

JOURNAL DE PROJET

-

L'ATELIER DE L'ÉNERGIE
ET DU CLIMAT 2016|17



**IN THE
MOOD FOR**

IN THE MOOD FOR...

EQUIPE DE PROJET

Vera Gonzalez-Ponce / Immanuel Nour

MÉTIER

Interactive Media Designer

ANNÉE D'APPRENTISSAGE

3ème année

NOM DE L'ÉCOLE OU DE L'ENTREPRISE

CFPA rue Necker 2, 1201 Genève

NOM DE L'ENSEIGNANT OU DU MAÎTRE D'APPRENTISSAGE

Johann Sievering / Katia Orlandi / Maria-Sole Valeria-Piersimone

Résumé du projet

-

Sensibiliser la population qui gravite autour du CFPA au sujet de nos moyens de locomotion afin de réduire la consommation d'énergie fossile, alléger l'atmosphère, le budget de tous, promouvoir la mobilité douce.

Catégories du concours

-

Sensibilisation

SOMMAIRE

-

Introduction

Situation de départ

Motivations

Recherche d'idées / définition du projet

Définition du projet et objectifs

Faisabilité

Planification du projet

Les étapes les plus importantes

Plan détaillé des tâches

Mise en œuvre concrète

Calculs

Rapport du projet

Rétrospective

Prises de conscience

Perspectives

Bibliographie

Annexes

INTRODUCTION

Situation de départ

-

La Suisse est un grand consommateur d'énergie dû à son niveau de vie élevé. Nous consommons beaucoup et nous produisons par conséquent beaucoup de gaz polluant de manière directe ou indirecte.

Nous pouvons donc diminuer la pollution en faisant attention à notre consommation et nous pouvons par ailleurs économiser de l'électricité.

Motivations

-

La mobilité est étroitement liée au climat à la même manière qu'à notre quotidien, notre motivation est de toucher des gens afin d'évaluer l'impact que les résolutions de chacun peuvent avoir dans l'entourage du CFP.

RECHERCHE D'IDÉES | DÉFINITION DU PROJET

Pour cela nous allons produire une page Facebook visant la prévention et l'information sur nos choix du quotidien, ce site nous permettra aussi de sensibiliser le publique à l'aide de d'une vidéos mettant en valeur mobilité douce (à pied).

Définition du projet et objectifs

-

Sensibiliser la population qui gravite autour du CFP au sujet de nos moyens de locomotion afin de réduire la consommation d'énergie fossile, alléger l'atmosphère, le budget de tous, promouvoir la mobilité douce.

En outre, notre objectif est propager une prise de conscience à propos du climat du monde dans lequel nous vivons et que nous partageons au sein de notre établissement.

Faisabilité

-

Quel projet répond le mieux à votre objectif ?

Projet Sensibilisation .

La mise en œuvre du projet est-elle réaliste ?

La mise en œuvre est réaliste.

Quels sont les problèmes qui pourraient survenir ?

(par exemple manque d'informations, de temps, de matériel, d'argent, etc.)

Nous avons eu énormément d'inconvénient dû à la météo pour la réalisation des 4 capsules.

PLANIFICATION DU PROJET

Quel est le but de mon projet ?

Sensibiliser la population qui gravite autour du CFPA au sujet de nos moyens de locomotion.

Combien de temps me reste-il pour le réaliser ?

Il nous reste 1 mois.

Quelles sont les tâches à accomplir ? Qui peut me soutenir ?

En parler à son entourage, partager nos vidéos sur les réseaux sociaux.

Quels sont les problèmes qui peuvent apparaître ? Qui peut m'aider ?

Le manque de temps pour la réalisation des vidéos et du site internet.

Faut-il encore convaincre d'autres personnes de mon idée ? (par exemple le concierge ou le chef d'entreprise)

Non, car le concours est immatériel et nous payons un repas de la cafétéria de notre poche pour le concours.

Me faut-il du matériel supplémentaire ? Qui en assume les coûts ? (par exemple l'école, l'entreprise, un sponsor, myclimate)

Oui, si l'établissement était d'accord de nous offrir le repas de la cafétéria pour le concours ce serait génial.

Les étapes les plus importantes

-

Quoi	Délai
Recherches	08-11-16
Tournage de la capsule	22-11-16 13-02-17
Montage de la capsule	06-12-16 15-02-17
Site internet (ou page Facebook)	20-02-17

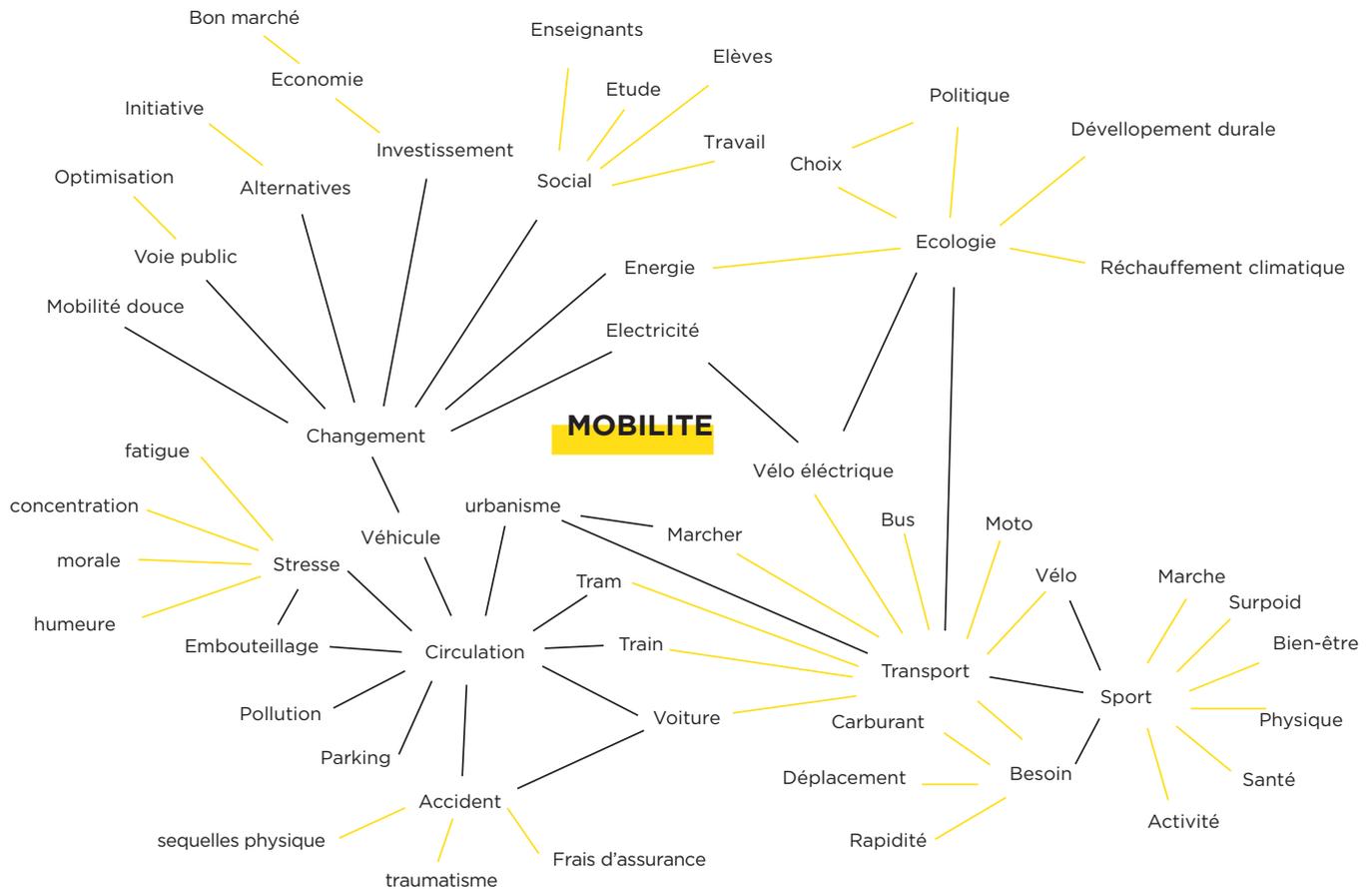
Plan détaillé des tâches

-

Quoi	Qui	Quand
Recherche (Story-board et acteurs)	Vera	08-11-16
Tournage des 4 Capsules	Tous	22-11-16 13-02-17
Montage de la capsule	Vera	06-12-16 15-02-17
page Facebook)	Immanuel	20-02-17
Communication et dossier (design)	Vera	28-02-17 20-03-17

MISE EN ŒUVRE CONCRÈTE

schéma heuristique fait par Vera

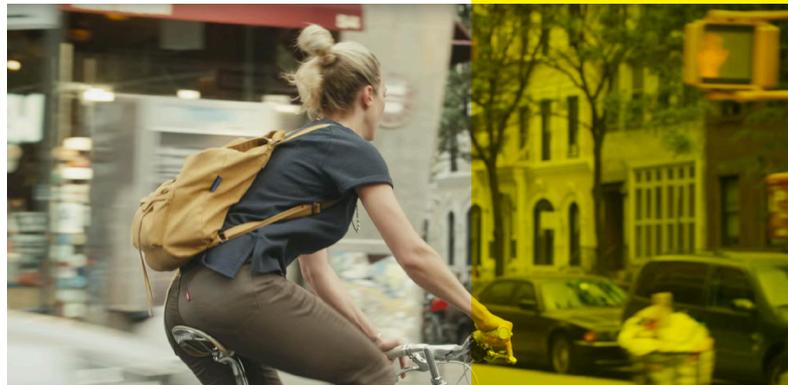


Pour cela nous allons produire un site internet visant la prévention et l'information sur nos choix du quotidien, ce site nous permettra aussi de sensibiliser le publique à l'aide de quatre vidéos mettant en valeur les différentes alternatives en matière de mobilité (trains, vélo, tpg, ...).

Afin de donner une bonne raison de participer à notre évaluation de la mobilité dans les alentours de notre établissement, nous avons mis au point une récompense pour les participants. Lorsque l'on entre dans le site on tombe sur l'annonce du concoure, il est demandé par quel moyen de transport la personne est venue au CFPA lui permettant de laisser « un post » avec ou sans photo en lassant son nom référencé par un « # », la personne amasser des points pour un repas à prix réduit à la cafeteria de l'école.

NOS INSPIRATIONS

- Exemple pour la capsule qui traitera « Mobilité cycliste » le type de visuel et dynamisme qu'on fera pour toutes nos vidéos (Trains, à pied, vélo, moitié à pied et vélo).



STORYBOARD

fait par Vera

Storyboard Mobility | Capsule - À pieds

Lieu : Appartement | dehors ville | voix Off

1^{er} Plan:

On voit le lever du soleil en premier plan pour montrer que c'est le matin

00:03sec

2^{ème} Plan:

Coupure sec gros plan sur le personnage principale qui se prépare à sortir.

00:04sec

3^{ème} Plan:

Plan d'ensemble dans l'allée de l'immeuble, elle ferme à clefs sa porte.

00:02sec

4^{ème} Plan:

Plan d'ensemble, extérieur sort de son immeuble.

00:02sec

5^{ème} Plan:

Gros plan sur le profil de la fille qui respire profondément (bien être).

00:03sec



6^{ème} Plan:

Plan américain, le personnage marche en ville.

00:03sec

7^{ème} Plan:

Plan rapproché, on la voit de face qui met ses écouteurs

00:03sec

8^{ème} Plan:

Plan d'ensemble, de profil, elle se trouve sur le pont (de la coulouvrenière)

00:05sec

9^{ème} Plan:

Plan moyen, de face elle regarde le paysage (le rhône)

00:04sec

10^{ème} Plan:

Gros plan, sur ces yeux.

00:03sec



Storyboard Mobility | Capsule - moitié bus et vélo

Lieu : Appartement | dehors ville | voix Off

1^{er} Plan:

On voit le lever du soleil en premier plan depuis la fenêtre, réveil qui sonne.

00:04sec

2^{ème} Plan:

Plan moyen, le personnage qui se réveille.

00:03sec

3^{ème} Plan:

Plan américain, il s'habille, met son pull.

00:02sec

4^{ème} Plan:

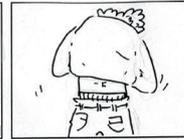
Plan moyen, qui continue à se préparer à sortir (met son bonnet.)

00:02sec

5^{ème} Plan:

Gros d'ensemble, qui est dehors de chez lui avec son vélo.

00:04sec



6^{ème} Plan:

Plan d'ensemble, le personnage est assis à l'arrêt de bus.

00:03sec

7^{ème} Plan:

Plan d'ensemble, Au loin, le bus qui arrive à l'arrêt.

00:04sec

8^{ème} Plan:

Plan d'ensemble, derrière le bus, on voit le personnage monter.

00:05sec

9^{ème} Plan:

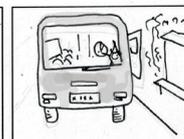
plan de dehors, le personnage se trouve dans le bus.

00:03sec

10^{ème} Plan:

Gros plan, sur le profil de du personnage, on est dans le bus.

00:03sec



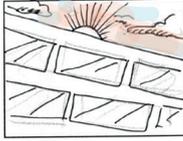
Storyboard Mobility | Capsule - vélo

Lieu : dehors ville | avec texte

1^{er} Plan:
On voit le ciel matinal à
travers les arbres.
00.03sec



2^{ème} Plan:
Le lever du soleil der-
rière un immeuble.
00.03sec



3^{ème} Plan:
coupure sec, plan de bas
sur la roue arrière.
00.03sec



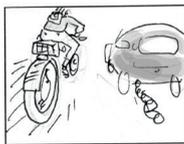
4^{ème} Plan:
Plan moyen de profile on
la voit très dynamique sur
son vélo.
0.03sec



5^{ème} Plan:
plan moyen de face.
00.02sec



6^{ème} Plan:
Plan d'ensemble de
bas, on la voit sur la
piste cyclable.
00.03sec



7^{ème} Plan:
Plan américain,
en arret toujours sur
son vélo (au feu).
00.04sec



8^{ème} Plan:
Plan américain,
de face sur son vélo.
00.03sec



9^{ème} Plan:
Plan américain, croise-
ment d'un collègue à
vélo.
00.03sec



10^{ème} Plan:
Plan d'ensemble, sur le
pont.
00.04sec



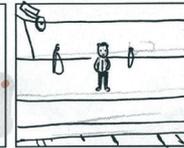
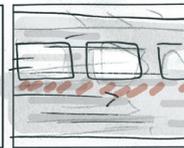
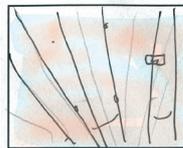
Storyboard Mobility | Capsule - Train

Lieu : La gare (à définir où exactement..) | avec texte

1^{er} Plan:
On voit l'horloge de la gare, il est 07:00 du matin.
Suite du plan, les câbles et le ciel matinal.
00.07sec



2^{ème} Plan:
Coupure sec, train en premier plan qui passe, et qui
va laisser place au personnage principale.
00.08sec



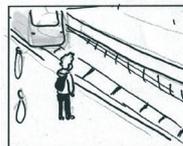
3^{ème} Plan:
On voit le personnage
qui attend le train de
profile.
00.03sec



4^{ème} Plan:
Gros plan jusqu'au
torse du personnage,
de face, qui voit arriver
le train.
00.04sec



5^{ème} Plan:
Plan d'ensemble,
train qui arrive.
00.05sec



6^{ème} Plan:
Plan moyen, en face
du personnage le train
qui s'arrête.
0.04sec



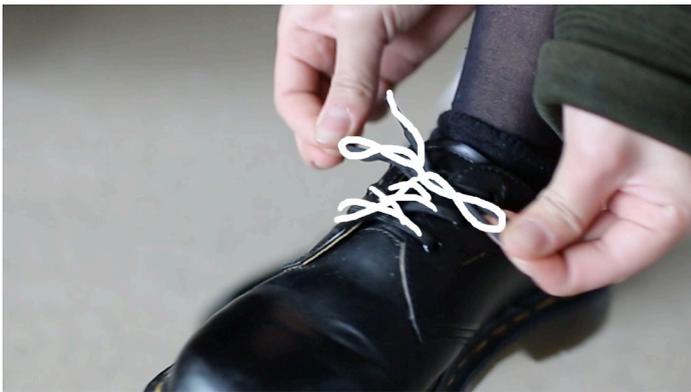
7^{ème} Plan:
le personnage est
assis dans le train à
côté de la fenêtre.
0.03sec



SCREEN DE NOS VIDÉOS

«IN THE MOOD FOR HEALTHY»

Capsule à pied (qui a pu être finit / beau temps, bonne caméra/ Canon 5D)



SCREEN DE NOS VIDÉOS
«IN THE MOOD FOR DREAMING»

Capsule en train. (Problème de météo et matériels vidéos / filmer avec un appareil



SCREEN DE NOS VIDÉOS
«IN THE MOOD FOR FUN»

Capsule à vélo. (Problème matériels vidéos / il n'y avait plus la bonne caméra à disposition, nous avons du prendre celle de secours, la qualité est mauvaise.)

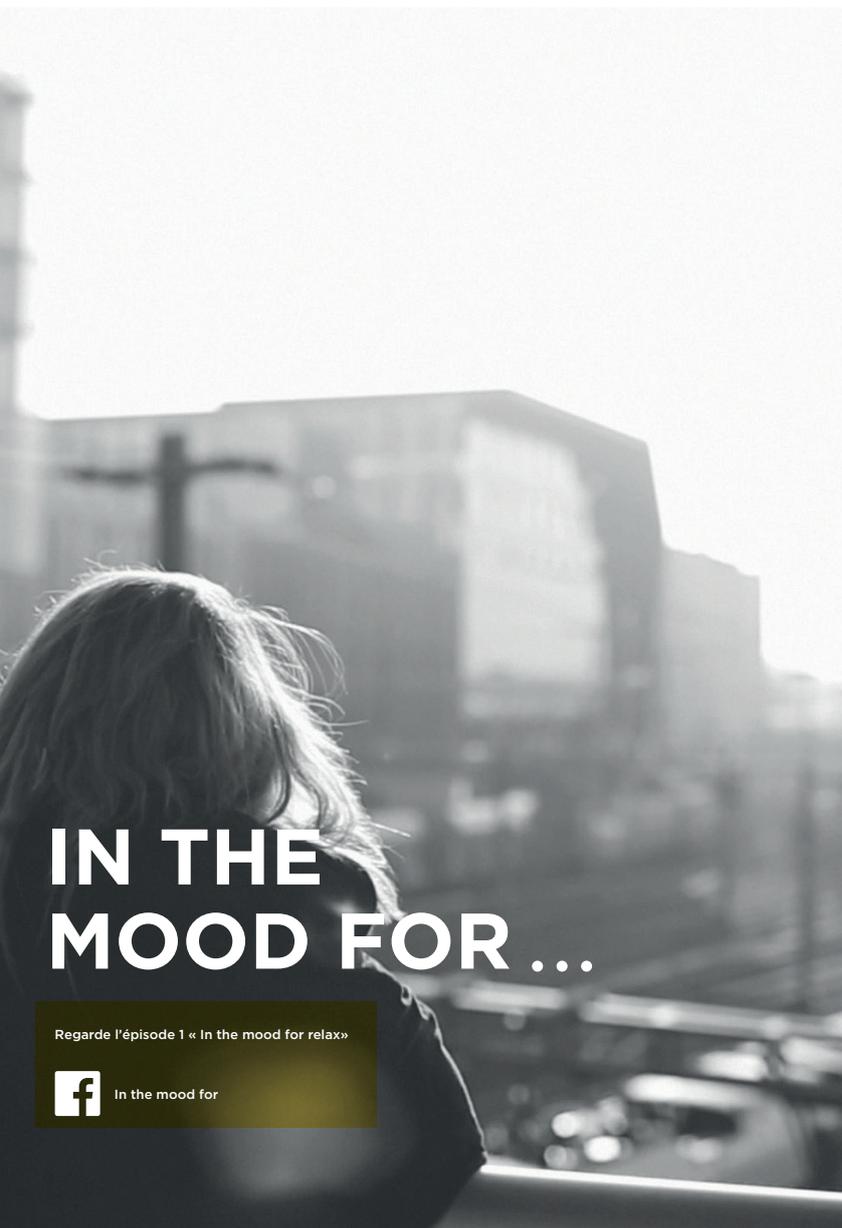


COMMUNICATION 1

PAGE FACEBOOK

The screenshot shows the Facebook page for 'In The Mood For'. The page header includes the name 'In The Mood For' and navigation tabs: Page, Messages, Notifications, Statistiques, Outils de publication, Paramètres, and Aide. The main content area features a post with a video thumbnail and the text 'IN THE MOOD FOR'. Below the video, it says 'In The Mood For a mis à jour ses informations dans la section À propos.' and '2 personnes atteintes'. A second post below it has a yellow background with the text 'VEUX-TU GAGNER UN BON REPAS POUR LA CAFÉTÉRIA? PARTICIPE À NOTRE CONCOURS!' and '16 personnes atteintes'. The right sidebar shows community statistics: 8 mentions, 8 abonnés, and a section for 'À Propos' with options like 'Envoyer un message maintenant' and 'Promouvoir le site web'.

This screenshot shows the same Facebook page but with the post creation interface active. The 'Écrivez quelque chose...' text box is visible, along with several icons for sharing content: 'Partager une photo ou une vidéo', 'Faire la promotion de votre entreprise', 'Écrire un article', 'Créer un événement', 'Recevoir des messages', 'Créer une offre', and 'Démarrer une vidéo en direct'. The right sidebar is partially visible, showing the same community statistics as the previous screenshot.



IN THE MOOD FOR ...

Regarde l'épisode 1 « In the mood for relax »



In the mood for

COMMUNICATION 2

-
AFFICHES / BON



VEUX-TU GAGNER
UN BON REPAS
POUR LA CAFÉTÉRIA?
PARTICIPE À NOTRE
CONCOURS!



IN THE MOOD FOR

CALCULS

Avec notre projet tel quel, nous avons dû adapter notre manière de calculer. Un corps humain dépense en moyenne 3 kw par jour, pour chaque personnes qui change son mode de déplacement polluant pour une mobilité douce, on soustrait la consommation du véhicule en question à la somme du véhicule et de la personne, (voutures 50-80 kw ; scooter 30-45 kw)
Malheureusement nous n'avons pas vraiment eu de retours.

RAPPORT DU PROJET

Nous n'avons pas atteint nos objectifs, nous avons en tête de faire un site web sur le quel tout s'y retrouvais avec un système de blog pour récupérer les données des participant. Nous avons d'abord rencontré des difficultés comprendre exactement ce qu'il fallait faire et comment le faire avec certaines étapes du cours indispensable au cursus et pour le futur de notre formation et vie professionnel mais entravant pour le projet. Une fois que tout était claire sur le pourquoi du comment du projet nous avons entamé la création, là nous avons rencontré des difficultés à tourner les images des capsules à causes de nos disponibilités de chacun et surtout de la météo, filmer des gens qui respirent le bien être à pieds et à vélo avec du vent et des nuages gris ce n'était pas notre objectif et le rendu final dans ce genre de cas ne fonctionne pas pour des raison technique (lumières) et de concept. Sinon c'était la pluie et des orages ce qui n'est même pas envisageable vis-à-vis de la caméra. Donc ayant pris un certain retard avec ces tournages, cela a influé sur notre communication pour atteindre des personnes et donc récolter des informations ou tout simplement sensibiliser les gens.

Nous ne sommes pas satisfaits du déroulement général du projet et de la période à la quel celui-ci s'est passé, mais du peu de visuel produits nous en sommes un minimum fier et satisfait si on prend en compte la disponibilité les complications et le stress.

Ce que nous avons retenu de ce projet c'est que Genève abrite beaucoup trop de véhicules motorisé, nous n'avons pas réussi à trouver de chiffres pour l'émission co2 annuelle à Genève émise par les moteurs. Mais aussi qu'il nous aurait fallu une personnalité plus scientifique dans le groupe, nous avons eu de la peine avec la question de calcules en kw.

Nous allons clore le projet et le garder en réserve pour le jour o'u l'occasion se présentera pour monter un projet d'écologie basé sur la mobilité douce, avec plus de moyen et plus de mains.

ANNEXES

-
Images web :



Levi's® Commuter: The Ride - Julius Kranefuss
https://www.youtube.com/watch?v=5CqkHi_S71M



Levi's® Commuter: The Ride - Kate Dougherty
<https://www.youtube.com/watch?v=0sFV2geSAeg>