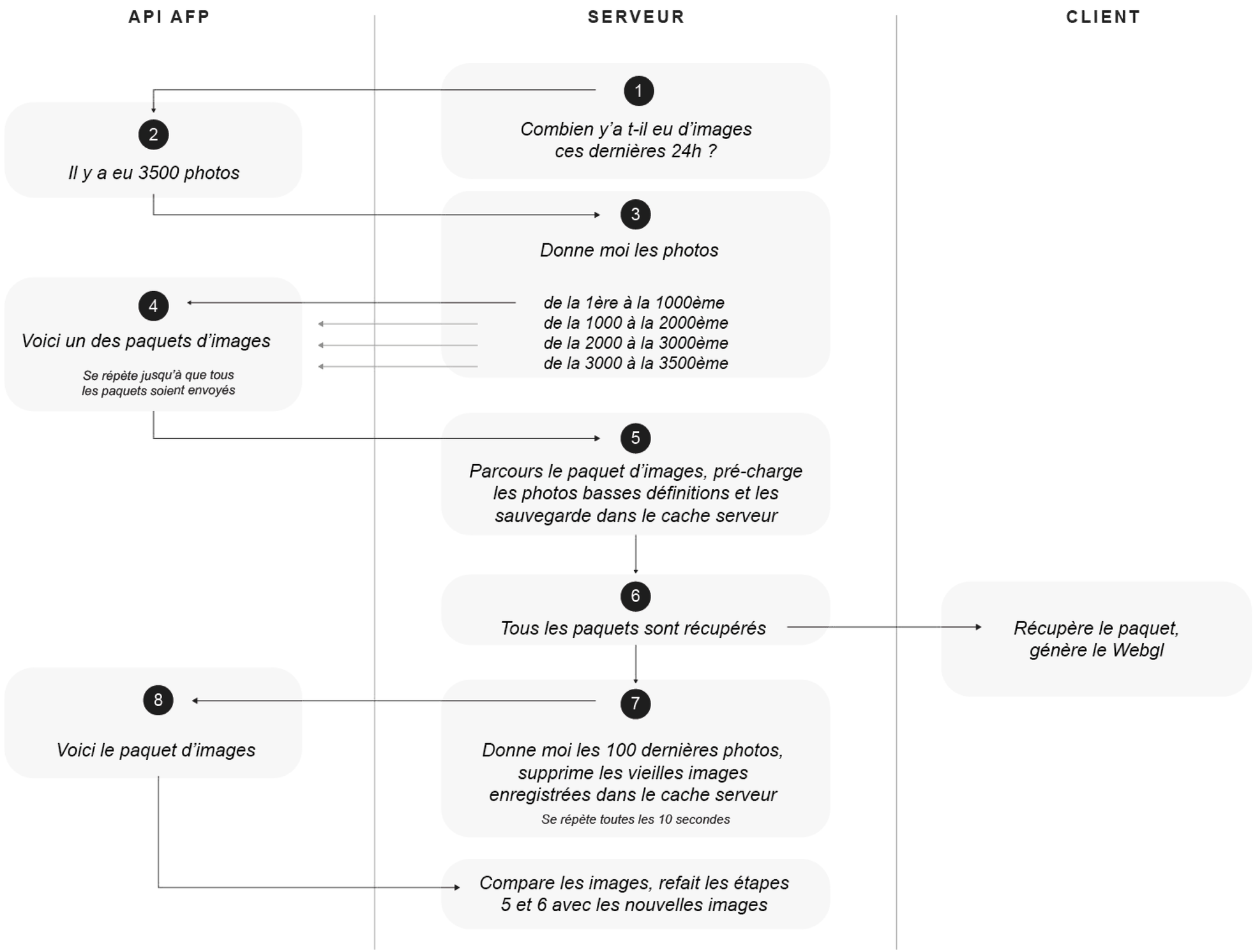
Pour communiquer avec l’API de l’AFP, le back-end a été réalisé avec Nodejs et Socket, permettant une **communication entre client et serveur en temps réel** pour gérer le flux continu d’images reçues.

Le projet est **complètement autonome.** Connecté en temps réel à l’api de l’AFP, il ne recquiert pas de maintenance externe pour être mis à jour ou approvisionné en contenu.



capture d’écran « external API scheme » , AFP

Fonctionnement



1 3 à 17
Contexte
Introduction
Enjeux
Commande
Problématique
Cible

2 18 à 29
Le projet
Benchmark
Objectifs
Concept
Wireflow
Userflow

3 30 à 41
Direction artistique
Brief créatif
Moodboard
Parti pris
Charte graphique
Sound design

4 42 à 45
Direction technique
Brief technique
Technologies
Fonctionnement

5 48 à 55
Écrans
Introduction
Les trois vues
Collection
A propos

6 54 à 59
Communication
Teaser
Affiche
Réseaux sociaux
Extérieur
Prolongement

Bilan

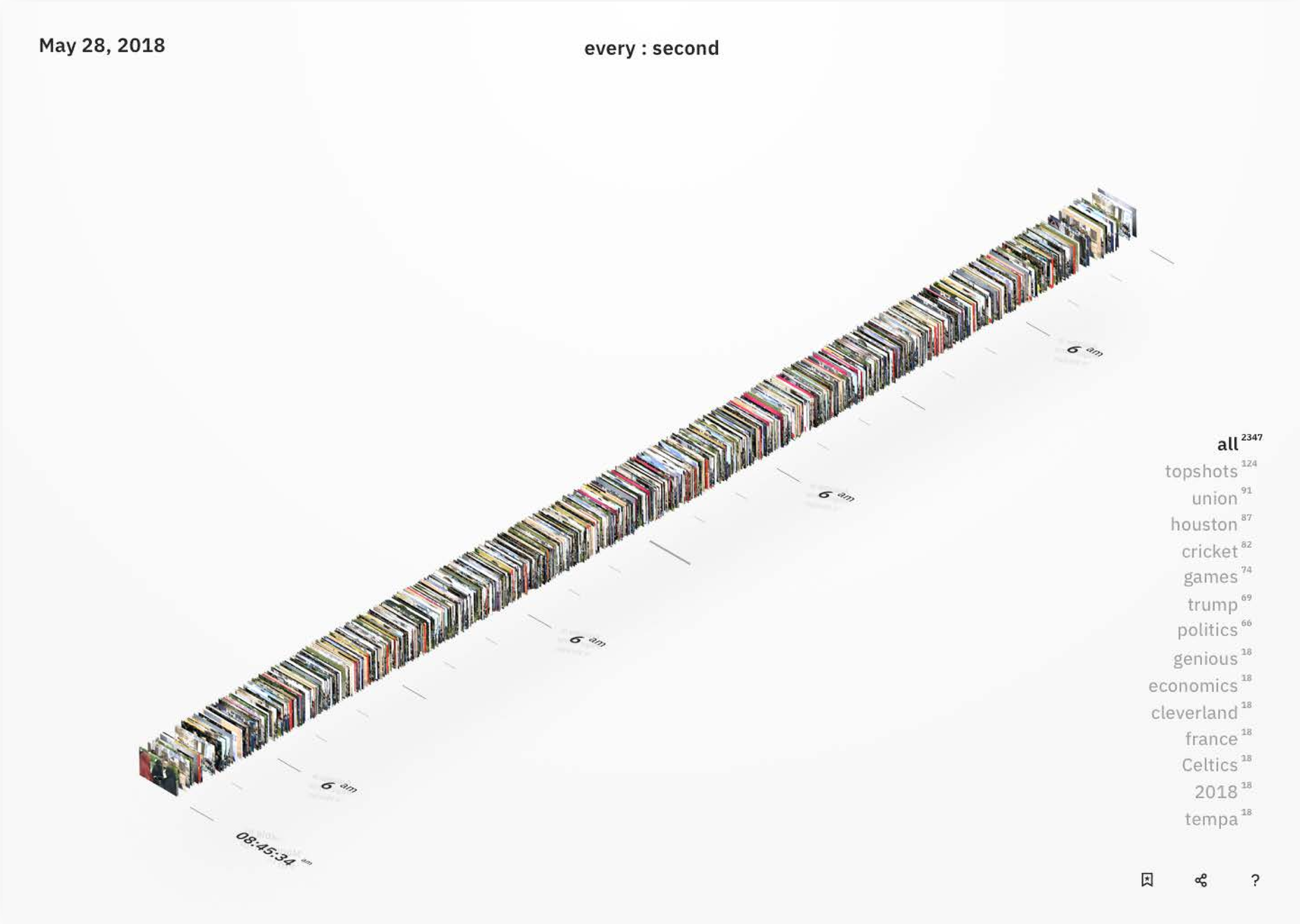
Introduction

Découverte du contexte

En arrivant sur le site, un premier écran **introduit le contexte** à l'utilisateur et lui présente les points forts de l'Agence France Presse.
Le nombre de photographies chargées s'actualise en temps réel, permettant ainsi à l'utilisateur de comprendre que toutes les photos des dernières 24 heures vont s'afficher.

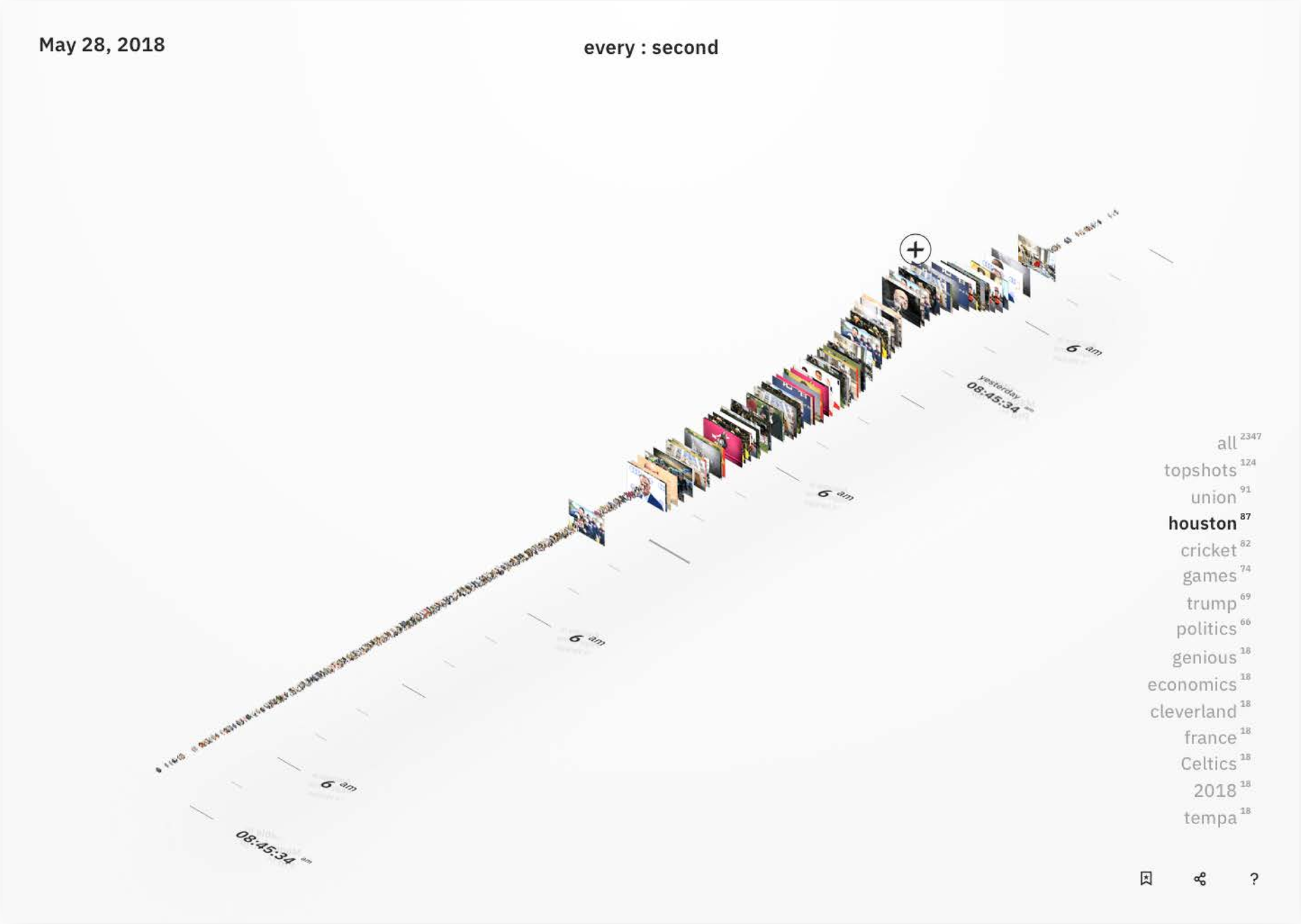
Vue globale

24 h



Vue globale

Filtres

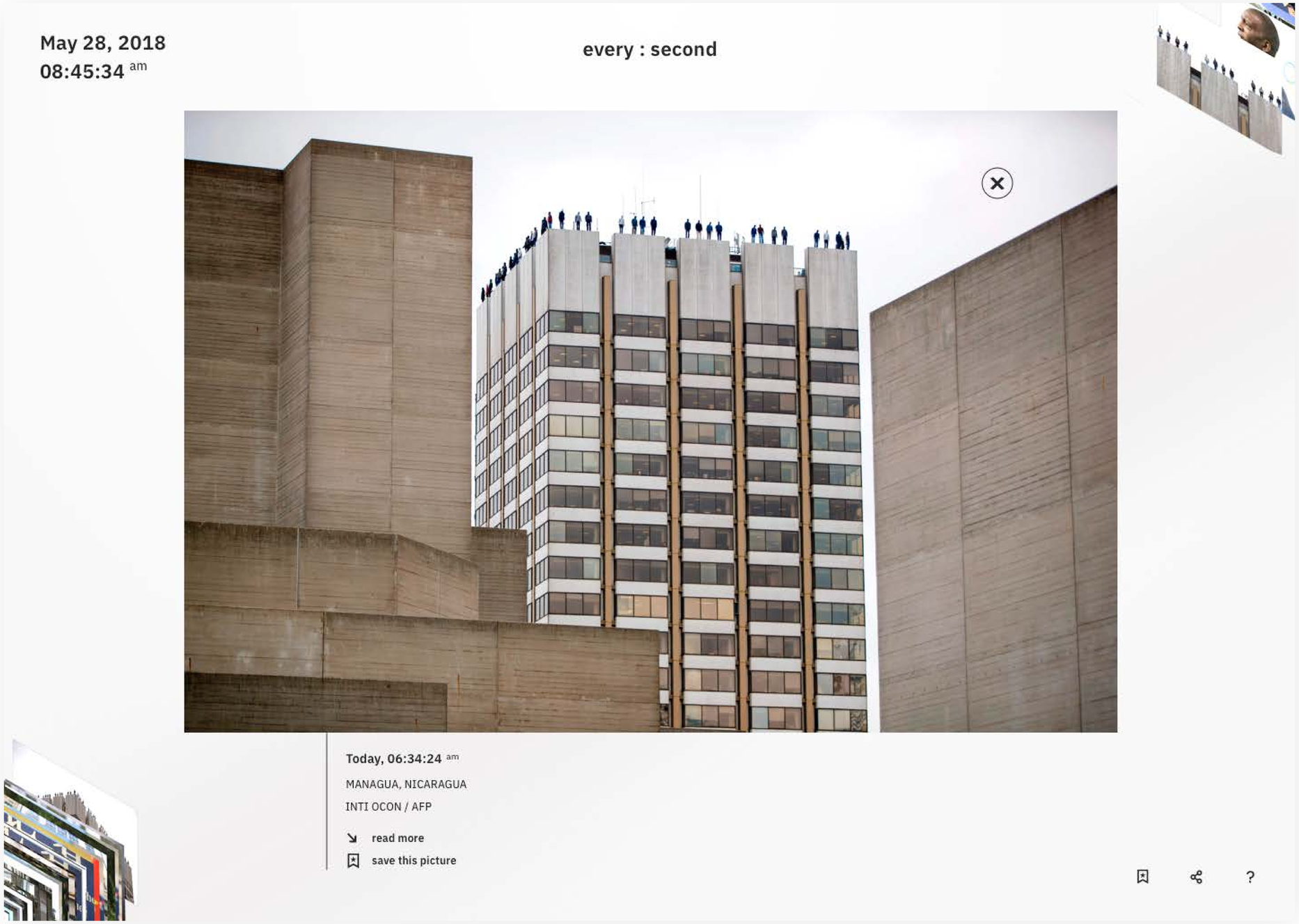


Vue rapprochée

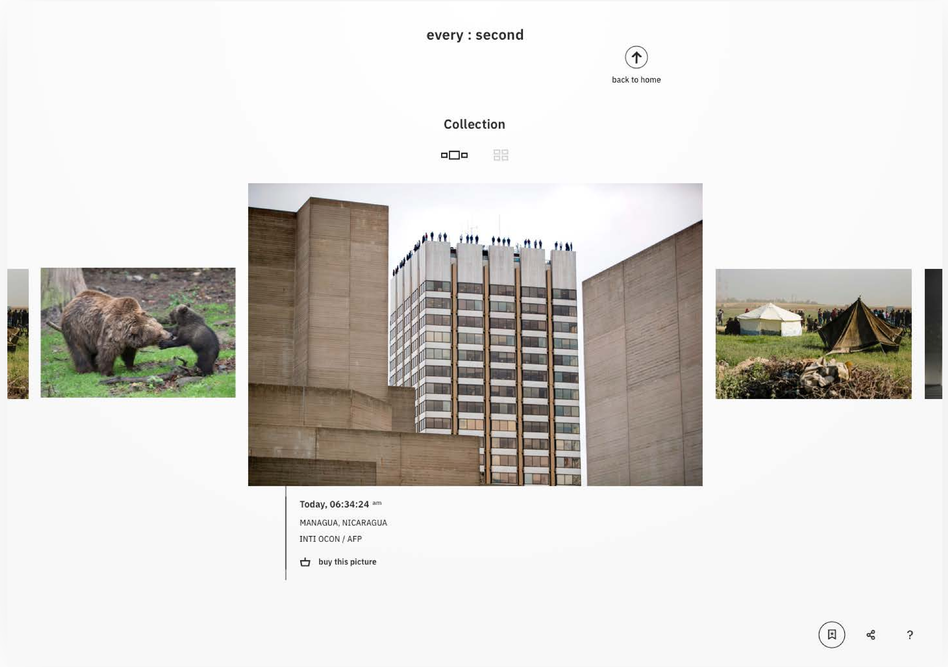
10 mn

Vue photo

1 sec



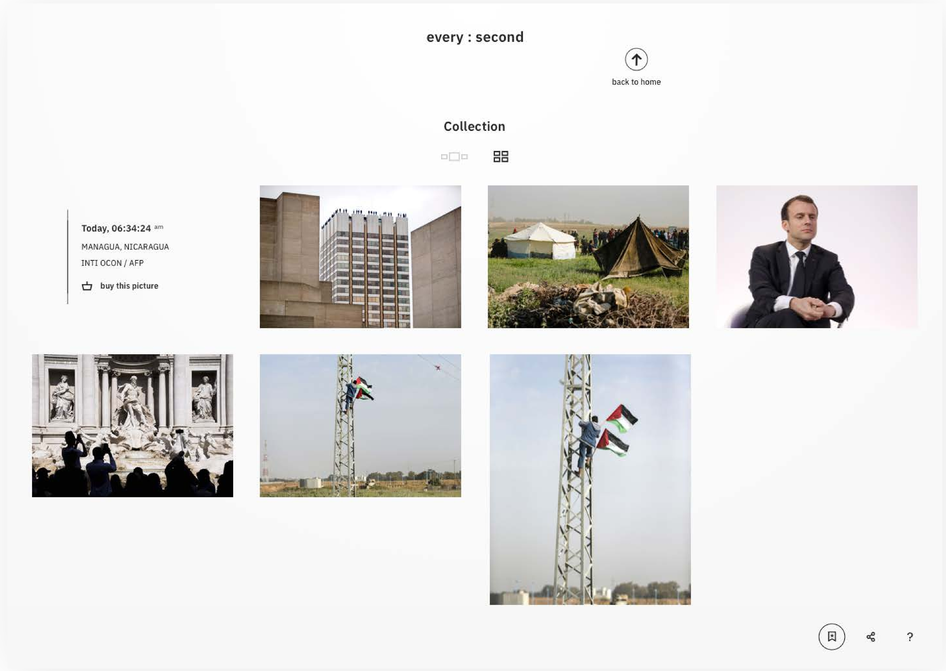
Collection



Une galerie personnalisée

L’utilisateur y retrouve les photos qu’il a enregistrées depuis sa navigation sur le site.

En cliquant sur le panier, l’utilisateur est **redirigé vers la plateforme d’achat** de photo à l’unité de l’Agence France Presse.



Photographie non sauvegardée

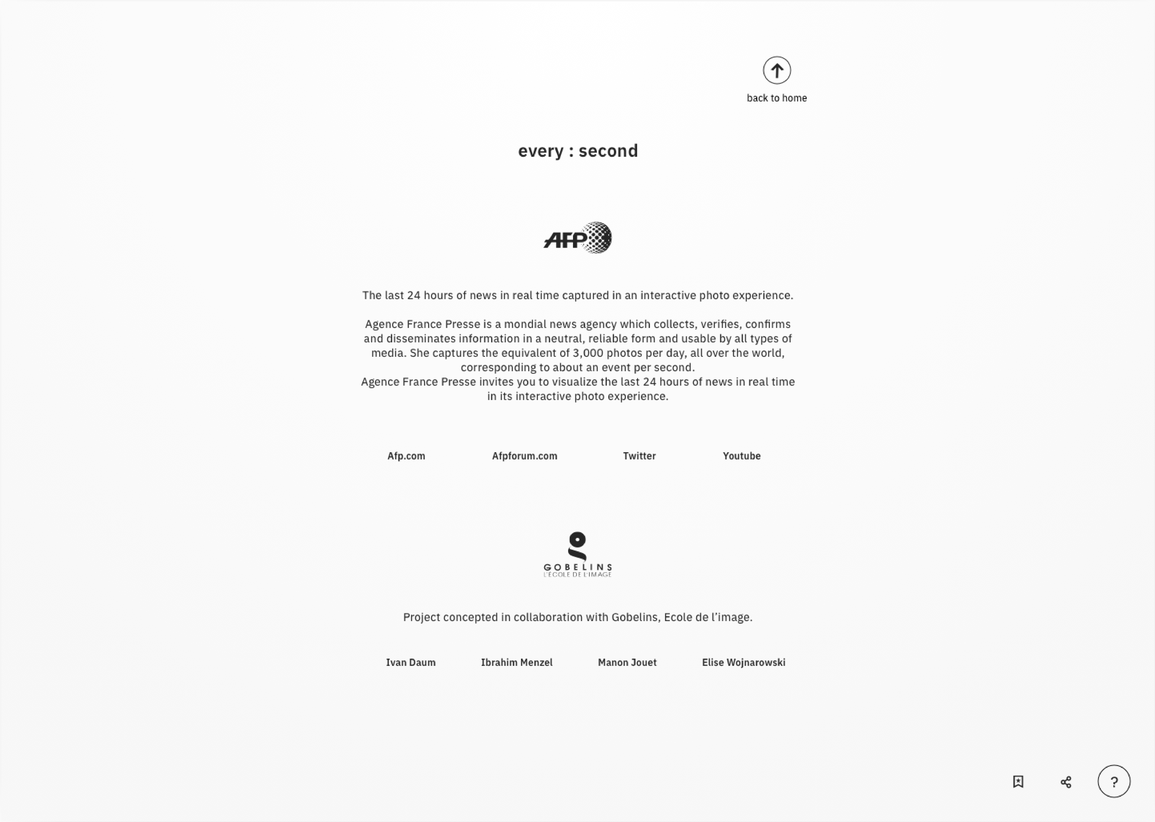
Photographie sauvegardée

A propos

En savoir plus

A tout moment l’utilisateur peut accéder à la page «à propos» du site.
Des **informations concernant l’AFP** ainsi que sur le partenariat avec l’Ecole Gobelins lui sont donnés.
Il y retrouve également les **liens vers les différentes plateforme de l’AFP** (afp, afpforum, afp making off...) et les liens vers les réseaux sociaux.

? Page «à propos»



1 3 à 17
Contexte
Introduction
Enjeux
Commande
Problématique
Cible

2 18 à 29
Le projet
Benchmark
Objectifs
Concept
Wireflow
Userflow

3 30 à 41
Direction artistique
Brief créatif
Moodboard
Parti pris
Charte graphique
Sound design

4 42 à 45
Direction technique
Brief technique
Technologies
Fonctionnement

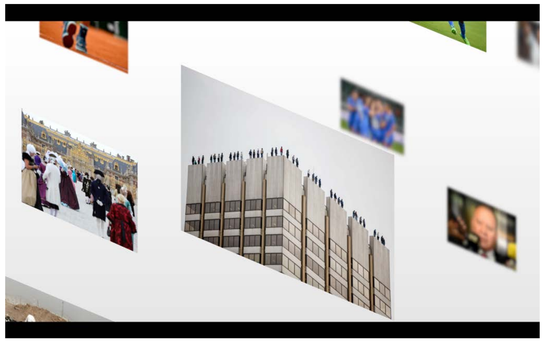
5 46 à 53
Écrans
Introduction
Les trois vues
Collection
A propos

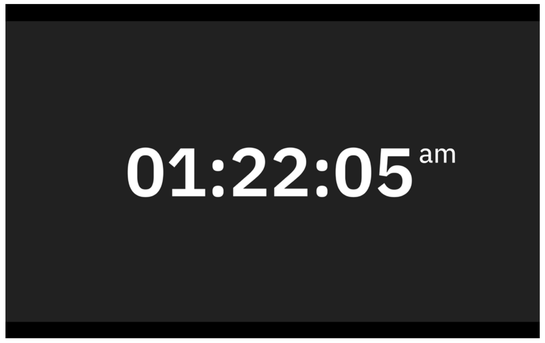
6 56 à 61
Communication
Teaser
Affiche
Réseaux sociaux
Extérieur
Prolongement

Bilan

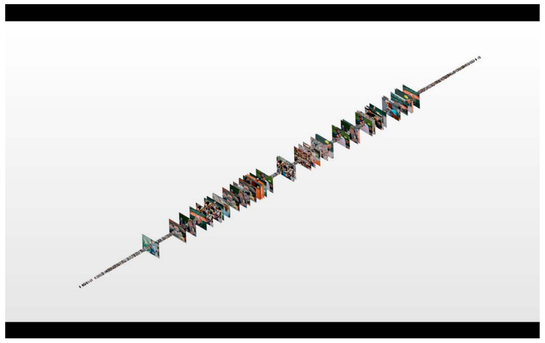
Teaser

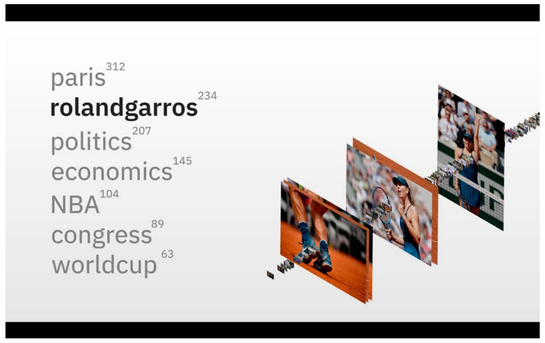
all the : news

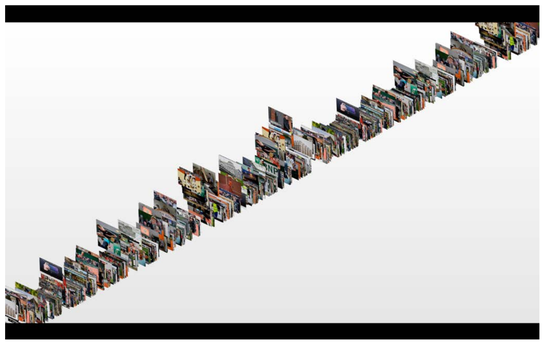



01:22:05 am

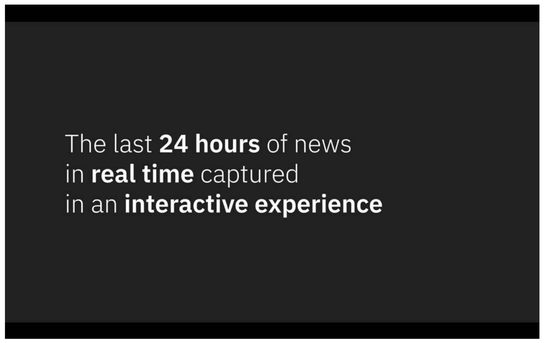
all the : trends




paris 312
rolandgarros 234
politics 207
economics 145
NBA 104
congress 89
worldcup 63



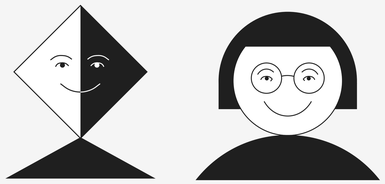
every : second


The last 24 hours of news
in real time captured
in an interactive experience

Affiche

every : second
picture the world
The last 24 hours of news in real time
captured in an interactive photo experience
A concept by Ivan Daum, Manon Jouet, Ibrahim Menzel & Élise Wojnarowski
presented by Agence France Presse
in collaboration with l'école des Gobelins
2018

Réseaux sociaux



Partage des utilisateurs

Chaque utilisateur peut **partager directement le lien** de every second sur les réseaux sociaux (facebook, twitter, instagram...) directement grâce à un CTA de partage.

Il peut également **partager sa ou ses photos favorites** sur twitter pour donner son avis et échanger avec d'autres personnes sur l'actualité.

Les hashtags #afp #everysecond seront automatiquement appliqués, ainsi qu'un watermark pour protéger les photos et faire la promotion de l'AFP.

Partage de l'AFP

L'AFP aura un rôle important dès le lancement du site pour **communiquer et faire vivre** cette nouvelle plateforme.

Elle pourra publier une fois par jour un tweet comportant la photo qui a été la plus consultée sur la plateforme, ou bien le sujet d'actualité le plus important du jour.

Extérieur

Des écrans connectés

Lors du lancement, une campagne de communication extérieure sera mise en place. Chaque photo postée en direct sur la plateforme **apparaît instantanément** sur des **écrans connectés** placés sur les arrêts de bus et dans le métro.

Prolongement

Installation interactive

Le projet peut être décliné en une installation interactive à **exposer dans des lieux publics et/ou culturels** — ou encore dans les locaux de l'Agence France Presse — en tant qu'outil de promotion pour l'Agence France Presse.

L'expérience connectée en temps réel peut être projetée sur **très grand format** pour donner de la visibilité à l'agence et pour donner envie aux passants de naviguer dans l'actualité. Des écrans interactifs peuvent être installés pour une **utilisation tactile**.

1 3 à 17
Contexte
Introduction
Enjeux
Commande
Problématique
Cible

2 18 à 29
Le projet
Benchmark
Objectifs
Concept
Wireflow
Userflow

3 30 à 41
Direction artistique
Brief créatif
Moodboard
Parti pris
Charte graphique
Sound design

4 42 à 45
Direction technique
Brief technique
Technologies
Fonctionnement

5 46 à 53
Écrans
Introduction
Les trois vues
Collection
A propos

6 54 à 59
Communication
Teaser
Affiche
Réseaux sociaux
Extérieur
Prolongement

Bilan

Des milliers d’images

En vue du nombre considérable d’images à traiter et d’animations à gérer, il était difficilement envisageable de réaliser l’expérience en utilisant uniquement du HTML et du CSS classique dans le DOM.
Lorsque l’on cherchait à zoomer dans ce mur d’images, le nombre de fps chutait drastiquement et ne permettait pas une navigation fluide à travers le contenu.

Utiliser la carte graphique de l’ordinateur est devenu indispensable afin de pouvoir effectuer plus d’opérations par secondes. Nous avons finalement décidé d’opter pour une librairie de 3D que nous maîtrisons mieux, ThreeJS.

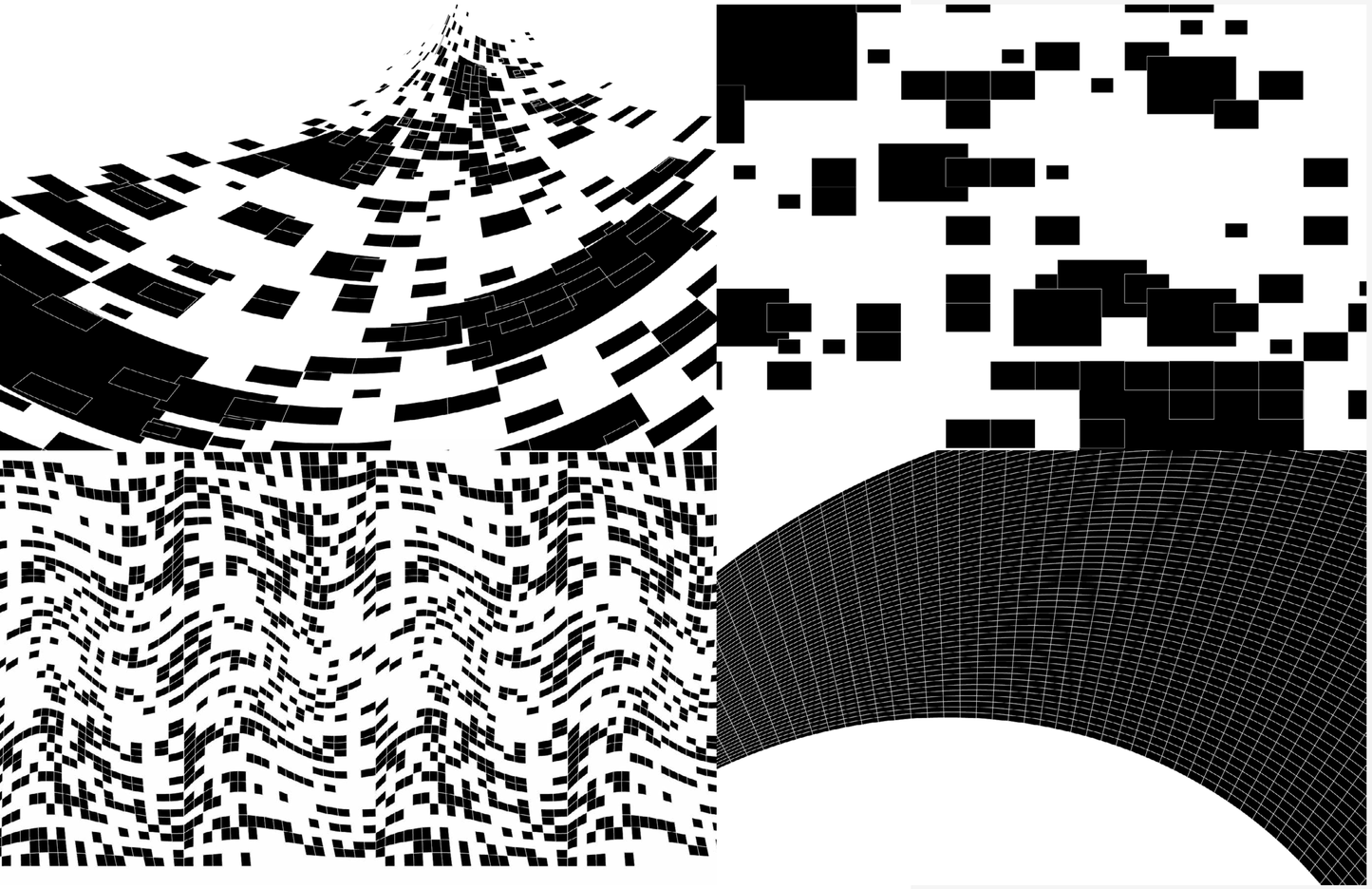
Mais par défaut, la philosophie de la librairie est de créer un objet en 3D, le mesh, et une texture pour pouvoir afficher une image. Dans notre cas, c’était une solution coûteuse en performance. Nous avons décidé de ne pas utiliser les outils tout faits de ThreeJS, mais de n’utiliser les méthodes qui nous permettait de communiquer uniquement avec le GPU.

Pour respecter les choix de notre client souhaitant une potentielle application pour une webapp, nous avons choisis Vue, un MVVM (model-view view-model) simple d’utilisation, que nous avions déjà pris en main lors de différents projets.

Pour communiquer avec l’API de l’AFP, nous avons décidé de réaliser le back-end avec Nodejs et Socket, permettant une communication entre client et serveur en temps réel pour gérer le flux continu d’images que nous allions recevoir.

Le souci était aussi de charger les images.
Afin que l’utilisateur n’ait pas à attendre que les milliers d’images à afficher soient chargées par son navigateur, nous avons décidé de les faire pré-charger par le serveur, et de les rendre disponibles uniquement lorsque l’opération est terminée. Avec cette nouvelle façon de traiter les images, l’affichage des images par l’utilisateur est quasiment instantané.

Des milliers d’images



Le challenge à relever était d’imaginer un dispositif qui réunit et fait cohabiter des milliers de photographies d’actualité ayant toutes leur importance, leurs couleurs et leur chronologie afin d’en proposer une vision d’ensemble.

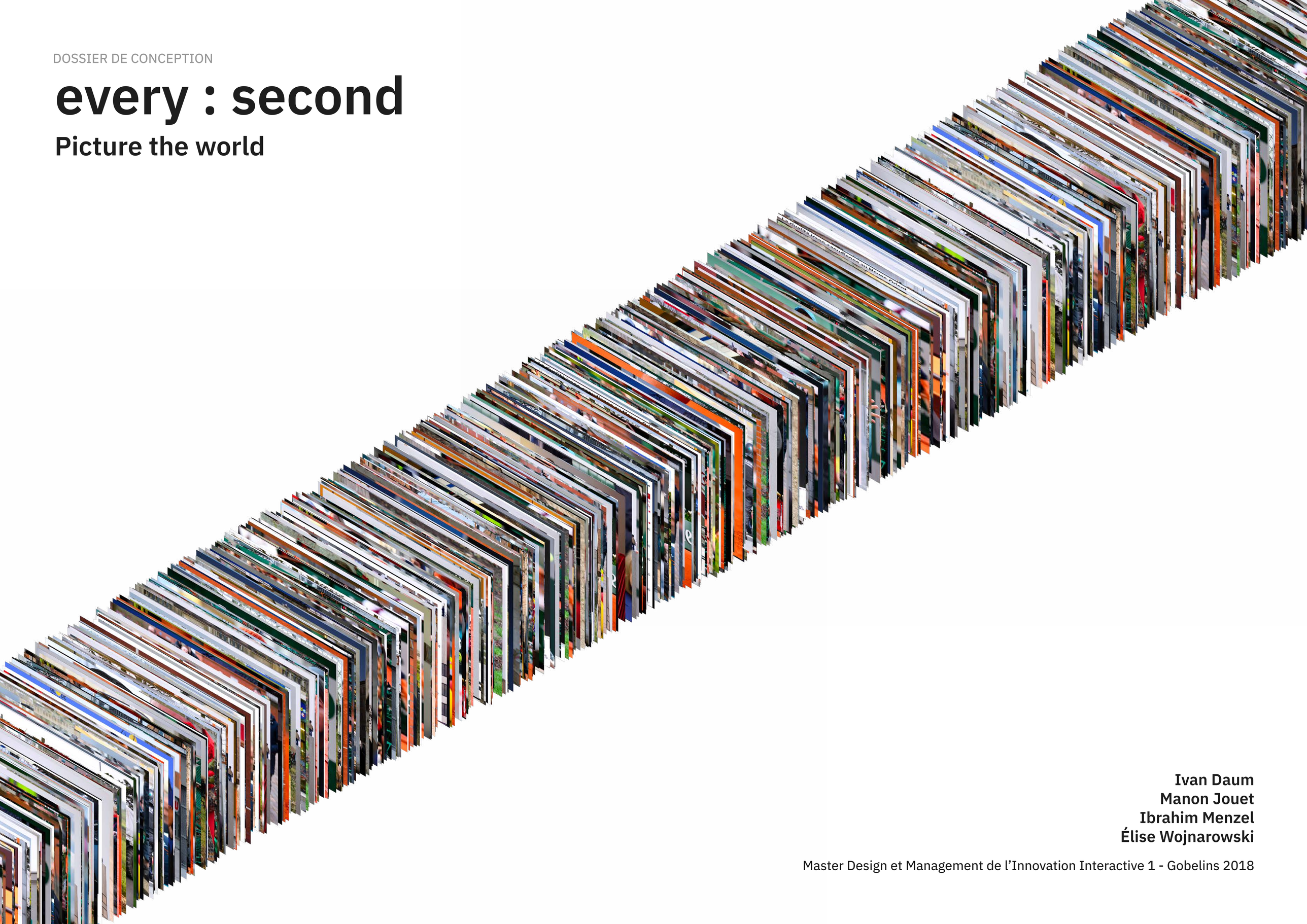
Nous avons réalisé de nombreux tests de composition qui ne validaient pas ces pré-requis avant de choisir la représentation en pile.

Nous avons pu nous organiser avec les développeurs pour anticiper le rendu de la pile, visualiser les photos du jour arriver en direct pour se rendre compte du ryhtme de publication et de ce que représente 3000 photos.

DOSSIER DE CONCEPTION

every : second

Picture the world



Ivan Daum
Manon Jouet
Ibrahim Menzel
Élise Wojnarowski

Master Design et Management de l’Innovation Interactive 1 - Gobelins 2018