



BIENVENUE	
N1 INTRODUCTION	
<p><b>Bienvenue dans le jeu de carte EcoCards.</b></p> <p>Ce jeu s'adresse aux équipes pour se mettre le pied à l'étrier d'une conception web plus responsable de manière ludique !</p> <p><b>Chacun peut utiliser le jeu de carte comme il le souhaite.</b></p> <p>Le plus ? On peut continuer à jouer à la belote après le boulot, avec le même jeu.</p>	
ÉCO-CARDS	LN

ATELIER 1	
A C'EST PAS POUR MOI	
<p><b>À réaliser lors du démarrage d'un projet, lors d'un projet déjà enclenché ou sans projet fixe, en prévision des prochains.</b></p> <p>Les participants sont un représentant de chaque pôle métier : équipe technique, design, gestion de projet.</p>	
ÉCO-CARDS	A

ATELIER 2	
A L'ANALYSE	
<p><b>À réaliser lors du démarrage d'un projet de refonte d'un service numérique avec l'ensemble de l'équipe projet (chef de projet, design, équipe technique)</b></p>	
ÉCO-CARDS	A

ATELIER 3	
A MIEUX CHEZ LES AUTRES	
<p><b>À réaliser après l'analyse. Tout type de participant. Objectif : s'inspirer des autres familles pour les appliquer chez soi</b></p>	
ÉCO-CARDS	A

# ECO CARDS

V1

OBJECTIF	
7 CONCERNÉ	
<p>Viser 1500 ko en poids maximum par page. On enclenche une démarche !</p>	
PERFORMANCEBUDGETJO	7

CADRAGE	
8 CONCEPTION	
<p>Écrire les parcours utilisateurs pour aller droit au but. Fonctionner en user story plutôt qu'en wireframes.</p>	
DESIGNERS ETH 3	8

ACCESSIBILITÉ	
9 INCLUSION	
<p>Prendre conscience des exclusions qui pourraient être engendrées par le service et les contrer une à une. Être plus inclusif est bénéfique à tous les utilisateurs.</p>	
INCLUSIVE DESIGN MICROSOFT	6

EXPERIENCE	
10 ANIMATION	
<p>Fournir aux utilisateurs un accès direct et immédiat aux contenus, sans blocage induit par des animations. L'utilisateur doit avoir la possibilité de sortir simplement d'une animation à tout moment.</p>	
DESIGNERS ETH 4.3	OL

MÉDIA	
V ACCESSIBILITÉ	
<p>Remplir les alternatives des images qui portent de l'information et marquer les autres comme décoratives avec un "alt" vide. Tester l'accessibilité du site grâce à des outils en ligne comme WAVE Webaim.</p>	
RGAA	A

DÉVELOPPEMENT	
D ARCHITECTURE	
<p>Choisir une solution technique sobre et adaptée au besoin. Une nouvelle conception doit avoir des bénéfices pour les 3P : people, planet, prosperity.</p>	
GR491 STRAT 1	D

USAGE	
R ANALYSER	
<p>Analyser les parcours utilisateurs pour comprendre les points de frictions. Retravailler l'expérience permet d'optimiser des ressources, d'améliorer la performance et de fluidifier les parcours /études</p>	
GR491 STRAT 1	R

HÉBERGEMENT	
AS MUTUALISATION	
<p>Choisir un hébergement local avec une solution adaptée au besoin (mutualisation, colocation) et fonctionnant aux énergies renouvelables.</p>	
GR491 HEB 3	SV

OBJECTIF	
7 VERTUEUX	
<p>Viser 750 ko en poids maximum par page. On a un impact !</p>	
PERFORMANCEBUDGETJO	7

CADRAGE	
8 MAQUETTES	
<p>Limiter le nombre de gabarits de page pour éviter la conception et le développement spécifiques d'éléments.</p>	
GR491 SPEC 4	8

ACCESSIBILITÉ	
9 ILLECTRONISME	
<p>Avoir une démarche didactique et concevoir de manière simple pour avoir un service compréhensible par tous. Plus d'un usager sur trois manque de compétences numériques de base.</p>	
GR491 UX UI 3	6

EXPERIENCE	
10 RICH MEDIA	
<p>Éviter les sliders, webGL, vidéos en autoplay et donner la possibilité de les stopper. De nombreuses personnes peuvent être affectées : aveugles, épileptiques, avec un trouble de l'attention...</p>	
RGSEN 4.2	OL

MÉDIA	
V PERTINENCE	
<p>Questionner la pertinence des images : le format vectoriel n'est pas toujours à prioriser, éviter les photos décoratives pour combler contenu pauvre, privilégier une photo groupée plutôt qu'individuelle...</p>	
DESIGNERS ETH 4.1	A

DÉVELOPPEMENT	
D SURPLUS	
<p>Éviter l'ajout de plugin ou widget qui alourdissent le site et seront peu utilisés. Les sites vitrines peuvent devenir des usines à gaz. Préférer des éléments conçus et adaptés.</p>	
DESIGNERS ETH 4.5	D

USAGE	
R QUESTIONNER	
<p>Questionner les utilisateurs sur leurs attentes grâce à des interviews, des questionnaires ou des tests guerilla.</p>	
MÉTHODES DE DESIGN UX DE CARINE LALLEMAND	R

HÉBERGEMENT	
AS RENOUVELABLE	
<p>Opter pour un hébergement fonctionnant à l'énergie renouvelable modulant l'accès au service selon l'énergie produite et stockée.</p>	
RGSEN 8.2	SV

OBJECTIF	
7 ENGAGÉ	
<p>Viser 1000 ko en poids maximum par page. On s'engage !</p>	
PERFORMANCEBUDGETJO	7

CADRAGE	
8 PARCOURS	
<p>Étudier les parcours cibles pour optimiser les pages à plus haut trafic. Plus des utilisateurs consultent une page, plus celle-ci a un impact environnemental.</p>	
DESIGNERS ETH 3	8

ACCESSIBILITÉ	
9 HANDICAP	
<p>Vérifier durant la conception, le contraste de couleurs entre l'arrière plan et le texte. Des plugins figma comme caravage ou des outils en ligne existent.</p>	
RGAA 3.2	6

EXPERIENCE	
10 AFFICHAGE	
<p>Ne charger les ressources et les composants que lorsqu'ils sont utilisés. Charger en décalé les fichiers JavaScript notamment.</p>	
RGSEN 6.8	OL

MÉDIA	
V CONTRASTE	
<p>Se mettre dans la peau des utilisateurs, pour mieux comprendre leur vision. Des plug-ins figma comme Color Blind le permettent.</p>	
RGAA	A

DÉVELOPPEMENT	
D REQUÊTES	
<p>Limiter les requêtes abusives notamment induites par l'utilisation d'API parfois peu utilisées.</p>	
GR491 ARCHI 9	D

USAGE	
R OBSERVER	
<p>Observer les usages pour comprendre les comportements, avec des méthodes comme le "Shadowing", "Fly on the wall", "Observation in situ"</p>	
MÉTHODES DE DESIGN UX DE CARINE LALLEMAND	R

HÉBERGEMENT	
AS LOCALISATION	
<p>Choisir des serveurs locaux et ayant une procédure d'arrêt lorsque ceux-ci sont inutilisés. La plupart des services numériques ont peu de trafic la nuit.</p>	
GR491 HEB 2	SV

OBJECTIF	
7 RADICAL	
<p>Viser 500 ko en poids maximum par page. On est ambitieux !</p>	
PERFORMANCEBUDGETJO	7

CADRAGE	
8 CYCLE DE VIE	
<p>Définir un cycle de vie des contenus, les archiver après un certain temps pour éviter leur stockage inutile.</p>	
SOB EDITO 6	8

ACCESSIBILITÉ	
9 BAS DÉBIT	
<p>Concevoir de manière sobre pour que le service fonctionne avec un débit bas comme en 3G, Edge...</p>	
GR491 UX UI 3	6

EXPERIENCE	
10 VIE PRIVÉE	
<p>Mettre en place une analyse des données adaptée, respectueuse des utilisateurs : RGPD, limitation des données collectées, utiliser des outils plus éthiques comme matomo...</p>	
GR491 UX UI 5	OL

MÉDIA	
V OPTIMISATION	
<p>Compresser les médias (images, vidéos, typographie) avant l'intégration, grâce à des outils en ligne comme videooptimizer, ditherit... Choisir le format de police WOFF2 compressé.</p>	
GR491 CONT 2	A

DÉVELOPPEMENT	
D WIDGET	
<p>Limiter l'utilisation de plugin, widget, et de publicité. Ces éléments pré-conçus alourdissent les services numériques et multiplient les requêtes.</p>	
DESIGNERS ETH 4.5	D

USAGE	
R TESTER	
<p>Mener des tests d'utilisabilité et "pair review" pour faire remonter des axes d'amélioration dans la conception.</p>	
DESIGNER ETHIQUES 7	R

HÉBERGEMENT	
AS MAINTENANCE	
<p>Définir un cycle de vie des données stockées sur les serveurs. Fixer une date limite de conservation.</p>	
GR491 BACK 1	SV

ENVIRONNEMENT	
<p>Mettre en place des indicateurs de mesure des impacts environnementaux induits par le service numérique.</p>	
DIGITAL BETTER	RMKOL

SOCIAL	
<p>Mettre en place des indicateurs de mesure des impacts sociaux induits par le service numérique.</p>	
DIGITAL BETTER	RMKOL