

MARION Julia
GRUET Anna
TURAN Clara
3P2



Dossier PAO Funky parc

Table des matières

Présentation du projet 1

Analyse concurrentielle 1

Le site internet 3

Analyse de la communication

3

Le reste de la communication 3

Refonte du logo et toute l'identité graphique 4

Ce que nous proposons 4

Processus créatif 5

Nouveau site 8

Affiches 9



Présentation du projet

Funky Parc est un parc de loisirs en intérieur destiné aux enfants, situé à Besançon. Notre mission est de moderniser l'image de la marque à travers une refonte complète de son identité visuelle et de ses supports de communication.

L'objectif est de rendre Funky Parc plus attractif pour les familles, tout en véhiculant ses valeurs fondamentales : dynamisme, enfance et aventure.

(Réf webographie pour voir le site)

Analyse concurrentielle

1. Royal Kids Besançon

Type : Parc de jeux en intérieur.

Description : Royal Kids est une chaîne de parcs de loisirs pour enfants avec des structures similaires à Funky Parc : toboggans, piscines à balles, parcours aventure, etc.

Public : Enfants de 0 à 12 ans.

2. Jump Park Besançon

Type : Trampoline park.

Description : Bien que ciblant un public plus large (adolescents et adultes inclus), les parcs de trampolines comme Jump Park sont aussi populaires chez les familles avec enfants. Ce type d'activité attire souvent le même type de clientèle que les parcs indoor comme Funky Parc.



3. Parc Dino-Zoo

Type : Parc d'attractions éducatif.

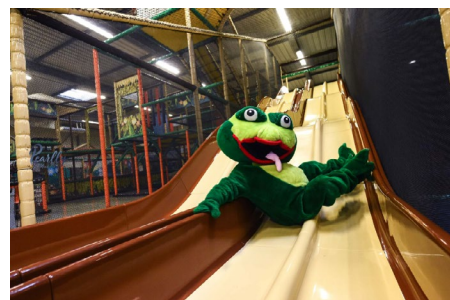
Description : Situé à une trentaine de kilomètres de Besançon, le Dino-Zoo est un parc d'attractions familial qui propose des activités à la fois ludiques et éducatives, notamment autour des dinosaures. Bien qu'il soit en extérieur, il cible une clientèle familiale similaire.



4. Okidok

Type : Parc de jeu intérieur

Description : parc de jeux pour enfant qui propose aux enfants des activités à la fois ludiques et sportives. Nos centres « récré-actifs » offrent sur 1000 m² environ, un espace de loisirs couvert entièrement dédié aux enfants de 0 à 12 ans, dans un univers aux couleurs de la jungle.



Analyse de la communication

Le site internet

Nous avons choisi de concentrer notre analyse sur le site internet de Funky Parc, qui constitue une vitrine essentielle pour attirer les familles et promouvoir les services du parc. Cette étude met en lumière les principales faiblesses de la communication numérique actuelle et propose des pistes d'amélioration.

Lors de notre analyse du site internet de Funky Parc, plusieurs problèmes majeurs sont apparus. Tout d'abord, on constate l'utilisation de textes blancs sur des fonds blancs (*réf annexe I*), une pratique qui nuit gravement au référencement naturel (SEO). Les moteurs de recherche pénalisent ce type de stratégie, ce qui réduit la visibilité du site sur les moteurs de recherche.

Le design global du site manque également d'attrait. Il donne une impression peu dynamique et ne reflète pas l'énergie que l'on attend d'un espace de jeux pour enfants. Par ailleurs, Funky Parc utilise des personnages issus du film d'animation «Madagascar», sans disposer des droits d'exploitation nécessaires (*voir le comparatif dans la même annexe*). Cette pratique pourrait exposer l'entreprise à des risques juridiques.

Le reste de la communication

La mascotte actuelle présente également plusieurs problèmes. Son expression faciale est peu accueillante, sa posture semble maladroite et les dents visibles sur les lèvres lui donnent un aspect étrange, voire effrayant pour les enfants. Le logo, quant à lui, est pixelisé et manque de professionnalisme. Enfin, le feed Facebook de Funky Parc est fade et peu engageant, ce qui limite les interactions avec la communauté.

Sur Instagram (*réf Webographie*), la communication est encore trop basique. Le compte manque de cohérence visuelle et d'identité propre, ce qui empêche Funky Parc de se démarquer parmi ses concurrents. Les publications sont trop espacées dans le temps et ne suscitent pas assez d'engagement. Il serait pertinent de proposer une stratégie plus dynamique avec des visuels colorés et des contenus engageants pour attirer l'attention des familles et des enfants.

Ce que nous proposons

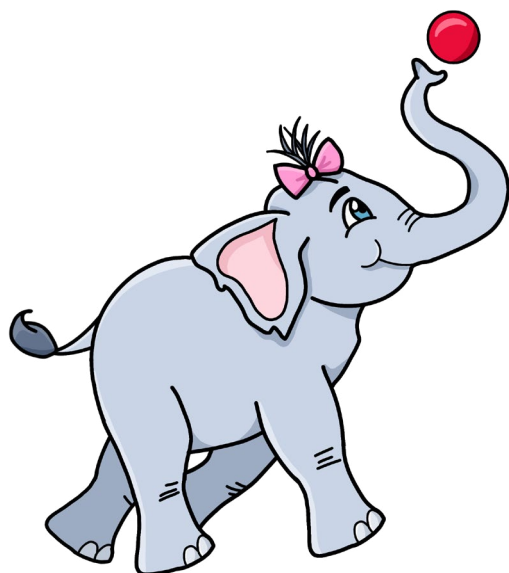
Refonte du logo et toute l'identité graphique



Nous avons envisagé une refonte complète des mascottes et des éléments visuels du parc afin de renforcer l'identité de Funky Parc tout en proposant une expérience immersive pour les enfants. L'idée principale est de créer des personnages en adéquation avec les différentes activités proposées dans le parc, tout en respectant la nouvelle charte graphique que nous avons développée. Comme on peut le constater dans l'annexe I, certains animaux représentés sont ceux de Madagascar, tandis que d'autres sont complètement différents. Notre objectif est d'apporter une uniformité tout en évitant les problèmes de droits d'auteur, comme indiqué précédemment.

Chaque personnage incarnerait un aspect spécifique des jeux présents dans le parc, rendant l'expérience plus ludique et cohérente pour les enfants.

Par exemple, les toboggans pourraient être représentés par un éléphant, symbolisant la robustesse et le plaisir de la glisse, tandis que les jeux en hauteur évoqueraient une girafe, pour son long cou et sa capacité à atteindre les sommets. De même, les parcours acrobatiques pourraient être associés à un singe, agile et joueur, et la piscine à boules pourrait être représentée par un hippopotame ou un crocodile, des animaux ludiques mais impressionnants. Ces personnages deviendraient les ambassadeurs du parc, créant un univers unique et identifiable.



Processus créatif

I. Le lion

Le nouveau logo repose sur une représentation stylisée et ludique d'un lion. Son style de dessin est volontairement cartoon, destiné à capter l'attention des enfants et des familles, sans tomber dans un réalisme qui pourrait paraître trop sérieux ou intimidant. L'idée est de créer une mascotte immédiatement reconnaissable et sympathique.



Description :

Le personnage est un lion au look fofou, rigolo et plein d'énergie. Son visage expressif, légèrement louche et avec la langue tirée, lui donne une apparence amusante qui évoque celle d'un chien. Cependant, grâce à sa crinière épaisse, on comprend immédiatement qu'il s'agit d'un lion.

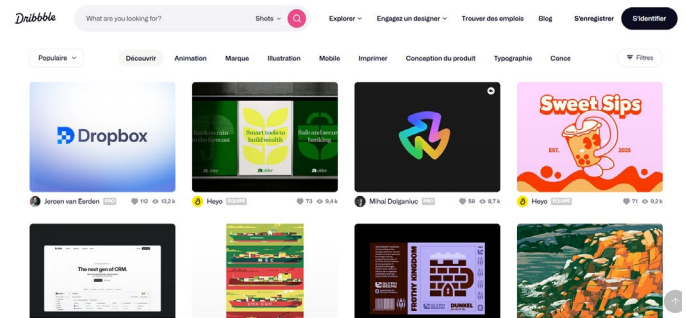
Pour accentuer le côté fun et accueillant, ses oreilles ont une forme originale. Il montre ses pattes tendues vers l'avant, comme s'il invitait les enfants à jouer dans son univers ludique.



Le personnage peut être décliné dans plusieurs versions thématiques :

- Version classique : avec les pattes en avant.
- Version anniversaire : le lion tient un gâteau pour fêter un événement.
- Version Halloween : déguisé en vampire pour une touche effrayante et drôle.
- Version kawaii : avec une expression adorable et une petite patte posée sur la joue.

Pour concevoir ce logo ainsi que les autres animaux, nous avons d'abord cherché de l'inspiration sur des plateformes comme Dribbble (*réf Webographie*), en étudiant les tendances actuelles et en observant comment d'autres artistes abordent des personnages animaliers. Cela nous a permis de définir les grandes lignes stylistiques que nous voulions adopter.



La priorité était donc le logo avec le lion. Nous avons réalisé plusieurs croquis pour expérimenter différentes formes et expressions. Nous avons joué avec les proportions et les postures afin de trouver un design qui soit à la fois attrayant, mémorable et suffisamment flexible pour être utilisé dans divers contextes.

(Annexe 2 pour voir les différentes inspirations pour tous les animaux ainsi que les croquis définitifs)

2. Les couleurs et la typographie

Nous avons hésité entre des couleurs pastel, évoquant l'univers des livres pour enfants, et des couleurs plus flashy. Finalement, nous avons opté pour des teintes vives afin de transmettre davantage de gaieté et d'énergie.

Pour les ombrages des personnages, nous avons utilisé un effet de rendu inspiré de la technique «render», comme on peut le voir sur le personnage de Sonic (*cf annexe 2 : Sonic*). Cette méthode permet d'accentuer les volumes et d'apporter de la profondeur aux illustrations, tout en conservant un style graphique dynamique et attrayant.

Nous avons choisi IbisPaint pour sa rapidité, son accessibilité et le nombre d'outils qu'il possède.



3. Le logo définitif

Nous avons opté pour la typographie MouseMemoirs, une police imposante et claire. Finalement, nous avons retenu la deuxième version avec une typographie arrondie, car celle-ci suit la courbe du personnage et donne l'impression que c'est la mascotte qui parle. Cette typographie correspond bien à l'esprit dynamique de Funky Parc. De plus, elle occupe moins d'espace et offrait un meilleur rendu sur le site.

(Voir l'annexe 2 : Logo avec typo)

4. Les autres animaux

Toujours dans l'annexe 2, nous pouvons voir les animaux terminés.

Nouveau site

Menu

Nous avons décidé de mettre en place un menu déroulant avec des sous-catégories, car il offre de nombreux avantages pour les visiteurs du site internet. En effet, les sous-catégories permettent de structurer l'information en regroupant des éléments similaires, ce qui évite d'avoir un menu principal surchargé et difficile à parcourir.

(réf annexe 3 : refonte du menu)

Maquette

Le site internet actuel de Funky Parc possède de nombreux défauts, dont un visuel très peu ergonomique (réf annexe 3 : maquette). Afin de faciliter l'accessibilité des utilisateurs aux informations et aux prestations proposées par l'établissement, nous avons réalisé des exemples de pages.

La page d'accueil regroupe toutes les informations essentielles que les visiteurs pourraient rechercher, notamment les activités et prestations proposées, ainsi que les informations pratiques comme la restauration, les horaires et les tarifs. Les visuels de cette page sont conçus pour offrir une expérience agréable tout en facilitant la navigation.

Les utilisateurs peuvent ainsi rapidement comprendre la hiérarchie et localiser facilement l'information qu'ils recherchent. Ce type de menu économise de la place tout en permettant aux utilisateurs d'explorer les options sans quitter leur emplacement actuel.

La page "Anniversaires" présente les trois formules proposées par l'établissement. Sous chaque image, une section déroulante permet d'afficher les détails de la formule en cliquant dessus. Un peu plus bas, un bouton Call-to-Action redirige les utilisateurs vers la page de contact. Cette structure de page avec des visuels adaptés pour les enfants et les adultes sera adoptée sur l'entièreté du site afin de garantir une navigation à la fois dynamique, intuitive et facilement accessible.



Affiches

Visuellement, les affiches actuelles de Funky parc ne sont pas suffisamment attractives. En effet, la majorité d'entre elles possèdent beaucoup trop d'informations qui peuvent créer de la confusion et rendre le message difficile à comprendre rapidement. Cette surcharge d'informations nuit à l'esthétique de l'affiche.

Une affiche doit capter l'attention instantanément et transmettre une idée claire en un coup d'œil. C'est pour cela que nous avons réalisé des affiches claires et percutantes, qui vont à l'essentiel des informations recherchées par la cible.



Pour une marque, un slogan est essentiel car il résume de manière mémorable et percutante l'identité et la promesse de la marque, tout en renforçant son lien avec le public.

Nous avons choisi le slogan : “De l'énergie à dépenser” car il reflète parfaitement l'essence de Funky Parc en mettant en avant un lieu où les enfants peuvent canaliser leur énergie à travers des diverses activités amusantes. Il est simple, mémorable, et parle autant aux parents qu'aux enfants, tout en créant une image dynamique du parc.

(Réf annexe 4 pour voir les affiches)

Conclusion

Ce projet a révélé tout le potentiel inexploité de Funky Parc. L'identité visuelle et la communication initiale manquaient de cohérence et ne reflétaient pas l'énergie ni l'univers ludique que le parc souhaite offrir aux familles. En retravaillant les fondamentaux — du logo à la mascotte, en passant par le site internet et les supports imprimés — nous avons permis à Funky Parc de retrouver une identité forte et adaptée à son public.

Laisser le parc avec son ancienne image aurait été une erreur. Chaque ajustement que nous avons proposé apporte une vraie valeur ajoutée : une communication plus professionnelle, plus attractive, et surtout, plus en phase avec les attentes des visiteurs. En somme, cette refonte donne à Funky Parc toutes les clés pour se démarquer, séduire, et surtout durer.
