



# **Ils te regardent**

## **Dossier UX**

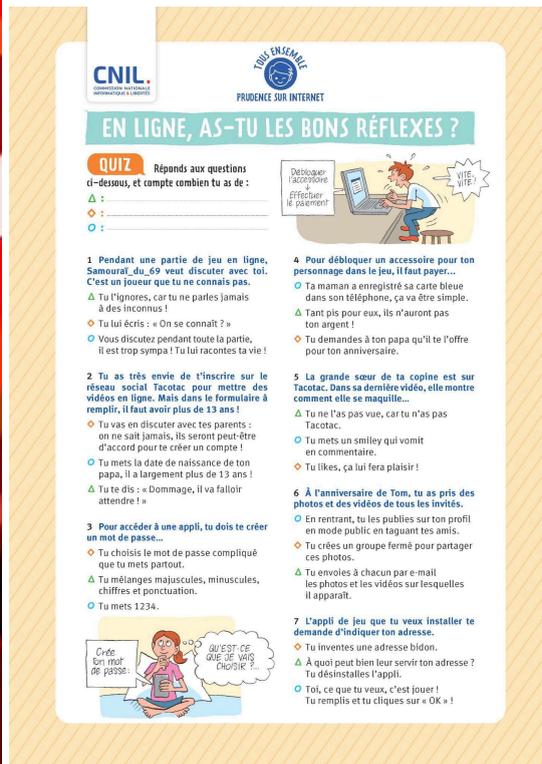
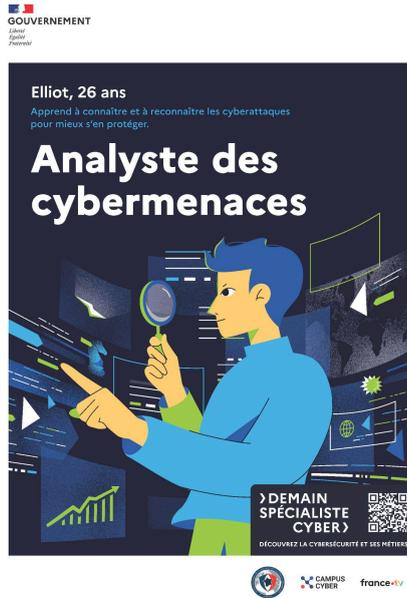
Xavier Rebuffoni - Projet S6

# Sommaire

<b>Analyse d'autres campagnes de communication.....</b>	<b>3</b>
<b>Cible et persona.....</b>	<b>4</b>
Cible principale.....	4
Cible secondaire.....	4
<b>Storymap.....</b>	<b>5</b>
<b>Valeurs.....</b>	<b>5</b>
Sensibilisation.....	5
Education.....	5
Culture.....	5
Technologie.....	5
Accessibilité.....	5
Responsabilité.....	6
<b>Recommandations stratégiques.....</b>	<b>6</b>
Privilégier l'ancrage dans le réel.....	6
Communiquer sur les dangers des cookies et les bonnes pratiques à adopter.....	6
Faire une campagne de communication originale et engageante.....	6
Contenus prévisionnels.....	6
Contenus à produire pour la présentation.....	7
<b>Recommandations graphiques.....</b>	<b>8</b>
Charte graphique.....	8
Site internet.....	8
Éléments visuels.....	9
Affiches.....	9
Réseaux sociaux.....	9

# Analyse d'autres campagnes de communication

Étude de différentes campagnes de communication sur la cybersécurité. Chaque campagne de communication est construite de manière à rendre le sujet de la cybersécurité accessible et ludique tout en ayant un aspect éducatif.



# Cible et persona

## Cible principale

La campagne de communication cible principalement la communauté étudiante. Ainsi, ma cible est un(e) étudiant(e) entre 18 et 23 ans qui navigue beaucoup sur le web pour le loisir mais qui n'est pas forcément sensibilisé(e) à la cybersécurité. Il / Elle n'est pas non plus au courant des conséquences de la récupération de ses données personnelles via les cookies ou via les différentes applications qu'il / elle utilise.

**JULIETTE PARISOT**

Juliette PARISOT est une jeune étudiante à l'Université de Franche-Comté. Elle utilise régulièrement son ordinateur pour travailler et poster ses photos sur les réseaux sociaux. Elle maîtrise assez bien le numérique mais elle n'est pas sensibilisée à la cybersécurité et aux risques de la fuite de ses données personnelles. Quand elle consulte des sites elle ne fait jamais attention aux cookies, elle clique toujours sur "Accepter".

**19 ans** | **Etudiante**

**Etupes** | **Seule**

**Personnalité**

- Curieuse
- Dynamique
- Extravertie
- Sociable

**Objectifs**

- Protéger ses données personnelles
- Savoir où partent ses données personnelles

**Médias favoris**

- Instagram
- Pinterest
- YouTube
- TikTok

**Centres d'intérêt**

- Photographie
- Lecture
- Voyage
- Numérique

**Freins**

- Manque de temps
- Ne pas pouvoir accéder aux sites qu'elle souhaite

## Cible secondaire

Une seconde cible pourrait être envisagée avec des personnes éloignées du numérique de plus de 50 ans qui ne sont pas du tout sensibilisées à la cybersécurité.

# Storymap

[https://www.figma.com/design/fpHAdUsGrGiGYwAW33XfcR/Xavier-REBUFFONI\\_Projet-Individuel-S6?node-id=0-208&t=Lf5q7Cgs4XFyAPYw-1](https://www.figma.com/design/fpHAdUsGrGiGYwAW33XfcR/Xavier-REBUFFONI_Projet-Individuel-S6?node-id=0-208&t=Lf5q7Cgs4XFyAPYw-1)



## Valeurs

### Sensibilisation

Sensibilisation aux risques du bouton "Accepter les cookies" et de ce que cela signifie pour nos données personnelles.

### Education

Éduquer les étudiants sur les bonnes pratiques à adopter pour protéger leurs données personnelles.

### Culture

Adopter une approche culturelle pour rendre dynamique la campagne de communication et intéresser les étudiants.

### Technologie

Mettre la technologie au centre de la campagne de communication.

### Accessibilité

Adopter un langage clair et compréhensible par tous pour sensibiliser toutes les personnes, peu importe leur niveau de connaissance sur le sujet ou sur la technologie.

## **Responsabilité**

Responsabiliser chaque personne vis-à-vis de ses actes sur internet et des conséquences qui en découlent.

# **Recommandations stratégiques**

## **Privilégier l'ancrage dans le réel**

Créer une campagne de communication reprenant des éléments de la réalité afin de toucher les étudiants et leur montrer que les dangers sont réels.

## **Communiquer sur les dangers des cookies et les bonnes pratiques à adopter**

La campagne de communication doit, dans un premier temps, montrer les conséquences des cookies sur nos données personnelles afin d'ouvrir les yeux des étudiants. Dans un second temps, elle doit sensibiliser en donnant les bonnes pratiques à adopter.

## **Faire une campagne de communication originale et engageante**

Pour intéresser les étudiants, il faut créer une campagne de communication originale, dynamique et engageante avec des éléments qui peuvent attirer leur attention.

## **Contenus prévisionnels**

### **Mail**

- mail reprenant le style des affiches avec le slogan écrit en gros "Ils te regardent"

### **Caméra cachée**

- la personnalité publique avec l'oeil à la place du visage est imprimée en taille réelle sur une silhouette en carton
- au niveau de l'oeil une caméra est cachée derrière la silhouette
- l'utilisateur est invité à scanner un QR Code
- ce dernier renvoie sur une page où il peut visionner ce que filme la caméra en direct

## Totem animé

- prendre plusieurs extraits issus des vidéos produites et les adapter pour une diffusion sur un totem animé

## Contexte professionnel

- créer un autre jeu interactif en approfondissant les explications sur les cookies
- organiser des séminaires avec des professionnels du domaine

## Création d'une extension

- création d'une extension sur les navigateurs permettant de prévenir l'utilisateur si ses données personnelles sont récupérées sans son consentement ou si ils s'apprêtent à accepter des cookies sans avoir pris connaissance de la politique de confidentialité

## Partenariat avec des influenceurs

- produire des contenus sponsorisés avec des influenceurs comme des vidéos concepts liés au sujet du vol de données

# Contenus à produire pour la présentation

## Landing page

- présentation du projet et des différentes étapes de création
- dans le même style que la campagne de communication
- lien vers le jeu interactif

## Jeu interactif

1. Faux bouton "Accepter les cookies" comme sur la plupart des sites
2. Quand l'utilisateur clique sur "Accepter", une nouvelle page se charge
3. Sur cette nouvelle page, un schéma animé se lance → ce dernier explique ce que deviennent les données une fois que l'utilisateur clique sur "Accepter"
4. Une fois terminé, un pop-up apparaît avec un message expliquant que les données ont été diffusées et "qu'ils" peuvent voir toute sa vie privée puis un bouton invite l'utilisateur à passer à la page suivante
5. Une nouvelle page se charge avec une vidéo qui se lance → cette dernière est filmée en noir et blanc avec différentes situations du quotidien et chaque personne est observée par l'oeil rouge
6. Une fois que la vidéo est terminée, un pop-up apparaît, l'utilisateur est invité à cliquer sur un bouton "suivant" qui l'envoie sur la dernière page de l'expérience
7. Cette dernière page est destinée à sensibiliser l'utilisateur sur les bonnes pratiques à adopter pour garder le contrôle sur ses données personnelles

8. Un bouton "En savoir plus sur le projet" en haut de la page permet d'accéder à la landing page du projet qui résume chaque étape de création et qui regroupe tous les contenus

## Vidéo

- vidéo mêlant prise de vue réelle et motion design
- vidéo en noir & blanc avec seulement l'oeil en couleur rouge
- la vidéo montre des étudiants dans la vie de tous les jours avec l'oeil qui les observe constamment
- à la fin, les différentes vidéos peuvent se regrouper en petites vignettes sur un grand écran comme si une seule personne surveillait tous les yeux

## Affiches

- affiches "Ils te regardent" avec des personnalités publiques comme Elon Musk ou Mark Zuckerberg qui ont leur visage caché avec un oeil qui nous regarde → style comme l'affiche de Metropolis avec des photos en noir & blanc et le slogan / l'oeil en rouge

## Post sur les réseaux sociaux

- post dans le même style que les affiches mais accentués sur l'oeil rouge qui regarde l'utilisateur

# Recommandations graphiques

## Charte graphique

Pour attirer l'attention des étudiants et les sensibiliser au mieux aux risques des fuites de données personnelle, une charte graphique basée sur du noir & blanc sera privilégiée. L'oeil sera quant à lui de couleur rouge afin de montrer le danger qu'il représente. La typographie sera similaire à celle de l'affiche de Metropolis tout en ayant un aspect moderne. D'autres éléments graphiques pourront être ajoutés afin de créer une campagne déclinable à 360°.

## Site internet

Le site internet gardera un style épuré et sobre en reprenant les éléments de la charte graphique. Son rôle sera de présenter le projet et de donner accès à tous les contenus. Le jeu interactif permettra quant à lui de sensibiliser l'utilisateur aux risques et aux bonnes pratiques liés au bouton "Accepter les cookies".

## **Éléments visuels**

Utiliser des photos et des vidéos en noir & blanc montrant des étudiants dans une situation du quotidien. Privilégier des éléments visuels "choc" qui attirent l'attention des utilisateurs.

## **Affiches**

Les affiches reprendront les éléments principaux de la charte graphique en mettant en avant des situations ou des personnes réelles liées au vol des données personnelles afin de correspondre aux valeurs définies. Ces affiches seront dans le même style que l'affiche du film Metropolis avec des images en noir & blanc et l'oeil en rouge. Cela permettra d'apporter une touche de culture à la campagne tout en montrant les dangers de la diffusion de nos données personnelles.

## **Réseaux sociaux**

Décliner les affiches sous forme de post sur les réseaux sociaux en adaptant le contenu en fonction de la plateforme et du public visé.



Xavier Rebuffoni - Projet S6