



La maquette

Première étape

30/12/2025 – Julien & Mavrick

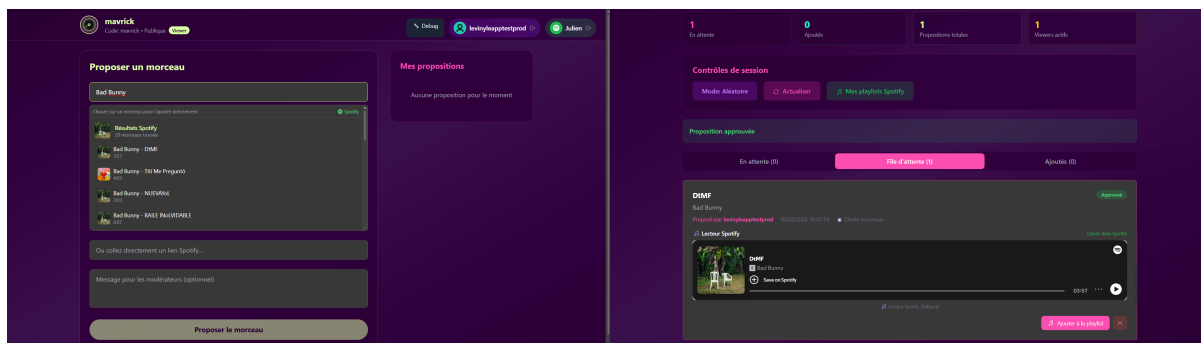
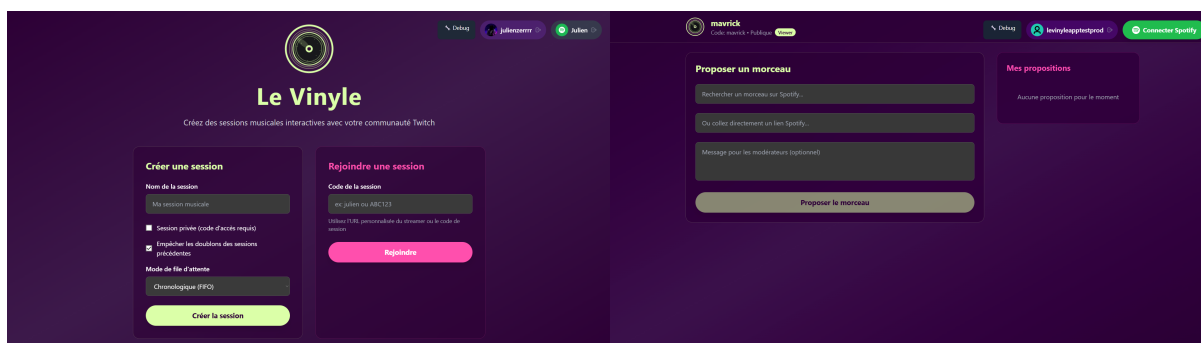
La première itération de la maquette de l'application **Le Vinyle** s'est naturellement orientée vers une identité visuelle proche de celle de Twitch.

Ce choix initial était logique d'un point de vue stratégique. Notre application s'intègre directement à l'écosystème Twitch, repose sur son système d'authentification et s'adresse exclusivement à des streamers et à leurs viewers. Reprendre des codes visuels proches de Twitch (dominante sombre, touches de violet, structure de navigation similaire) permettait :

- de rassurer l'utilisateur en s'inscrivant dans un univers familier,
- de limiter la courbe d'apprentissage,
- d'assurer une cohérence perçue avec la plateforme principale.

Cette première maquette avait donc une fonction exploratoire : vérifier la faisabilité ergonomique, structurer les premières pages et poser les bases de l'architecture visuelle.

Cependant, au fil des échanges internes, nous avons constaté une limite importante : cette direction artistique, bien que cohérente, manquait d'identité propre. L'application risquait d'apparaître comme une simple extension visuelle de Twitch, sans personnalité distincte.



Seconde étape

15/01/26 - Mavrick

07/02/26 - Julien : OK pour moi, nous sommes alignés sur l'aspect visuel.

Avant d'aller plus loin dans la conception, nous avons pris la décision stratégique de redéfinir une direction artistique claire et différenciante.

Cette réflexion s'appuie directement sur les constats établis dans l'analyse de l'existant et l'analyse du besoin : les solutions actuelles autour des song requests sont fonctionnelles mais peu incarnées, souvent techniques, rarement identitaires. Or, Le Vinyle ne se positionne pas uniquement comme un outil, mais comme une expérience.

Le choix d'un reboot graphique s'explique par plusieurs facteurs :

1. Se différencier dans un marché codifié

L'univers Twitch est très normé visuellement : dominance sombre, minimalisme, couleurs néon, typographies modernes et digitales. En adoptant ces mêmes codes, nous risquons de nous fondre dans la masse.

Notre client souhaitait explicitement une esthétique nouvelle et marquante. Il était donc stratégique d'assumer un positionnement plus fort.

2. Revenir à l'ADN du projet : le vinyle

Le nom même du projet, *Le Vinyle*, évoque une dimension culturelle et musicale forte. Il renvoie :

- à l'analogique,
- à la chaleur sonore,
- à la nostalgie,
- à une culture musicale engagée.

Reprendre une direction artistique inspirée des visuels funk des années 70 permet de reconnecter l'interface à cette symbolique. Les couleurs chaudes, les contrastes marqués, les formes arrondies et les typographies expressives évoquent naturellement l'imaginaire du disque vinyle et de la musique live.

Ce choix n'est pas purement esthétique : il renforce la cohérence narrative du produit.

3. Humaniser l'expérience

Les interfaces contemporaines sont souvent très épurées, voire froides. Or, Le Vinyle repose sur l'interaction communautaire, l'émotion musicale et le partage en direct.

Introduire davantage de couleurs, des ambiances plus chaleureuses et des éléments graphiques plus expressifs permet :

- d'incarner davantage le produit,
- de traduire visuellement l'énergie du live,
- de différencier clairement l'expérience d'un simple outil technique.

Cette seconde maquette marque donc un tournant stratégique : passer d'une intégration mimétique à Twitch à une identité forte, autonome et assumée.



Logo de l'application "Le vinyle"

Troisième étape

10/02/26 - Mavrick

Après validation du client sur l'orientation visuelle du logo, nous avons commencé l'élaboration d'une première version complète de la maquette basée sur cette nouvelle direction artistique.

Le logo constitue le socle de cette identité. Il synthétise :

- la référence au vinyle,
- la dynamique du live,
- la dimension communautaire.

À partir de ce point, nous avons structuré l'ensemble des écrans autour d'un univers hybride mêlant :

- les codes visuels de la musique (couleurs vibrantes, ambiances chaudes),
- des éléments issus du jeu vidéo (menus interactifs, hiérarchisation claire, feedback visuel immédiat).

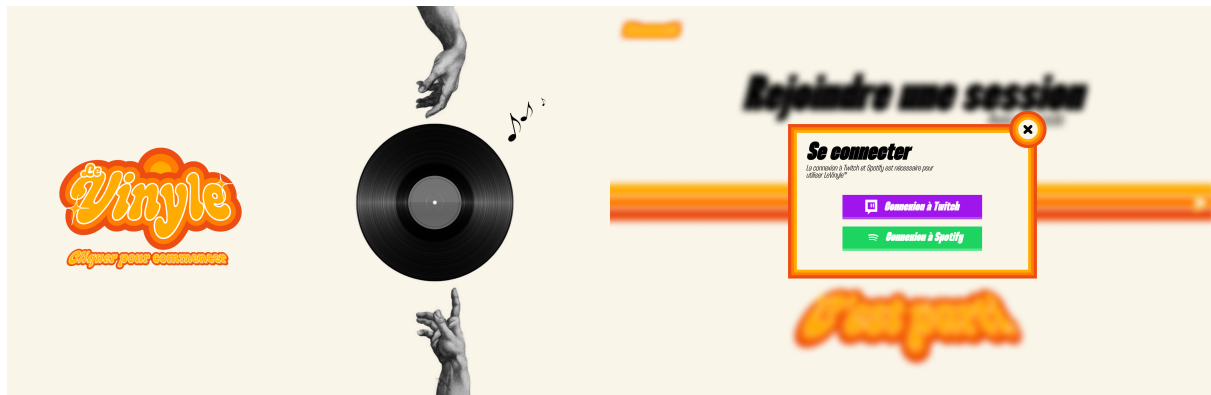
Ce mélange n'est pas anodin. Notre cible est double : passionnés de musique et utilisateurs de Twitch, souvent issus de l'univers gaming. L'interface devait donc trouver un équilibre entre :

- expressivité artistique,
- clarté fonctionnelle,
- lisibilité en contexte de live.

Les premières esquisses (maquettes 3, 4 et 5) ont permis de tester :

- la lisibilité des contrastes,
- la hiérarchisation des rôles (streamer, modérateur, viewer),
- l'ergonomie des interactions en temps réel.

Il s'agit volontairement d'une version itérative destinée à être discutée, challengée et améliorée avec le client et l'équipe.



Notre application s'adresse aux passionnés de musique et de jeu vidéo, en fusionnant ces deux univers.

Nous y mêlons l'esthétique et les codes visuels de la musique (couleurs, ambiance) avec des éléments inspirés du jeu vidéo, comme un menu interactif, des animations dynamiques, et une navigation intuitive.

Comme dit précédemment, c'est une première esquisse elle vise donc à être amélioré lors d'une discussion entre notre équipe et notre client.

Quatrième étape

18/02/2026 → 25/02/2026 - Mavrick : Avancement sur la création des différentes pages de la maquette.

Julien : Peut être revoir la couleur de fond (blanc) pour la rendre moins blanche et plus crème ou blanc passé ? Pour être en accord avec les années 70 😊

Cette phase a consisté à décliner la direction artistique sur l'ensemble des pages de l'application afin d'assurer :

- une cohérence visuelle,
- une homogénéité des composants,
- une continuité dans l'expérience utilisateur.

Une réflexion spécifique a été menée sur la couleur de fond initialement blanche. Dans une logique de cohérence avec l'univers 70s et l'imaginaire du vinyle, un blanc pur apparaissait trop moderne et trop froid.

La proposition d'un fond crème ou légèrement "blanc cassé" répond à plusieurs objectifs :

- renforcer la dimension rétro,
- réduire la fatigue visuelle,
- créer un contraste plus doux avec les couleurs vives,
- apporter une sensation plus organique à l'interface.

Ce type d'ajustement, bien que subtil, contribue fortement à la perception globale du produit.

Justification globale du reboot graphique

Le reboot graphique n'est donc pas un simple changement esthétique. Il répond à une logique stratégique alignée avec :

- le positionnement différenciant défini dans l'analyse de l'existant,
- le besoin d'expérience immersive identifié dans l'analyse du besoin,
- la volonté du client d'avoir une application marquante et identifiable.

En résumé, nous sommes passés :

- d'une logique d'intégration mimétique (proche Twitch),
- à une logique d'identité forte, incarnée et cohérente avec le concept musical.

Cette évolution renforce :

- la mémorisation du produit,
- son potentiel de branding,
- sa capacité à se distinguer des solutions techniques existantes.

La maquette n'est plus seulement un support fonctionnel : elle devient un élément central de la proposition de valeur de **Le Vinyle**.