

---

# LOWVINE

---

Le vin qui vous correspond

**Concours Bordeaux  
Vins Attitude 2018**

**Proposition**

# Cadre du concours

Du 10 Novembre 2017 au 10 Février 2018, le concours «Bordeaux Attitude» est ouvert afin de dynamiser et rajeunir la marque Bordeaux & Bordeaux supérieur, afin quelle devienne la marque préférée des Français.

Nous devons mettre en avant les AOC (Bordeaux Blanc, Bordeaux rosé et Bordeaux rouge et Crémant de Bordeaux) auprès du grand public.

Il s'agira de proposer une campagne novatrice et originale, sous forme de support numérique ou digitale, à destination des médias sociaux de Planète Bordeaux (site internet, réseaux sociaux, Planète tv ... et autres médias).

Nous sommes libres de proposer le support digital de notre choix.

Dans le cadre du concours, nos livrables seront les suivants :

- Un brief technique reprenant le détails de la réalisation du projet
- La version 1 du support numérique que nous aurons réalisé

# Tester l'application

Pour tester l'application, Veuillez suivre l'url ci-dessous:

<http://wd2017.ecod-projets.com/projet1/groupe2/index.html>

# Notre équipe

Le groupe est composé de 4 personnes à qui sont assignés les tâches suivantes, mais pouvant varier suivant l'avancée du projet :

## **Steve Piquet**

Graphisme

## **Nathan Martzloff**

Développement Back – PHP/MySQL

## **Pierre Porte Laborde**

intégration – HTML/CSS

## **Alexandre Jeanjean**

Développement Frontend – Java Script / Ajax

# Concept proposé

## Le concept

Création d'un site pour mobile, sur la thématique d'un site de rencontre entre vin et consommateur.

## En détails

### Objectif

Offrir un accord parfait entre un ingrédient (viandes, poissons ...) et une bouteille de vin de Bordeaux à un consommateur noyé par la multitude de choix proposés en grandes surfaces. Nous désirons leur faire accéder au monde riche et subtile de la dégustation du vin, et cela de façon ludique grâce à notre conseiller de poche.

### Cible

Nous visons une cible qui n'est pas familière au vin et qui a besoin d'un conseil personnalisé et rapide de compréhension. Ce sera désormais plus facile d'accès avec cette application web, le consommateur n'aura plus qu'à choisir selon ses goûts et sa curiosité. Nous rapprochons le consommateur du processus d'achat en retirant le mur de la méconnaissance. Un consommateur éduqué est un consommateur qui revient, surtout pour essayer d'autres produits, étant donné la gamme de différents vins à sa disposition.

### Plus-value

Notre objectif est de proposer une plateforme simple d'utilisation qui permette à un consommateur d'accéder rapidement en un maximum de 3 clics à un résultat sélectif.

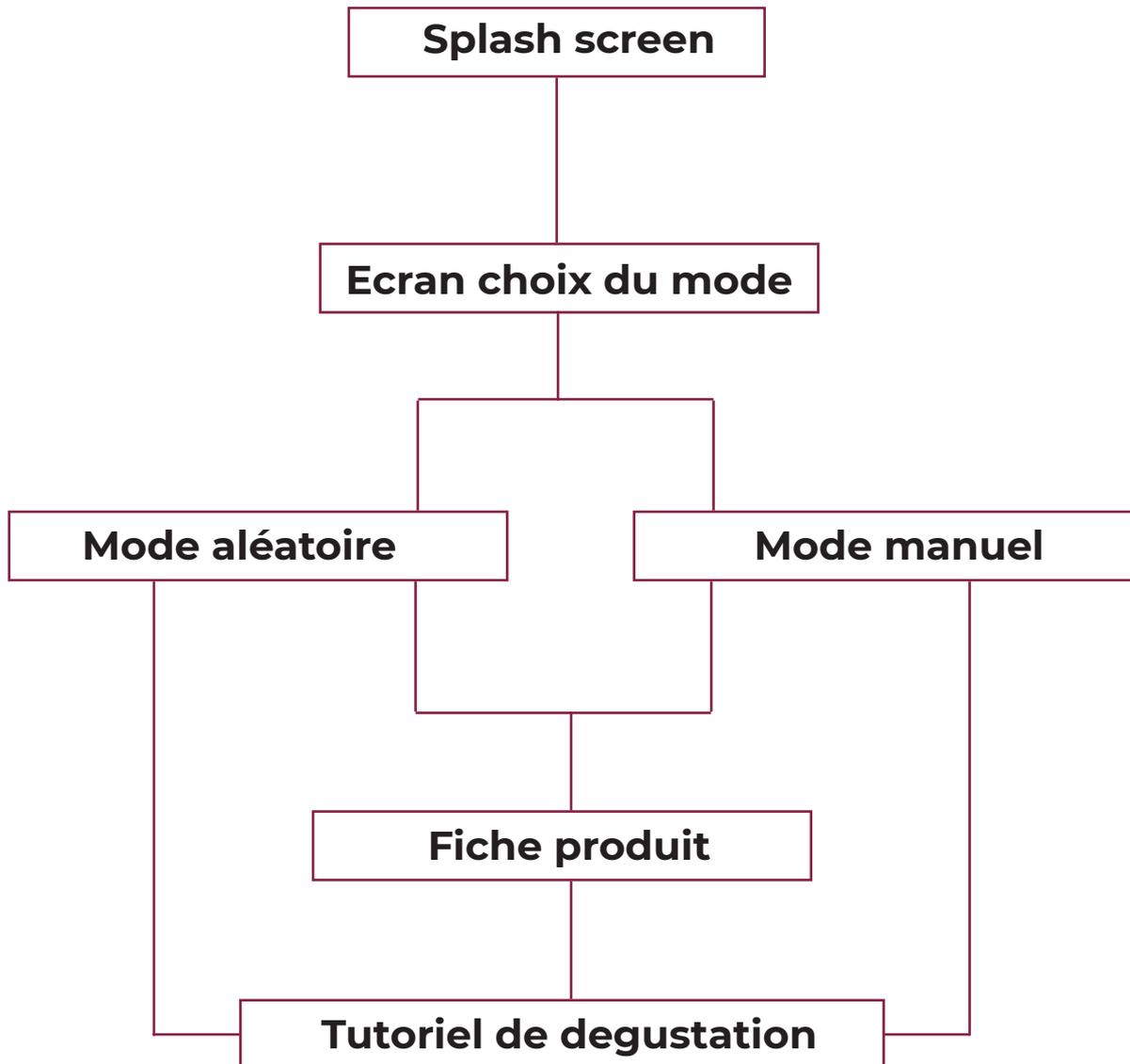
Nous souhaitons lui proposer un maximum de 3 choix potentiels afin de lui faciliter la vie.

Par ailleurs, cette application web accessible via smartphone a pour objectif de développer la visibilité des vins de Bordeaux et Bordeaux Supérieur au travers d'informations complémentaires qui seront proposées dans les fiches produits.

Il sera proposé un accès rapide aux informations, ainsi qu'aux options d'achat.

# Fonctionnement

## Arborescence



# Navigation

Lors de la connexion, l'utilisateur se retrouvera face à un choix :

- Accéder à un mode d'utilisation aléatoire
- Accéder à un mode de choix manuel
- Accéder à un tutoriel pour apprendre à déguster le vin

## Mode aléatoire

Le mode aléatoire propose à l'utilisateur de «swiper» (faire défiler) de gauche à droite des fiches bouteilles aléatoirement.

## Objectif

Nous partons du postulat que l'utilisateur ne sait pas forcément ce qu'il va manger ou qu'il souhaite avoir une proposition à laquelle il ne s'attend pas.

## Mode manuel

Le mode manuel quant à lui propose à l'utilisateur de sélectionner un type de plat (viande, poisson, fromage, apéritif, dessert). En fonction de son choix il lui sera proposé un nombre limité de bouteille adapté au plat.

## Objectif

Nous partons du postulat que l'utilisateur sait déjà vers quel type de plat il s'oriente. Il peut se trouver dans un rayon de supermarché, comme chez lui face à sa cave personnelle et ne pas savoir prendre une décision. Nous souhaitons lui apporter une réponse rapide.

## Tutoriel

Nous proposons un tutoriel qui apprendra à l'utilisateur de connaître tous les secrets de la dégustation d'un vin afin d'en comprendre toutes les subtilités.

## Objectif

Eduquer le consommateur et lui faire découvrir l'univers du vin, les nuances visuelles et aromatiques (odorat & goût). L'utilisateur prendra conscience de toute la subtilité et voudra sûrement renouveler l'expérience en testant d'autres produits.

# Charte graphique

## Logo

**LOYVINE**

Notre choix s'est arrêté pour le nom : **LOWINE**.

Ce choix est issu du mot «Love» et «Wine» soit amour et vin en anglais. Cette combinaison fût validée suite à plusieurs propositions durant le brainstorming général sur le concept du projet.

Le logo détient un message subliminal qui joue sur l'espace négatif. Les logos les plus connus jouant sur ce même procédé sont Carrefour et Fedex. A partir d'un jeu graphique, une bouteille de vin est dissimulée dans l'espace négatif au niveau du W, qui joue aussi sur la lecture des mots «**Love**» et «**Wine**».

## Palette de couleurs



# Maquette



## Splash Screen

Ecran d'accueil qui apparaît sous forme de «loader» durant quelques secondes avant d'afficher l'écran suivant. A noter, la symbolique grappe/coeur en fond pour évoquer l'axe de l'amour et du vin. Le choix d'un dégradé fait référence aux différentes teintes que peuvent avoir le vin et rappelle la diversité possible du produit selon sa maturité, cépage, région, etc.

## Homepage

Cet écran est le premier écran comportant une interaction avec l'utilisateur.

L'utilisateur doit choisir entre le mode aléatoire et le mode manuel.





## Menu déroulant

Une fois une famille d'aliments sélectionnée, plusieurs choix lui sont proposés pour affiner sa recherche.

## Page choix manuel

Si l'utilisateur sélectionne le mode manuel, il arrive sur ce premier écran de choix.

Il sélectionne la famille d'aliments qui l'intéresse.





## Résultat recherche

Enfin l'utilisateur obtient une proposition d'un choix limité de bouteilles de vin.

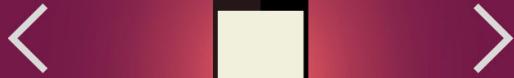
## Fiche produit

La fiche produit est le résultat final auquel accède l'utilisateur soit par le mode aléatoire directement soit par le mode manuel.





# LOYVINE



## CHÂTEAU BELROSE DE MAUCAILLOU

Côtes de Bordeaux  
2015



### Affinités



Volailles



Boeuf



Poissons



Fromages

### Arômes



Agrumes



Rose



Poire

### Robe



Grenat

### Cépage

Merlot  
Cabernet Franc  
Cabernet Sauvignon

### Taux d'alcool

12,5°

### Température de service

17-23°

### A déguster idéalement entre

2013-2020

### Plus d'infos

Ce Moulis-en-Médoc est produit sur 90 hectares dominés par les graves glaciaires avec, en marge, des sols argilo-calcaires. Pour ce vin, le château Maucaillou assemble 3 cépages : 60% de cabernet sauvignon, 35% de merlot et le reste en petit verdot, toutes ces vignes ayant 25 ans en moyenne.

Pour ce vin, le château Maucaillou assemble 3 cépages : 60% de cabernet sauvignon, 35% de merlot et le reste en petit verdot.

[Voir le site du producteur](#) →

### Partenaires

Bordeaux Tendances, le guide bordelais qui vous informe sur tout : programmation culturelle, adresses incontournables et actualités bordelaises !

**Prix : 8€99**

### Où se rencontrer :



# Tutoriel de dégustation du vin

☰ **LOYVINE**

COMMENT DÉGUSTER LE VIN



— 1/5 —

Regarder sa robe

☰ **LOYVINE**

COMMENT DÉGUSTER LE VIN



— 2/5 —

Le premier nez

☰ **LOYVINE**

COMMENT DÉGUSTER LE VIN



— 3/5 —

Révéler les arômes

☰ **LOYVINE**

COMMENT DÉGUSTER LE VIN



— 4/5 —

Le second nez

☰ **LOYVINE**

COMMENT DÉGUSTER LE VIN



— 5/5 —

L'examen gustatif

# Technologies utilisées

## Intégration Front-End

**Html**  
**Css** Ces langages nous ont permis de réaliser l'intégration de la maquette.

**Javascript**  
**Jquery** Le javascript nous a permis de créer le lien entre PHP, base de données et la page HTML.

**Ajax** Nous avons développé un système d'incrémentation de l'ID se trouvant dans la base de données en fonction du clique ou du swipe de l'utilisateur.

Ce qui permet grâce à l'Ajax de ne pas avoir le rechargement de la page.

Nous avons utilisé cette méthode pour développer la partie aléatoire de l'application.

## Back-end

**Ajax**  
**Php** En ce qui concerne l'administration de la base de données, nous avons utilisé PhpmyAdmin et le langage Sql.

**MySql** Nous avons développé la partie recherche manuel grâce au langage PHP.

Ainsi, notre menu de choix repose sur un ensemble de bouton terminant par un formulaire qui retourne une sélection de résultats grâce à une requête PHP.

# Déroulement projet



**Brainstorming concept**

15 novembre 2017 - 5 décembre 2017

**3 jours**

**Brainstorming logo**

15 novembre 2017 - 5 décembre 2017

**1 journée**

**Création des maquettes graphiques**

30 novembre 2017

**13 jours**

**Développement du système**

5 décembre 2017 à aujourd'hui

**Minimum 10 jours**

**Intégration maquette**

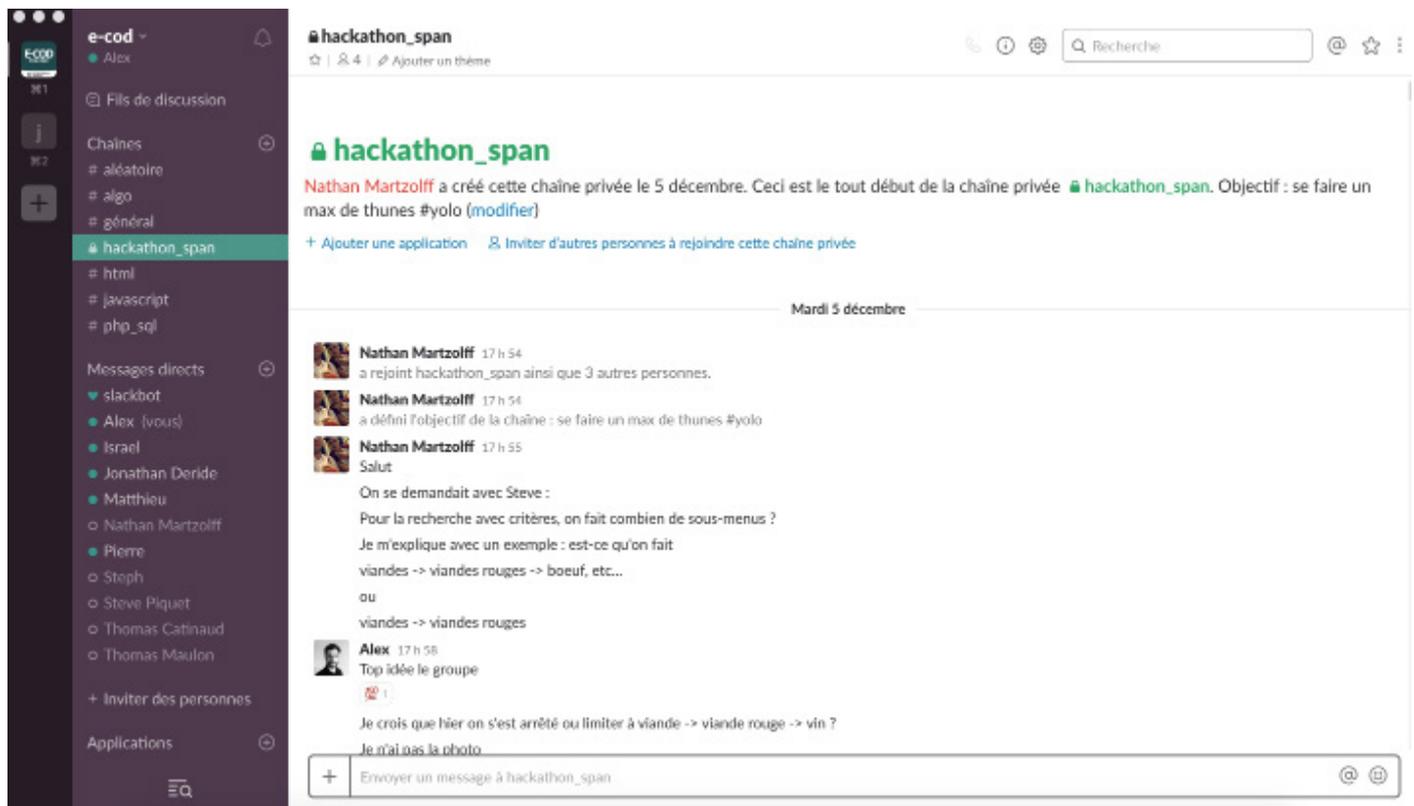
11 décembre 2017 au 13 décembre 2017

**3 jours (en cours)**

# Organisation

## Communication interne

Création d'un compte de messagerie Slack interne à notre groupe de travail relié à un tableau d'organisation et de synthèse

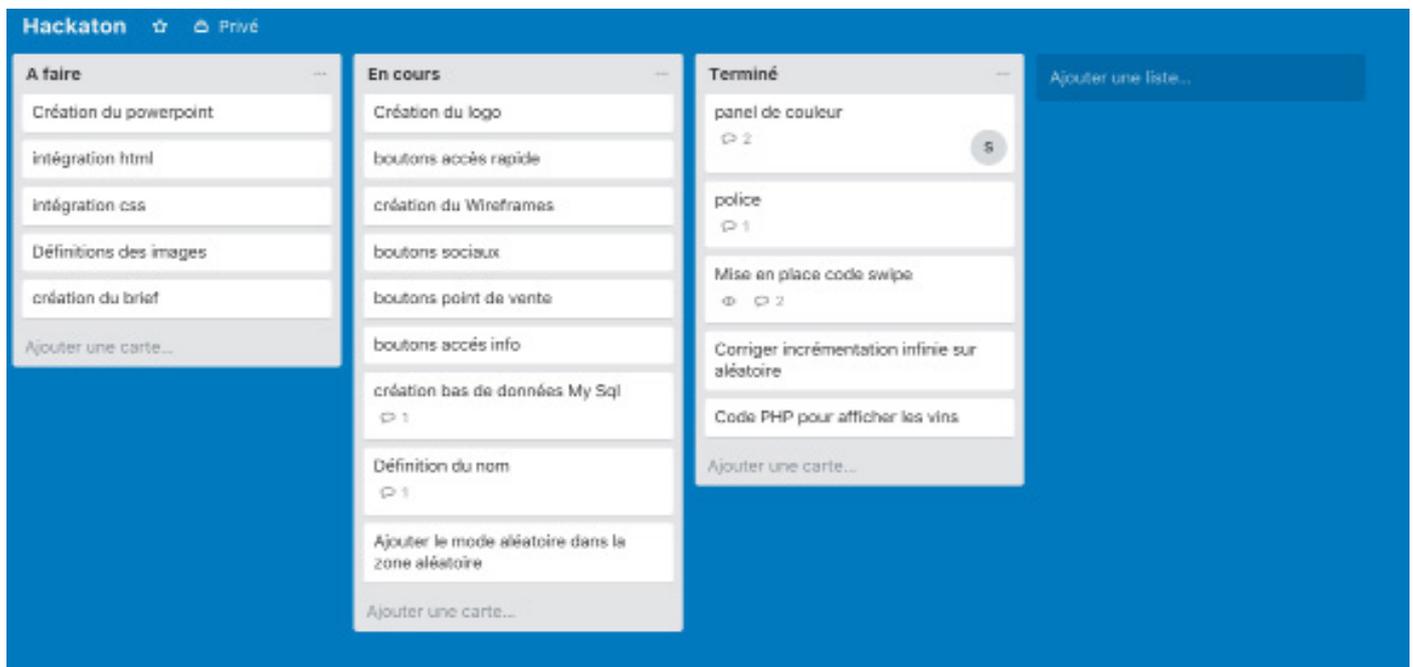


# Planification du Projet

Afin de bien découper le projet en tâches, nous avons utilisé l'outil «Trello».

Grâce à cet outil nous avons pu visualiser de façon optimale l'ampleur du projet, et nous répartir les tâches.

Il nous a été essentiel pour suivre le projet et mettre à jour l'avancée des tâches en temps réel.



## Icones réalisées pour le projet



## Livre de référence

