

Titre De L'application : Pick.

Cadre de l'étude : B3 Web Design

Modules : UX & UI

Présenté par : Cody Roux

Date de rendu : 01/04/2026

Pick.



Sommaire

1. Présentation du projet et cadrage du besoin
2. Recherche et analyse
3. Ciblage UX: personas et besoins
4. Définition du problème UX et objectifs de conception
5. Architecture de l'information
6. Parcours utilisateurs / user flows
7. Idéation et choix de conception
8. Wireframes et maquettes fonctionnelles
9. Justification des choix UX dans la maquette finale
10. Accessibilité, ergonomie et bonnes pratiques
11. Limites du projet et pistes d'amélioration
12. Conclusion

1.Présentation du projet et cadrage du besoin

Contexte du projet

Le marché du streaming vidéo est aujourd'hui hautement fragmenté. Les utilisateurs naviguent au quotidien entre de multiples plateformes (Netflix, Prime Video, Disney+, etc.), ce qui complexifie la recherche centralisée de contenus. Le projet « Pick. » se positionne comme une interface web d'agrégation, visant à unifier l'offre globale pour simplifier l'expérience de découverte.

Problématique de départ

Face à la surabondance de contenus et aux algorithmes de rétention classiques, les utilisateurs subissent le « paradoxe du choix » et une fatigue décisionnelle importante, souvent caractérisée par le phénomène du scroll infini. Le besoin premier n'est plus d'accéder à un catalogue exhaustif, mais d'obtenir une recommandation ciblée et instantanée.

La problématique centrale est la suivante : Comment concevoir une expérience qui réduit drastiquement le temps de recherche d'un programme tout en éliminant la frustration liée à la fragmentation des abonnements ?

Objectifs du projet

Objectifs Utilisateur : Éliminer la friction lors de la sélection d'un contenu en se basant sur des critères émotionnels subjectifs (l'état d'esprit ou « Mood ») et des contraintes d'accès objectives (les abonnements actifs de l'utilisateur).

Objectifs Produit (UX/UI) : Concevoir une interface immersive, remplaçant la navigation passive par une sélection active en entonnoir, aboutissant à une recommandation unique justifiée par un taux de compatibilité (Match %).

Périmètre du projet

Inclus dans la conception : Le tunnel d'onboarding (sélection des plateformes et préférences), le hub d'accueil personnalisé, le système de filtrage interactif multidimensionnel (Format, Humeurs multiples, Plateformes), la page de restitution de la recommandation avec un lecteur vidéo intégré pour la lecture des bandes-annonces, et le tableau de bord utilisateur.

Exclu de la conception : Le film complet (l'interface redirige directement vers le service tiers, comme Netflix ou Prime, via le bouton d'action principal).

Hypothèses de départ

- L'algorithme de recommandation algorithmique croisée est supposé pleinement fonctionnel pour justifier l'affichage du badge de pertinence.
- L'utilisateur est disposé à fournir un effort cognitif initial (sélection de ses humeurs et de ses plateformes)

2. Recherche et analyse

Analyse de l'existant / benchmark

Références concurrentes et inspirationnelles : L'analyse s'est portée sur les géants du secteur (Netflix, Prime Video, Disney+).

Points forts / points faibles observés :

- **Points forts :** Les interfaces actuelles maîtrisent l'esthétique immersive (fonds sombres, grandes affiches) et la fluidité de lecture une fois le contenu lancé.
- **Points faibles :** L'architecture en "catalogue infini" (défilement horizontal par genres classiques) allonge le temps de décision (Loi de Hick).

Bonnes pratiques repérées : L'utilisation de badges de correspondance (le "% Match" de Netflix) qui rassure l'utilisateur sur la pertinence du choix.

Opportunités pour le projet : Concevoir une sélection basée sur le ressenti subjectif (l'humeur) et proposer une centralisation totale des abonnements et des actions de sauvegarde.

Analyse des utilisateurs / cible

Qui sont les utilisateurs visés ?

Les consommateurs réguliers de contenus vidéo possédant au moins deux abonnements actifs. L'analyse a dégagé trois cibles distinctes : "L'indécis fatigué", qui consomme de manière impulsive et souhaite un résultat immédiat; "L'organisée", qui planifie, consulte les notes et gère scrupuleusement ses abonnements ; et "Le couple", qui fait face au défi du compromis cinématographique.

Quels sont leurs besoins ?

- Obtenir une recommandation ciblée rapidement.
- Centraliser la gestion d'une "Watchlist" globale.
- Croiser les préférences opposées (ex: Action et Émotion) pour trouver un accord sans friction.

Quels usages, contraintes et attentes ?

L'usage est majoritairement concentré sur les soirées en semaine, un moment où la charge mentale est élevée et l'énergie faible. L'attente principale réside dans le lancement direct d'un contenu sur un abonnement déjà possédé, sans frais supplémentaires.

Quels freins possibles ?

Le temps perdu à scroller ou à négocier, la frustration de découvrir qu'un film recommandé n'est pas disponible sur ses plateformes actives, et la perte d'historique.

Données collectées et méthodologie

Méthodologie : Les choix de conception s'appuient sur la modélisation de parcours utilisateurs types (User flows dédiés à l'accès rapide, à la gestion de profil et à la recherche croisée) et sur des tests de la maquette.

Observations et retours de tests : La phase de test utilisateur a permis d'isoler des points de friction ergonomiques précis et d'itérer sur l'interface :

- Manque d'information contextuelle : L'absence de vidéo sur la page de résultat génèrait une frustration. Une bande-annonce a été intégrée directement à la présentation du film pour regrouper toutes les informations nécessaires à la prise de décision.
- Coût d'interaction (Watchlist) : L'ajout d'un film à la liste nécessitait trop de clics. Un bouton + a été ajouté en accès direct sur les miniatures pour permettre une action instantanée.

3.Ciblage UX : personas et besoins

Persona 1 : "L'indécis fatigué" (Cœur de cible)

Profil synthétique : 27 ans, Consultant junior, célibataire. Consommateur impulsif.

Contexte d'usage : Rentre du travail à 20h30, mentalement épuisé. Son repas refroidit sur la table pendant qu'il scrolle sur Netflix puis Prime Video sans réussir à se décider.

Objectifs et besoins : Déléguer le choix pour ne plus réfléchir. Savoir immédiatement sur quelle plateforme le contenu est disponible pour lancer le film en un clic.

Frustrations : Perdre plus de temps à chercher un film qu'à le regarder. Subir des recommandations algorithmiques redondantes.

Niveau numérique : Avancé (Smart TV, PS5, Smartphone).

Impact direct sur la conception (UI/UX) :

- **Navigation :** Création d'un accès sans friction sur la Home Page avec des "Moods" (émojis) cliquables pour un résultat immédiat.
- **Hiérarchie :** Mise en avant massive du bouton d'action principal au détriment des synopsis longs.

Persona 2 : "L'Organisée" (Usage expert)

Profil synthétique : 32 ans, consultante RH, en couple. Elle gère le budget loisirs et possède une forte culture cinématographique.

Contexte d'usage : Organise sa soirée film le vendredi. Anticipe ses choix pour ne pas se tromper et cherche à unifier ses listes de visionnage éparpillées sur 3 applications différentes.

Objectifs et besoins : Ne plus oublier les recommandations de ses proches. Comparer les notes/avis avant de lancer un film. Gérer efficacement ses abonnements pour résilier ceux qu'elle n'utilise pas.

Frustrations : Payer pour des plateformes vides et perdre la trace des films sauvegardés.

Niveau numérique : Avancé (MacBook, iPad).

Impact direct sur la conception (UI/UX) :

- **Fonctionnalités :** Création d'un espace "Mon Compte" complet intégrant un gestionnaire d'abonnements (boutons On/Off) et une Watchlist globale.
- **Navigation :** Intégration de "Quick Actions" (icônes d'ajout/suppression) directement au survol des affiches pour lui permettre d'éditer ses listes rapidement sans ouvrir chaque page.
- **Contenu :** Présence d'informations détaillées sur la page de résultat (année, durée, genre) pour rassurer son besoin de contrôle.

Persona 3 : "Le Couple" (Le Choc des Goûts)

Profil synthétique : 30 et 32 ans, enseignante et commercial. En couple depuis 5 ans, ils ont des goûts cinématographiques diamétralement opposés (Romance vs. Action/SF).

Contexte d'usage : Le vendredi à 21h00, installés dans le canapé avec une tablette pour choisir ensemble. La négociation commence, l'ambiance se tend, ils ont besoin d'un juge impartial pour trouver leur film.

Objectifs et besoins : Trouver rapidement un terrain d'entente et découvrir des genres hybrides qui plaisent aux deux, sans qu'aucun ne subisse le film.

Frustrations : Les négociations interminables et les recommandations trop "genrées" de leurs profils individuels existants.

Niveau numérique : Intermédiaire.

Impact direct sur la conception (UI/UX) :

- **Fonctionnalités :** Développement du parcours "Filtrer mes recherches", permettant de sélectionner de multiples "Moods" simultanément.
- **Algorithme (Conceptuel) :** L'interface agit comme un médiateur en croisant des données opposées (ex: Action + Émotion) pour faire émerger un compromis parfait, justifié par un pourcentage de "Match" qui clôt le débat.

4. Définition du problème UX et objectifs de conception

Reformulation du problème UX

Le problème fondamental des utilisateurs de plateformes de streaming n'est pas le manque de contenu, mais la surcharge cognitive provoquée par le paradoxe du choix. Les interfaces actuelles exigent un effort de recherche actif (défilement prolongé, lecture de synopsis) inadapté à l'état de fatigue ou au manque de temps de l'utilisateur. De plus, la fragmentation des catalogues crée des barrières empêchant une vue d'ensemble des contenus réellement accessibles. Le besoin utilisateur se résume ainsi : « Je veux trouver instantanément un contenu qui correspond à mon humeur actuelle, accessible sur les plateformes que je paie déjà, sans avoir à chercher. »

Priorisation des enjeux

Pour résoudre ce problème de manière efficace, les enjeux de conception ont été hiérarchisés de la manière suivante :

1. L'immédiateté (Priorité Haute) : Raccourcir drastiquement le parcours entre l'ouverture de l'application et la décision de visionnage.
2. La pertinence technique (Priorité Haute) : Garantir que les propositions sont incluses dans les abonnements actifs de l'utilisateur pour éviter toute frustration financière.
3. La centralisation (Priorité Moyenne) : Offrir un outil de gestion unifié pour les listes de lecture (Watchlists) dispersées.
4. La résolution de conflits (Priorité Moyenne) : Faciliter les choix de groupe ou de couple en permettant le croisement de plusieurs envies simultanées.

Objectifs UX de conception

Réduction de la friction : Remplacer la navigation classique par genres informatifs par une sélection émotionnelle et visuelle directe (les choix de "Moods"), exigeant un effort cognitif minime.

Rassurance immédiate : Valider le choix de l'utilisateur en affichant un indicateur de pertinence ("% Match") et en intégrant directement la bande-annonce sur l'écran de résultat. L'objectif est de regrouper toutes les informations nécessaires à la prise de décision sur un seul écran.

Clarté et réduction de la charge motrice : Placer les actions fréquentes au plus près des éléments visuels (les boutons d'ajout direct sur les miniatures des films) pour limiter le nombre de clics et la navigation entre les pages.

Transparence de la redirection : Indiquer de manière claire le point de sortie de l'application (ex: le bouton principal "Regarder sur Netflix").

Critères de réussite (Indicateurs projetés)

Le succès de ces partis pris de conception pourrait être évalué à travers les indicateurs suivants :

Temps de décision : Une réduction significative du temps passé entre l'arrivée sur le hub d'accueil et le clic sur le bouton de visionnage (objectif théorique : moins de 2 minutes).

Adoption des raccourcis (Micro-interactions) : Un taux d'utilisation élevé des boutons d'ajout rapide au survol des affiches, confirmant l'utilité de contourner les pages de détails.

Efficacité de l'entonnoir (Taux de conversion) : Une utilisation marginale de la fonction "Trouver autre chose...", prouvant que la première recommandation poussée par le filtre d'humeur est majoritairement acceptée.

5. Architecture de l'information

Organisation des contenus et logique de navigation

L'architecture de l'application Pick. a été pensée pour être la plus plate possible, favorisant l'immédiateté pour répondre au besoin de l'indécis pressé (contournement de la Loi de Hick). La logique de navigation s'articule autour de deux axes distincts :

- **Navigation principale (L'exploration)** : Un axe d'action directe depuis la Home vers le tunnel de recommandation guidée (Recherche -> Filtre + mood -> Cards détails). Le Header rassure également l'utilisateur avec des repères classiques (Accueil, Films, Séries).
- **Navigation secondaire (La gestion)** : Un espace personnel centralisé (Profil) dédié au contrôle et à l'organisation de l'écosystème de l'utilisateur.

Hiérarchisation des informations et priorisation des écrans

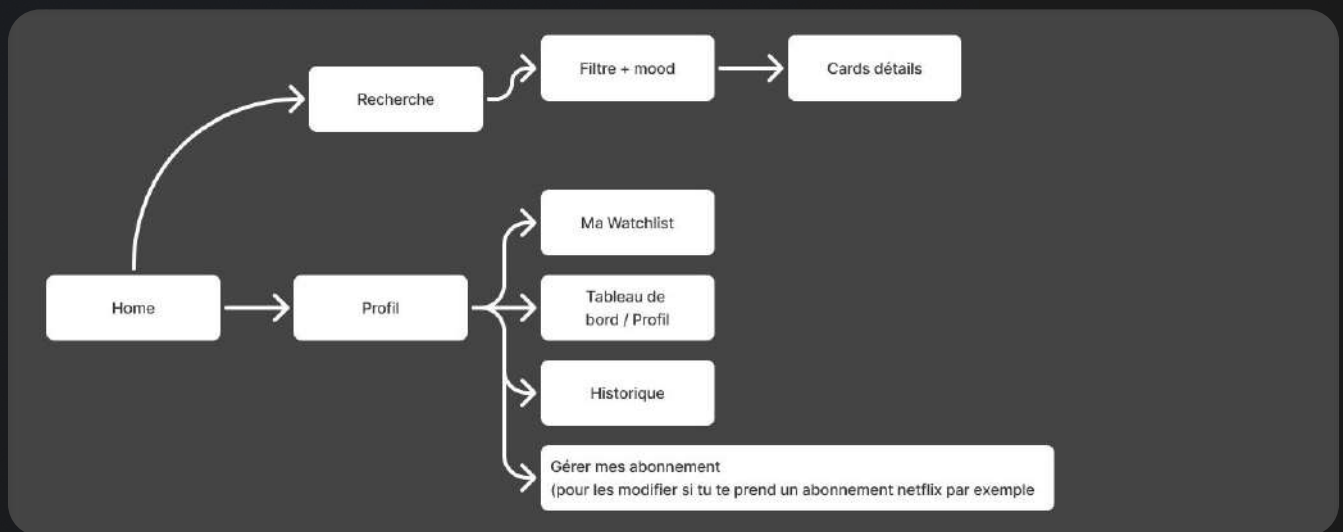
La structure de conception dépasse le simple enchaînement d'écrans pour refléter le niveau d'urgence de l'utilisateur :

Le Hub central (Home Page) : Conçu comme un tableau de bord d'aide à la décision. La priorité visuelle absolue (haut de page) est donnée à l'action immédiate via le sélecteur de "Moods". Le bouton inférieur "Filtrer mes recherches" propose plus de filtres pour affiner la recherche. La barre latérale offre une visibilité et une interaction permanentes sur la Watchlist et les abonnements.

L'Écran de Résultat (Card Détails) : L'information y est strictement hiérarchisée pour la conversion. La bande-annonce native et les boutons d'accès direct ("Regarder sur...") prévalent visuellement sur le synopsis textuel.

Arborescence et justification des regroupements

Le schéma d'arborescence ci-dessous illustre la scission volontaire entre le flux de découverte et le flux de paramétrage.



Le regroupement "Recherche" : La sélection de l'envie, du format et des plateformes a été fusionnée au sein d'une seule étape ("Filtre + mood") qui précède le résultat final ("Cards détails"). Cette compression de l'architecture évite la multiplication des étapes de paramétrage et réduit la friction avant d'obtenir la recommandation.

Le regroupement "Profil" : L'ensemble des fonctionnalités de rétention (Ma Watchlist, Historique, Tableau de bord) et de configuration technique (Gérer mes abonnements) sont regroupées sous une même branche. Dans cet espace expert permet à l'utilisateur de mettre à jour son catalogue global (ex: ajout d'un compte Netflix) sans alourdir ni polluer l'interface de recherche quotidienne.

6. Parcours utilisateurs / user flows

La création des User Flows a été réalisée pour cartographier la navigation de nos trois personas vers leur objectif final. Cette étape garantit une réduction maximale des points de friction avant le prototypage UI.

Parcours 1 : L'accès impulsif

Objectif utilisateur : Trouver un film en moins d'une minute.

Point d'entrée : Page d'accueil (Home) sur Desktop.

Étapes principales :

1. Navigation vers la section de recherche (Filtre/Mood).
2. Sélection des critères : plateforme ciblée (ex: Netflix) et état d'esprit (ex: Mood "Cerveau Off").
3. L'interface affiche une "Proposition de Cards".

Embranchements : Face à l'affiche proposée, l'utilisateur a un choix binaire. S'il refuse le film (clic sur la croix ou swipe gauche), l'interface boucle vers une nouvelle proposition. S'il accepte (clic sur la carte ou swipe droit), il accède à la page détaillée du film.

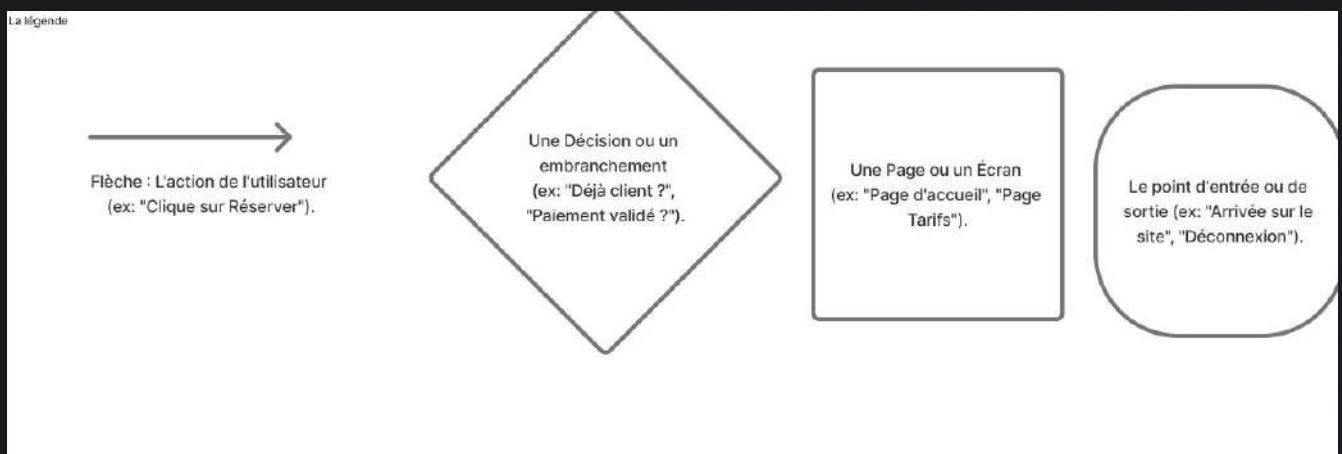
Résultat attendu : Un clic sur le bouton final déclenche la redirection directe sur l'application Netflix.

Points de friction anticipés & Solutions :

Friction : L'algorithme propose un film qui ne plaît pas, obligeant l'utilisateur à recommencer sa recherche depuis le début.

Solution : La création d'une boucle de rejet rapide sur l'écran de proposition permet de générer un nouveau résultat instantanément sans repasser par le tunnel de filtrage.

La légende des User Flows

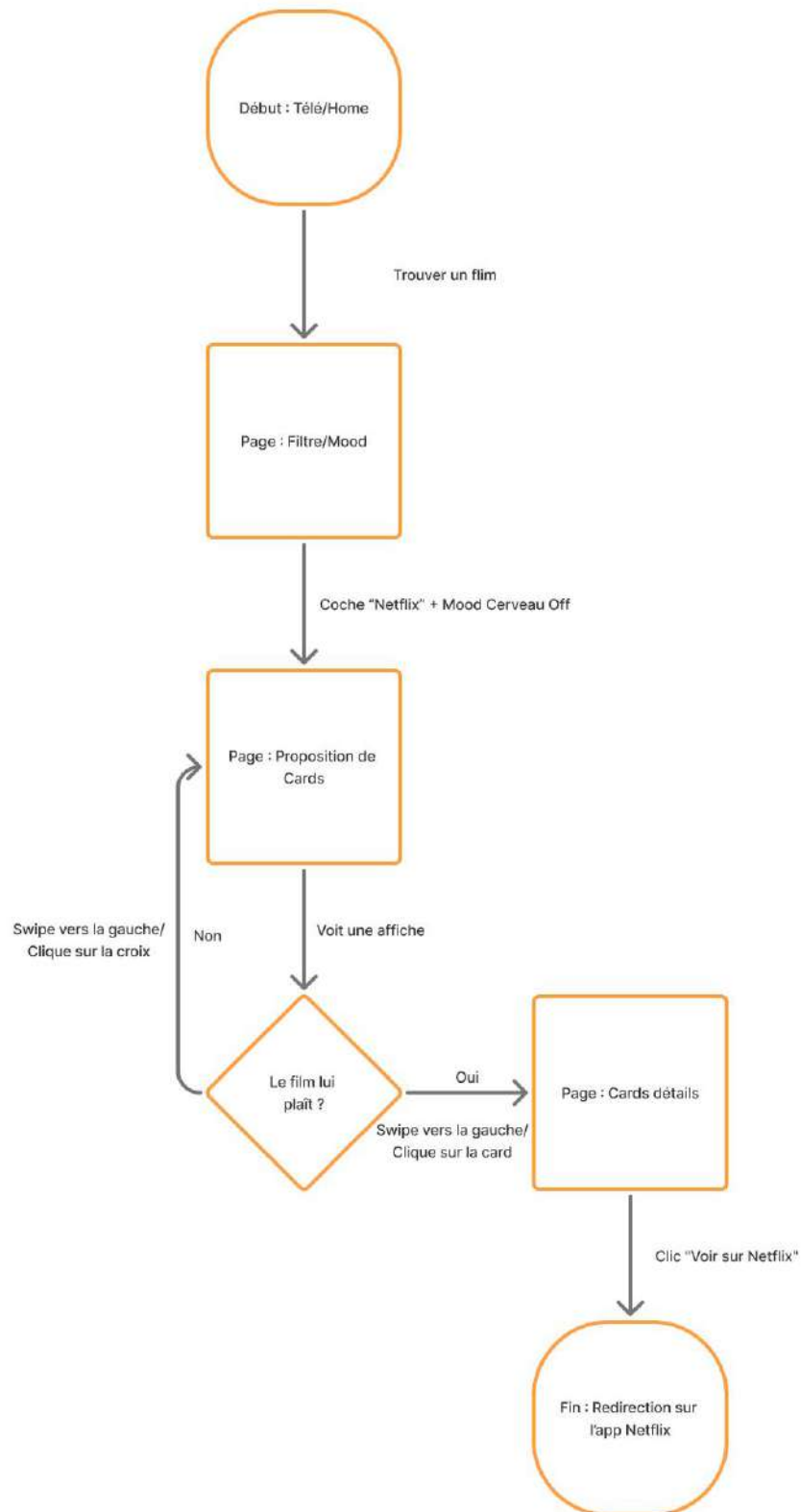


Parcours 1 : L'accès impulsif

User Flow 1

1. Thomas (L'Impulsif)

Objectif : Trouver un film en moins d'une minute.



Parcours 2 : La recherche de compromis

Objectif utilisateur : Trouver un compromis sans se disputer.

Point d'entrée : Page d'accueil (Home) sur Tablette.

Étapes principales :

1. Activation spécifique du "Mode Duo".
2. Accès à la page Filtre/Mood.
3. Saisie des humeurs contradictoires (ex: Léa sélectionne "Romance" et Marc sélectionne "Action").
4. L'algorithme calcule le croisement et affiche la page de proposition avec le "Match".

Embranchements : Validation ou rejet du film proposé selon la même mécanique que le parcours individuel. Une fois validé, accès à la page "Cards détails".

Résultat attendu : Redirection immédiate vers l'application de streaming correspondante (ex: Prime Vidéo).

Points de friction anticipés & Solutions :

Friction : La complexité de configurer deux profils distincts pour une simple soirée.

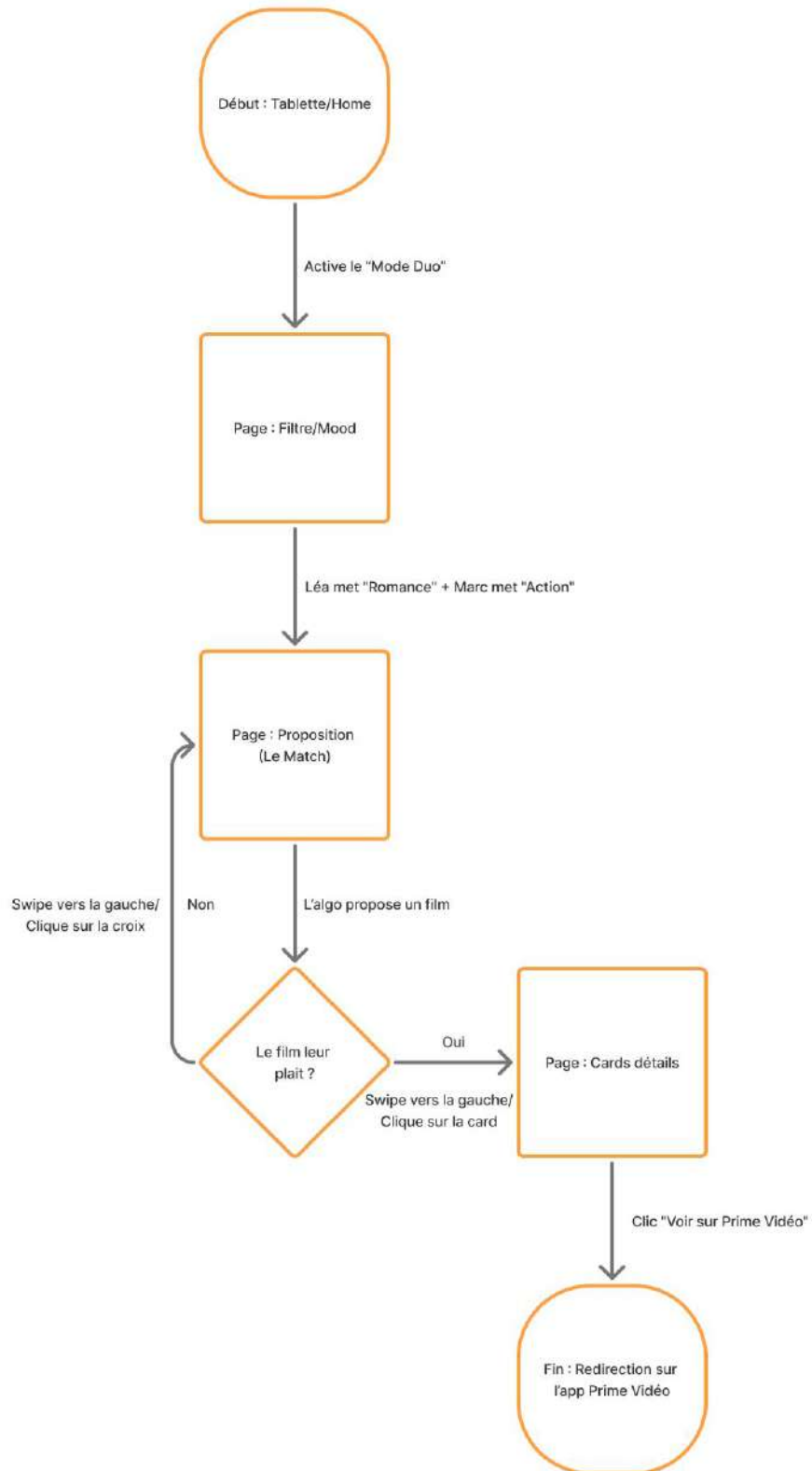
Solution : Le Mode Duo s'active à la volée directement dans le filtre, permettant de croiser deux "Moods" sans nécessiter de connexion multi-comptes complexe.

Parcours 2 : La recherche de compromis

User Flow 2

2. Léa & Marc (Le Couple)

Objectif : Trouver un compromis sans se disputer.



Parcours 3 : La gestion de l'écosystème

Objectif utilisateur : Retrouver un film sauvegardé dans sa liste.

Point d'entrée : Page d'accueil (Home connectée) sur Desktop.

Étapes principales :

1. Clic sur l'icône de profil.
2. Accès au Dashboard / Profil utilisateur.
3. Clic sur l'onglet dédié "Ma Watchlist".
4. Défilement (scroll) pour identifier et choisir un film sauvegardé précédemment.

Embranchements : Le système vérifie si le film est toujours disponible sur la plateforme. S'il ne l'est plus, l'utilisateur peut le supprimer de la liste ou le conserver "au cas où il se remette sur une plateforme". Si le film est disponible, le clic sur la carte mène aux détails.

Résultat attendu : Lancement du film via une redirection (ex: l'app Prime Vidéo).

Points de friction anticipés & Solutions :

Friction : La frustration de vouloir lancer un film sauvegardé et de découvrir qu'il a été retiré du catalogue de la plateforme entre-temps.

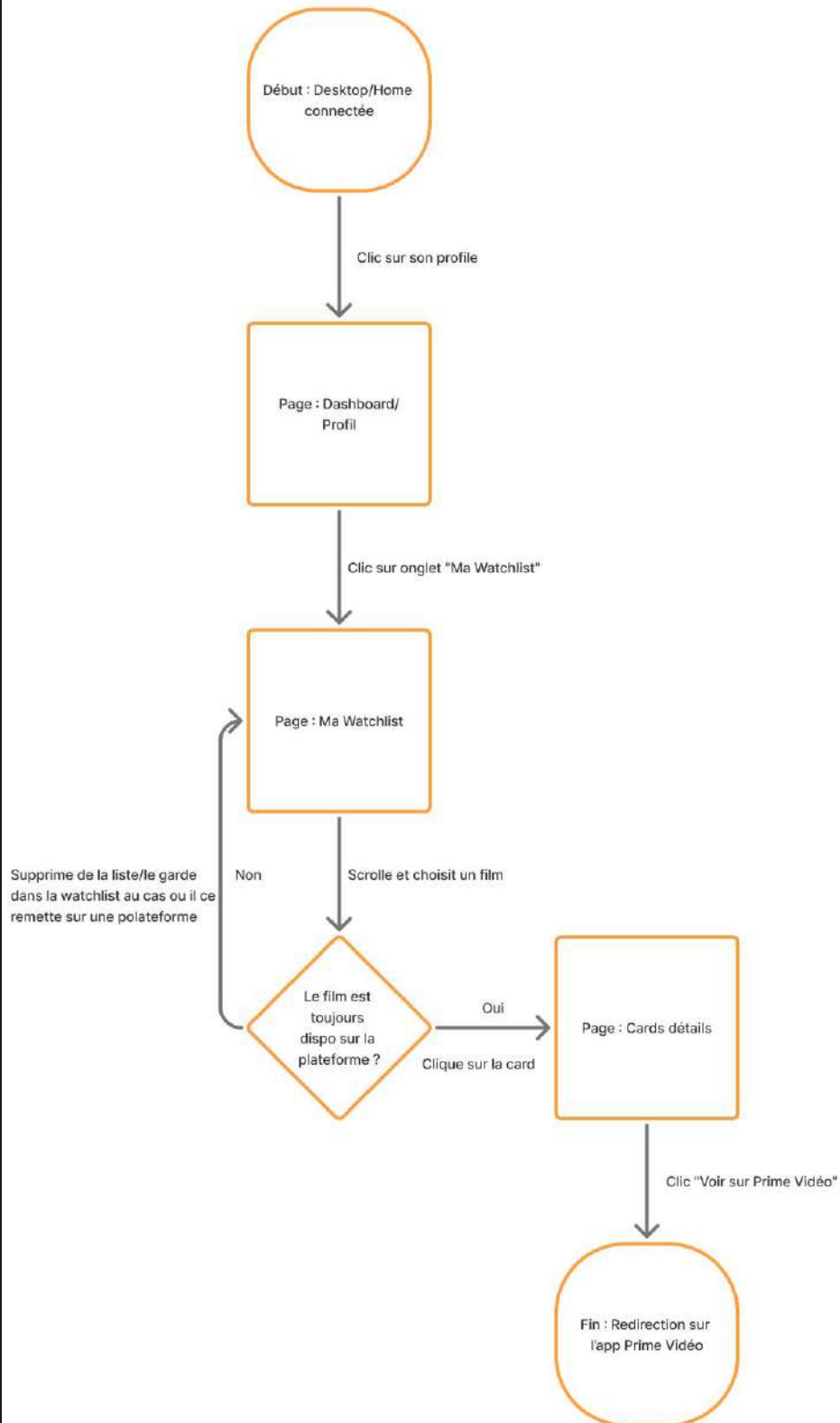
Solution : L'intégration d'une vérification de disponibilité au sein même de la Watchlist permet d'alerter l'utilisateur en amont et de lui proposer une action de nettoyage de sa liste.

Parcours 3 : La gestion de l'écosystème

User Flow 3

3. Sophie (L'Organisée)

Objectif : Retrouver un film sauvegardé dans sa liste.



7. Idéation et choix de conception

Cette phase d'idéation a permis de confronter les premières hypothèses aux contraintes ergonomiques. L'évolution de l'interface s'est particulièrement concentrée sur l'écran clé du parcours : la restitution de la recommandation ("Cards détails").

Évolution de l'écran de recommandation

Itération 1 (Statique) : La première version se concentrait uniquement sur les informations textuelles, l'affiche du film et un bouton de redirection. L'absence de vidéo limitait la réassurance visuelle, obligeant l'utilisateur à lire le synopsis pour se décider.

Itération 2 (Ajout de la vidéo) : Une bande-annonce a été intégrée pour pallier ce manque, mais placée tout en bas de la page. Cet arbitrage s'est avéré inefficace ergonomiquement : il forçait un défilement (scroll) et cachait l'élément le plus convaincant sous la ligne de flottaison.

Arbitrage final (Modèles mentaux) : La bande-annonce a été remontée à la position la plus haute, devenant l'élément central ("Hero"). Ce choix UX s'aligne sur les modèles mentaux établis par les leaders du streaming (comme Netflix), où la vidéo capte instantanément l'attention et valide le choix émotionnel de l'utilisateur de manière immédiate.

Repositionnement des Call-to-Action

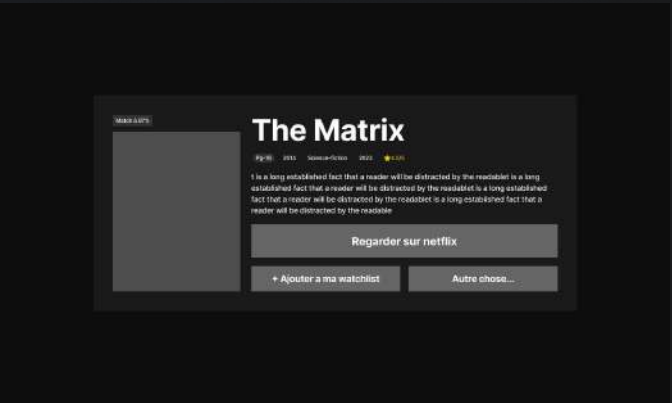
Le problème initial : Dans les premières phases, les boutons de redirection ("Regarder sur Netflix") étaient imbriqués au milieu des informations textuelles et à côté des actions secondaires.

L'arbitrage : Dans la version finale de l'idéation, ces boutons ont été extraits et placés directement sous le lecteur vidéo de la bande-annonce, au-dessus de l'affiche et du synopsis.

Justification UX : L'objectif premier du produit est la conversion rapide vers le visionnage. Une fois l'utilisateur convaincu par les premières secondes de la vidéo, il doit pouvoir cliquer instantanément sur sa plateforme sans chercher le bouton ni lire le texte.

Évolution de l'écran de recommandation

Itération 1



Itération 2



Itération final



Autres alternatives envisagées

L'interaction de tri ("Swipe") : L'idée d'une interaction type Tinder (glisser la carte pour valider ou refuser un film) a été explorée pour l'écran de proposition. Elle a finalement été abandonnée. Le cliquer-glisser (Drag & Drop) à la souris sur une interface Desktop génère une charge motrice trop importante. Le remplacement par deux boutons clairs ("Ajouter à ma liste" / "Trouver autre chose...") garantit une interaction plus rapide et inclusive.

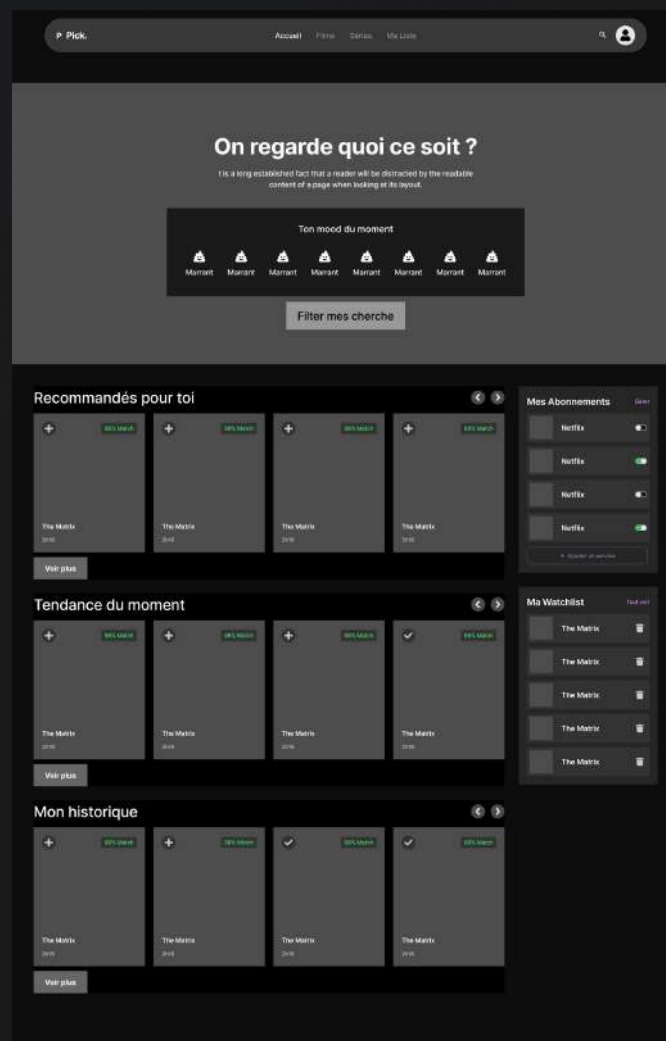
La création d'un "Mode Couple" isolé : La conception d'un espace nécessitant une double connexion pour fusionner les profils de deux utilisateurs a été étudiée. Ce concept a été écarté pour éviter d'alourdir le parcours. L'arbitrage s'est fait en faveur d'une évolution invisible de l'outil de recherche : l'utilisateur peut simplement sélectionner plusieurs "Moods" contradictoires simultanément dans le filtre classique, laissant l'algorithme gérer le compromis

8. Wireframes et maquettes fonctionnelles

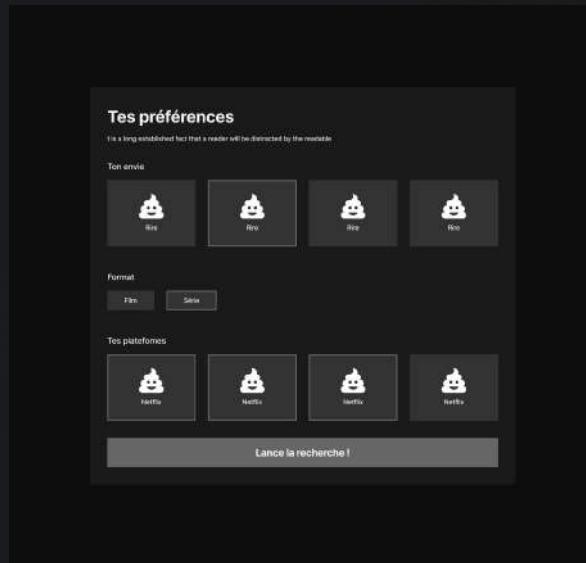
Objectif de la phase de wireframing

La réalisation des maquettes fonctionnelles (Wireframes Mid-Fi) a permis de figer l'architecture de l'information et les parcours utilisateurs avant d'entamer toute réflexion stylistique. L'objectif de cette étape était de valider l'ergonomie, la hiérarchie visuelle et l'emplacement des Call-to-Action.

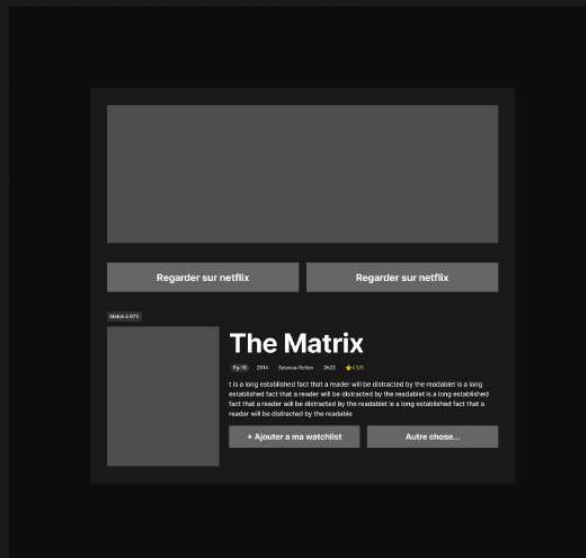
Wireframe Home



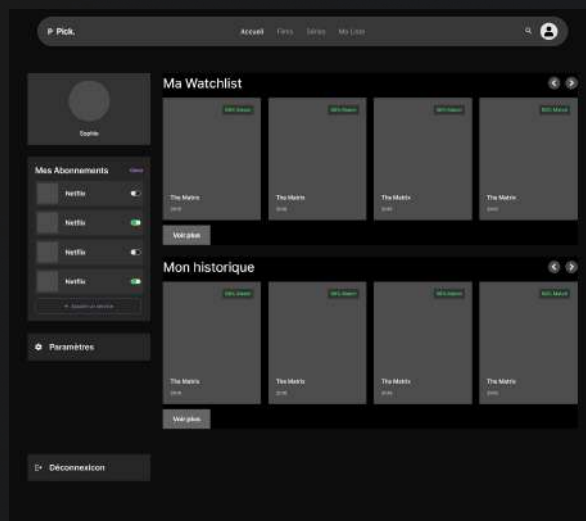
Wireframe Filter



Wireframe Filme recommandé



Wireframe Mon compte



Focus sur les écrans clés et choix de structure (UX)

L'écran d'accueil (Home) : La ligne de flottaison a dicté la hiérarchie. L'action principale (les raccourcis "Mood") est positionnée au centre de l'écran pour une accessibilité immédiate. Les modules de rétention ("Mes abonnements" et "Ma Liste") sont construits sous forme de widgets latéraux, séparant clairement la recherche active de la consommation passive.

Le tunnel de recherche (Trouver un film) : L'écran centralise toutes les dimensions du choix (Format, Humeur, Plateformes). Le séquençage est vertical et se termine par un bouton de validation unique et massif en bas de page, guidant naturellement l'œil et la souris vers l'étape suivante.

L'écran de recommandation (Film reco final) : Comme défini lors de la phase d'idéation, la structure de cette page priorise la conversion immédiate. L'emplacement ("Hero banner") est réservé au lecteur vidéo de la bande-annonce, suivi directement des boutons d'action principale ("Regarder sur..."). Le contenu informatif secondaire (synopsis) est relégué sous cette zone d'action.

Le Dashboard (Mon compte & Abonnements) : L'espace personnel est structuré via un menu latéral (Sidebar) garantissant une navigation rapide entre la Watchlist, l'Historique et la gestion technique des abonnements sous forme de widgets latéraux.

Ce qui relève de l'UX et ce qui sera travaillé en UI

Les wireframes m'ont permis de me concentrer uniquement sur l'expérience utilisateur (UX) et de valider la structure avant de penser au design :

Ce qui a été validé en UX : La place de chaque bouton, la taille des différents blocs à l'écran, l'ordre des étapes pour chercher un film, et la façon de naviguer d'une page à l'autre.

Ensuite, pour passer de ces maquettes grises au rendu final, la phase d'UI Design a permis d'ajouter la couche visuelle :

L'ambiance visuelle (Style & Couleurs) : Le choix d'un thème sombre ("Dark Mode") pour rappeler l'obscurité d'une salle de cinéma, reposer les yeux et faire ressortir les couleurs des affiches.

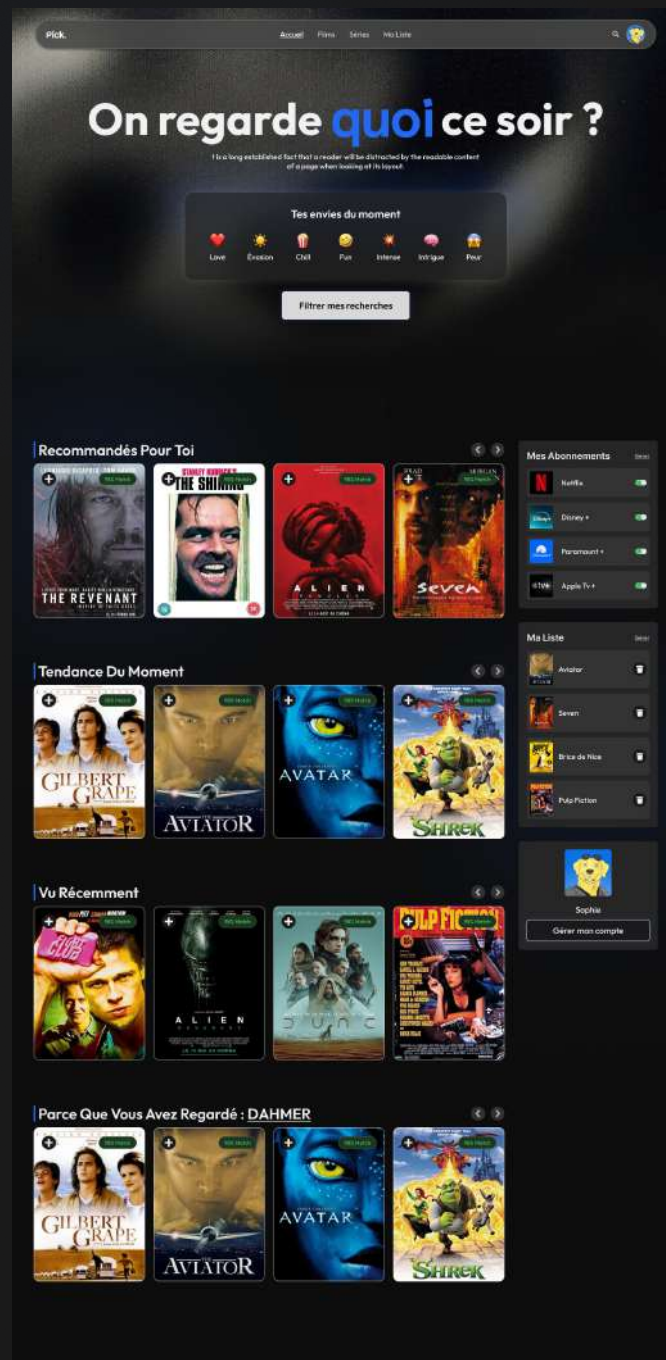
Les contrastes et la lisibilité : L'utilisation de fonds gris ou noirs unis (sans transparence) pour bien séparer le texte et les menus, afin de garder un rendu très net et lisible.

L'iconographie et les interactions : L'ajout des émojis pour le choix des humeurs afin de rendre l'interface plus ludique, et l'utilisation d'effets lumineux (drop shadow) au survol des boutons pour bien montrer à l'utilisateur où il peut cliquer.

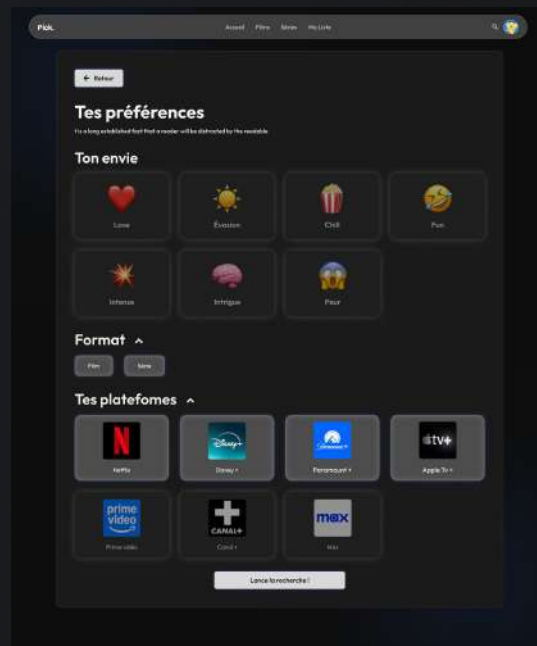
9. Justification des choix UX dans la maquette finale

L'interface utilisateur (UI) finale de Pick, n'est pas qu'une surcouche esthétique ; elle est la traduction visuelle directe des problématiques soulevées lors de la phase de recherche. Chaque élément graphique a été pensé pour servir l'expérience utilisateur et répondre aux besoins de nos personas.

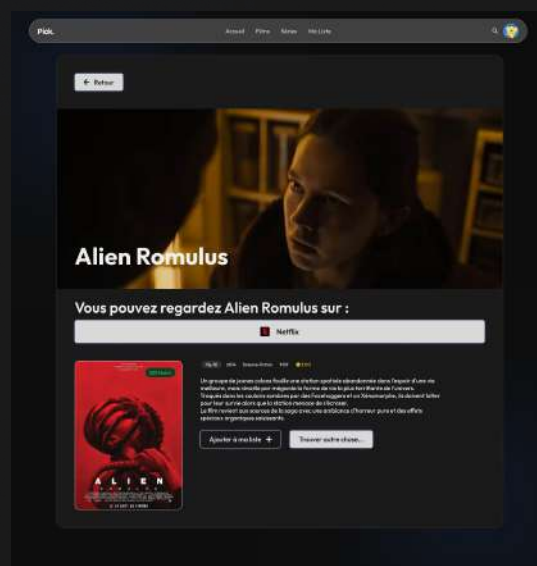
Maquette Home



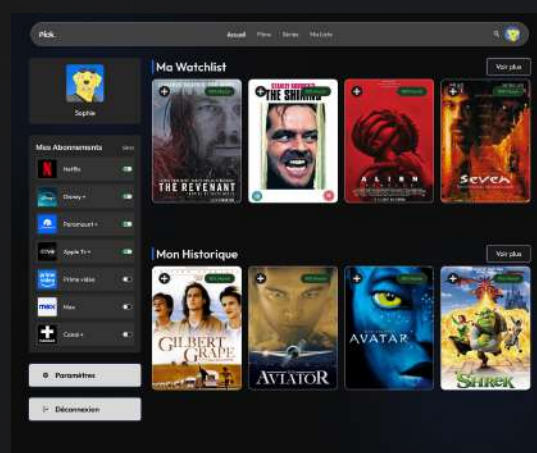
Maquette Filtre



Maquette Filme recommandé



Maquette Mon compte



Réponse aux besoins utilisateurs et respect des parcours

L'accès instantané (Pour "L'indécis") : Le parcours le plus court a été privilégié sur la page d'accueil. Les boutons de "Mood" (Rire, Frisson, etc.) sont les éléments les plus imposants de la page. Un clic suffit pour lancer l'algorithme, traduisant visuellement la promesse de l'application : ne plus perdre de temps à chercher.

Le compromis intégré (Pour "Le Couple") : Le tunnel de recherche avancée ("Filtrer mes recherches") a été conçu sous forme de formulaire étape par étape. La possibilité de sélectionner plusieurs humeurs simultanément répond directement au besoin de croiser les goûts sans créer de friction supplémentaire (pas de création de profil "Duo" complexe).

La centralisation (Pour "L'organisée") : L'espace "Mon Compte" regroupe de manière claire les abonnements actifs via des interrupteurs simples (On/Off) et affiche la Watchlist globale. L'utilisateur garde le contrôle total sur son écosystème.

Clarté, lisibilité et hiérarchisation de l'information

Le choix du "Dark Mode" profond : Au-delà de l'esthétique "cinéma", le fond sombre garantit un contraste maximal. Les affiches de films, très colorées, ressortent naturellement. L'idée initiale d'utiliser des transparences a été écartée au profit de fonds opaques pour assurer une lisibilité parfaite des textes.

La loi de proximité : Sur l'écran de résultat d'un film, la hiérarchie visuelle guide la conversion. La bande-annonce (élément de réassurance n°1) domine la page. Les boutons "Regarder sur [Plateforme]" (action principale) sont placés immédiatement en dessous, collés à la vidéo, avant même le synopsis. L'œil n'a pas besoin de chercher l'information de redirection.

Réduction de la friction et d'affordance

Les "Quick Actions" au survol : Pour limiter le nombre de clics et les allers-retours entre les pages, des icônes d'ajout (+) et de validation (✓) apparaissent directement au survol des affiches sur la page d'accueil. L'utilisateur peut alimenter sa Watchlist sans jamais interrompre sa navigation.

Le guidage par la lumière (Hover) : Pour s'assurer que l'utilisateur comprend immédiatement ce qui est cliquable (l'affordance), les boutons principaux et les cartes interactives réagissent au passage de la souris avec un effet. Cette interaction franche confirme l'action possible avant même le clic.

Cohérence du système (UI Design)

La continuité de l'expérience est assurée par une standardisation stricte des composants :

- La barre de navigation reste en haut de la page et est identique sur tous les écrans principaux.
- Les proportions des cartes de films sont mathématiquement constantes dans les carrousels de la Home comme dans la grille de la Watchlist, créant un rythme visuel rassurant et prévisible d'un bout à l'autre du parcours.

10. Accessibilité, ergonomie et bonnes pratiques

La conception de l'interface de Pick. s'appuie sur des principes ergonomiques fondamentaux pour garantir une expérience fluide, inclusive et conforme aux standards de l'industrie.

Lisibilité et contrastes

Contraste du Dark Mode : L'utilisation d'un fond sombre (noir/gris très foncé) associé à une typographie claire (blanche ou gris clair) permet de respecter les normes de contraste pour la lisibilité, tout en évitant la fatigue visuelle lors d'une utilisation nocturne (contexte d'usage principal des personas).

Hiérarchie typographique : Les tailles de polices ont été strictement hiérarchisées. Les titres de sections et les éléments d'interaction majeurs (comme les "Moods") sont surdimensionnés pour capter l'attention, tandis que les métadonnées (durée, année) utilisent un corps de texte plus petit et une graisse plus fine pour ne pas surcharger l'écran.

Cohérence des composants (UI Patterns)

L'interface repose sur un système de design (Design System) garantissant la cohérence visuelle et fonctionnelle :

- Les "Cards" (cartes de films) ont des proportions identiques sur toutes les pages, créant un repère visuel stable.

Clarté des libellés (Micro-copie)

Le choix des mots a été pensé pour guider l'utilisateur sans ambiguïté :

- Remplacement des termes génériques (comme "Suivant" ou "Valider") par des verbes d'action précis indiquant le résultat attendu : "Regarder sur Netflix", "Trouver autre chose...", "Filtrer mes recherches".
- L'utilisation d'émojis associés aux textes des humeurs ("Peur 🤪") permet une compréhension universelle et immédiate de la catégorie, accélérant la prise de décision.

Feedback utilisateur et interactions

L'interface communique en permanence son état à l'utilisateur pour le rassurer :

États de survol : Les boutons principaux changent légèrement de teinte pour confirmer qu'ils sont cliquables.

Validation d'action : Lorsqu'un film est ajouté à la Watchlist via la "Quick Action", l'icône + se transforme immédiatement en ✓ (check), offrant une confirmation visuelle instantanée sans nécessiter l'ouverture d'une autre page.

Prévention des erreurs et lois ergonomiques

Loi de Hick (Réduction des choix) : Au lieu d'afficher 50 films d'un coup, l'interface en propose un seul à la fois à la fin du tunnel de recommandation. Cela supprime la paralysie décisionnelle.

Loi de Fitts (Taille et distance des cibles) : Les boutons de redirection vers les plateformes de streaming ont été agrandis au maximum et placés en plein centre de l'écran, sous la bande-annonce, réduisant l'effort moteur nécessaire pour cliquer.

Prévention des impasses : Le tunnel d'inscription oblige l'utilisateur à déclarer ses abonnements actifs. Cela prévient l'erreur la plus frustrante : se voir recommander un film excellent, mais indisponible sur les plateformes que l'on possède.

11. Limites du projet et pistes d'amélioration

Limites du projet (Ce qui n'a pas pu être traité)

Le périmètre du prototype : Par manque de temps et pour rester concentré sur la valeur ajoutée principale (le filtrage par "Mood"), certaines pages secondaires n'ont pas été maquetées. C'est le cas de la page de recherche textuelle classique ou de la page des paramètres globaux du compte utilisateur.

L'usage sur Smart TV : L'interface a été visuellement pensée avec des composants larges pour être potentiellement affichée sur un écran de télévision de salon. Cependant, la navigation directionnelle spécifique à une télécommande n'a pas pu être testée et optimisée dans ce prototype interactif orienté Desktop.

Pistes d'amélioration pour une V2

Adaptation et optimisation TV : La piste d'amélioration majeure serait de décliner l'expérience pour les Smart TV et les box (Apple TV, Android TV). Cela impliquerait de retravailler les états de sélection (Focus states) pour qu'ils soient parfaitement lisibles lors d'une navigation à la télécommande, l'usage télévisuel étant l'environnement naturel pour lancer un film.

Conception du Dashboard Paramètres : Développer l'écran des paramètres du compte pour permettre aux utilisateurs d'affiner encore plus l'algorithme (ex: exclure définitivement des genres qu'ils détestent, ou gérer des profils enfants).

Affinement du "Cold Start" : Ajouter une étape d'onboarding où l'utilisateur pourrait noter 3 à 5 films cultes pour pré-calibrer son profil avec plus de précision dès sa première connexion.

Ce qui serait testé en priorité avec des utilisateurs

Mesurer le temps de décision réel : Chronométrer des utilisateurs cibles (profil "Thomas") pour vérifier si la promesse de trouver un film en moins d'une minute grâce au bouton "Mood" est réellement tenue.

Évaluer le filtre de compromis (profil Couple) : Faire tester le filtre à sélections multiples (ex: "Action" + "Romance") par de vrais couples en situation de choix, pour voir si la recommandation algorithmique générée suffit à clore leur débat de manière satisfaisante.

Tester l'affordance des "Quick Actions" : Vérifier si les utilisateurs remarquent et utilisent spontanément les boutons d'ajout à la Watchlist qui apparaissent au survol des affiches, sans explication préalable.

12. Conclusion

Synthèse de la démarche

Le projet Pick. est né d'un constat simple et très répandu : aujourd'hui, nous passons souvent plus de temps à chercher un film sur nos différentes plateformes qu'à le regarder. Pour résoudre ce problème de fatigue décisionnelle, la démarche a été de concevoir une application centrée sur l'utilisateur avant tout. En partant de l'analyse des comportements (via nos trois personas : l'indécis, l'organisée et le couple), j'ai pu définir des parcours clairs pour ensuite construire des wireframes fonctionnels, avant de finaliser le tout avec une interface visuelle immersive.

Résumé des apports UX / UI du projet

Côté UX : Pick. apporte une vraie solution au "paradoxe du choix" en remplaçant la navigation classique par un filtre émotionnel immédiat (le "Mood"). L'application facilite la prise de décision, permet de croiser les goûts pour éviter les disputes, et centralise la gestion des abonnements et des listes d'envies pour éviter toute frustration.

Côté UI : L'interface a été pensée pour être la plus lisible et directe possible. L'utilisation du thème sombre met en valeur les affiches de films, et la réorganisation des éléments clés (comme placer la bande-annonce et les boutons d'action tout en haut de la page de recommandation) permet à l'utilisateur de se décider et de lancer son film en quelques secondes.

Bilan personnel : méthode, difficultés et progression

Ce projet m'a fait réaliser l'importance cruciale de la phase de recherche et de conception en amont (zoning, wireframes, parcours utilisateurs). Auparavant, il pouvait être tentant de se lancer directement dans la création visuelle sur Figma. Ici, j'ai compris que l'esthétique ne fonctionne que si la structure est solide.

La principale difficulté a été l'arbitrage : il a fallu accepter d'enlever des idées (comme le système de swipe ou un mode duo trop complexe) pour garder l'interface simple et fidèle à son objectif de rapidité. Ce travail m'a permis de progresser dans ma capacité à justifier mes choix graphiques par de vrais arguments d'ergonomie et de besoin utilisateur.