

DESIGN BRIEF — Site e-commerce pour une marque de chips

Projet UI/UX • Figma • Spline 3D • Webdesign

1. Présentation du projet

Concevoir l'identité digitale et le prototype d'un site internet moderne, gourmand et mémorable pour une nouvelle marque de chips dont le nom devra obligatoirement intégrer le mot « King » (exemples : Chipsy King, Crunch King, King Chips, Potato King).

Le projet sera d'abord conçu et prototypé dans Figma, puis réalisé en intégrant une expérience 3D animée avec Spline 3D. Les éléments 3D — chips, couronne, paquet de chips ou autre objet lié à la marque — seront fournis par le formateur et seront intégrés et animés par l'étudiant.

2. Objectifs

- Créer une identité visuelle forte et cohérente.
- Concevoir une interface attractive adaptée à une marque alimentaire.
- Mettre en pratique les principes UI/UX.
- Construire une navigation simple et intuitive.
- Concevoir un Hero Header impactant avec un CTA.
- Intégrer une expérience 3D avec Spline.
- Utiliser Figma pour le wireframing, le design system et le prototype interactif.
- Préparer une interface suffisamment structurée pour passer ensuite à la réalisation.

3. Cible

Cible principale : adolescents, jeunes adultes et adultes amateurs de snacks et de produits gourmands.

La communication devra être accessible, énergique et contemporaine. Le site doit pouvoir évoquer à la fois le plaisir, le partage, la gourmandise et une certaine personnalité de marque.

4. Naming — nom de marque

Le nom est à définir par l'étudiant. Il doit obligatoirement contenir le mot « King ».

Exemples : Chipsy King, Crunch King, King Chips, Potato King, Snack King.

Le nom choisi devra être accompagné d'une courte justification expliquant son positionnement, sa mémorisation et son adéquation avec l'univers graphique.

5. Arborescence obligatoire

La navigation principale devra comporter au minimum :

- Accueil
- Qui sommes-nous ?
- Nos Kings — sélection des meilleures ventes

- Nouveautés
- Nous contacter

Une page produit ou une section « Nos produits » peut être ajoutée afin de rendre le site plus complet.

6. Structure de la page d'accueil

Hero Header :

- Nom/logo de la marque
- Accroche courte et mémorable
- Visuel principal
- Élément 3D intégré
- CTA principal, par exemple « Découvrir nos Kings », « Goûter le King » ou « Découvrir les chips »

Section « Nos Kings » :

- 3 à 6 produits
- Photo/visuel du paquet
- Nom du produit
- Courte description
- Indication éventuelle du goût
- CTA « Découvrir »

Section « Nouveautés » :

- Présentation des nouveaux produits
- Mise en avant visuelle
- Badge ou label « Nouveau »
- CTA

Section « Notre histoire » :

- Présentation courte de la marque
- Valeurs
- Origine ou concept

Section 3D :

- Mise en scène de l'objet 3D
- Animation au scroll, au mouvement de souris ou selon les possibilités offertes par Spline

Footer :

- Navigation
- Contact
- Réseaux sociaux
- Mentions légales

- Politique de confidentialité

7. Hero Header

Le Hero Header est l'élément visuel principal du site. Il doit immédiatement communiquer l'univers de la marque.

Il devra comprendre :

- un titre fort ;
- une accroche ;
- un CTA clairement identifiable ;
- le produit ou l'élément 3D ;
- une composition visuelle dynamique ;
- une hiérarchie typographique claire.

Le CTA doit être visible sans nécessiter de scroll.

8. Direction artistique

La charte graphique est libre, mais elle doit être cohérente avec le positionnement de la marque.

À définir dans Figma :

- palette de couleurs ;
- typographies ;
- logo et/ou logotype ;
- style photographique ;
- iconographie ;
- boutons ;
- cartes produits ;
- badges ;
- formes graphiques ;
- principes de mise en page ;
- grille et espacements.

La direction artistique peut être fun, premium, rétro, street, minimaliste ou très colorée, à condition que le choix soit justifié.

9. 3D et Spline

Un élément 3D sera intégré au site. Le formateur fournira les assets 3D finalisés.

Éléments possibles :

- paquet de chips ;
- chips ;
- couronne ;
- mascotte ;

- objet associé à l'univers de la marque.

L'étudiant devra travailler l'intégration et l'animation dans Spline 3D.

Pistes d'animation :

- rotation de l'objet ;
- mouvement au scroll ;
- interaction à la souris ;
- changement d'orientation ;
- apparition progressive ;
- interaction avec le Hero Header.

L'objectif n'est pas de modéliser l'objet mais de créer une expérience interactive cohérente avec le design.

10. UX — principes attendus

- Navigation intuitive.
- Hiérarchie visuelle claire.
- Parcours utilisateur simple.
- CTA visibles et cohérents.
- Informations facilement accessibles.
- Contraste suffisant.
- Responsive design.
- Cohérence des composants.
- Feedback visuel lors des interactions.
- Temps de lecture limité et contenu facilement scannable.

11. UI — composants à prévoir

Créer dans Figma un mini design system comprenant au minimum :

- couleurs principales et secondaires ;
- styles typographiques ;
- boutons ;
- champs de formulaire ;
- navigation ;
- cartes produits ;
- badges « Nouveau » / « Best-seller » ;
- éléments de footer ;
- états hover ;
- états actifs ;
- composants responsives.

Les composants devront utiliser les fonctionnalités de Figma : composants, variantes, Auto Layout et propriétés lorsque cela est pertinent.

12. Responsive design

Le prototype devra prévoir au minimum trois formats :

- Desktop : 1440 px
- Tablet : 768 px
- Mobile : 390 px

L'étudiant devra montrer comment les éléments se réorganisent selon la largeur d'écran et comment le Hero, les produits, les CTA et l'élément 3D restent utilisables.

13. Page « Qui sommes-nous ? »

Cette page présente l'histoire et la personnalité de la marque.

Contenu conseillé :

- histoire de la marque ;
- philosophie ;
- valeurs ;
- qualité des produits ;
- approche du goût ;
- visuels ou illustrations ;
- CTA vers les produits.

14. Page « Nos Kings »

Cette page présente les meilleures ventes.

Prévoir :

- grille de produits ;
- filtres éventuels par goût ;
- cartes produits ;
- visuel ;
- nom ;
- description ;
- badge Best-seller ;
- CTA.

La présentation doit permettre à l'utilisateur d'identifier rapidement les produits populaires.

15. Page « Nouveautés »

Présenter les derniers produits ou nouvelles saveurs.

Prévoir :

- mise en avant du produit ;
- badge « Nouveau » ;
- description ;
- informations sur le goût ;
- CTA ;
- possibilité d'intégrer une animation ou un élément graphique original.

16. Page « Nous contacter »

Prévoir un formulaire comprenant :

- prénom/nom ;
- adresse e-mail ;
- sujet ;
- message ;
- bouton d'envoi.

Ajouter les informations de contact et, si pertinent, les réseaux sociaux.

17. Prototype Figma

Le prototype devra être réalisé avant la phase de développement.

Livrables Figma :

- wireframes ;
- moodboard ;
- architecture du site ;
- design system ;
- maquettes haute fidélité ;
- composants ;
- versions desktop/tablette/mobile ;
- prototype interactif ;
- interactions principales ;
- intégration ou démonstration du comportement prévu pour la 3D.

18. Réalisation et intégration

Après validation du prototype, le site sera réalisé.

La phase de réalisation devra respecter le prototype validé, tout en adaptant les composants aux contraintes techniques du web.

La 3D sera préparée et animée avec Spline 3D puis intégrée dans l'expérience du site.

19. Accessibilité et bonnes pratiques

- Contrastes lisibles.

- Taille de texte adaptée.
- Boutons suffisamment grands sur mobile.
- Navigation clavier prise en compte lorsque possible.
- Textes alternatifs pour les images.
- Formulaire clairement identifiés.
- États interactifs visibles.
- Ne pas utiliser l'animation 3D au détriment de la lisibilité.

20. SEO et contenu

Prévoir :

- titre de page ;
- hiérarchie H1/H2/H3 ;
- textes courts et pertinents ;
- noms de produits cohérents ;
- descriptions produits ;
- textes alternatifs ;
- structure logique des contenus.

21. Livrables attendus

- Nom de marque + justification.
- Moodboard.
- Charte graphique.
- Logo/logotype.
- Arborescence.
- Wireframes.
- Design system Figma.
- Maquettes desktop, tablette et mobile.
- Prototype Figma interactif.
- Intégration de l'élément 3D.
- Animation Spline 3D.
- Pages obligatoires.
- Version finale du site.

22. Critères d'évaluation

UX — 25 % : qualité du parcours, navigation, hiérarchie et clarté.

UI — 25 % : qualité graphique, typographie, couleurs, composants et cohérence.

Respect du brief — 15 % : présence des pages, Hero Header, CTA et contenus demandés.

Figma — 15 % : qualité des composants, Auto Layout, variantes, organisation et prototype.

3D / Spline — 10 % : intégration, animation et pertinence de l'interaction.

Responsive — 5 % : adaptation desktop, tablette et mobile.

Présentation finale — 5 % : argumentation des choix et qualité du rendu.

23. Contraintes et recommandations

Le projet doit rester réaliste et réalisable dans le temps imparti. La 3D doit enrichir l'expérience sans devenir un simple effet décoratif.

Chaque choix graphique ou fonctionnel important devra pouvoir être justifié par rapport à la marque, à la cible et à l'expérience utilisateur.

24. Brief créatif final

Imaginez une marque de chips qui veut devenir le « King » du snack. Votre mission est de créer une identité digitale forte, reconnaissable et gourmande, puis de la traduire en une expérience web moderne.

Le site doit donner envie de découvrir les produits dès les premières secondes. Le Hero Header doit attirer l'attention, le CTA doit inciter à l'action et la 3D doit apporter une dimension interactive et spectaculaire.

Le résultat attendu est un site à la fois professionnel, ludique, cohérent et techniquement crédible.