
CAHIER DE CHARGES

pour

Le Labernois

Version 1.0

Préparé par :
Nicholas Massé
Philippe Bourassa
David Godin
Simon Landry
et Keven Aubin

Pour MBGLA productions

8 novembre 2019

Table des matières

1	Présentation du projet	1
2	Objectifs et environnements	2
2.1	Objectifs	2
2.2	Environnements	2
3	Ressources allouées	3
3.1	Financement et matériel	3
3.2	Équipe de développement	3
3.2.1	Keven Aubin	3
3.2.2	Philippe Bourassa	3
3.2.3	Simon Landry	4
3.2.4	David Godin	4
3.2.5	Nicholas Massé	4
4	Besoins	5
5	Contraintes	6
6	Élaboration des normes graphiques	7
6.1	Élaboration de la marque	7
6.2	Élaboration du logo	8
6.3	Élaboration de la palette de couleurs	8

1 Présentation du projet

Le Labernois est un projet destiné à mettre en place une application web afin d'offrir des services similaires à ceux d'une agence de voyage.

Ciblant une clientèle un peu plus précise, l'entreprise a pour but d'offrir des voyages hors normes en veillant à ce que toutes les demandes et volontés du client soient comblées. Les offres de voyage ont un air standardisé mais offrent un tel éventail d'options qu'elles font plutôt partie d'une démarche «sur mesure».

Le principe de la compagnie est de développer et d'organiser des voyages selon des thématiques spécifiques, appelées des «circuits». Les circuits sont destinés à une clientèle internationale et se veulent accessibles de n'importe où. Le client ayant sélectionné sa thématique de préférence, il pourra construire son voyage en choisissant son propre point de départ et point d'arrivée à l'intérieur du circuit proposé.

2 Objectifs et environnements

2.1 Objectifs

Se voulant être un projet d'envergure internationale, la mise en place de l'application Le Labernois doit passer par certaines étapes.

Tout d'abord, Le Labernois a l'intention de se démarquer de ses concurrents par son offre de service approfondie, et devra être adaptée à tous les types de clientèle. Malgré tout, ses services assez onéreux forcent la compagnie à s'adresser à une clientèle plus âgée et devra donc axer ses services dans cette direction.

Le Labernois a la volonté de devenir un leader dans les offres de voyages de luxe, et dans cette mesure s'attend à avoir une infrastructure technologique appropriée.

2.2 Environnements

La mise en place de l'application web inclut trois branches principales : les environnements «Client», «Admin» et «Personnel».

L'environnement «Client» permettra à n'importe quel internaute de naviguer sur le site et de prendre connaissance des circuits de voyage offerts par la compagnie. Le client aura également la possibilité de créer son compte pour avoir accès à l'inscription sur les circuits, à des informations personnalisées, à son propre profil ainsi qu'à son historique de voyage.

L'environnement «Admin» permettra à l'administrateur ou son mandataire de modifier les offres de circuit, de gérer les comptes clients ainsi que les promotions et les rabais

L'environnement «Personnel» donnera accès à la gestion des envois de promotions et rabais. Il permettra aussi la consultation et la gestion des paiements par les clients.

3 Ressources allouées

3.1 Financement et matériel

Le Labernois ne possède pas de limite budgétaire et c'est dans cette optique que la qualité de l'application web doit être inégalée. Bien qu'une limite temporelle et technologique existe, l'entreprise a confiance en l'équipe de développement en ce qui a trait à la gestion des ressources matérielles.

3.2 Équipe de développement

La compagnie fait appel à une équipe de jeunes développeurs composée de finissants du niveau collégial québécois. Leurs origines professionnelles et personnelles sont diversifiées et en font un atout principal.

Ci-dessous se trouve un petit descriptif de chacun des membres de l'équipe de développement.

3.2.1 Keven Aubin

Keven Aubin est un développeur web terminant sa formation au Collège de Maisonneuve. Son expérience en développement front-end et back-end en feront un membre polyvalent de l'équipe.

Expérimenté à la tâche de Scrum Master, Keven saura mener l'équipe dans ce rôle lors des scrums journaliers et saura protéger l'équipe des obstacles et distractions qui l'entourent. Titulaire d'un diplôme de droit notarial, ce développeur utilise son expérience de la communication pour mieux communiquer avec le client et ainsi comprendre plus facilement les besoins et désirs du maître d'ouvrage.

3.2.2 Philippe Bourassa

Philippe Bourassa est un développeur full-stack qui termine ses études en informatique au Collège de Maisonneuve. Sa capacité d'apprendre par lui-même et sa grande expérience académique aideront beaucoup son équipe à mener le projet à terme.

3.2.3 Simon Landry

Simon Landry est un développeur back-end terminant sa formation au Collège de Maisonneuve. Son expertise en développement sur divers projets «Open Source», qui s'échelonne sur plus d'une dizaine d'années, lui permettra de conseiller ses collègues sur les meilleures pratiques de développement et les multiple outils qui entourent le développement. Après une année au sein des Forces Armées Canadiennes en tant qu'officier, ce développeur saura utiliser ses compétences en leadership pour mener le projet à termes.

3.2.4 David Godin

David Godin termine présentement ses études en informatique de gestion en tant que programmeur analyste au Cégep de Maisonneuve tout comme le reste de ses coéquipiers. Grâce à son expérience de plus de 5 ans au sein d'une équipe dynamique au service à la clientèle, sa capacité à communiquer et à effectuer plusieurs tâches simultanément saura aider les membres pour la réussite de l'équipe.

3.2.5 Nicholas Massé

Issu du domaine de la restauration et de la sommellerie, Nicholas Massé finit présentement ses études en développement web au Collège de Maisonneuve. Il sait donc travailler sous pression et aime relever les défis à travers les projets qu'il entreprend. Ses connaissances en sommellerie sont aussi étroitement liées au tourisme européen. Utilisées conjointement avec sa forte créativité, elles feront de lui un atout majeur pour l'équipe de développement.

4 Besoins

L'application web élaborée devra permettre au propriétaire du logiciel de gérer des circuits de voyage sur Internet ainsi qu'aux administrateurs de la plateforme d'accéder aux informations des membres du site et aux informations financières des commandes passées. Elle permettra également de faire parvenir aux clients des promotions particulières, aux visiteurs de la plateforme de consulter les différents circuits offerts à l'achat, classés par catégorie, et de consulter les détails de ceux-ci.

Une fois enregistré et connecté à l'aide d'un compte Google ou Facebook, ou encore à l'aide d'un nom d'utilisateur et d'un mot de passe, le visiteur devient client enregistré et peut personnaliser son circuit. Il peut ajouter un circuit au panier, puis commander le contenu du panier. Il peut payer l'acompte ou toute somme restante à l'aide d'un compte PayPal. Il peut aussi modifier ou annuler le circuit après la commande de celui-ci. Enfin, le client peut également recevoir, s'il le désire, des promotions, des informations sur de nouveaux circuits ou d'autres informations utiles.

Les normes graphiques du projet devront avoir été élaborées pour le projet, incluant le choix d'une marque, d'un logo et d'une palette de couleurs.

Une API devra être développée afin de fournir les données sur les circuits à une application mobile disponible sur la plateforme Android, elle aussi développée dans le cadre de ce projet.

5 Contraintes

L'application devra être de type SPA (*Single Page Application*) et devra être conçue avec Angular JS, Bootstrap et JSON. Elle devra utiliser un backend PHP orienté objet ainsi qu'une base de données MariaDB respectant les trois premières lois normales. Toutes les données devront être validées avant d'être ajoutées à la base de données. Les circuits en cours de création devront pouvoir être sauvegardés afin de pouvoir être complétés plus tard. L'application web devra être hébergée et accessible aux clients. Elle devra être disponible en français, en anglais et en espagnol.

6 Élaboration des normes graphiques

6.1 Élaboration de la marque

Afin de bien représenter la marque auprès des clients, nous cherchions une marque répondant à 3 critères. Elle devait être originale, simple et disponible. Nous avons également cherché à développer une marque qui ne mentionnait pas le voyage, afin de diversifier les produits attachés à celle-ci au courant des prochaines années, si le client le désire. C'est ainsi que la marque LE LABERNOIS a été développée. Le labernois tire son nom d'une nouvelle race de chiens développée en 1996 au Québec par la fondation MIRA. Créé d'un croisement entre un bouvier bernois et d'un retriever du Labrador, ce chien a spécialement été développé afin d'offrir aux personnes handicapées une assistance essentielle. Le chien représente un ami, un partenaire. On lui accorde sa confiance et on lui reconnaît une grande loyauté. En choisissant une race créée au Québec, on associe la marque à la province, sans pour autant nuire à l'exportation de la marque.

Aucune marque n'utilise cette race de chien dans ses activités. Les noms de domaine `labernois` et `lelabernois` ne sont pas utilisés, qu'ils soient suivis de `.ca` ou de `.com`. Le nom est simple à retenir et est traduisible au besoin en anglais par The Labernese. Les différents noms de domaine anglophones sont tous disponibles, sauf `labernese.com` qui est enregistré mais n'est pas utilisé.

6.2 Élaboration du logo

Afin de bien représenter la marque, le chien devait être en valeur dans l'élaboration du logo. Il devait paraître confiant, majestueux et regarder vers l'avenir.

Nous avons également opté pour la présence du triangle, dont les lignes droites et précises témoignent du professionnalisme et de l'efficacité de l'organisation. La pointe de celui-ci devra être vers la droite, afin de témoigner d'un sentiment d'avancement, d'avenir. Les couleurs devront être celles du chien, mais devront également s'adapter aux couleurs choisies dans la palette de couleurs. En changeant la couleur d'un élément de l'arrière-plan du logo tout en conservant la forme ce celui-ci, le logo pourra s'adapter aux différents besoins visuels tout en étant facilement identifiable.



6.3 Élaboration de la palette de couleurs

Afin de respecter les demandes du client, nous avons opté pour une palette de couleurs rappelant les voyages. Nous avons donc opté pour des couleurs rappelant le sable et l'eau, afin de remémorer aux clients les belles plages du monde. Les bleus ■ serviront à attirer l'attention de l'utilisateur de la plateforme web, alors que le crème ■ servira de fond à nos différents éléments graphiques.

