**Cahier des charges pour projet Bonfeed**

Présenté par :

Pamela CALCEI

Matthew POTTIER

Yoan NORMAND

Table des matières

[I. Introduction : 2](#_Toc75351301)

[1. Présentation de l’entreprise 2](#_Toc75351302)

[2. Intervenants 2](#_Toc75351303)

[II. Contexte : 2](#_Toc75351304)

[1. Objectifs 2](#_Toc75351305)

[2. Cibles 3](#_Toc75351306)

[3. Concurrence 4](#_Toc75351307)

[4. Analyse marketing 4](#_Toc75351308)

[III. Définir les besoins 5](#_Toc75351309)

[1. Étude de l’existant 5](#_Toc75351310)

[2. Énoncé du besoin 5](#_Toc75351311)

[3. Les fonctions du produit 5](#_Toc75351312)

[IV. Contraintes 6](#_Toc75351313)

[1. Contraintes technique 6](#_Toc75351314)

[2. Contraintes légales et réglementaires 7](#_Toc75351315)

[3. Contraintes de délai 7](#_Toc75351316)

[4. Contraintes de coût 7](#_Toc75351317)

[V. Déroulement du projet 8](#_Toc75351318)

[1. Livrables et Planification 8](#_Toc75351319)

[2. Devis 9](#_Toc75351320)

[VI. Authentification 10](#_Toc75351321)

# Introduction :

## Présentation de l’entreprise

• Bonfeed

• Domiciliée : 60 Boulevard Déodat de Séverac 31300 Toulouse

• Tél : 05 61 13 56 46.

• Courriel : accueilemploi@adrar-formation.com

• Forme juridique : SARL

• Société active depuis le 05 janv. 2021

• Représentée par : Katy Perry, Cogérant, ancien commercial chez DELL

Nicolas Cage, Cogérant, ancien Agriculteur

Quentin Tarantino, Cogérant, ancien patron de LVMH

• Capital : 556 098 €

• Numéro Siret : 83425945900024

• Numéro TVA intracommunautaire : FR06834259459

• Histoire de l’entreprise : C'est parce qu'il en avait marre des « burgers » et autres bagels classiques que Nicolas Cage a inventé Bonfeed avec ses deux autres associés. Le but est de toucher le plus grand nombre à travers une franchise accès sur l'agriculture bio et locale dans les 6 plus grandes villes de France. (Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Nice, Nantes).

## Intervenants

Ophélie BLANCARD – Interlocutrice utilisateurs - ophelieblancard@adrar-formation.com + discord

Pamela CALCEI – Interlocutrice intervenant, développeur confirmé – [pamela.auditore@gmail.com](mailto:pamela.auditore@gmail.com) + discord

Yoan NORMAND – Gantt expert, développeur confirmé – [yoan.normand@gmail.com](mailto:yoan.normand@gmail.com) + discord

Matthew POTTIER – Dev Ops - [matthew.pottier@hotmail.fr](mailto:matthew.pottier@hotmail.fr) + discord

# Contexte :

## Objectifs

Le but est de mélanger fast food, agriculture bio et locale afin de proposer une alimentation plus saine aux utilisateurs.

Le site permettra non seulement d’être une vitrine pour l’entreprise mais en plus de pouvoir passer commande de différentes façons, soit en demandant une livraison (en partenariat avec les sociétés de coursier locale et bioéthique) soit en récupérant la commande directement sur place.

Ce site proposera de consulter les produits disponibles via une carte et d’acheter les produits finis ou la plupart des matières premières pour que l’utilisateur puisse expérimenter ses propres recettes.

Une page regroupera les informations liées à l’entreprise elle-même, c’est-à-dire concernant son histoire, ses actions liées à l’environnement mais aussi le listing des produits allergènes.

Sur ce site nous pourront sélectionner chaque restaurant de la franchise afin d’avoir des informations plus précises sur ces derniers comme les coordonnées, les produits disponibles ou encore les offres d’emploi.

Il y aura également une icône de connexion/déconnexion en haut de page ainsi que plusieurs autres liens en bas de page redirigeant vers les mentions légales (CGU, CGV), les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram), un formulaire de contact, une page regroupant les partenaires (entreprises et producteurs locaux) et les aides en ligne (FAQ, discussion instantanée).

Le site arborera une charte graphique propre ainsi qu’un logo en lien avec l’agriculture bio, la restauration rapide et le local.

Le site participera ainsi à l’expansion nationale et par la suite internationale de la chaîne de restauration rapide BonFeed en faisant connaître l’entreprise, son éthique et ses valeurs.

## Cibles

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Catégorie | Tranche âge | Objectifs | Localisation |
| Adolescents /  Jeunes adultes | 16 à 25 ans | Bouche à oreilles Fidélisation | Proche des établissements scolaires et/ou des lieux de loisirs |
| Adultes & Familles | 25 à 45 ans | Fidélisation | Maximum 20min de transport |
| Ouvriers / Employés | 18 à 35 ans | Bouche à oreilles Fidélisation | Proche du lieu de travail |
| Fourchette globale | 16 à 45 ans | Fidélisation / Faire connaitre la franchise |  |

## Concurrence

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | McDo | O'Tacos | Notre Projet |
| Réseaux Sociaux utilisés | Facebook Instagram | Facebook Instagram | Facebook Instagram Twitter |
| Charte Graphique | Vert / Jaune | Rouge / Beige | En cours d'étude |
| Engagements | Produit Français favorisés | Aucun | Local et bio |
| Application | Oui | Oui | A prévoir |
| Système fidélité | Oui | Non | A prévoir |
| Création du sandwich | Non | Oui | Non |
| Vente produits détails (sauces/pain) | Non | Non | Oui |
| Prix | 8,90 - 10,70€ | 7-12€ | A définir |

## Analyse marketing

Quels sont leurs besoins ? Qu’est-ce qui les empêche d’avancer ?

Actuellement les consommateurs cherchent de plus en plus à manger des produits issus de l’agriculture locale et bio afin d’avoir une alimentation plus saine.  
Cependant ils sont freinés dans cette démarche à cause d’un prix supérieur à la moyenne ainsi qu’un accès à ces ingrédients/produits souvent difficile (les boutiques de produits bio sont généralement situées en ville voir centre-ville, très peu dans les campagnes).

Force :

- Produits bio et locaux

- Vente des produits au détail (ingrédients et/ou produits finis)

- Co-fondateur connus donc facilitant la médiatisation

- Livraison écoresponsable et éthique

- Concept original

Faiblesse :

- Petite entreprise, pas très connue au début.

- Pas les mêmes ingrédients toute l'année (car lié aux productions des agriculteurs locaux)

- Prix un peu plus élevé que la moyenne des fast-foods

Menace :

- Rachat par un grand groupe

- Si un producteur local coule, l’approvisionnement des ingrédients s’en retrouve compromis

- Crise sanitaire quasi mortelle pour le commerce

Opportunité :

- Se différencier des autres fast-foods

- Demande importante en fast-food bio

- Permet de relancer/aider l’économie locale

Le marché actuel de la restauration rapide est chargé par de grands groupes, cependant la demande reste très présente.   
Dans ce contexte, un fast-food de produits bio et locaux apporterait une nouveauté encore peu développée mais qui saura trouver une demande chez les personnes désireuses de manger mieux sans cuisiner. La demande étant présente et l’offre quasi inexistante, l’évolution logique de l’entreprise serait de s’exporter à l’international afin de toucher plus de personnes et de devenir une enseigne capable de rivaliser avec les grands noms de la restauration rapide.

# Définir les besoins

## Étude de l’existant

L’entreprise ouvrant à la date du 01 Janvier 2022 (date de fin du projet), il n’y a pas encore de site ni de contenu existant.

## Énoncé du besoin

Ce projet a tout d’abord pour but de présenter l’entreprise grâce à un site qui servira non seulement de site vitrine mais également de e-boutique.

Ce site proposera un service de click & collect ou de livraison selon le souhait de l’utilisateur.

Ce projet sera un point d’ancrage pour la fédération de la thématique de l’entreprise concernant la restauration écoresponsable, écologique et basé sur une économie locale.

Un hébergement via un serveur dédié ainsi qu’un nom de domaine seront à prévoir également (le serveur dédié n’étant pas obligatoire mais plus pratique pour éviter des failles de sécurité).

La maintenance du site devra être effectuée régulièrement afin que les bases de données et les informations du site soient constamment à jour.

La création de compte sur les réseaux sociaux et son suivi devront également être pris en compte.

Des sites déjà existant peuvent être utilisés comme source d’inspiration :

* <https://www.mcdonalds.fr/>
* <https://o-tacos.com/fr/>
* <https://bigfernand.com/>
* <https://www.restaurant-lessentiel.fr/>
* <http://joyogahealthyfood.com/>
* https://comptoir-paysans-doc.fr/

## Les fonctions du produit

Ce site devra posséder une charte graphique en lien avec l'écologie, et devra également avoir un logo rappelant l'écologie, la restauration rapide et la production locale.

Le contenu du site devra être disponible en 4 langues (Français, Anglais, Espagnol et Allemand) mais ne nécessite pas d'interface différente pour chaque langue.

Ce contenu sera orienté autour de la restauration rapide, du bio et de la production locale. De ce fait le SEO devra être orienté sur les mots "bonfeed", "bio", "fast food", "local", "producteur", "healthy", "burger", "ingredient", "boutique" et "katy perry".

Une newsletter tenant informé les utilisateurs des nouveaux produits et des nouveaux ingrédients, présentant les producteurs locaux avec lesquels l'entreprise travaille et les actualités de BonFeed devra être mise en place, et donc un module d'inscription à cette dernière.

Le contenu du site sera réparti comme ceci :   
**HAUT DE PAGE**

-Page accueil (avec les actualités de BonFeed, les offres et réductions actuelles et une barre de recherche afin de trouver un des restaurants de la franchise)

-Page boutique (avec tous les produits finis et la plupart des ingrédients, un panier, une barre de recherche pour les produits et les ingrédients, les offres et réductions actuelles. Les produits et ingrédients seront regroupés dans un menu à gauche de la page ayant les catégories suivantes : « Entrées », « Burgers », « Salades », « Pâtes », « Fruits & Légumes », « Desserts », « Autres ingrédients »)

-Page carte (elle comportera tous les produits finis et les ingrédients proposés par l’entreprise, qu’ils soient encore disponible ou non. Tout ceci sera regroupé dans un menu à gauche de la page ayant les catégories suivantes : « Entrées », « Burgers », « Salades », « Pâtes », « Fruits & Légumes », « Desserts », « Autres ingrédients »)

-Page restaurants (La page commencera avec une barre de recherche afin de trouver son restaurant, puis une fois ce dernier sélectionné, la page affichera les produits finis disponible, les offres d'emploi et les coordonnées liées à ce restaurant)

-Page entreprise (avec son histoire, ses actions liées à l'environnement et le listing des produits allergènes)

-Page de connexion/déconnexion (avec un CAPTCHA)

**BAS DE PAGE**

-Page mentions légales (avec CGU, CGV)

-Liens réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram)

-Page formulaire de contact

-Page aides en ligne (FAQ, discussion instantanée)

-Page partenaires (entreprises et producteurs locaux)

Soit un total de 10 pages et 3 liens vers les réseaux sociaux.

# Contraintes

## Contraintes technique

Le produit final devra être disponible et fonctionnel sur les navigateurs Internet suivant : Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox, Opéra

Le site devra être également compatible avec les mobiles avec une interface différente de l’interface pc.

## Contraintes légales et réglementaires

Le site devra correspondre aux contraintes légales concernant :  
- Les Conditions Générale de Vente

- Les Conditions Générale d’Utilisation

- Les conditions de protection des données personnelles

## Contraintes de délai

L’entreprise lance l’ouverture des restaurants dès le 1er Janvier 2022, ce projet devra donc être validé et terminé totalement avant cette date. Le projet durera donc du 1er Juillet 2021 au 1er Janvier 2022 soit un total de 6 mois.

Sur cette période donnée, plusieurs échanges entre le client et le prestataire seront prévus afin d’établir si le site correspond bien aux attentes, montrer l’avancement du projet, tenir informé le client d’où en est la création du site et des éventuels retards.  
Si des modifications trop importantes sont demandées, une rallonge du temps du projet sera nécessaire et donc la date butoir du 1er Janvier 2022 devra être déplacée pour une mise en production du site ultérieur.

## Contraintes de coût

# Déroulement du projet

## Livrables et Planification

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Item | Tâche : | Date de fin : |
| 1 | Elaboration du cahier des charges | Le 02/07 |
| 2 | Recherche Charte Graphique | Le 06/07 |
| 3 | Recherche Logo | Le 13/07 |
| 4 | **Présentation Logo + Charte graphique (livrable)** | **Le 15/07** |
| 5 | Création maquette du site | Le 30/07 |
| 6 | **Présentation Maquette (livrable)** | **Le 03/08** |
| 7 | Etude prix hébergement | Le 05/08 |
| 8 | **Présentation + validation prix : Nom de domaine & hébergement (livrable)** | **Le 06/08** |
| 9 | Création de la page web (HTML & CSS) : 10 pages | Le 03/09 |
| 10 | Création des bases de données | Le 24/09 |
| 11 | Points sur les avancés | Diverse |
| 12 | Création du contenu (Présentation partenaire, carte …) | Le 08/10 |
| 13 | Test en local du site | Le 15/10 |
| 14 | **Présentation et Optimisation du site (livrable)** | **Le 29/10** |
| 15 | Création des comptes réseaux sociaux | Le 05/11 |
| 16 | Intégration du contenu | Le 19/11 |
| 17 | **Présentation du site (livrable)** | **Le 26/11** |
| 18 | Test en Local | Le 03/12 |
| 19 | Hébergement du site | Le 08/12 |
| 20 | Référencement du site | Le 17/12 |
| 21 | **Lancement des réseaux sociaux (livrable)** | **Le 21/12** |
| 22 | Mise en Production du site | Le 24/12 |
| 23 | **Livraison (livrable)** | **Le 28/12** |
| 24 | Promouvoir le site | Le 31/12 |

## Devis

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| DEVIS CRÉATION SITE RESTAURANT BONFEED | | | | |
| Edité le : 23/06/2021 | | Temps de travail (heure) | Notre prix (/h) | Somme |
| **Gestion de projet** | Frais de Projet (Recherche, rdv, etc) | 8 | 0 | 0 € |
| Rédaction du cahier des charges | 14 | 300 € | 4 200 € |
| **Total Gestion Projet** | **22** |  | **4 200 €** |
| **Design** | Recherche Création Logo | 21 | 220 € | 4 620 € |
| Recherche Création Charte Graphique | 21 | 220 € | 4 620 € |
| Création Maquette | 77 | 230 € | 17 710 € |
| **Total Design & Mise en page** | **119** |  | **26 950 €** |
| **Codage** | Création site partie 1 HTML / CSS | 140 | 250 | 35 000 € |
| Création base de données | 105 | 230 | 24 150 € |
| Création contenu | 70 | 200 | 14 000 € |
| Intégration Contenu | 63 | 200 | 12 600 € |
| **Total Code** | **378** |  | **85 750 €** |
| **Test** | Test 1 : Test du site en local | 35 | 150 | 5 250 € |
| Test 2 : Test Local | 35 | 150 | 5 250 € |
| **Total Test** | **70** |  | **10 500 €** |
| **Prix Total :** | **130 900 €** | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DEVIS MAINTENANCE & SUIVI SITE RESTAURANT BONFEED | | | |
| Edité le : 23/06/2021 | | Prix / mois | Somme |
| **Maintenance** | Niveau 1 - Nom de domaine + Hébergement | 32 € |  |
| Niveau 2 - Hébergement avec infogérance | 45 € |  |
| Niveau 3 - Hébergement avancé + forfait intervention diverses 8h/mois pendant un an | 70 € |  |
| **Total - Maintenance** |  |  |
| **Réseaux sociaux & avis clients** | Suivi compte | 150 € |  |
| Traitement retour | 100 € |  |
| Suivi Newsletter | 100 € |  |
| **Total Réseaux & avis** | **350 €** |  |

# Authentification

|  |  |
| --- | --- |
| Signature du client suivi de la mention « lu et approuvé » et de la date : | Signature du prestataire suivi de la mention « lu et approuvé » et de la date : |
|  |  |