

# DIMANCHE!

L'ennui ce sera pour lundi

Ce projet est proposé par un groupe d'étudiants du M2 Communication & Multimédia de l'IFP

- Camille COBB pour la stratégie et la communication
- Loïc LEPLAT pour la stratégie et la communication
- Edouard RICHEL pour l'UX Design et le développement (HTML, CSS)
- Pierre VILLY pour l'UX Design et le développement (Javascript, PHP)

## « DIMANCHE! c'est quoi ? »

Dimanche! se présente comme un curateur et un agrégateur de contenus qui propose une expérience utilisateur unique grâce un parti-pris : le nôtre. Musiques, films, vidéos ou encore recettes de cuisine, ce site web -destiné principalement aux étudiants et aux jeunes actifs- vous divertit avec des contenus originaux, spécialement adaptés à l'humeur de l'utilisateur.

DIMANCHE! LE PRINCIPE QUI SOMMES NOUS ? S'INSCRIRE

### Salut!

On est dimanche.  
Tu t'ennuies et tu êtes entre ton lit, le canapé et le frigo ? T'en as marre de rager sur les stories Instagram de tes potes qui donnent TOUTS l'impression de passer un dimanche gé-ni-al ?

Indique l'humeur dans laquelle tu te trouves et nous te proposerons des contenus adaptés !

Au bout du rouleau    Envie de voyager    **En feu**    Envie de me cultiver

Envoyer

S'inscrire    Nos promesses    Mentions légales

## La démultiplication des contenus culturels numériques parvient-elle à tuer l'ennui ?

La dématérialisation et la diminution des coûts de production engendrées par le web ont entraîné une diversification des contenus culturels. Cette dernière répond à la demande d'une cible de plus en plus importante. Par leurs pratiques et leurs attentes, les générations Y et Z ont bousculé les méthodes de production et de distribution. En effet, selon une étude d'Hadopi et du CSA, les 15-24 ans se déclarent volontiers «accros» à l'écoute de musique en ligne. Quant au visionnage de films et de séries, il correspond à un moment de détente, une consommation qui peut devenir boulimique, notamment pour les séries.

Le marché de la VOD et SVOD a progressé de 40% sur les trois dernières années et le marché du streaming musical représente désormais 79% du marché global de la musique. Les grands acteurs tels Spotify et Deezer ne cessent de voir leur nombre d'abonnés augmenter. *In fine*, les terminaux numériques sont devenus le support principal des loisirs pour un quart des français.

Malgré cela, les outils numériques et leurs contenus ne semblent pas pallier l'ennui. Scroller son fil d'actualité Facebook, se perdre dans les méandre de Youtube, ne pas savoir quel film regarder... Ces plateformes sont devenues à la fois la fuite et l'expérience-même de l'ennui. Elles ont du s'adapter à la surabondance de contenus en accompagnant l'internaute dans sa consommation de biens culturels. À l'image du «Flow» de Deezer, elles visent désormais à répondre aux attentes de l'utilisateur en se basant sur ses préférences et les tendances.

# DIMANCHE!

L'ennui ce sera pour lundi

## Une plateforme qui répond à un besoin ciblé

En s'adaptant au développement du marché et aux opportunités qui se dégagent des tendances actuelles, Dimanche! vise à apporter une solution simple aux longues après-midis passées à se demander que faire lorsque l'on s'ennuie chez soi.

En proposant différents types de contenus (à savoir de la musique, des vidéos, des recettes de cuisines et des films) générés en fonction de l'humeur de chacun, Dimanche! vise à offrir à l'utilisateur une expérience inattendue marquée par un parti-pris fort. Ce parti-pris impacte directement le choix des contenus proposés sur la plateforme. Alors qu'actuellement, les acteurs du marché préfèrent mettre en avant des contenus populaires, Dimanche! se démarque en prenant le contrepied et en présentant des contenus difficilement atteignables.

Accessible grâce à une interface très simple, la plateforme a été pensée pour minimiser le nombre d'interactions séparant l'utilisateur des contenus proposés. Contrairement aux *leaders* du marché, ce n'est plus l'utilisateur qui s'adapte à la plateforme mais la plateforme qui s'adapte à l'utilisateur, en répondant à son besoin sans même qu'il ne soit explicitement formulé.

## Une stratégie éditoriale assumée

S'adressant tout particulièrement aux 18-27 ans, Dimanche! a à cœur de s'adapter à ses utilisateurs à travers un ton décalé et un second degré marqué. Celui-ci se retrouve sur l'ensemble des contenus. Dimanche! se présente presque comme un ami qui nous conseillerait sur des contenus à voir et à écouter.

## Dimanche! voit plus loin

A court terme, l'équipe souhaite créer un espace communautaire qui permettra à chacun de suggérer des contenus et de les éditorialiser. Après plusieurs contributions validées, l'utilisateur se verrait attribuer un rôle d'expert dans un domaine (musique, cinéma, cuisine, ...), lui permettant de rejoindre le projet. L'avantage ? Faire des contributeurs des ambassadeurs de la marque.

Une fois un nombre suffisant d'utilisateurs atteint et une véritable communauté installée, Dimanche! souhaiterait mettre en place de solides partenariats afin d'améliorer la qualité du service. L'équipe pense par exemple à s'associer à Netflix, ce qui permettrait d'élargir l'offre de films et de séries directement accessible depuis le site. Au-delà des partenariats en lien avec l'activité de la plateforme, Dimanche! envisage de s'associer à des entreprises de livraison de repas à domicile telles que Deliveroo ou de courses en ligne. Ce type de partenariats permettrait d'améliorer l'expérience utilisateur en s'appuyant sur des services complémentaires à la plateforme. C'est également un moyen d'avoir une source de revenus pérenne.

## et les données ?

Parce que c'est aujourd'hui un des grands enjeux du marché, on envisage la question pour combler un manque actuel : pouvoir fournir des données statistiques sur les tendances et les goûts des utilisateurs aux entreprises du secteur du multimédia, du divertissement et plus généralement de la culture. Cela aurait des effets directs sur la qualité des contenus produits par ces mêmes entreprises et donc sur la qualité de notre propre service. Mais évidemment cela serait dans le respect des données personnelles des utilisateurs. //

*Camille, Chargée de la stratégie et de la communication de Dimanche!*

Rendez-vous sur [dimanche.esy.es](https://dimanche.esy.es)