

# Cahier des charges Movie Land



## Introduction

### **1 Présentation et objectifs de l'entreprise**

Le parc MOVIE LAND appartient à la marque MOVIE WORLD qui a fait son apparition dans le milieu de la production cinématographique en 1993. L'enseigne cherche en permanence à donner au cinéma français une visibilité à travers le monde. Avec ce projet de parc d'attractions, le but est d'attirer les plus jeunes dans le milieu du cinéma afin que dans un futur proche, le cinéma français bénéficie de nombreux jeunes talents dans tous les corps de métiers. De plus, ce parc d'attractions permettra de dégager un bénéfice qui sera ensuite redistribué à la boîte de production, permettant ainsi de pouvoir réaliser des films pouvant concurrencer le cinéma américain qui est le leader actuel dans le milieu.

- **Domiciliée** : 65 Boulevard de la Réussite, Toulouse.
- **Tél** : 05 61 13 56 46.
- **Courriel** : [movieworld@courriel.fr](mailto:movieworld@courriel.fr)
- **Forme juridique** : SARL
- Société active depuis le 1 Septembre 1993
- **Représentée par** : Michel Azanavicius, Cogérant, ancien réalisateur.  
Alain Chabat, Cogérant, ancien acteur et réalisateur.  
Eva Green, Cogérante, ancienne actrice.
- **Capital** : 2 356 751€
- **Numéro Siret** : 83425945900024
- **Numéro TVA intracommunautaire** : FR06834259459

### Présentation du projet

MOVIE WORLD fait appel à vous afin de mettre en place un site à l'image du futur parc MOVIE LAND. Le site doit, en plus de présenter les attractions et activités du parc, donner envie de plonger dans l'univers du cinéma car c'est là le but premier du parc : faire du cinéma français un milieu de rêve. Pour cela, vous devez faire comprendre que le parc s'adresse à tous le monde, tous les ages et qu'il y en a pour tous les goûts. La charte graphique doit également faire référence aux classiques du cinéma, et faire comprendre à l'utilisateur que les visiteurs du parc se retrouveront plongés dans l'univers de leurs films préférés, de toutes les générations et de tout les styles.

## 2 Intervenants

- Le Client, **MOVIE WORLD** – représenté par **Jean DUJARDIN**, Responsable communication.
  - Numéro de téléphone : 075262981
  - Email : [jeanmovie@nicemovie.fr](mailto:jeanmovie@nicemovie.fr)
- Le prestataire, **greatcode**
  - Numéro de téléphone : 075262941
  - Email : [greatcode@plsnoreact.fr](mailto:greatcode@plsnoreact.fr)

# Contexte

## 1. Objectifs

### OBJECTIFS GENERAUX :

- Connaître les fonctionnalités proposées par les sites de parcs concurrents afin de pouvoir s'en inspirer tout en trouvant comment se démarquer et faire du site MOVIE LAND un site connu et reconnu.
- Attirer toutes sortes d'utilisateurs, du plus jeune au plus âgé, de toutes classes sociales et de tous les goûts cinématographiques.

### LES OBJECTIFS SPECIFIQUES

1. Afficher la possibilité d'effectuer des attractions mais aussi des activités dites plus "douces" telles que des spectacles.
2. Faire du site MOVIE LAND un incontournable des sites d'attractions en France.
3. Mettre en confiance l'utilisateur, par exemple en lui démontrant que l'accueil au parc des personnes à mobilité réduite se fait en toute sécurité et sans accroc.
4. Faire du cinéma un terrain attractif pour tous les jeunes du pays.

## 2. Cibles :

La cible principale du parc est le jeune cherchant ce qu'il fera de sa vie active. Pour cela, nous devons faire rêver les jeunes, mais aussi convaincre les parents que le cinéma est un milieu d'avenir pour leurs enfants.

Quelques exemples types de nos cibles :



**Identité**  
Paul, 16 ans, Lycéen  
Fils unique, célibataire  
Habite avec ses parents

**Personnalité**  
Passionné de jeux vidéos et science fiction.  
  
Timide, curieux.  
  
Ne sait pas quoi faire après le lycée.  
  
Aime découvrir de nouveaux univers créatifs.

**Activités**  
Jeux vidéos, Films / Séries  
Lecture  
Dessin

**Buts personnels**  
Souhaite se diriger vers une carrière dans la création artistique.

**Habitudes de consommation**  
Visite de parcs d'attraction uniquement pendant les vacances.

**Stratégie**  
Attirer son attention via des partenariats avec des films / jeux vidéos et autres oeuvres.



**Identité**  
Théa, 7 ans, CE1.  
Un frère.  
Vit avec sa mère et son frère.

**Personnalité**  
Hyper active.  
Extravertie.  
Joueuse.  
Adore les princesses Disney.

**Activités**  
Dessins animés Disney.  
Adore se déguiser.  
Joue beaucoup à la princesse et au chevalier.

**Buts personnels**  
S'amuser.

**Habitudes de consommation**  
N'a jamais fait de parc d'attraction.

**Stratégie**  
Partenariats avec des dessins animés.  
Princesses dans le parc.  
Pubs télévisées.



## Identité

33 ans, mère célibataire, aide soignante.  
2 enfants.

## Personnalité

Calme.  
Passionnée de sport.  
Aime les films d'amour.

## Activités

Jogging, Yoga.  
Lecture.  
Géo Catching avec les enfants.

## Buts personnels

Veut le meilleur pour ses enfants.  
Cherche à trouver l'âme soeur.

## Habitudes de consommation

Visitait les parcs d'attractions dans sa  
jeunesse.  
N'a pas les moyens pour y aller avec ses  
enfants.

## Stratégie

Partenariats avec les CE.  
Promotions et places à gagner dans des  
jeux concours.



## Identité

62 ans, retraité de la SNCF.  
Marié sans enfant.

## Personnalité

Bout en train  
Passionné d'astronomie

## Activités

Observation des étoiles.  
Bingo avec sa femme.  
Lis des magazines scientifiques.

## Buts personnels

Souhaite une retraite "active".  
Veut en apprendre toujours plus.

## Habitudes de consommation

A déjà visité plusieurs parcs.  
Recherche toujours de  
nouvelles expériences

## Stratégie

Publicité dans des magazines.  
Gain de places dans des  
jeux concours.

### 3. Concurrence

Enseigne	Disney Land	Niglo Land
Prix	Visible sur le site lors de la réservation	Visible sur l'accueil du site
Activités	Visible sur le site	Visible sur le site
Réservation de séjour	Possible sur le site	Possible sur le site
Charte graphique	Épurée	Enfantine
Présence sur les réseaux sociaux	Importante	Modérée
Popularité	Internationale	Locale
Publicité	Importante	Limitée
Rubrique vie du parc	Présente sur le site	Rubrique actu sur le site
Langue du site	Large panel de langues disponibles	Quatre langues disponibles
Capital	2.035.978.998,82 €	8.000€

### 4. Analyse Marketing

**MOVIE LAND** se place sur le marché suite à une problématique retrouvée régulièrement par les cinéphiles : le manque d'attrait flagrant du public envers le cinéma français. La communauté internationale n'a que peu d'intérêt pour le cinéma français, mais en plus de cela, la communauté française elle aussi porte un regard négatif sur le cinéma de notre pays, préférant se diriger vers les grosses productions américaines. Face à cette problématique MOVIE WORLD prend l'initiative de créer le parc MOVIE LAND afin d'apporter une visibilité et un attrait supplémentaire

aux créations cinématographiques de notre beau pays. Cette action permettra d'apporter une plus value certaine au niveau visibilité mais également de générer des bénéfices qui seront directement injectés dans la réalisation de films afin d'en améliorer la qualité. De plus, le parc éveillera chez les plus jeunes une passion pour le cinéma et ses côtés afin de générer un vivier de nouveaux talents dans le cinéma pour les prochaines années à venir.

L'enjeu est de pousser le cinéma Français au devant de la scène, et même de concurrencer le cinéma américain sur le long terme, qui est le leader actuel dans le milieu. Nous avons déjà des écoles de cinéma réputées dans le pays, mais les investissements et les côtés ne sont pas à la hauteur, nous nous sommes fixés comme mission de régler cette problématique et de faire de notre pays, qui a été un précurseur au niveau des différentes formes d'arts, un leader de la production cinématographique.

**SWOT :**

# MOVIE LAND

## ANALYSE SWOT

S

### FORCES

- Movie World déjà implanté dans le ciné Fr
- Expérience et carnet d'adresses des dirigeants
- Grande variété d'activités.
- Bon capital de départ
- Contrats avec des producteurs déjà établis

W

### FAIBLESSES

- Société connue, mais naissance du parc
- Concurrence avec une enseigne mondialement connue.
- Rétablir une image positive du cinéma français
- Pas encore présent sur les réseaux sociaux.

O

### OPPORTUNITÉS

- Nombre croissant de contrats avec des professionnels du cinéma.
- Assurer l'attractivité du parc et du cinéma Français
- Envisager un partenariat avec des influenceurs et des enseignes du Cinéma et du dessin animé.

T

### MENACES

- Concurrence avec Disney Land
- Crise sanitaire.
- Modification des préférences des consommateurs

WWW.MOVIE-LAND.FR

## Définir les besoins

### 1.L'existant

L'entreprise possède un nom de domaine : [www.movie-land.com](http://www.movie-land.com) mais nécessite un hébergement et une gestion du site.

### 2.Énoncé du besoin.

L'entreprise nécessite un site e-commerce du parc avec la présentation du parc, les attractions et spectacles, un logo, des formules de tarifs et une rubrique de vie du parc. Également

une plateforme où le client peut se connecter, réserver un séjour, donner des avis, et avoir accès à un support technique. Il doit également y avoir un back office afin que les admins du site puissent régulièrement alimenter la rubrique vie du site et actus.

- Présenter l'entreprise, ses activités (et ses conditions d'accès).
- Plateforme de connexion client.
- Plateforme de connexion admin.
- Plateforme pour les avis clients.
- Réserver un séjour en ligne.
- Service SAV.
- Gestion de l'hébergement du site.
- Vie et actu du parc.
- Logo.
- Calendrier des disponibilités (périodes et horaires d'ouverture).
- Accueil et présentation.
- Plan du parc, localisation.
- Présentation des tarifs et des formules particulières.
- Présentation des infrastructures disponibles (Parking, toilettes, infirmerie, restaurants, etc.).
- Rubrique emplois du parc avec les annonces d'offres.
- Présenter les possibilités de logements proches du parc.
- Formulaire de demandes particulières.
- Réseaux sociaux.

## **2. Les fonctions du produit.**

### **Présentation**

- 1 page accueil avec la présentation du parc avec possibilité de réservation.
- 1 page avec les activités et les détails.
- 1 page avec la présentation des possibilités de logements.
- 1 page avec la présentation des offres d'emploi.



- 1 page vie du parc.

### Plateforme connexion client / Admin

- 1 page ou le client peut créer son compte avec un pseudo et un password et ses informations.
- 1 page ou l'admin peut se connecter.
- Back office pour admin afin d'alimenter la rubrique vie du parc.

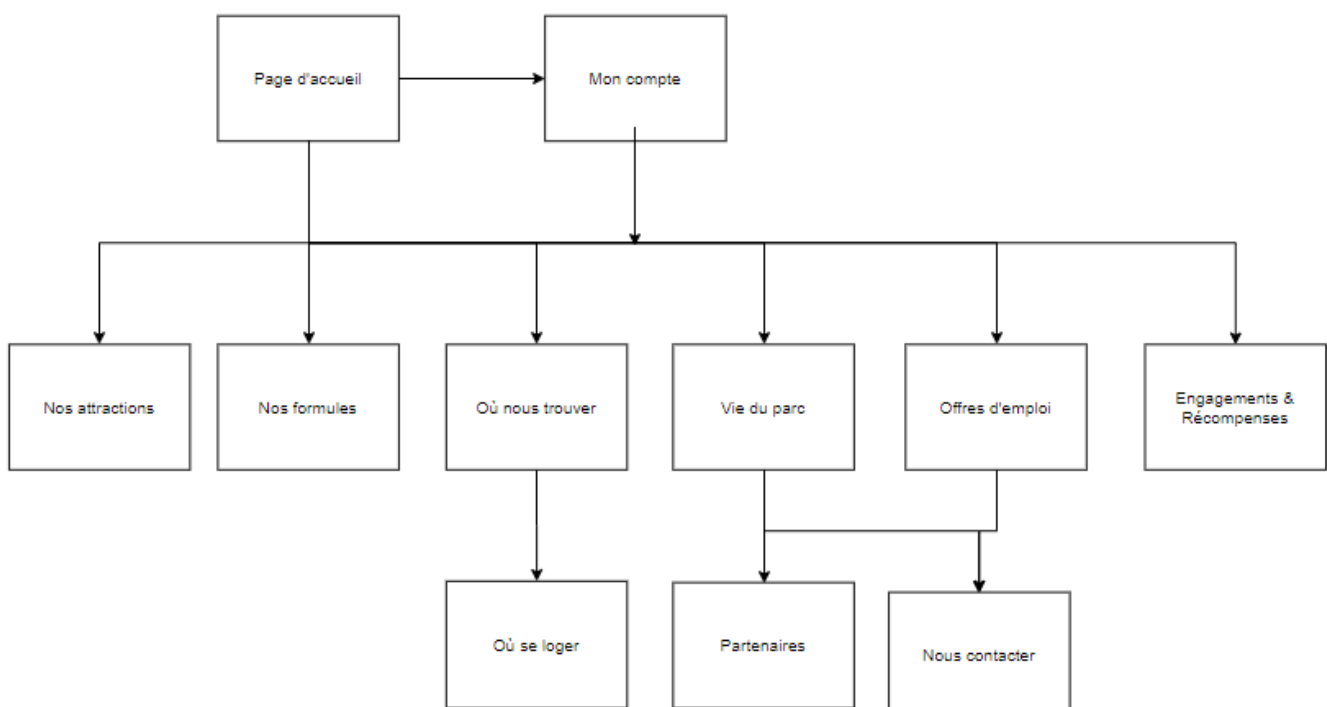
### E-commerce

- Présentation des tarifs et formules.
- Connexion Backend pour modifier le site.
- Une zone Backend avec toutes les fonctionnalités permettant de gérer le site (ajouter/modifier/supprimer des formules et disponibilités).

### Navigation

- Une barre de navigation dans toutes les pages permettant de parcourir l'arborescence du site.

### Arborescence



# Contraintes

## 1. Contraintes techniques.

Le site sera une application html, CSS, NodeJS et CMS (Wordpress) pour un meilleur référencement qui roulera dans un serveur Node.js à l'aide d'une base de données SQL.

Elle sera compatible avec la grande majorité des navigateurs.

Le prestataire doit se charger de l'hébergement et gestion du site.

**1.1** Le prestataire propose le service d'hébergement Hostinger Startup, et un forfait de gestion à 50€/mois tout compris.

## 2. Contraintes légales et réglementaires.

La principale contrainte légale est le Règlement général sur la protection des données (R.G.P.D.) qui, depuis 2016, impose une protection de l'utilisateur et de ses données personnelles.

## 3. Contraintes de coûts.

Les salaires, la prestation du photographe et l'hébergement du serveur.

## 4. Contraintes de délais.

Le client impose la réception de son projet au 01/02/2022.

# Déroulement du projet.

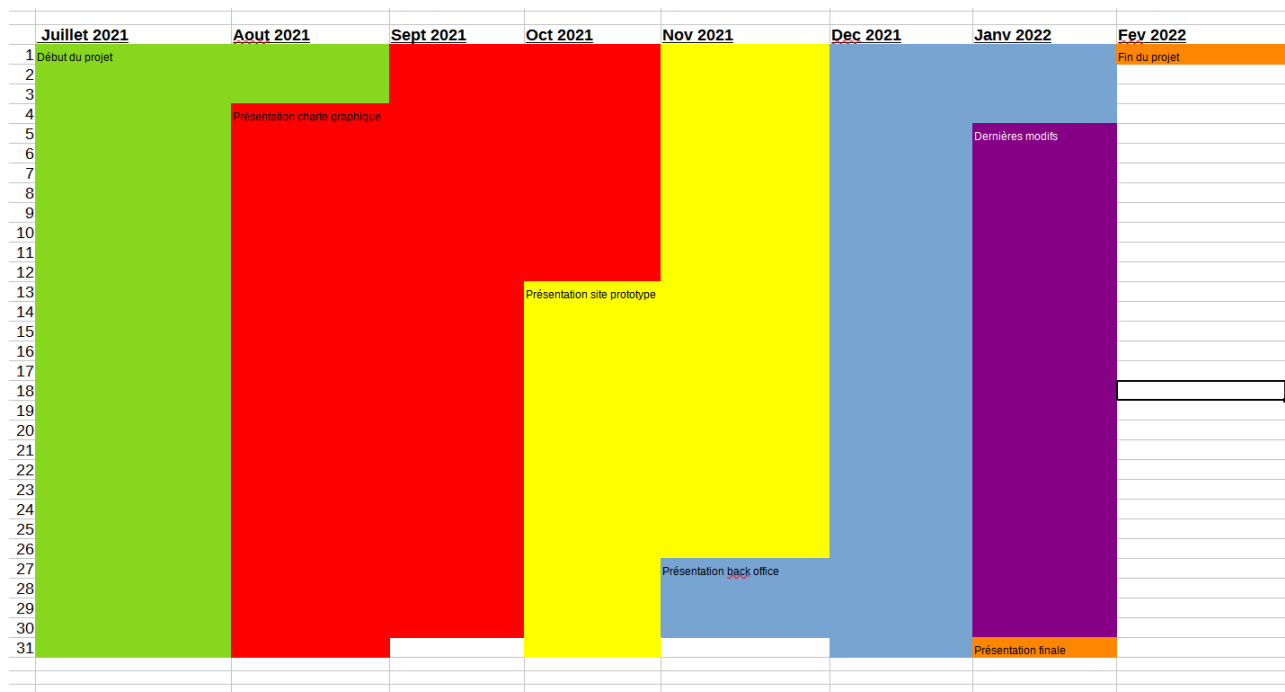
## 1. Livrables :

- Charte graphique
- Maquette
- Prototype de site
- Site final

## 2. Planification.

Le projet débute le 1er juillet 2021 et se termine le 1er février 2022.

Les dates de présentation des différents livrables seront effectuées suivant le planning ci dessous :



### 3.Devis.

Ce devis tient en compte les heures de travail de l'équipe du prestataire et les propositions d'hébergement et gestion du site.

	Juil 2021	Aout 2021	Sept 2021	Oct 2021	Nov 2021	Dec 2021	Janv 2022	Fev 2022	Total
Heures travaillées	234h	234h	227h	234h	227h	234h	234h	9h	1633h
Salaire	4387,5	4387,5	4256,25	4387,5	4256,25	4387,5	4387,5	168,75	30618,75
Hébergement & gestion	50	50	50	50	50	50	50	50	400
Montant total	4437,5	4437,5	4306,25	4437,5	4306,25	4437,5	4437,5	218,75	31018,75