



# Cahier des charges

---

DUT MMI 2017-2018

Chef de projet :

Alyssia CYRILLE

Directrice Artistique:

Zohra ELKADIRI

Graphiste:

Sakîna SELHAMI

Communicants :

Dylan FRANCILLETTE

Eugénie HUA

Développeur :

Paartheepan RAVEENTHIRAN



Bhind



## Sommaire

### CAHIER DES CHARGES

Introduction	p.4-5
Pitch	p.4-5
L'Agence & nos valeurs	p.6-7
Définition du projet	p.8-21
BHIND	p.8-9
Les cibles	p.10-13
Portraits Robots	p.14-17
Sources d'inspirations	p.18-19
Planche tendance	p.20-21





Analyses Concurrentielles	p.22-33
Site n°1 & Site n°2 & Site n°3	p.22-27
Synthèse Analyse	p.28
Valeur ajoutée	p.29
Modèle économique	p.30-31
Campagne de communication	p.32-33
Contraintes & Difficultés	p.34-35
Planning Général	p.36
Conclusion	p.37
Webographie	p.38
Charte graphique	p.39-53





# Introduction

## PITCH

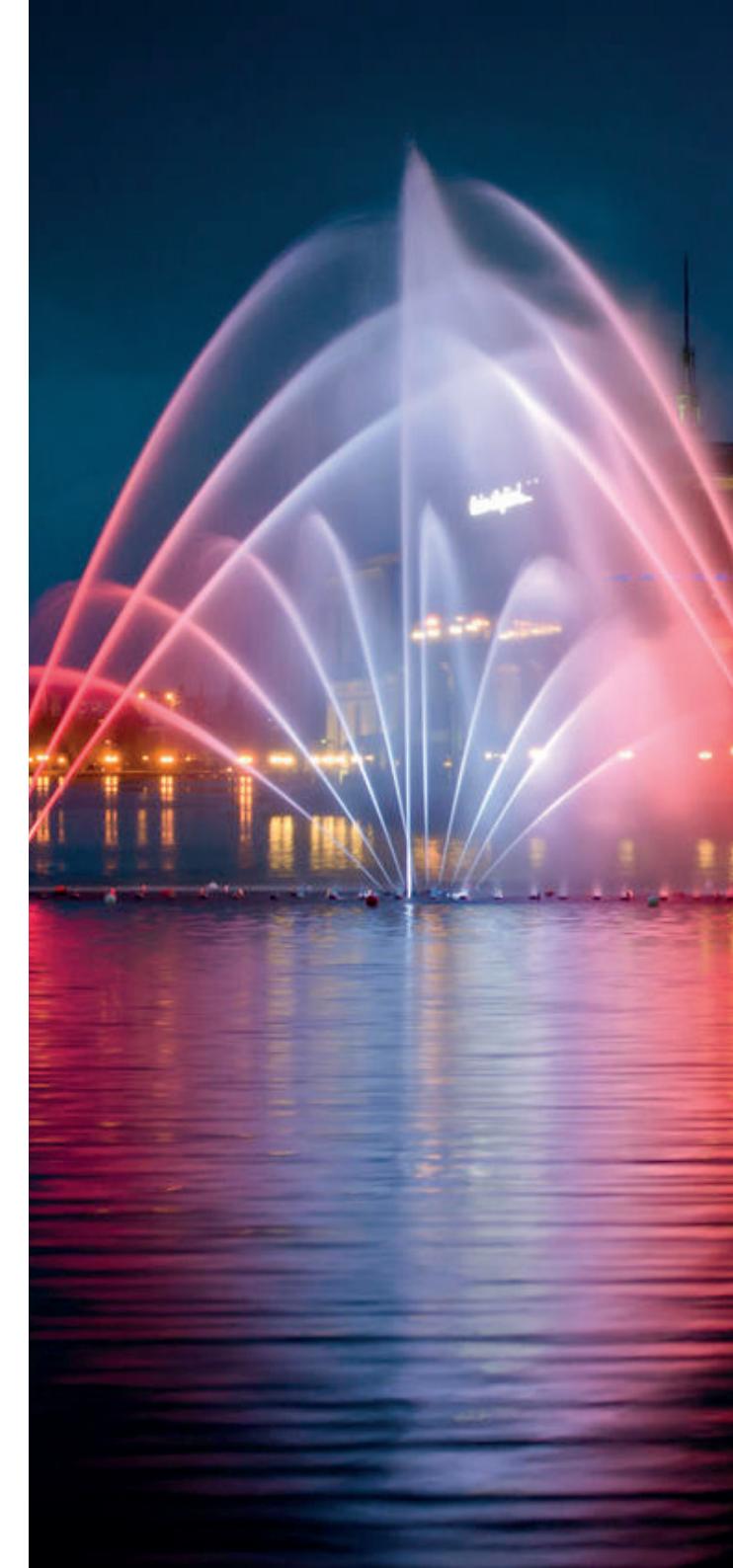
### CAHIER DES CHARGES

Tous les guides parlent de la fameuse capitale de France mais peu parlent des alentours proches. Les banlieues et leur site historique sont souvent mis en arrière. Les banlieues sont stigmatisées, les richesses ne sont pas assez valorisées et elles sont encore moins connues dans le grand public.

Le sujet principal que nous traiterons durant tout le long de notre projet sera ainsi les sites et lieux historiques de banlieue et nous tenterons à travers notre projet de pouvoir atteindre les objectifs. Chacun de nous étant né en banlieue, est conscient que ces endroits pourraient être exploités par la population du monde entier. Ces lieux sont dotés d'un réel intérêt historique, de divertissement mais également d'importants espaces verts. Distinguées par leurs différentes activités et leurs centralités propres, ses villes-dortoirs recueillent de nombreuses histoires, de secrets et des environs à découvrir. Il faudrait redonner de la valeur à ces derniers en attirant les touristes en périphérie et de valoriser leur richesse.

Les plateformes internet étant en constante émergence pourraient se révéler être un moyen au projet de pouvoir se développer et de pouvoir s'étendre.

Notre besoin essentiel est d'aider et de pouvoir pousser les personnes à visiter les lieux concernés. Une manière qui pourrait aider toutes les personnes qui consultent la page à trouver les informations voulues et/ou les découvrir sur une et même plateforme au lieu de chercher une information souhaitée sur plusieurs pages web. Un site internet de type web documentaire permettrait d'inviter les cibles à se rendre sur les différents lieux que nous voulions faire figurer sur le site internet.





Il aura pour objectif d'instruire, d'informer et d'aider les touristes et les étrangers, nos cibles principales, et ainsi que toutes autres personnes qui seraient curieuses de connaître ce qui se cache derrière la grande ville lumière.

Nous nous attendons à ce qu'il soit le site internet référencé en son genre et que toutes nos cibles puissent se diriger vers cette plateforme lors de chacune de leurs aventures.

Comment parvenir à informer et instruire la population à l'international sur l'histoire des monuments et lieux importants des banlieues?

Nous proposerons donc un site internet qui aura la capacité de pouvoir instruire, informer et accompagner nos visiteurs à travers chacun des endroits.

Un étranger provenant de très loin à l'opportunité de faire un voyage en Ile-de-France. La première chose à laquelle il pense c'est de pouvoir connaître les lieux qu'il peut découvrir et visiter. Connaître et avoir un aperçu d'ensemble sur ce qui l'attend derrière ces différentes architectures, de quoi pouvoir attiser davantage l'envie de voir le tout en vrai.

Notre site lui donnera l'opportunité de les découvrir dans toute leur forme grâce aux différents médias réalisé (photos, vidéos) et en indiquant , pour chacun, leur description et leur information pratique sur une seule et même plateforme.



## L'agence & nos valeurs

### CAHIER DES CHARGES

Fondée depuis 2000, My Orbis est une agence française spécialisée dans le tourisme.

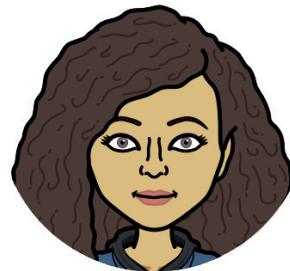
Nous répertorions sur notre site internet <http://myorbis.fr>, divers espaces tels que des lieux touristiques, culturels et des loisirs. Cette variété de propositions nous permet de répondre au mieux aux différentes attentes de nos clients qui sont de plus en plus diversifiées et exigeantes.

Paris, la ville symbolique de la France et ses nombreux lieux touristiques tels que la Dame de Fer qui compte près de 300 millions de visiteurs depuis son inauguration en 1889, les banlieues peinent à se démarquer. C'est pourquoi nous souhaitons accueillir et faire découvrir la beauté de ces banlieues cachée par la ville lumière, Paris.

Ainsi nos objectifs sont tels que nous souhaitons aider et informer les touristes et les voyageurs durant leur grand périple, mais surtout nous souhaitons diffuser nos valeurs qui sont de valoriser et de transmettre l'histoire de ces banlieues culturelles et attractives, le plus souvent oubliées et négligées.

Notre agence qui s'engage à privilégier une politique culturelle, a eu l'opportunité de proposer ses services à de nombreux établissements scolaires, associations ou même des organisations publiques qui comme nous ne cherche aucunement à réaliser un profit mais s'assurer au contraire à offrir un service qui soit dans l'intérêt général.

Notre équipe composée de 6 membres, allie toutes ses compétences nécessaires afin de répondre aux demandes et aux besoins de sa clientèle amoureuse des voyages. Issues des banlieues souvent appelées "quartiers sensibles", notre équipe sera la plus apte à comprendre et à entreprendre les besoins dont souffrent ces communes/ à entreprendre les projets dont ont besoin ces communes.



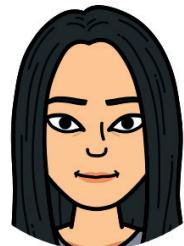
Alyssia CYRILLE

CHEF DE PROJET



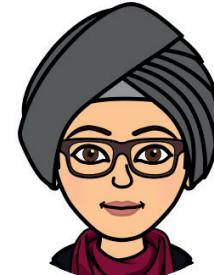
Zohra EL KADIRI

DIRECTRICE ARTISTIQUE



Eugénie HUA

COMMUNICANT



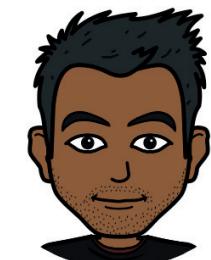
Sakina SELAHMI

GRAPHISTE



Dylan FRANCILLETTE

COMMUNICANT



Paartheepan RAVEENTHIRAN

DEVELOPPEUR WEB



# Définition du projet

## BHIND

### CAHIER DES CHARGES

BHIND est une structure consacrée à la découverte des lieux historiques et attractifs des banlieues.

BHIND a été mis en place de sorte à pouvoir guider mais aussi à pouvoir faire découvrir à son utilisateur les facettes des banlieues. Accessible à partir d'un site internet dans une langue qui pourra être sélectionnée en français ou en anglais suivant l'individu souhaitant s'informer.

En effet les banlieues de nos jours sont connotées de façon assez négative dans l'ensemble ce qui s'avère être une perte dans lequel il y autant de bonnes choses à rencontrer qu'ailleurs. De cette manière on souhaite assister les venants et les habitants en leur informant sur les premières choses qu'ils doivent connaître avant toute chose sur leur environnement et où l'endroit prend lieu.

Ceci aura également un impact géographique où la population qui découvre ne se situera pas seulement sur le grand centre mais plus en dehors, à la périphérie en quelque sorte. Ainsi redéfinir les frontières et transformer l'agglomération parisienne. Ne plus faire la distinction entre Paris et banlieues parisienne en termes d'histoire et lieu, d'améliorer le cadre de vie des habitants, de corriger les inégalités territoriales et de construire une ville durable.





## Définition du projet



BHIND

CAHIER DES CHARGES

Afin de concrétiser ce projet il nous sera nécessaire d'employer des moyens humains ayant la capacité de pouvoir remplir les différentes missions exiger afin de maintenir le projet. C'est pour cette raison que nous, BHIND et son agence somme une équipe composée de 6 étudiants aux compétences diverses et spécifiques.

Il est important de pouvoir mobiliser ou acquérir des compétences dans lesquels nos membres seront spécialisés en programmation, en communication et en graphisme. Le programmeur qui va pouvoir gérer la plateforme internet de BHIND et de l'agence et d'y planter les mises à jour. Les communicants qui ont des capacités de management, de stratégie et de rédaction pourront apporter les informations s'adressant à nos cibles par un message ciblé sur leur compréhension et leur culture propre. De ce fait une équipe doit être encadrée par un chef de groupe aux capacités polyvalentes qui va être chargées de mener un projet et de gérer son bon déroulement. De manière générale, il anime une équipe pendant la durée du projet dont il a la charge.

Un site de référence pour toute découverte.

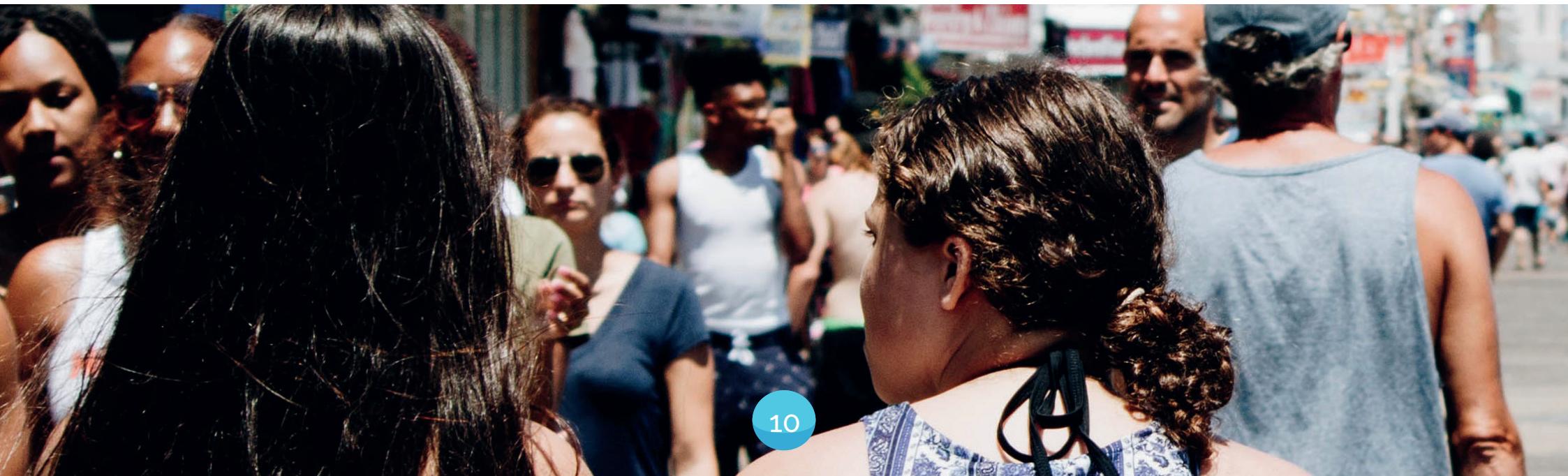


# Définition du projet

## LES CIBLES

### CAHIER DES CHARGES

Notre site internet est principalement proposé et utilisé par plusieurs types de personnes, néanmoins on discerne quatre cibles. La cible principale concerne les touristes qui sont de plus en plus nombreux chaque années à venir visiter la capitale parisienne. Pour nos cibles secondaires elles regroupent les étrangers venues s'installer en France, il y aussi certains Français qui souhaiteraient découvrir un peu plus l'univers et la beauté de la banlieue parisienne, ou encore des personnes venues visiter Paris dans cadre d'une sortie scolaire.



## LES CIBLES

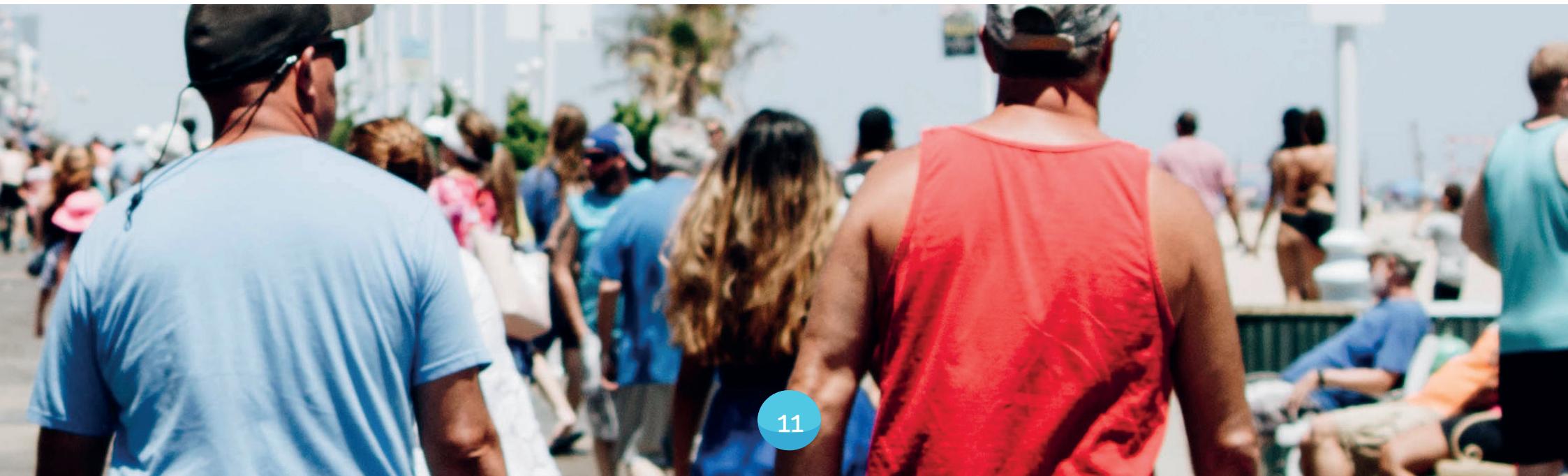
### CAHIER DES CHARGES

#### LA CIBLE PRINCIPAL

##### Les touristes :

Pour notre agence les touristes sont considérés comme la cible principale de notre site. Certains d'entre eux cherchent tout simplement à découvrir des lieux historiques et surtout attractifs, afin d'assouvir leur soif de découverte de notre magnifique capitale parisienne. De plus en plus de touristes viennent à Paris afin de découvrir les nombreuses diversités culturelles et les monuments qui composent la capitale et sa banlieue ainsi que de nombreux lieux dotés d'un réel intérêt historique.

Notre site internet leur sera utile afin de les guider à travers les nombreux spots et lieux mémorables qui se trouvent aux alentours de la capitale, ils pourront l'utiliser en fonction de leurs intérêts et leurs envies





# Définition du projet

## LES CIBLES

### CAHIER DES CHARGES

#### LES CIBLES SECONDAIRES

##### Les Étrangers :

Pour cette seconde cible, le mot "Étrangers" peut avoir plusieurs significations. Il peut désigner des personnes venus s'installer en France sur une période prédefinie, pour des raisons politiques ou familiales ou tout simplement une personne qui vivait à l'étranger et qui est venue en France pour des raisons professionnelles, par exemple suite à une mutation ou pour y vivre définitivement. Pour cette cible, notre site internet sera en quelque sorte un outil qui permettra à chacun de se familiariser un peu plus avec le nouvel univers géographique et culturel dans lequel ils sont venus s'installer. Avec l'aide de notre site, trouver des lieux uniques et attractifs deviendra un jeu d'enfant !

##### Les résidents locaux :

Cette cible concerne les habitants de la région parisienne qui ont l'habitude d'aller visiter Paris, mais qui souhaiteraient découvrir de nouveaux endroits insolites de la banlieue parisienne. Le Grand Paris est en constante modernisation c'est pour cette raison que de plus en plus de jeune s'intéresse à son histoire et aux différents lieux qu'il détient. Grâce à notre site la découverte du Grand Paris et sa banlieue deviendra beaucoup plus facile pour toutes les personnes qui s'y intéressent et qui souhaiteraient découvrir de nouveaux lieux attractifs à visiter avec leurs familles ou leurs amis.



## LES CIBLES

CAHIER DES CHARGES

### LES CIBLES SECONDAIRES

#### Le cadre Scolaire :

Cette dernière cible désigne l'ensemble des établissements scolaires locaux ou étrangers, qui souhaitent permettre à leurs élèves de venir découvrir la capitale parisienne ainsi que sa banlieue aux multiples facettes. Les sorties scolaires sont parfois des moments d'apprentissage et de balade au cœur d'une culture fraîche, naturelle, engagée, esthétique, contemporaine et surtout à prendre en compte dans notre patrimoine culturel. Grâce à BHIND la découverte de certains sites historiques ou tout simplement de lieux attractifs sera beaucoup plus accessible pour la jeunesse.



# Définition du projet

## PORTRAITS ROBOTS

### CAHIER DES CHARGES

#### Portrait touristes :

Julien Delores est un père de famille âgé de 39 ans qui est venu à Paris pour ses vacances avec sa famille . Pour lui, Paris est une merveilleuse capitale qui détient une très grande richesse culturelle, de magnifiques monuments et un ensemble de petits commerces qui permettent de rendre la capitale plus animée et attractive pour les touristes et les habitants de la région parisienne. Julien est un habitué de la capitale, c'est pour cette raison qu'il souhaite découvrir des nouveautés, des nouveaux lieux, des monuments peu connus du grand public et d'autres éléments détenant un réel intérêt historique. Pour lui notre site internet sera clairement un plus dans sa quête de découverte qui lui permettront de changer ses habitudes lorsqu'il viendra à Paris. Lui qui se définit comme un grand passionné de voyage, pourra maintenant profiter pleinement de ses vacances avec sa famille. Enfin, BHIND est un outil qui lui permettra de faire de son séjour un moment encore plus inoubliable,





## PORTRAITS ROBOTS

CAHIER DES CHARGES



### Portrait Étranger :

Maeva travaille pour une grande enseigne Américaine de prêt à porter. Elle est une jeune maman de 28 ans. Technophile, elle gravit les échelons un par un dans son secteur d'activité. Suite à l'implantation de son entreprise à l'international, elle a dû déménager avec sa famille tout près de la capitale parisienne. Pour elle ce déménagement est une réelle occasion pour découvrir de nouveaux endroits magnifiques et des paysages encore méconnus. Une de ses collègues lui a recommandé notre site, qui sera une sorte de guide pour ses recherches de lieux insolites à travers le grand Paris et sa banlieue. Maeva aime faire les boutiques et se renseigner sur les tendances actuelles afin de permettre à sa compagnie de toujours varier leurs gammes de produits.

Maeva pourra facilement repérer certaines boutiques où friperie qui détiennent un réel intérêt historique et certains attraits atypiques de la banlieue parisienne grâce à BHIND et son système de géolocalisation. Le Grand Paris renferme de nombreux commerces qui représente la diversité culturelle au sein du pays, ces lieux permettront en quelque sorte à certaines personnes de mieux comprendre certains styles de mode, d'alimentation et de divertissement des habitants de la capitale et de sa banlieue.



# Définition du projet

## PORTRAITS ROBOTS

CAHIER DES CHARGES

### Portrait résidents locaux :

Arthur est un étudiant en 2ème année dans une grande école d'architecture. Il est passionné par le dessin et aime tout particulièrement la mythologie et le passé historique de certains monuments. Il a découvert BHIND grâce à une publicité qu'il a vue sur Internet (Facebook). Il s'en sert désormais pour de multiples raisons. Arthur aime sortir pour visiter des endroits et monuments qui lui donneront sûrement de nouvelles idées pour ses dessins. C'est l'une des raisons pour laquelle il utilise notre site, qui l'aidera à découvrir des lieux assez peu connus du grand public mais qui détiennent un réel intérêt historique. Notre site pourra répondre à ses attentes en lui proposant des espaces se trouvant en dehors des frontières, qui ont transformé l'agglomération parisienne et qui sont imprégnés de l'histoire du peuple Français.



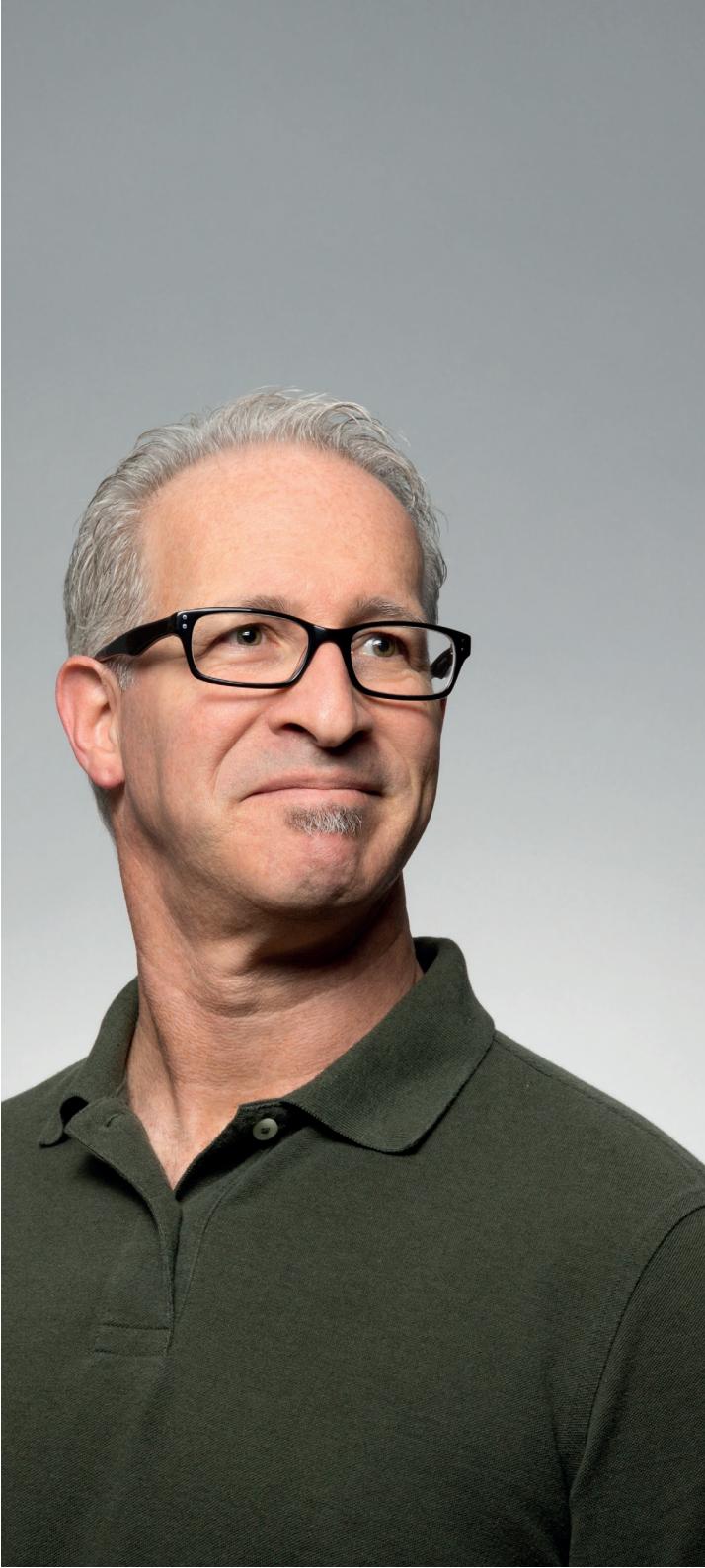


## PORTRAIT ROBOTS

CAHIER DES CHARGES

### Portrait Scolaire :

Monsieur Spielberg est le directeur de la soul Collection qui est une école d'art situé à New York aux États-Unis, il endosse également le rôle de professeur d'histoire au sein de cette école. Ce professeur, passionné par l'histoire de la France, souhaite transmettre ses connaissances à ses élèves via des films, des images de reconstructions ou encore des sorties dans des musées. Après un accord avec l'association des parents d'élèves, l'établissement a proposé un voyage à Paris pour la classe de Monsieur Spielberg. Il cherche à faire découvrir des lieux qui représentent les valeurs et la diversité culturelle du pays au sein de la banlieue parisienne. Monsieur Spielberg a découvert BHIND sur un forum de tourisme collaboratif et souhaite avoir des informations sur certains sites historiques présents au cœur de la banlieue qui pourront sûrement intéresser ses élèves. Grâce à notre site découvrir la banlieue parisienne sans l'impression et en toute tranquillité sera à votre porter.



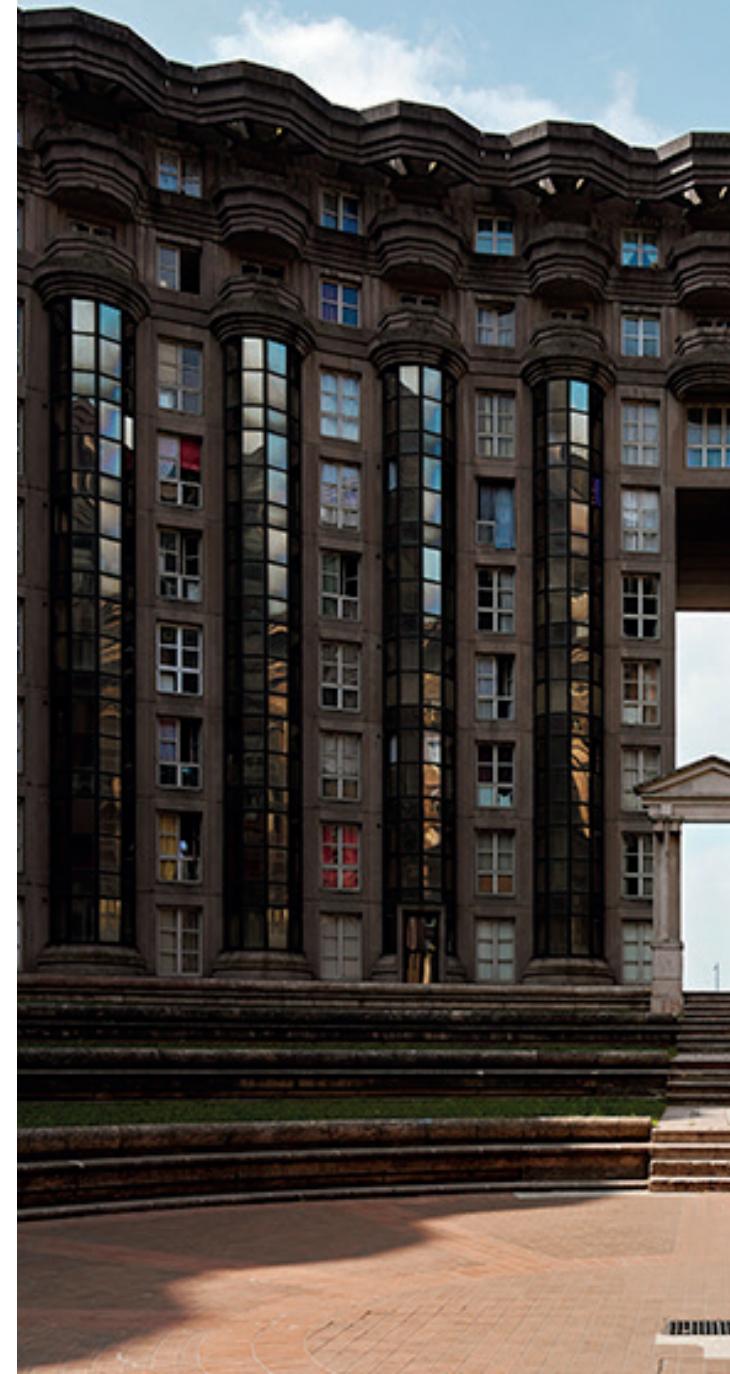


# Définition du projet

## SOURCES D'INSPIRATION

### CAHIER DES CHARGES

L'idée de ce projet nous est venu en tête dès lors que nous avons remarqué qu'il n'y avait pas une réelle plateforme propre de tourisme dédié à la banlieue de Paris même après recherche. Étant donné que nous, membres de My Orbis, sommes nés et nous habitons en banlieue nous sommes plus sensibles à ce sujet de mis à l'écart de la périphérie de Paris et nous sommes en quelque sorte victimes de sa dévalorisation et de la dévalorisation de ce qui peut être découvert et raconté. C'est pourquoi nous avons pensé qu'il serait intéressant de parler de ce sujet pour notre projet et ainsi de pouvoir grâce à lui d'assurer une meilleure répartition du tourisme et de la découverte en incitant la population à découvrir les lieux historiques de banlieue. L'objectif étant d'un côté de pouvoir jouer sur le côté visuel afin de pouvoir faire rêver la personne et de ce même fait l'attirer. Tout le monde aime Paris pour l'importance que nous lui accordons, pour les nombreux sites d'une beauté visuelle ahurissante qui lui sont dédiés et nous souhaitons accorder aux banlieues cette même importance quand les personnes se rendront sur les lieux que nous pourrons leur proposer sur notre site, par exemple la Basilique de Saint-Denis, car ils possèdent de grands potentiels qui restent à ce jour encore méconnus.



## SOURCES D'INSPIRATION

CAHIER DES CHARGES



Depuis le début des années 2000, une hausse des investissements dans ces communes ne cesse de croître. Les entreprises visent de plus en plus les banlieues afin d'y entreprendre la construction ou l'implantation de nouvelles infrastructures, des bâtiments de bureaux ou encore des logements sociaux. Des atouts géographiques, démographiques et culturels inexploitées. Ces banlieues possèdent des avantages compétitifs qui face à sa capitale ne sont pas assez mis en valeur et subissent des discriminations et des inégalités importantes qui affectent le système économique et culturel de ces villes. En réalisant ce projet, nous souhaitons ainsi valoriser et supprimer ces inégalités que subissent ces communes en proposant différents sites de différents endroits des banlieues afin de pouvoir les mettre en avant.

En effet de nombreux endroits constituent une partie de l'histoire et certain d'entre eux pourraient être disponible sur notre site comme par exemple:

- Saint-Denis : Le stade de france et la Basilique de Saint-Denis
- La galerie d'art Thaddaeus Ropac l'une des galeries d'art contemporain les plus connus repose dans la ville de Pantin.
- Le château de Saint-Germain-en-Laye une ancienne résidence des rois de France, il est situé dans le centre de Saint-Germain-en-Laye dans les Yvelines.
- Le théâtre de Noisy-le-Grand

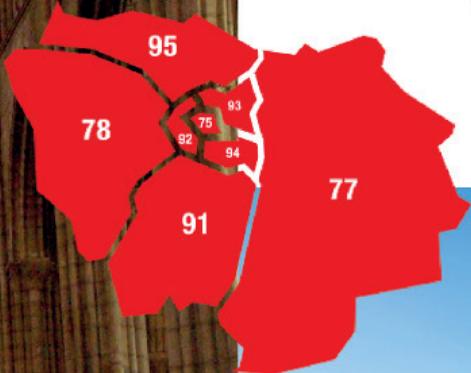
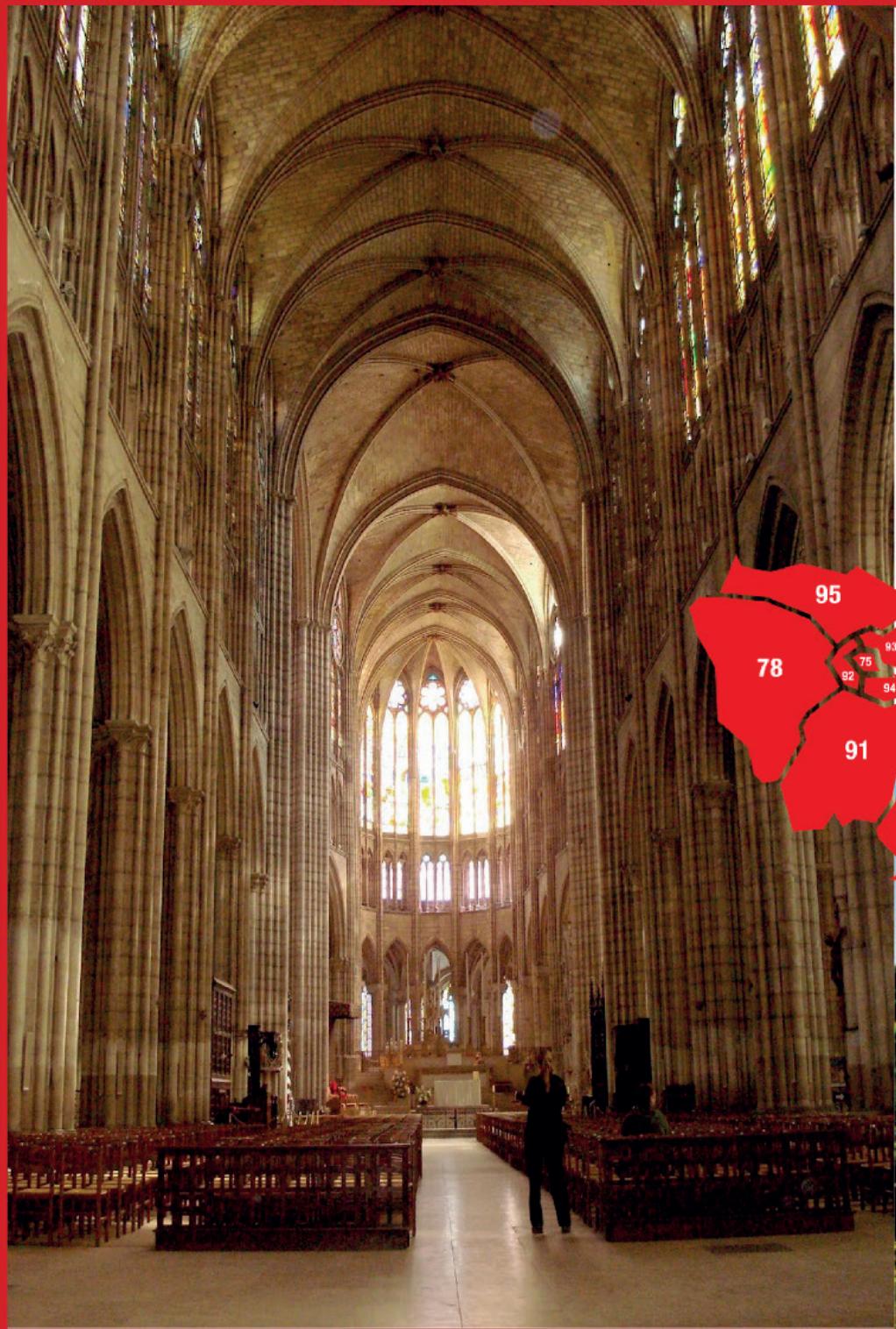


# Définition du projet

## PLANCHE TENDANCE

### CAHIER DES CHARGES

L'univers de référence est basé sur les richesses que possède la banlieue parisienne. Ce projet s'inspire du grand Paris mais visera plus loin pour présenter un maximum de lieux à découvrir. Nous parlons donc de ce qui est caché derrière Paris, ces endroits qui pourraient accueillir de nombreux touristes, étranger où même faire connaître ces lieux aux personnes les plus proches, les habitants, parents comme enfants.



Raleway :

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U  
V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U

U V W X Y Z

Questrial:

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T  
U V W X Y Z

#E30613

#FFFFFF

#CCCBC9

LE GRAND PARIS





# Analyses Concurrentielles

## SITE N°1

### CAHIER DES CHARGES

Site n° 1 : <https://www.parisinfo.com/>

Parisinfo est le site officiel de l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris. Il propose divers services afin de répondre aux différents besoins de ses clients. Disponible dans 11 langues différentes, ce site rentre bien dans notre secteur concurrentiel.

Le site possède deux barres de navigation:

- Dans l'en-tête, il est possible de s'enregistrer en tant qu'adhérent ce qui procure à l'utilisateur, certains avantages.

Il est possible aussi d'effectuer des recherches selon son statut : visiteur, professionnel. Parisinfo est très connecté sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Tripadvisor, Pinterest.

La bannière présente le logo du site mais notamment des liens cliquables : "recherche", "accessibilité", "info pratique", "réservation en ligne".

- Il est possible d'effectuer sa navigation selon 7 rubriques différentes afin de proposer à son navigateur les découvertes, les visites possibles, les lieux pour les simples sorties, le shopping, pour manger et se loger.

### EN CE MOMENT À PARIS...



Grease, le musical  
L'histoire d'amour mythique investit avec ses chansons inoubliables.



#### Octobre : Paris aime l'art

En octobre, Paris témoigne de son amour pour l'art à travers de nombreux événements : la Fiac, Nuit Blanche...



#### A la rentrée, la mode s'expose

Cette année, la rentrée est l'occasion pour les grands magasins de faire leur grande vente.

### SORTIR À PARIS

R PRATIQUE |

RÉSERVER EN LIGNE >

Rechercher

Accéssibilité

Points d'accès

Mon Panier

RÉSERVER UNE ACTIVITÉ

Paris Passlib' Culture & Loisirs

Cabarets & Spectacles Transports

Croisières Visites guidées

Méilleures ventes Excursions

voir toute l'offre >

RÉSERVEZ >

pose à Paris

ation d'explorer l'univers

unes.

voir plus d'événements >

## Analyses Concurrentielles



SITE N°1

CAHIER DES CHARGES

La page d'accueil possède beaucoup de blocs d'informations ce qui donne à première vue, une page déroulante longue et dense.

- "Réserver une activité", "En ce moment à Paris ... ", "Sortir à Paris", "Réservez", "Paris en images", "Préparez votre séjour"

Il est possible de voir en bas de page une rubrique "Paris en images" où sont présentées différentes vidéos de lieux phares à Paris : "Découvrez un autre Paris"

Le site propose des services pratiques et intelligents:

- des boutons de partages via les réseaux sociaux
- le site est disponible dans 11 langues différentes
- un design cohérent : bon choix des illustrations et des couleurs
- un diaporama automatique regroupant 4 thèmes d'informations
- des rubriques : Actus, événements en première page et d'informations pratiques
- possibilité de réservation sur des activités et événements proposés

Le site Parisinfo est un site efficace et cohérent qui permet d'effectuer des recherches très variées selon le secteur désiré, les services proposés sont intelligents cependant pour un contenu qui regroupe autant d'informations semblent très denses à la navigation.



# Analyses Concurrentielles

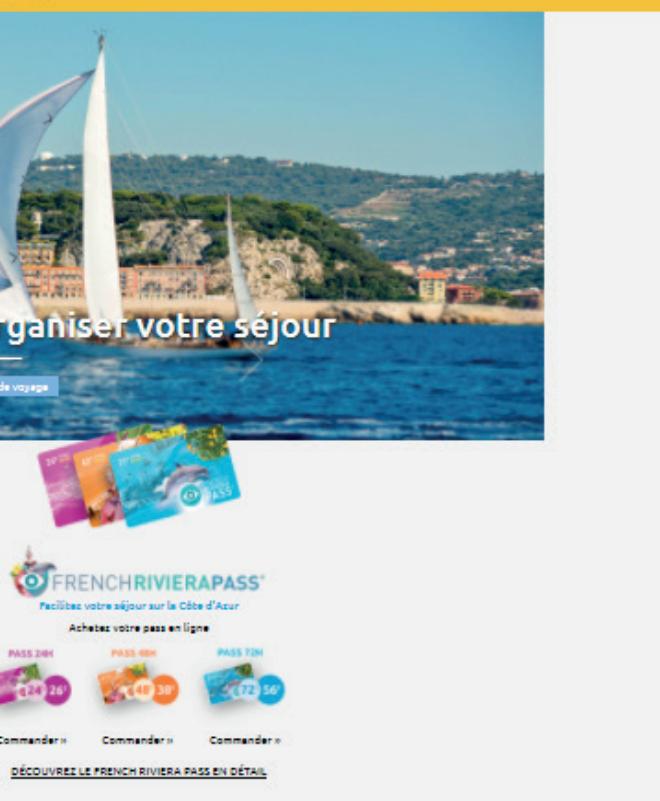
## SITE N°2

### CAHIER DES CHARGES

Site n° 2 : <http://www.nicetourisme.com/>

Il s'agit du site officiel réalisé par l'Office du Tourisme et des Congrès de Nice. Idéal à consulter pour organiser un séjour ou découvrir la ville à travers de bonnes adresses : restaurants, plages, shopping, hôtels, visites et offres spéciales. Le site propose une rubrique pratique concernant les transports, les parkings, les accès ainsi que des plans de la Ville. Le site est organisé de la façon suivante :

- L'entête est composé d'un espace de connexion, des drapeaux qui représente le choix de la langue, un icône pour la météo, des liens cliquable vers les réseaux sociaux de l'agence ainsi qu'un panier pour l'espace d'achat du site et liens des réseaux sociaux.
- Leur logo est centré et a été mis au point afin de représenter les couleurs et l'univers ensoleillé qui est présent à Nice.



# Analyses Concurrentielles



## SITE N°2

## CAHIER DES CHARGES

- Une zone de navigation avec des menus tels que "Découvrir Nice", "Que Faire", "Votre séjour" "Réserver" sont disposés en dessous du logo. Ces menus sont composés de sous rubriques qui guides l'utilisateur afin d'approfondir se recherches.
  - Il y a ensuite un diaporama qui défile automatiquement différentes images représentants des lieux atypiques se trouvant à Nice.
  - Par la suite une zone événementielle est disponible, elle met à la disposition de l'utilisateur une multitude des spectacle se déroulant à Nice.
  - Pour finir des posts Instagram accompagnés de photos sont disposé en bas de page avec le "#Nicemoment". Ces photos mettent en avant la beauté des paysages de certains lieux à Nice. Pour conclure, nous pouvons dire que le design du site est assez beau et ergonomique, les différents menus sont bien agencé et la compréhension des différentes rubrique est assez facile pour l'utilisateur.



# Analyses Concurrentielles

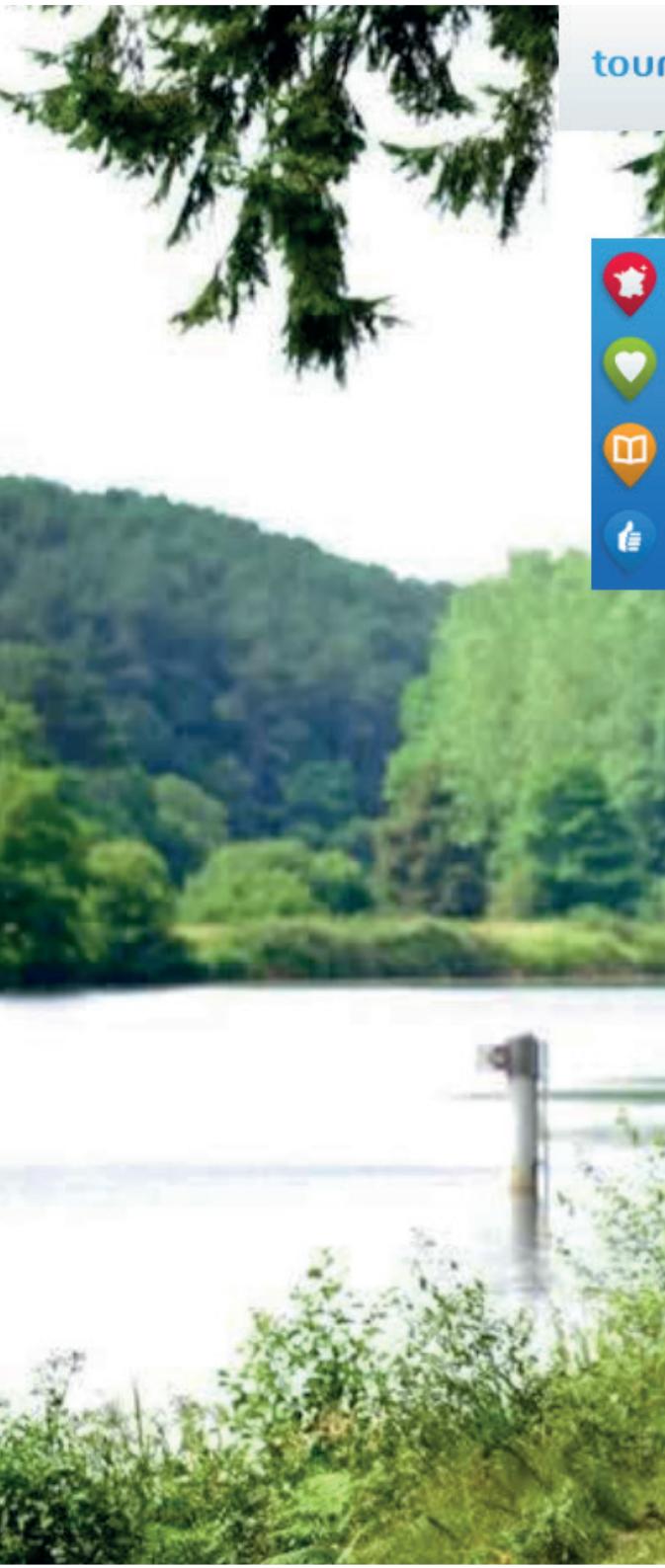
## SITE N°3

### CAHIER DES CHARGES

Site n°3 : <http://www.tourisme.fr/office-de-tourisme.htm>

Tourisme.fr est un site réalisé par Office de Tourisme de France. Il propose à ses clients de pouvoir préparer leur séjour avec les offices de tourisme et les syndicats mis en place. De même il indique des endroits de france qui pourraient être éventuellement visiter. Il y inclut des fonctions d'aide pour trouver des idées par rapport aux envie.

- L'entête est composé d'un logo, des liens vers les réseaux sociaux de l'agence ainsi qu'une barre de recherche
- Des images sont placés en fond et défilent.
- Il y a trois sous menus qui s'ouvrent sous la forme d'onglets, ces trois onglets concernent "L'office du tourisme" "le dispositif I-Mobile" et la "Labellisation" dans chacun de ces onglets la disposition est identiques il y a beaucoup de texte et peu d'interaction avec l'utilisateurs
- les différents textes servent à résumer le sujets principale traité dans le menu
- le pied de page du site est composé de plusieurs rubriques qui servent à diriger l'utilisateur dans ses recherches.
- l'ensemble est assez brouillon et peu harmonieux



## L'OFFICE DE TOURISME

## LE DISPOSITIF I-MOBILE

## LABELLISATION

[UN CONSEILLER BIEN INFORMÉ](#) | [UN CONSEILLER ACCUEILLANT](#) | [UN CONSEILLER QUI REND DES SERVICES](#) | [UN CONSEILLER RECONNUS](#)[Accueil > L'Office de Tourisme, votre conseiller éclairé > L'Office de Tourisme](#)

## ● L'Office de Tourisme

Offices de  
Tourisme  
de France

Offices de Tourisme de France : nous faisons de votre s...

S'ÉMERVEILLER



C'est un guichet unique où vous avez à votre disposition des conseillers en séjours pour vous orienter, vous aider dans votre recherche d'hébergement, de restauration, de loisirs, de culture...

Les [Offices de Tourisme de France](#) sont là pour vous faire découvrir les richesses du territoire et vous en offrir le meilleur !

Comme la valorisation de l'identité locale est au cœur leur mission, vous pourrez aussi assouvir vos envies de découverte en achetant directement auprès de nos équipes une visite guidée par exemple ou repartir avec des souvenirs, des produits du terroir et bien d'autres choses... pour ne pas oublier vos vacances et pour mieux y revenir !

● Qu'est-ce que le conseil éclairé ?

Depuis de nombreuses années, les Offices de Tourisme ont pris en compte les mutations de vos demandes et intégré votre comportement ultra informé et ultra connecté ! C'est pourquoi, les conseillers en séjours des Offices de Tourisme s'engagent à vous donner [une information qualifiée et vérifiée](#) pour répondre à votre demande avec le plus d'objectivité ! C'est tout l'objet de la démarche de « conseil éclairé » des Offices de Tourisme !

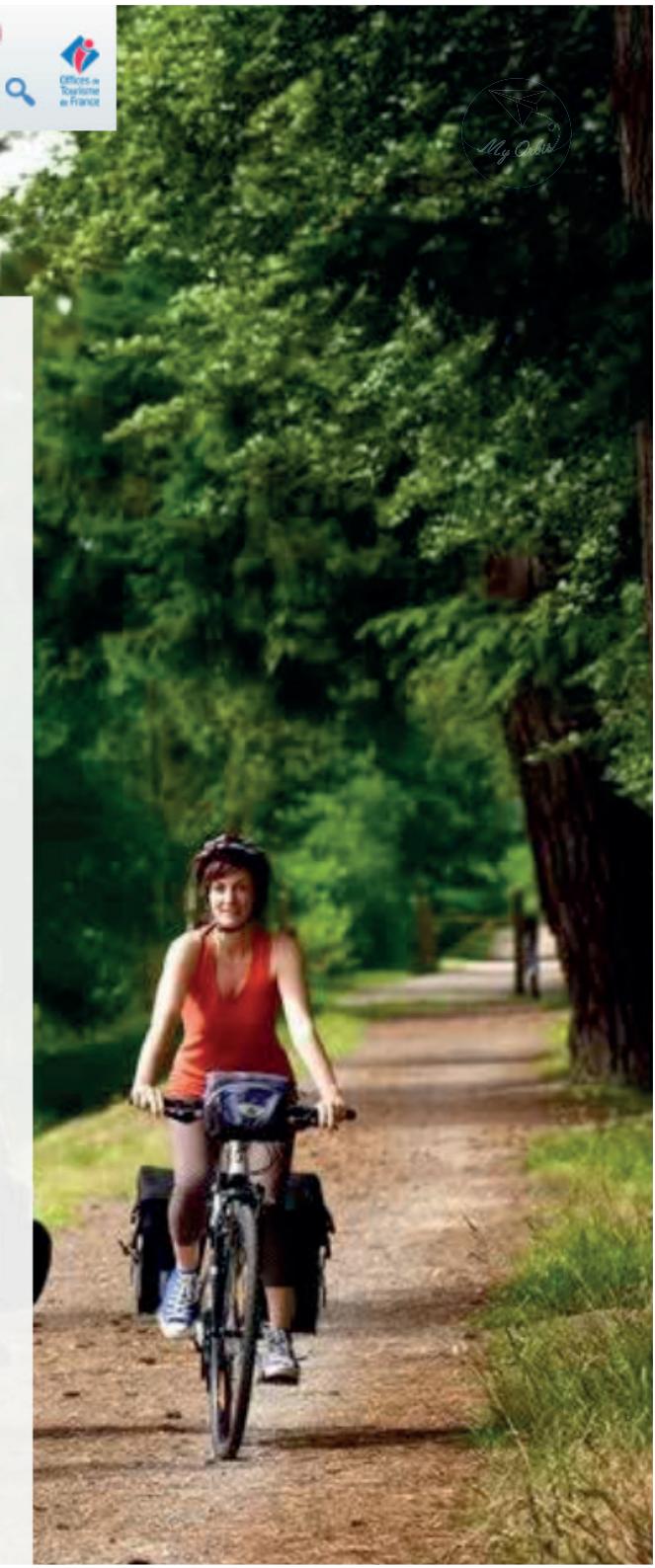


Pin it

Conseil éclairé à l'Office de Tourisme de Mulhouse

● En résumé l'Office de Tourisme est :

- [Un conseiller bien informé](#)
- [Un conseiller accueillant](#)
- [Un conseiller qui rend des services](#)
- [Un conseiller reconnu](#)





# Analyses Concurrentielles

## SYNTHÈSE ANALYSE

### CAHIER DES CHARGES

Après une analyse détaillée des différents sites concurrents, nous avons établi une liste d'éléments à éviter ou au contraire à ajouter afin de favoriser une démarcation positive de notre agence par rapport aux autres se trouvant dans le même secteur.

Tout d'abord concernant le site de l'agence, nous avons opté pour une page d'accueil présentant notre agence, les différents membres qui la compose, l'intérêt et l'objectif de notre produit. Ces différentes informations vont être disposées sous forme de rubriques qui seront visibles au fur et à mesure de la lecture de l'utilisateur, ceci lui permettra de ne pas être confronté à une quantité d'information d'un seul coup et donc de mieux organiser sa lecture.

Ensuite pour le site du projet, il sera accessible via le site de l'agence grâce à un onglet cliquable. Pour notre projet l'aspect visuel sera fortement mis avant afin de renforcer l'intérêt de nos utilisateurs sur les différents lieux proposés par notre agence. Nous avons opté pour un aspect assez interactif pour nos utilisateurs afin de rendre leur visite sur notre site assez dynamique et peu redondante. Le choix de la langue sera aussi disponible pour nos utilisateurs étrangers.

Concernant les images, qui sont nombreuses sur notre site, il faudra privilégier un format assez réduit afin de réduire le temps de chargement, mais surtout conserver la qualité de celle-ci.



Nous répertorions divers espaces tels que les lieux touristiques, culturel et de loisirs.

Qui sommes nous ?

Alyssia Cyrille  
Chef de projet

Zohra Elkadiri  
Directeur artistique

Dylan Francillette  
Communicant

"La diversité, en



**Orbis**  
agence fondée en 2017.

What We Do

Contact

Notre équipe composé de 6 membres, allie toutes ses compétences nécessaires afin de répondre aux demandes et aux besoins de sa clientèle amoureux des voyages.

Notre objectif est d'aider et d'informer les touristes ainsi que les voyageurs durant leur visites mais aussi de diffuser nos valeurs qui sont de valoriser et de transmettre l'histoire des banlieues culturels et attractives, le plus souvent oubliées.



Sakina Selhami  
Graphiste



Eugénie Hua  
Communicante



Paartheepan Raveenthiran  
Développeur

**toute simplicité"**

## Aalyses Concurrentielles



### VALEUR AJOUTEE

#### CAHIER DES CHARGES

A la différence de nos concurrents qui, tous, proposent des lieux insolites axés sur la ville de Paris, notre objectif à nous est d'offrir à nos clients de nouvelles destinations et expériences lors de leur voyage.

En effet, le projet mis en oeuvre a été pensé de manière à ce que les banlieues soient valorisées que ce soit par leur aspect économique (concurrentiel) ou valeurs culturelles et historiques qui sont mal exploitées. Nous tenons à changer le regard que portent les étrangers ou autres visiteurs sur les banlieues et notamment de changer les inégalités d'accès entre Paris et ses banlieues. Il est envisageable notamment pour notre projet de tirer profit du Grand Paris afin d'élargir nos moyens de communication entre Paris et ses banlieues. Ne pas privilégier les lieux touristiques de Paris est une stratégie, cependant nous les dévalorisons pas.

Ce que nous proposons grâce à notre site internet est un contenu plus organisé et libre d'accès grâce à nos onglets et rubriques cliquables, l'esthétique et le design seront soignés grâce à une navigation plus interactive pour les utilisateurs et un contenu moins dense en informations afin de faciliter leur navigation. Nous proposons également le choix d'une langue différente, l'anglais, pour notre site internet afin que les étrangers puissent s'adapter lors de leur navigation. Il sera également possible de profiter d'un mode sous-titres et audio pour les malentendants et non-voyants.

De plus, afin d'assurer la pérennité de notre site, nous mettons en place des fiches d'informations téléchargeables gratuitement en format PDF, nous adapterons les propositions des lieux en fonction des envies des visiteurs: thèmes, prix d'accès ... Nous assurerons notamment à actualiser et mettre à jour les contenus et les informations de notre site afin de maintenir une certaine dynamique du site et de ses réseaux sociaux.



# Analyses Concurrentielles

## MODÈLE ECONOMIQUE DU PROJET

### CAHIER DES CHARGES



Notre agence composée de 6 membres, saura répondre aux exigences de ses clients grâce à ses compétences et savoir-faire unique. Notre seul objectif est de satisfaire au mieux les visiteurs tout en leur inculquant un savoir et une culture sans pareille qu'est la France.

Le tourisme en France est réputé pour sa capitale et ses beaux paysages, ville du romantisme, de la gastronomie et de la luxure cependant, connaissons-nous vraiment Paris et ses périphéries ? Ces banlieues les plus souvent oubliées car sous-estimés et étiquetées de "quartiers sensibles", nous saurons grâce à notre projet BHIND, exploiter les atouts de ces villes qui présentent de plus en plus des avantages compétitifs notamment en matière de diversité culturelle et géographique.

En effet, du fait du projet le Grand Paris, il sera plus simple et efficace de rejoindre le cœur de la capitale depuis sa périphérie et inversement.

Nous cherchons donc à réinventer le tourisme en proposant des destinations improbables et extravagantes.

Nous connaissons parfaitement nos cibles, nos clients et leurs attentes. Nous saurons satisfaire leur curiosité et soif de nouvelles aventures tout en enrichissant leurs connaissances et expériences culturelles.

## MODÈLE ECONOMIQUE DU PROJET

### CAHIER DES CHARGES

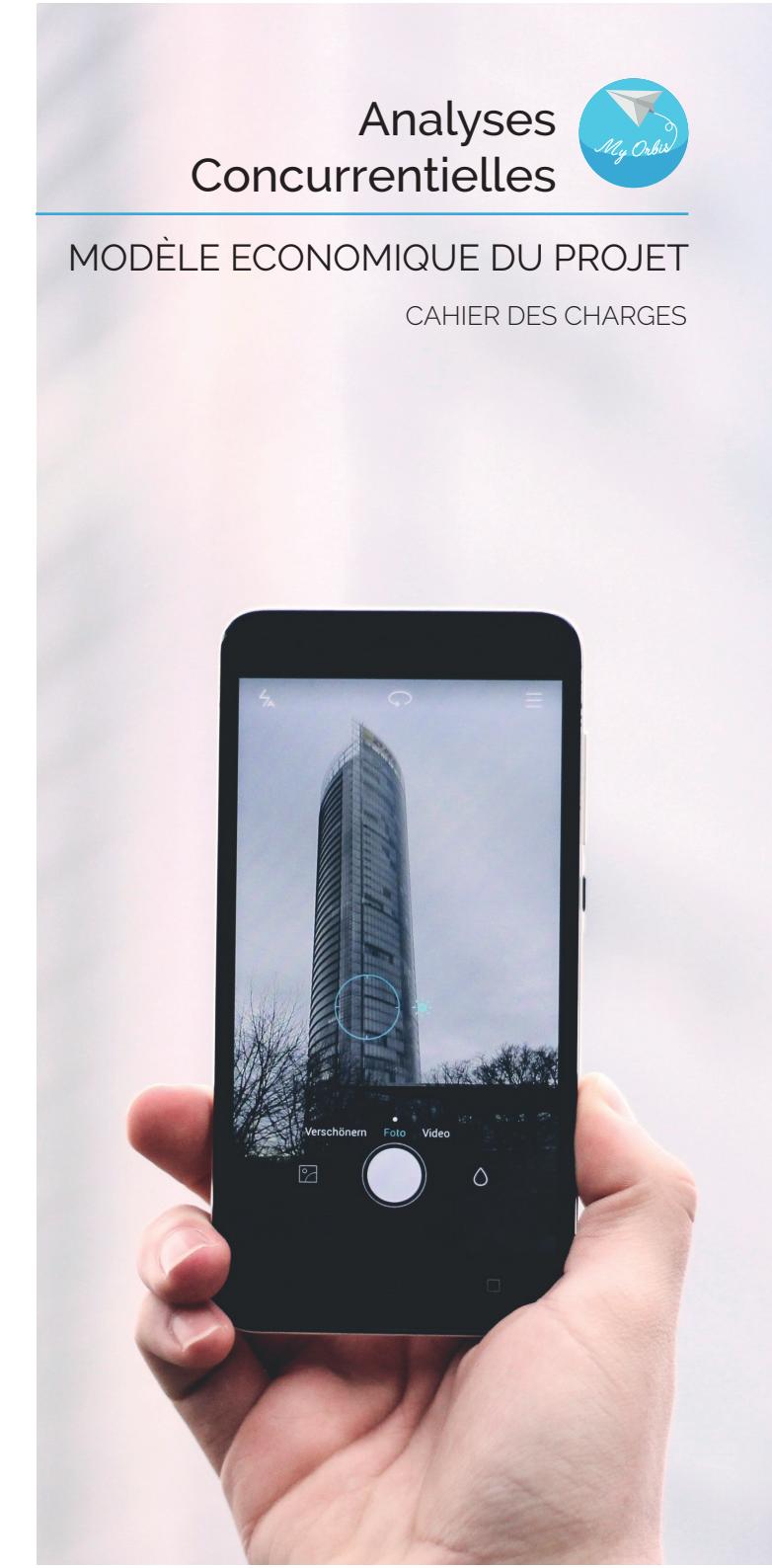
Grâce à notre site internet qui sera le pôle central de diffusions de nos informations et celui de la communication entre nos clients et notre agence, nous privilégions notamment les supports de communications suivantes:

- réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram
- affiches, films publicitaires

Présent et très actif sur notre site internet et réseaux sociaux, des mises à jour seront effectuées afin d'assurer la pérennité de notre agence, les informations et les contenus de notre site seront actualisés. Ainsi nous serons en constante interaction avec nos clients pour tous renseignements complémentaires.

Nous souhaitons établir un lien de proximité entre nos clients et nos services proposés car la communication et la confiance sont un atout majeur à l'efficacité de nos prestations. Créer un service qui sache combler les désirs de ses clients mais diffuser avant tout une image qui soit fidèle aux valeurs de notre agence.

Le projet sera totalement gratuit pour tous consultants. Par plusieurs moyens, nous pouvons le rendre rentable par rapport à différents acteurs potentiels qui pourraient être intéressés par le site internet BHIND. Ils pourraient être question des instituts, des communes, des départements, de la préfecture ou encore du ministère de l'Éducation. Plus précisément le projet étant accessible gratuitement, il pourrait être soutenu par l'État et évoluer grâce aux diverses ressources publicitaires, c'est-à-dire grâce aux annonceurs qui souhaitent éventuellement placer des publicités sur notre site. Les annonceurs pourraient être des liens directs vers des événements se produisant sur un lieu ou à proximité d'un lieu que nous proposerons.





# Analyse Concurrentielle

## CAMPAGNE DE COMMUNICATION

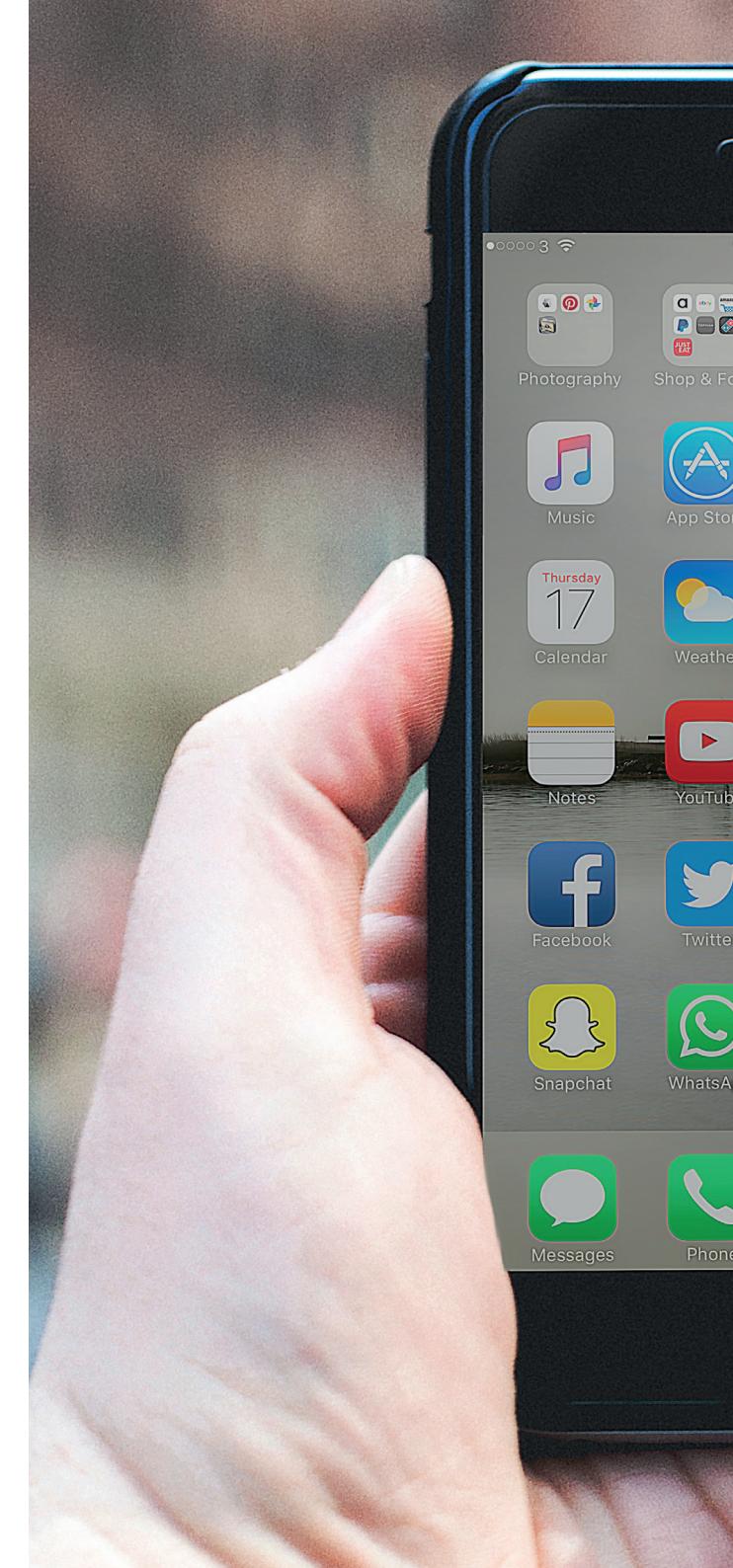
### CAHIER DES CHARGES

Afin d'effectuer une campagne de communication efficace, hormis notre site internet nous avons opté pour pôle central de communication et de diffusions, nos réseaux sociaux ou encore des plateformes de vidéos en lignes.

Les affiches publicitaires seront un moyen de communication externe des moyens numériques, c'est-à-dire qu'ils auront pour objectifs d'atteindre tous publics dans un endroit spécifiquement choisi. Nous avons décidé de diffuser ces affiches publicitaires dans des espaces tels que les transports en commun : bouches de métros, quais de RER... En effet c'est un endroit propice afin de captiver l'attention des parisiens ou quelconque touristes qui utiliserait ces trains. Insérer nos banlieues dans les villes de Paris est un moyen stratégique de susciter la curiosité de nos futurs visiteurs.

Facebook et Twitter permettent à nos clients de s'informer sur nos actualités et prendre connaissance de nos mises à jour effectuées sur le site internet <http://myorbis.fr/>. Nous partagerons notamment les fiches informations, photos et vidéos des lieux que l'on propose sur notre site internet. Facebook et Twitter permettent notamment aux clients d'interagir avec notre équipe de communication pour quelconques informations complémentaires.

Instagram quand à lui permettra la publication de photos et de vidéos promotionnelles afin de fidéliser et séduire davantage notre clientèle. La présentation de notre page Instagram se présentera sous la forme d'une galerie de photos\* des lieux issus des banlieues.



## CAMPAGNE DE COMMUNICATION

### CAHIER DES CHARGES

Le choix des supports de communications n'est pas anodin. En effet, avec l'expansion du numérique, nos clients seront plus susceptibles de prendre connaissance de notre projet via ces plateformes. Notamment auprès des jeunes utilisateurs, la communication serait plus efficace.

Notre site internet pourra contenir une publicité vidéo pour pouvoir attiser la curiosité des personnes sur le contenu qu'on propose. Cette publicité pourrait être vue directement sur le site ou sur une structure de réseau social qui pourrait probablement être sponsorisé

Il a été pensé qu'il serait nécessaire de créer un logo comme élément de référence à notre communication car c'est un moyen efficace qui permet de captiver l'attention et séduire le client par le visuel, c'est ce qui incarne notre identité et nos services proposés, qui diffuse une valeur à notre image mais surtout c'est ce qui nous permettra de nous valoriser et de nous démarquer.





## Contraintes & Difficultés

### CAHIER DES CHARGES

Suite à la création d'un site internet BHIND nous aurons voulu lancer sa propre application afin de s'assurer d'obtenir un public encore plus large que souhaité et de pouvoir, à tout moment, être utilisé sans connexion réseau sur des téléphones portables.

L'application pourrait être directement téléchargeable sur les systèmes d'exploitation IOS ou le système d'exploitation Android. Cependant n'ayant pas les compétences requises pour la création d'application mobile, nous avons privilégié la création d'un site internet qui sera adaptable sur mobile.

L'intégration d'une application sur un site web nécessite beaucoup de ressources tel que l'interface interactive mais aussi l'administration du site.

L'un des principaux objectifs du site est d'accueillir un nombre important d'utilisateurs sur notre plateforme BHIND et de répondre rapidement à leur demande. Mais il faut s'assurer que le site soit accessible sur un mobile et de manière très rapide.

En effet le temps de chargement d'une page est une contrainte qui s'avère être sévère et qui peut nuire à notre site. C'est pour cette raison que nous devons privilégier les performances et le contenu important sur mobile, puis étoffer la page d'information pour des plus grands terminaux afin d'assurer une bonne expérience lors de la navigation sur le site aux utilisateurs.

Le site internet devra être compatible avec tous les navigateurs aussi bien sur PC que sur mobile.

La page d'accueil présentera certains sites qui pourraient intéresser l'utilisateur et elle présentera aussi le projet BHIND en quelques lignes.

Il sera nécessaire d'ajouter une carte géographique permettant de situer l'utilisateur. Les points d'intérêt seront sauvegardé dans une base donnée il sera donc nécessaire d'ajouter une carte géographique permettant de situer l'utilisateur.

Il nous faut acquérir et posséder des compétences qui vont permettre de mettre en avant notre structure et d'assurer la pérennité du site en employant diverses stratégies pour améliorer la position de l'entreprise sur ses marchés actuels, développer une image positive de spécialiste dans son domaine, d'avoir une constante attention sur nos limites en cas de saturation de la demande, contrôler les activités des éventuels concurrents.

Etant donné de notre cible principale, le site sera construit de sorte à ce que son utilisateur puisse basculer d'une langue à une autre. Les langues qui y seront disponibles sont la langue anglaise et la langue française.

Ainsi pour chaque langue, le site va devoir subir des adaptations autres que la traduction du contenu notamment pour les personnes handicapés.

Sachant que certains handicapés ne peuvent pas avoir la possibilité de voir ou d'entendre, il va falloir implanter des sous-titres dans les éventuelles vidéos du site et également des versions audio de nos articles. Tout le monde a le droit d'accéder à l'histoire.

En matière de difficultés et de contraintes techniques externes, plusieurs contraires s'opposent à nous. Des médias vont devoir être réalisé afin d'illustrer et de remplir nos contenus et nos articles. C'est pour cette raison qu'il va nous falloir de louer mais également de demander des droits afin de pouvoir diffuser des médias que l'on prévoit de faire sur différents sites de notre périmètre de projet. Il va nous falloir prendre en contact diverses personnes afin de pouvoir avoir un réel suivi des informations des lieux concernés.



# Planning Général

## CAHIER DES CHARGES

	Alyssia CYRILLE	Paartheepan RAVEENTHIRAN	Zohra ELKADIRI & Sakîna SELHAM	Dylan FRANCILLETTE & Eugénie HUA
<b>19/09/17 - 13/10/17</b>				
Rédaction du contenu du cahier des charges	✗	✗	✗	✗
<b>20/09/17 - 09/10/17</b>				
Créations des éléments graphiques : logos, planches tendances	✗		✗	
<b>05/10/17 - 12/10/17</b>				
Mis en place de la Charte Graphique	✗		✗	
<b>19/09/17 - 21/09/17</b>				
Gabarit du site internet	✗	✗		
<b>22/09/17 - 16/10/17</b>				
Développement du site internet		✗		



Notre agence My Orbis a pour objectif principal de soutenir les inégalités dont souffrent les banlieues aujourd'hui. Nous cherchons donc à redonner à celles-ci, leur importance et leur valeur afin qu'elles puissent s'affirmer en tant que lieux touristiques et compétitifs face à sa capitale. Elles subissent depuis déjà plusieurs années une inégalité et une discrimination qui ne devraient pas voir le jour. Elles possèdent des avantages géographiques, démographiques et culturelles dont ils faut en faire profit. Pour cela, notre agence a mis en place le projet BHIND. Grâce à notre site internet et nos divers supports de communications tels que les réseaux sociaux qui sont un bon moyen de diffusion et de partage ainsi que nos affiches et vidéos publicitaires, tous ces dispositifs vont permettre à nos clients de suivre nos activités mais surtout de profiter de nos services.

Ce que nous proposons est bien plus que de simples musées ou monuments historiques, nous mettons en valeur les talents et la beauté que Paris lui-même ne possède. Nous offrons à nos visiteurs une nouvelle ère du tourisme.

En contribuant à ce projet, nous souhaitons donc ouvrir de nouveaux horizons pour les visiteurs et voyageurs du monde entier afin de partager et diffuser ces atouts majeurs que possède nos banlieues.



# Webographie

---

## CAHIER DES CHARGES

Site officiel de l'Office de Tourisme de France  
<http://www.tourisme.fr/office-de-tourisme.htm>

Site officiel de l'Office du tourisme et des congrès de Nice  
<http://www.nicetourisme.com/>

Site officiel de l'Office du tourisme et des congrès de Paris  
<https://www.parisinfo.com/>

Site officiel de la ville de saint-denis  
<http://www.ville-saint-denis.fr/>

Site Tripadvisor  
<https://www.tripadvisor.fr/>

Site officiel du musée du louvre  
<http://www.louvre.fr/>

Site officiel de la société du grand paris  
<https://www.societedugrandparis.fr/>

Unsplash pour les images libres de droits  
<https://unsplash.com/>

# CHARTE GRAPHIQUE

## My Orbis

Octobre 2017





## Sommaire

---

### CHARTE GRAPHIQUE

Signification	p.41
Couleurs	p.42-43
Typographie	p.44-45
Dimension	p.46
Zone de protection	p.47
Construction	p.48-49
Utilisations	p.50
Papeterie	p.51-52
Web	p.53



Le logotype est la propriété de l'agence My Orbis.

«Orbis» est un mot provenant du latin et a plusieurs significations : cercle, globe, monde...

La forme ronde fait référence à un globe terrestre sans continent. Nous avons, ici, seulement le ciel et l'océan représentés par deux niveaux de bleu. Le plus clair étant le ciel et le plus foncé pour le côté océan.

Le nom de l'agence «My Orbis» est posé comme un nuage ou une fumée créée par l'avion qui traverse le globe.

Ce logo fait donc référence au voyage et au tourisme.



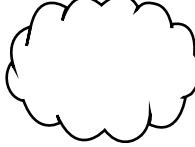
## Les couleurs de l'avion

	Héxadécimal	RVB	CMJN (%)
	#eddeded	R 237 V 237 B 237	C 8 M 6 J 7 N 0
	#c9cccc9	R 201 V 204 B 201	C 24 M 16 J 20 N 1
	#c6c4c4	R 199 V 196 B 196	C 25 M 20 J 20 N 2
	#b5b5b5	R 181 V 181 B 181	C 32 M 24 J 25 N 4
	#8c8e8e	R 140 V 143 B 143	C 46 M 35 J 35 N 14

## Les couleurs du globe

	Héxadécimal	RVB	CMJN (%)
	#66c5e3	R 102 V 197 B 227	C 58 M 1 J 9 N 0
	#4aabd7	R 74 V 171 B 215	C 67 M 15 J 7 N 0

## Les couleurs du texte

	#ffffff	R 255 V 255 B 255	C 0 M 0 J 0 N 0
---	---------	-------------------------	--------------------------



# Typographie

## CHARTE GRAPHIQUE

La typographie utilisé pour «My Orbis» est la AngelFace.

Cette police évoque un aspect traditionnel français qui rappelle l'origine de l'agence.

De plus la calligraphique a des traits fins, nous faisant penser à la légèreté et donne un côté libre et structuré.

La couleur blanche utilisée pour ce logo symbolise les nuages qu'on peut voir dans le ciel ou au dessin que peuvent faire les avions en volant.

AngelFace:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOQRSTUVWXYZ

UVWXYZ

! ? ; : . % \$ \* " ' # &

0123456789



Le logo est associé à la police raleway pour tout document où il est représenté. Exempté pour les courriels où le choix de la police sera libre.

Raleway

abcdefghijklmopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST  
UVWXYZ

! ? ; : . % \$ \* " ' # &

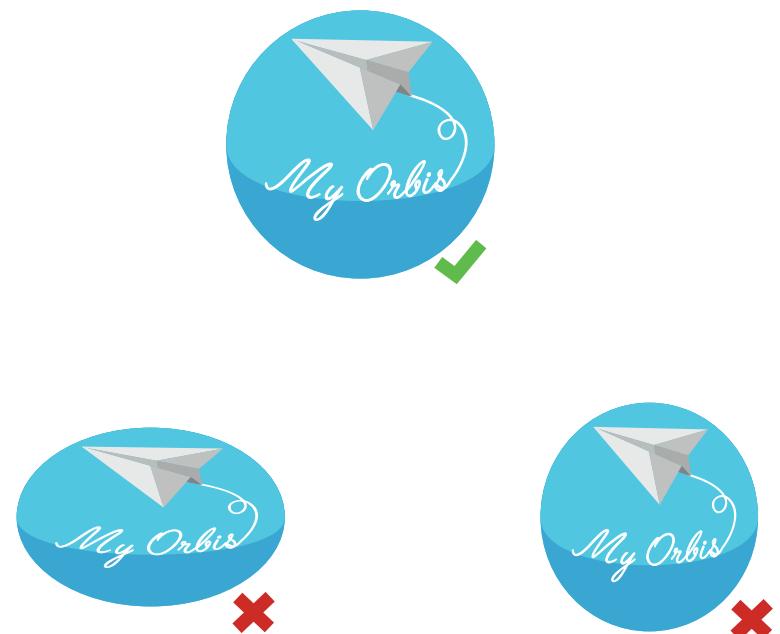
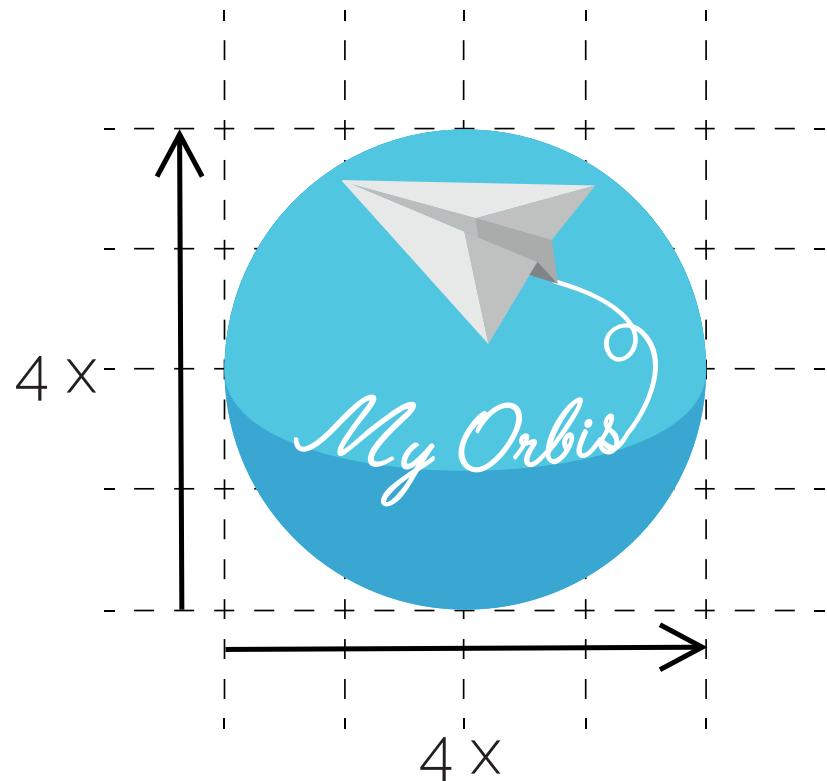
0123456789



## Dimension

### CHARTE GRAPHIQUE

La taille minimal du logo est de 1,4 cm de côté et en aucun cas n'a le droit d'être étiré.  
Soit un rayon minimal de 7 mm.



Echelle :

1 X -> 0,35 cm

## Zone de protection

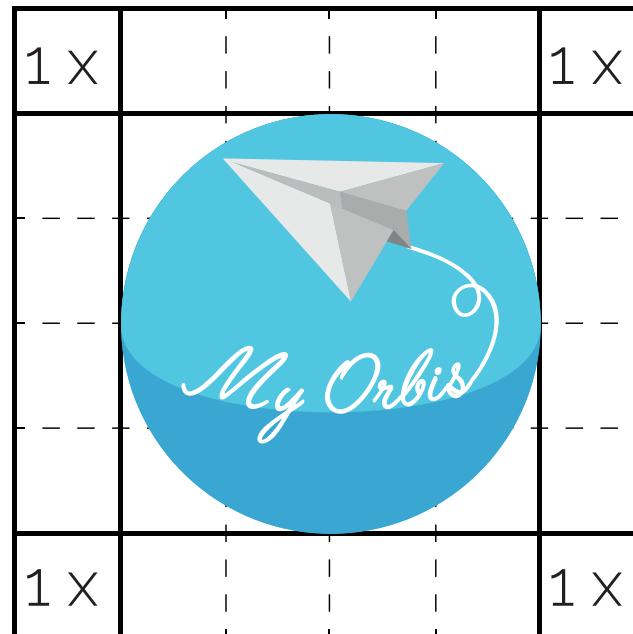


CHARTE GRAPHIQUE

Le logo My Orbis peut être disposé librement en respectant la zone de protection.

L'espace minimum est représenté par la hauteur et la largeur d'une unité de x.

Si l'espace entourant le logotype est restreint, il est autorisé d'utiliser un espace minimal de la moitié d'une unité de x.



Echelle :

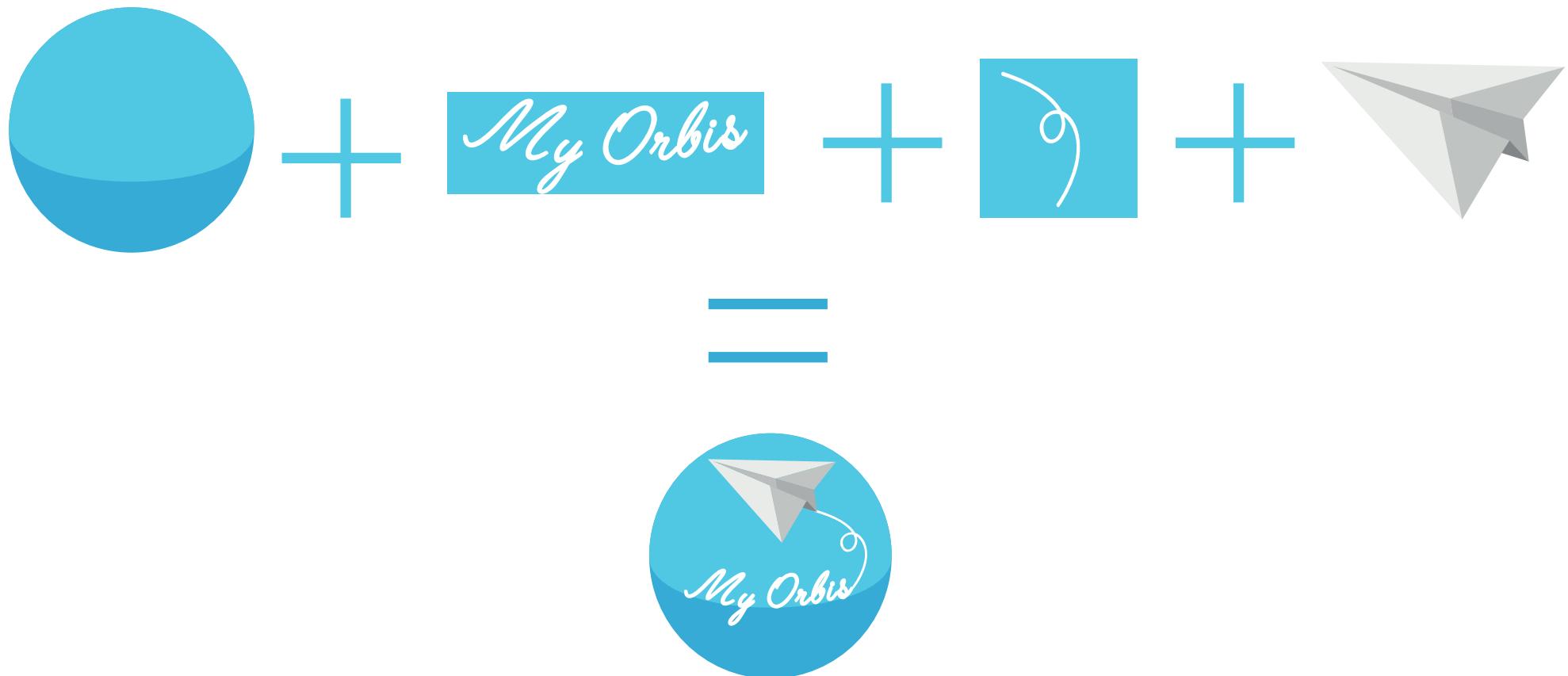
1 X -> 0,35 cm



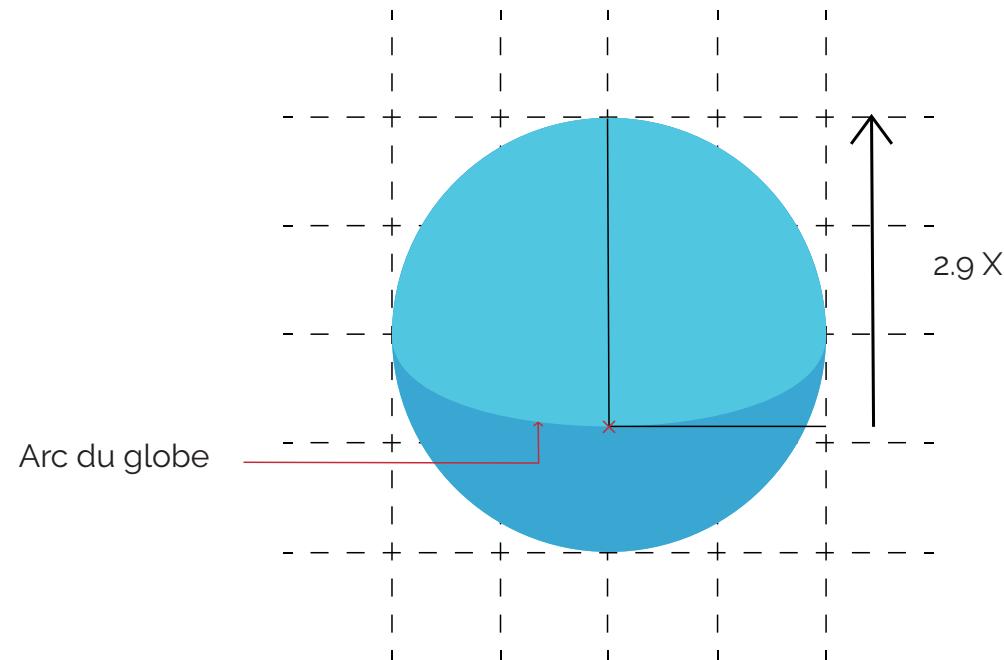
## Construction

### CHARTE GRAPHIQUE

Le logo est composé d'un cercle, d'un texte, d'un tracé et d'un avion.



Le point central de l'arc, du côté bleu le plus clair, doit avoir une longueur de  $2.9 \times$  par rapport au globe entier. Donc la partie la plus foncé doit être de  $1.1 \times$  entre le l'axe central de l'arc et le côté sud du globe.



Echelle :  
 $1 \times \rightarrow 0.35 \text{ cm}$



## Utilisations

### CHARTE GRAPHIQUE

Le logo peut être superposé sur un fond noir ou blanc. Il peut également être sur une photo ou une image tant qu'il reste lisible, visible donc que les couleurs ne se confondent pas. Cependant l'image doit être soit sombre soit clair.



YES



YES



NO



NO



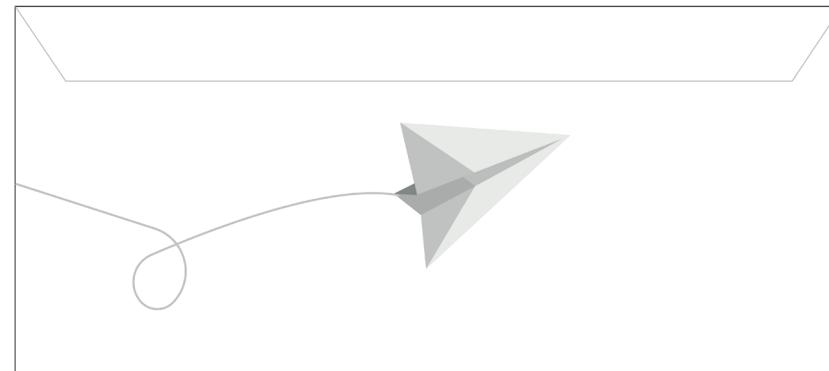
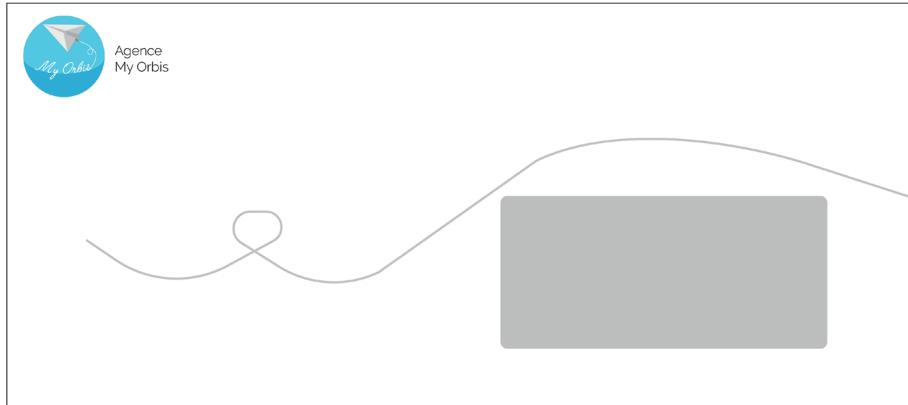
NO



NO



## ENVELOPPE





# Papeterie

CHARTE GRAPHIQUE

## CARTE DE VISITE

