

# Citroën Creative Awards

05 février 2013

Equipe 02 : ALEXANDRE Raphaël - BÉRÉBI Eytan - BERTHET Elise - BIGOT Maxime - BONIN Céline

# LE BRIEF



*Aujourd'hui, votre Smartphone est votre outil de gestion du quotidien. Les automobiles sont de plus en plus connectées et le digital va changer nos modes de déplacements.*

*Imaginons que vous ayez un accès « **sans limite** » à toutes les informations qui concernent votre véhicule, qu'elles soient techniques (vitesse, consommation de carburant, émission de CO2, géolocalisation, ordinateur de bord, image caméra...) ou autres (points de vente, entretien, réparation, diagnostic, conseils, trafic automobile...), alors quelles **applications Smartphone innovantes** imagineriez-vous pour faciliter votre conduite et votre vie d'automobiliste ?*



# SOMMAIRE

## LA MARQUE

Histoire

Une marque active

Cibles

SWOT

3

4

5

6

7

## CONCURRENCE

Benchmark des applications - Constructeur automobile

Benchmark des applications - Indépendant

8

9

11

## LE CONCEPT

Constat

Idée

Ergonomie

Maquettes

12

13

14

15

17

## ORGANISATION

Budget

Équipe

27

28

29



**La marque**

# HISTOIRE



- 1919** : Citroën fondé par André Citroën
- 1935** : Michelin prend le contrôle de Citroën
- 1948** : Arrivée de la 2CV
- 1955** : Sortie de la DS
- 1976** : Citroën rejoint PSA (Absorption par Peugeot)
- 2009** : Nouveau logo, nouvelle stratégie - réapprenez à dire non
- 2010** : Citroën met en vente la DS3&

## Créative Technologie

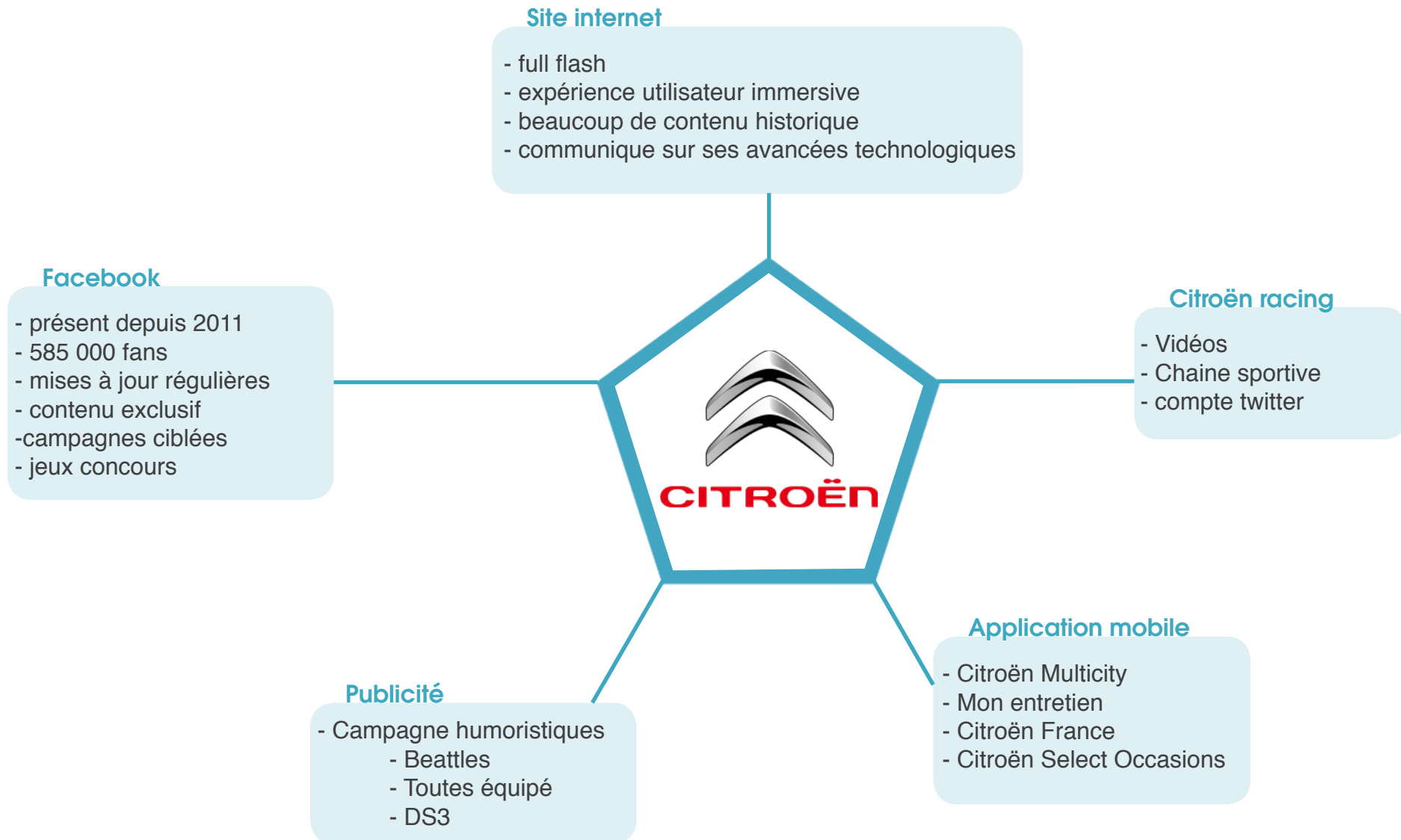
Créativité et technologies sont les maîtres mot de Citroën qui se préoccupe depuis toujours d'inventer, de recréer l'automobile, pour apporter de la modernité à la mobilité.

En effet l'amélioration de l'expérience utilisateur, l'économie et donc de l'accessibilité au plus grand nombre, ainsi que de l'écologie sont au coeur des valeurs de la marque.

- Premier a proposer le Stop&Start sur C3 et C3
- Précurseur dans le développement de nouvelles assistances à la conduite
- Créateur du pare-brise panoramique grand angle
- Soucis de l'écologie avec filtre à particules



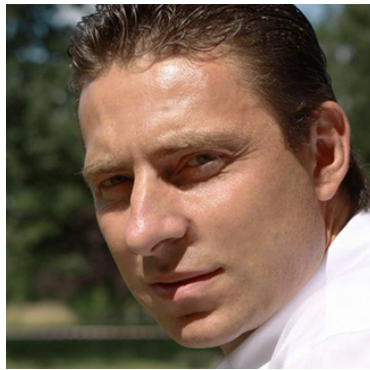
# UNE MARQUE ACTIVE



# LA CIBLE

Avec sa large gamme de véhicules Citroën s'adresse à un maximum de personnes, que ce soit au niveau technologique que budgétaire.

En effet, Citroën touche les familles avec enfants, le père de famille, les jeunes et les professionnels.



## COEUR DE CIBLE

Arthur, 34 ans, célibataire parisien. Il gagne 40 000 euros par an. Pro-actif et engagé dans sa vie professionnelle. Il est souvent amené à être en déplacement et passe de nombreuses heures en voiture. Il utilise régulièrement les réseaux sociaux, et a un penchant pour les nouvelles technologies. Arthur est un homme connecté, il possède une tablette et un smartphone et aime chercher les derniers produits high-tech.



## CIBLE PRINCIPALE

Maxime 29 ans, est un jeune actif parisien. Il gagne 36 000 euros par an. Il possède une citadine et effectue principalement des trajets courts. Il est malheureusement souvent bloqué dans les embouteillages parisiens. Il est attentif aux nouvelles technologies et possède un smartphone. Il est constamment connecté aux réseaux sociaux, et communique régulièrement, même en voiture.



## CIBLE SECONDAIRE

Corentin, 43 ans, père de famille. Il habite en région parisienne avec sa femme et ses deux enfants. Il gagne 39 000 euros par an, possède un monospace. Il utilise souvent sa voiture pour voyager en famille. Il s'intéresse aux nouvelles technologies.

# SWOT

<b>Forces</b>  Groupe puissant  Gamme variée  Volonté d'évoluer constamment  Design avant-gardiste	<b>Faiblesses</b>  S'éparpille dans sa gamme
<b>Opportunités</b>  Partenariats  Voiture écologiques (start/stop, filtre à particules).	<b>Menaces</b>  La crise: les gens n'achètent plus de voiture  Hausse du prix des matières  Perte d'identité de la marque





**La concurrence**

# BENCHMARK

## DES APPLICATIONS

Constructeur automobile



### PEUGEOT CONNECT APP

- Michelin Trafic,
- Carburant (service communautaire, sur la localisation et les tarifs du carburant )
- Parking
- Pages Jaunes,
- Météo,
- Dismoioù (une application communautaire de localisation de points d'intérêts)
- Via Michelin

#### Les plus:

- Applications utiles
- Intégration de l'ordinateur bien pensée
- Utilisation simple et prise en main assez rapide
- Applications communautaires

#### Les moins:

- Interface peu esthétique
- Commande tactile préféré au vocale
- Abonnement payant
- Peut déconcentrer le conducteur



### MY RENAULT

- Programme d'entretien personnalisé du véhicule
- Alertes automatiques pour l'entretien
- Prise de rendez-vous en ligne
- Informations exclusives sur l'actualité de Renault
- Renault Assistance (transmission de la localisation et des informations véhicule),
- GPS et calcul d'itinéraires
- Divertissement (code, panneaux de signalisation étranger, quiz sur Renault)

#### Les plus:

- Disponible (Appstore et Playstore)
- Gratuite

#### Les moins:

- Fonctionnalités basics

# BENCHMARK

## DES APPLICATIONS

Constructeur automobile



### MY BMW REMOTE

- Verrouillage / ouverture à distance du véhicule
- Commande à distance du chauffage
- GPS pour retrouver sa voiture
- Commande à distance du klaxon, de fonctions d'éclairage extérieur afin de localiser le véhicule
- Affichage sur l'Android Smartphone de la position actuelle du véhicule sur une carte pour localiser une voiture

#### Les plus:

- Gratuite
- Localisation de la voiture à l'extérieur précise
- Application sécurisée par codes et questions secrètes
- Disponible (Appstore et Playstore)

#### Les moins:

- Pas disponible pour toutes les voitures
- Besoin du contrat actif BMW ConnectedDrive
- Requière un système spécial



### MERCEDES DIGITAL DRIVESTYLE APP

- Utilisation de Siri via la voiture pour les iphone 4S
- Accès aux réseaux sociaux
- Logiciel de navigation Garmin avec l'info trafic, les cartes 3D
- Radio internet personnalisée
- Car finder pour retrouver facilement sa voiture

#### Les plus:

- Gratuite
- Mises à jour faciles (nouvelles fonctions et retours clients)

#### Les moins:

- Disponible seulement sur Iphone
- Pas disponible pour toute la gamme Mercedes (tableau de bord)

# BENCHMARK

## DES APPLICATIONS

Indépendant

### LES PLACES : AVERTINOO - APILA

Basé sur l'effet de masse, ces applications permettent de trouver facilement une place de libre ou être averti d'un potentiel radar grâce aux signalements des utilisateurs.

- + Grande communauté très active.
- Oblige l'utilisateur à participer.

### UTILITAIRES, ORDINATEUR DE BORD: MY SPEED METER - CAR MANAGER

Applications purement utilitaires pour avoir un œil sur toutes les données de sa voiture depuis son smartphone.

- + Données complètes et détaillées
- Aucun rapport affectif ou de personnalisation

### ESSENCE ECO

Dans cette période de crise de nombreuses applications permettant de faire des économies voient le jour.

- + En vogue, dans le contexte de crise
- On ne sait plus laquelle dit vrai



**Le concept**

# CONSTAT

La voiture n'a jamais été aussi présente dans notre quotidien, les automobilistes sont soucieux de leurs économies et veulent tout savoir sur leurs voitures.

Des études ont montrées que le temps de conduite s'est allongé ces cinq dernières années.

« En 1985, plus de 70 % des voitures étaient utilisées tous les jours contre presque 72 % en 2013 »  
*Source l'Insee*

Bref, la voiture prend une place de plus en plus importante dans la vie des Français.

Les transports en commun et le co-voiturage ne dépasse toujours pas l'utilisation de la voiture personnelle. Les Français restent attachés à leur voiture, beaucoup lui donnent un surnom ou la personnalisent, démontrant ainsi la relation spéciale qu'ils peuvent entretenir avec elle.



## Mindcar : la voiture intelligente

Nous proposons alors une application qui rend la voiture vivante. Une application qui élève la voiture au rang d'un "être-humain". Doté notre compagnon de route d'une Intelligence Artificielle pour ne plus voir le temps passé en voiture comme un temps systématiquement perdu.

La voiture deviendrait un(e) ami(e) avec qui l'on aurait une histoire et avec qui on pourrait discuter.

Pour utiliser MindCar, pas besoin de posséder une voiture équipée d'un ordinateur de bord, elle est indépendante et convient donc à tout type de véhicule.



Notre application propose différentes fonctionnalités regroupées dans 5 rubriques distinctes.

- GPS
- Jeux
- Fatigue
- Souvenirs
- Constat

# ERGONOMIE

## Zoning

Avant de concevoir le visuel des maquettes, nous avons réalisé un zoning de manière à créer une application la plus simple d'utilisation possible pour un conducteur.

C'est pourquoi, nous avons pensé notre menu avec de grandes zones pour chaque rubrique, ainsi que des champs de saisie de texte facilement accessibles.

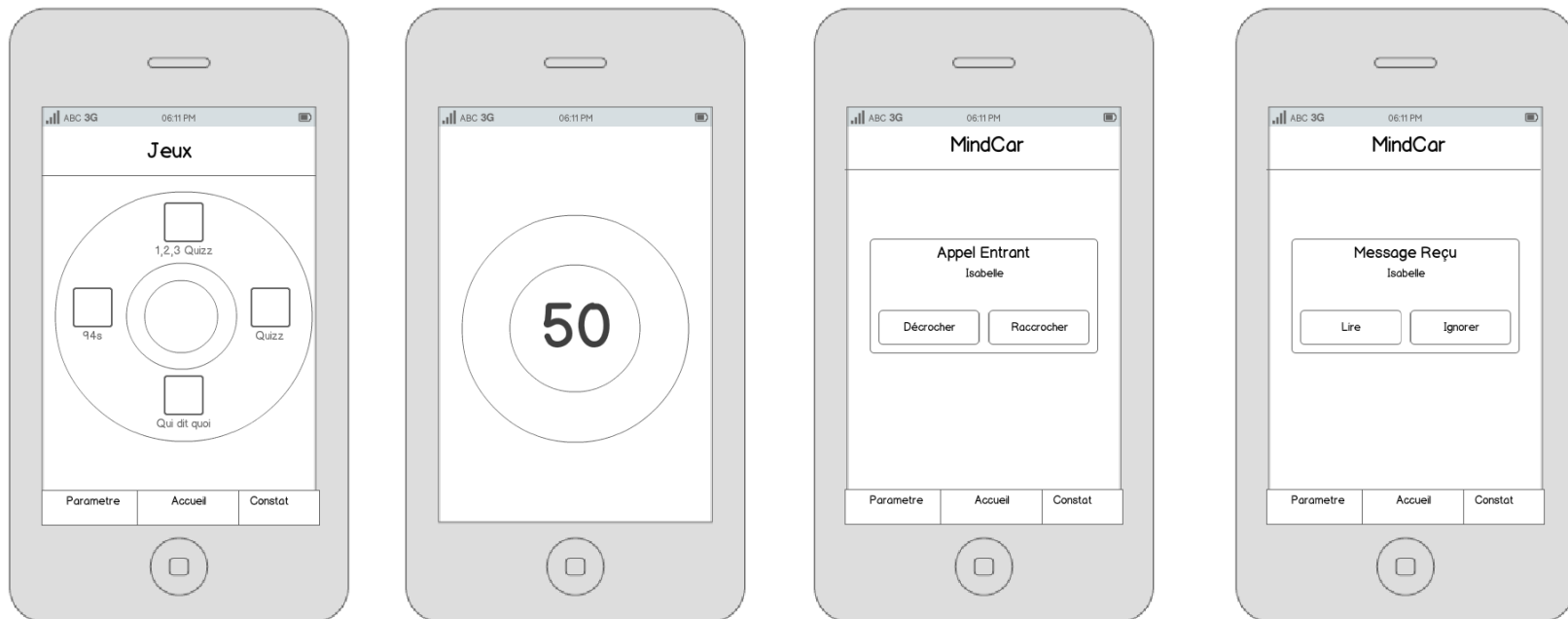
De cette manière le conducteur peut entrer dans nimporte quel menu de l'application en un rien de temps.





# ERGONOMIE

## Zoning

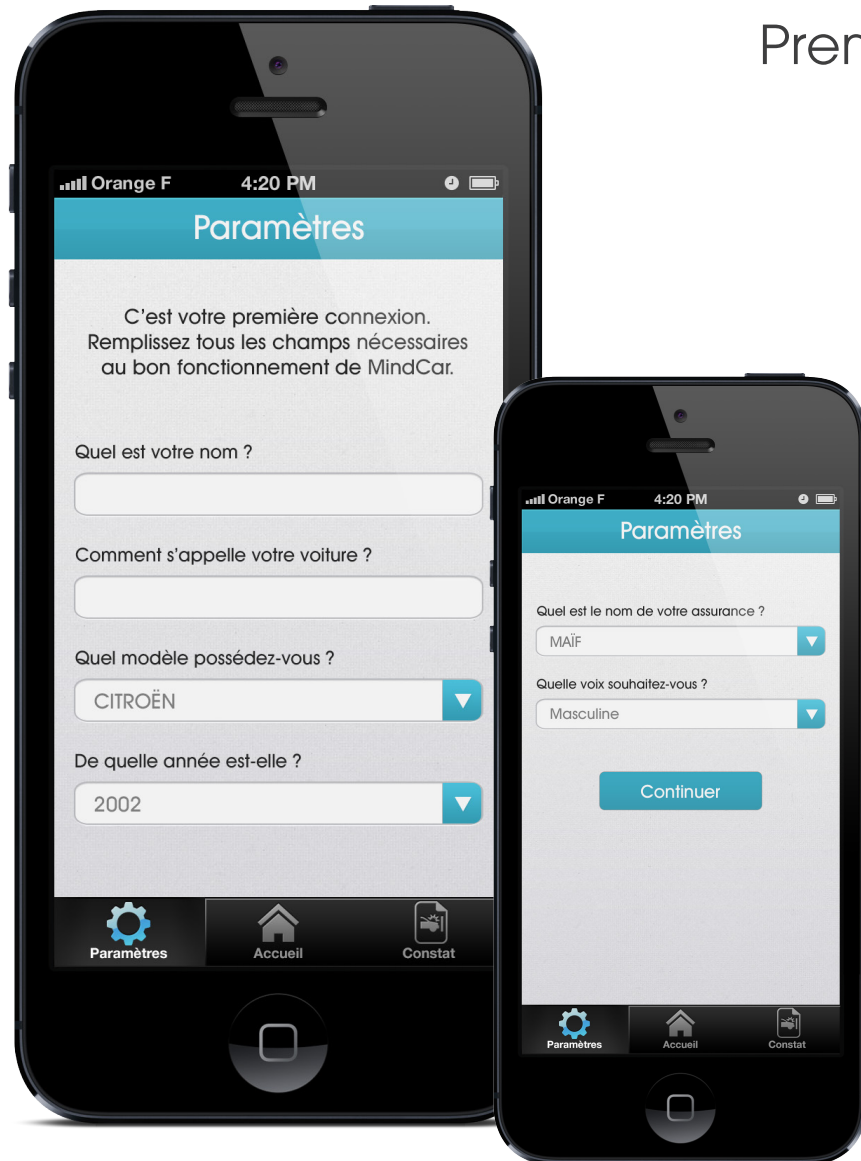


# MAQUETTES



“ MindCar, l'application qui donne vie à la voiture ”

# MAQUETTES



## Première connexion

Lors de la première utilisation de l'application, l'utilisateur configure son compte.

Il doit entrer:

- Son nom
- Le nom qu'il souhaite donner à la voiture
- Le modèle de la voiture
- Son année
- Le nom de l'assurance
- Le type de voix souhaité



# MAQUETTES

## Mode vocal

Chaque conducteur a son humeur en voiture, nous avons pensé mettre en place trois modes qui définiront la fréquence des interactions.

Aussi, à chaque ouverture de l'application, on demandera à l'utilisateur à quelle fréquence il souhaite interagir avec sa voiture.

Ces trois modes ont été pensés ainsi :

- Élevé :

Les interactions seront présentes tout au long du trajet du conducteur

- Normal :

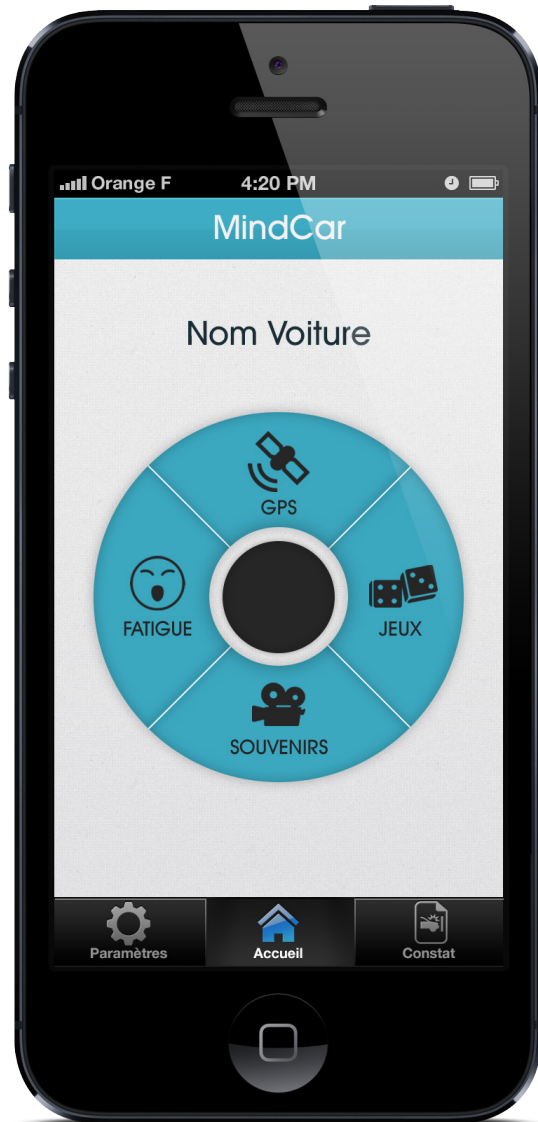
les interactions seront normales, elles tiendront compagnie à l'utilisateur durant son trajet sans l'envahir

- Faible :

l'application ne donnera que les informations essentielles au conducteur



# MAQUETTES



## Accueil

Depuis l'accueil l'utilisateur accède à toutes les fonctionnalités de l'application, y compris le paramétrage du mode vocal qu'il effectue à chaque ouverture.

L'accueil se veut simple et clair pour faciliter la navigation du conducteur, sans perturber sa conduite.

La navigation peut également se faire par voix orale c'est pourquoi nous avons choisi un "wording" simple à prononcer pour faciliter la reconnaissance vocale.

## Constat

Un onglet constat a également été intégré pour aider l'utilisateur en cas d'accident.

Nous savons que les assurances sont en train de mettre ce système de constat numérique dans leurs applications respectives. Nous envisageons un partenariat avec ces assurances.

L'aide s'apparente au constat numérique que propose assurance ou bien, dans le cas échéant un constat standard annoté.

# MAQUETTES

## GPS

Le GPS, était une fonctionnalité indispensable de notre application. Il doit être clair, simple et intuitif.

Ces fonctionnalités standard sont agrémentées par la possibilité de programmer différentes alertes, comme l'essence, les achats( boulangerie, tabac) et les souvenirs.

Si l'utilisateur est tête en l'air et qu'il a tendance à ne pas faire attention à la quantité d'essence qu'il lui reste, il coche simplement «essence», et la voiture le préviendra quand il passera à proximité d'une pompe à essence.



# MAQUETTES



## Écran de veille : La vitesse

L'écran de veille affiche la limitation de vitesse de façon discrète et prévient l'utilisateur lorsqu'il la dépasse.

Colorer le fond en rouge, nous semble la façon la plus efficace afin que l'utilisateur remarque cette alerte sans avoir besoin de détourner son regard de la route. En effet, il peut voir ce signal en vision périphérique.



# MAQUETTES

## Intéraction : Jeux

Comme un réel passager, la voiture propose par le biais de l'application, des mini-jeux, comme 94 sec ou encore un quizz musical.

Nous avons imaginé une base de 4 jeux, auxquels il est possible de jouer seul ou à plusieurs, par exemple sur la route des vacances toujours ponctuée de ralentissements.

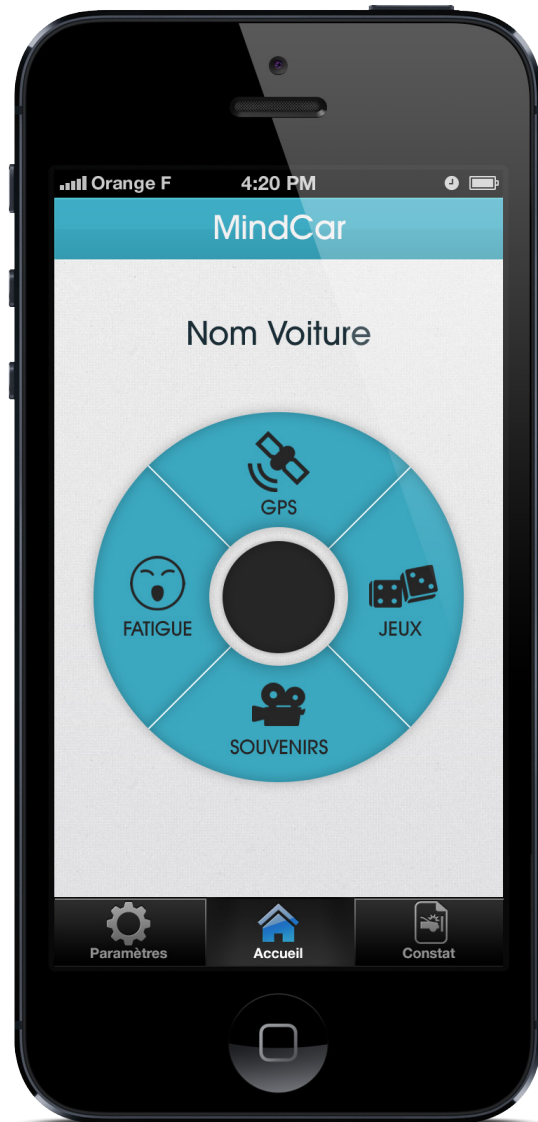
Ainsi, que l'on soit seul, ou accompagné, l'ambiance et la bonne humeur sont au rendez-vous pendant le trajet, qu'il soit long ou court.

Nous avons bien sûr pris en considération que l'attention du conducteur doit rester concentrée sur la route, c'est pourquoi chaque jeu mis en place a été étudié de manière à ce que le conducteur ne perde pas sa concentration sur la route.





# MAQUETTES



## Intéraction : Fatigue

L'utilisateur a la possibilité d'activer un mode fatigue dans lequel la voiture va s'efforcer à lui tenir la conversation. L'application étant reliée au compte Facebook du conducteur, l'application peut lui donner des infos de ses contacts ou bien lui poser des questions sur ses dernières activités (cinémas, soirées, ...).

Le visuel veille reste présent afin de ne pas déconcentrer le conducteur et de maintenir sa vigilance quant à sa vitesse.

# MAQUETTES

## Souvenirs

Ce mode de fonctionnement est simple, l'application récupère sur les réseaux sociaux (instagramme twitter facebook) les endroits où l'utilisateur a pris une photo et l'affiche sous forme d'alerte lorsque le conducteur passera à proximité de cet endroit.

Ce mode permet de rapprocher le conducteur de sa voiture.

De plus, ces photos seront disponibles dans l'application et l'utilisateur pourra les consulter à tout moment en fonction de la date de l'alerte, qu'il soit dans sa voiture ou non ...



# MAQUETTES



## Lecture des informations

Afin de ne pas déconcentrer le conducteur, l'application prévient vocalement des alertes que le téléphone émet.

Il peut lire:

- le nom de la personne qui appelle le conducteur
- les sms reçus
- les informations liées à l'agenda

Elle permet aussi décomposer des sms vocalement et d'accéder au répertoire pour passer un appel.



**Organisation**

# PLANNING

Désignation	J/H	Total HT
Définition projet	3	1 500
Conception	3	1 500
Production	107	53 500
Maquettes graphique	9	4 500
Intégration	8	4 000
Recherche et Développement	90	45 000
Mise en recette	4	2 000
Gestion de projet	20	1 000
Total HT	137	59 500
Total TTC(19,6%)		71 162



# CAMPAGNE

## Print

Pour faire en sorte que notre application soit téléchargée, il faut créer un besoin. Dans la mesure où celle-ci représente des fonctionnalités uniques, le but est de mener une campagne publicitaire sur plus ou moins toutes les fonctionnalités de l'application, en traitant une fonctionnalité à la fois.

Par exemple pour une campagne print, on aurait une femme au volant, avec des traits de fatigue marqués et identifiés, avec une accroche, «**pour lutter contre la fatigue au volant, il n'y a pas 36 solutions. Mindcar, donne vie à votre voiture**»

## Digital

La campagne devra être omniprésente au moment du lancement de l'application, notamment grâce à la mise en place d'une page facebook et twitter ainsi qu'un spot Youtube, afin de faciliter le bouche à oreille.

Dans le spot Youtube, on pourra suivre l'histoire de Jacques, qui regarde K2000 sur sa télévision, «**Cela sera-t-il possible un jour?**» Puis un écran noir, une phrase en blanc : «**Ce jour est arrivé Mindcar donne vie à votre voiture**».



# ÉQUIPE



**Chef de projet**

Elise Berthet



**Concepteur Rédacteur**

Maxime Bigot



**Directrice artistique**

Céline Bonin



**Graphiste**

Raphaël Alexandre



**Stratégie Marketing**

Eytan Berebi

