



# natural net

## Agence web & webmarketing

à Bordeaux depuis 2007

- **100 %** conçu et développé en France
- **12 ans** d'expérience
- Conformité **RGPD** & e-privacy
- Taux de satisfaction **5/5**
- Formations financées
- Plus de **200** clients

Réf. : **Spécifications fonctionnelles et techniques V 2.0**

Projet : **“Un brin d’herbe pour rebondir”**

Emetteur : Eric Emery | Natural-net Tél. : 05.56.17.75.19  
49 Boulevard Antoine Mail : [contact@natural-net.fr](mailto:contact@natural-net.fr)  
Gautier SIRET : 49755371900038  
33 000 Bordeaux

**Date d’émission : 17/07/2018**

## **Un projet Natural-net en partenariat avec EDICTALIS**



# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b>	<b>2</b>
<b>1. Contexte</b>	<b>4</b>
Les points forts du projet	4
La collaboration avec Edictalis & Natural-net	5
Noms de marque & noms de domaine	5
Logo	5
Politique tarifaire	5
Communes	5
Partenaires	6
Eléments complémentaires aux spécifications	6
<b>2. Principales étapes</b>	<b>7</b>
Avant ouverture commerciale	7
Après ouverture commerciale	8
<b>3. Cibles</b>	<b>9</b>
Les territoires	9
Les particuliers / professionnels	9
Personnes qui utilisent le site comme sujet	9
Acteurs locaux pouvant bénéficier de l'espace annonceur	10
<b>4. Objectifs du site</b>	<b>11</b>
<b>5. Stratégie webmarketing</b>	<b>12</b>
La concurrence	12
Les Annuaires	12
Conclusions	13
<b>6. Risques identifiés</b>	<b>13</b>
<b>7. Expressions clés</b>	<b>14</b>
<b>8. Navigation &amp; arborescence</b>	<b>14</b>
Eléments de navigation	14
Menus	14
Moteur de recherche	15
Navigation libre & transversale	15
Arborescence du site	15
Pages techniques	17
<b>9. Import initial de données</b>	<b>18</b>
<b>10. Type de contenus &amp; pages types</b>	<b>18</b>
Prototype	18
Structure commune à toutes les pages	19
Header (haut de page)	19
Footer (pied de page)	19
Modèles de mise en page	20
Fiche commune	20
Données	20
Modèle de mise en page	21
Landing page	21
Données	21
Modèle de mise en page	22
Page d'accueil	22

Modèle de mise en page	22
Pages rédactionnelles de listes	23
Modèle de mise en page	23
Page rédactionnelles de détails	23
Modèle de mise en page	23
Page contact	23
Modèle de mise en page	23
Données	23
Fiche partenaire	23
Modèle de mise en page	24
Données	24
Pages techniques	24
<b>11. Types de compte</b>	<b>25</b>
Internaute anonyme	25
Membre du site	25
Compte administrateur	25
<b>12. Workflow</b>	<b>26</b>
Workflow pour devenir gestionnaire d'une fiche commune	26
Workflow pour devenir annonceur	27
Workflow des contrats en cours	28
<b>13. Hébergement du site</b>	<b>28</b>
<b>14. CMS, template &amp; plugins</b>	<b>29</b>
Plugins	29
Template sélectionné	30

# 1. Contexte

Le projet "Un brin d'herbe pour rebondir" porté par Audrey Giolito s'est construit de la façon suivante.

L'idée est née lors de la rédaction d'un mémoire de droit intitulé "*Gestion et protection durables du patrimoine architectural*" soutenu en novembre 2012.

Les recherches approfondies effectuées sur les communes et autres entités publiques, ont mis alors en évidence les **besoins accrus des petites communes en matière de communication destinée au grand public, pour la mise en valeur de leur patrimoine et pour la redynamisation de leur territoire.**

Dans le cadre de ces recherches, de nombreux liens ont été établis avec différentes entités publiques, ce qui est venu renforcer une très bonne connaissance du fonctionnement des petites communes, connaissance installée depuis l'enfance grâce au réseau amical de ma famille.

La gestion de projets communaux dans le cadre de ma profession de notaire m'a permis d'approfondir mes connaissances quant au mode de fonctionnement des communes.

Et les différents échanges avec maires et représentants d'instances publiques m'a amené à préciser leur besoin. C'est ainsi que leur objectif de **redynamisation** nécessite d'**améliorer leur attractivité à la fois sur le plan économique mais également sur le plan démographique.**

Dans un contexte de **bouleversement des mentalités et de volonté accrue de changement** par les particuliers pour améliorer leur qualité de vie (explosion du nombre de reconversions et du nombre de déplacements et déménagements), il est apparu très utile, pour les communes et pour les particuliers, de créer un **outil permettant à leurs attentes respectives de se rencontrer.**

## Les points forts du projet

- Réseau important instances publiques :
  - Maires petites communes
  - Président section universitaire droit public
  - Architecte des bâtiments de France
- Aucun concurrent connu.
- Contacts médias
  - Journaliste TV7
  - Producteur radio nationale

# La collaboration avec Edictalis & Natural-net

Audrey Giolito a été amené à consulter *Edictalis* et *Natural-net* pour concevoir et développer le site Internet en version française “*Un brin d'herbe pour rebondir*”.

Après plusieurs échanges nous avons contractualisé pour cette collaboration le 19/06/2018.

Ce document de spécifications est le premier document produit à l'issu de la contractualisation.

A noter que nous disposerons pendant toute la collaboration d'un espace partagé qui rassemblera les documents produits par les différentes parties :

[https://drive.google.com/drive/folders/1nt0sC6\\_TltCAVYiKDPCVVFjh96chQhI?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1nt0sC6_TltCAVYiKDPCVVFjh96chQhI?usp=sharing)

## Noms de marque & noms de domaine

Audrey Giolito a conçu le **nom de marque** “*Un brin d'herbe pour rebondir*”, et a fait l'achat dans le cadre du projet des noms de domaine :

- [www.un-brin-d-herbe-pour-rebondir.fr](http://www.un-brin-d-herbe-pour-rebondir.fr)
- [www.un-brin-d-herbe-pour-rebondir.com](http://www.un-brin-d-herbe-pour-rebondir.com)

## Logo

Audrey Giolito a conçu un **concept de logo** :

- <https://drive.google.com/open?id=17YyYTzWke-ljRYQV6lOEI32m97vtprx6>
- [https://drive.google.com/open?id=1QNVWtt6v6\\_x2ilvWGIj7ck3OxISVm8E5](https://drive.google.com/open?id=1QNVWtt6v6_x2ilvWGIj7ck3OxISVm8E5)

Ce logo devra être finalisé par Natural-net dans le cadre du projet.

Audrey Giolito prendra en charge de son côté les dépôts INPI des noms de marque et logos associés.

## Politique tarifaire

### Communes

- **Offre « Un brin classique » : 12 € TTC/mois soit 144 € TTC/an**  
Référencement de la commune pour 1 an renouvelable par tacite reconduction (paiement offline)
- Offre « Un brin personnalisée » 17 € TTC/mois soit 204 € TTC/an  
Création de la fiche de référencement avec un représentant du site.

Référencement de la commune pour 1 an renouvelable par tacite reconduction (paiement offline)

## Partenaires

- **Offre « Visibilité » : 14 € TTC/mois soit 168 € TTC/an**  
Espace de communication, loué pour une durée d'1 an renouvelable par tacite reconduction (paiement paypal online), à l'emplacement suivant :  
dans la fiche commune choisie
- **Offre « Double visibilité » : 19 € TTC/mois soit 168 € TTC/an**  
Espaces de communication, loués pour une durée d'1 an renouvelable par tacite reconduction (paiement paypal online), aux emplacements suivants :
  - dans la fiche commune choisie,
  - dans la fiche introductive du département
- **Offre « Triple visibilité » : 25 € TTC/mois soit 168 € TTC/an**  
Espaces de communication, loués pour une durée d'1 an renouvelable par tacite reconduction (paiement paypal online), aux emplacements suivants :
  - dans la fiche commune choisie,
  - dans la fiche introductive du département
  - dans la fiche introductive de la région

## Eléments complémentaires aux spécifications

En complément des spécifications sont produits 2 documents :

- **une grille définissant les champs des contenus primaires du site et les caractéristiques des filtres de recherche :**
  - <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ed5rO8GumH34RgoTHtHeXsVpfSH7ahqa7iRWgtIYoWw/edit?usp=sharing>
- un **prototype fonctionnel** présentant les principaux écrans composant le site web cf :
  - **v1 du prototype** : (réalisé avant choix du template Wordpress)
    - <http://un-brin.kiubi-web.com>
  - **v2 du prototype** : (réalisé sur la base du template Wordpress sélectionné)
    - <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v2/index.html>
  - **v3 du prototype** : (réalisé sur la base du template Wordpress sélectionné & prenant en compte de nouvelles modifications fonctionnelles et graphiques)
    - <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/index.html>
- un **fichier excel** permettant de travailler sur la liste des expressions clés stratégiques :
  - <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1FjNcxEdAkj9SOVOqNiuPkSOZSNIBbTX8GbdzykA8m-o/edit?usp=sharing>

## 2. Principales étapes

La préoccupation première en terme de planning est de permettre la mise en production du site avant le 30/09/2018.

### Avant ouverture commerciale

Missions réalisées																					
	S 25	S 26	S 27	S 28	S 29	S 30	S 31	S 32	S 33	S 34	S 35	S 36	S 37	S 38	S 39	S 40	S 41	S 42	S 43	S 44	S 45
Spécifications générales	■	■	■	■																	
Sélection template et installation			■	■	■	■															
Personnalisation graphique			■	■	■	■															
Développements front end					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
Développements back end					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■							
Optimisation et mise en place des contenus								■	■	■	■	■	■	■	■						
Migration des contenus								■	■	■	■	■	■	■	■						
Déploiement en pré production et recette											■	■	■	■	■						
Formation à la gestion et administration du site											■	■	■	■	■						
Assistance à l'implantation des contenus											■	■	■	■	■						
Ouverture commerciale du site															■						
Bilan post mise en ligne																					■



# Après ouverture commerciale

- Entre le 15 et le 30 septembre 2018 :
  - Rdv individuels avec maires région Sud-Ouest
- Entre 1er et 10 octobre 2018 :
  - Rdv individuels avec maires région Sud-Est
- **Le 10 octobre 2018 :**
  - **Rdv avec le président de l'association des petites villes de France**
- Entre le 15 et 30 octobre 2018 :
  - Rdv individuels avec maires région Nord-Ouest
- Entre le 15 octobre et le 15 novembre 2018 :
  - Diffusion infos par journalistes (presse écrite + TV).
  - Communication réseaux sociaux.
- Entre 1er et 15 novembre 2018 :
  - Rdv individuels avec maires région Nord-Est
- **Du 20 au 22 novembre 2018 :**
  - **"Congrès maires de France"**
  - Intervention prévue pour présenter le site.
  - Avec cette étape : la totalité d'une des cibles principales (communes) aura connaissance du site.
- Décembre 2018 :
  - Diffusion TV + presse écrite + réseaux sociaux

## 3. Cibles

- **Géographie** : France et outre mer pour le périmètre géographique
- **Langue du site** : français

### Les territoires

**Personnes qui utilisent le site pour augmenter l'attractivité de leur territoire :**

- Les représentants des communes de moins de 3 000 habitants soit environ 32 000 communes et petites communes.
- Les quartiers des grandes villes.
- Les hameaux, lieux dits, lotissements.
- Les communautés de commune.

**Il s'agit donc de :**

- Maires,
- Elus et conseillers municipaux,
- Adjoints des communes,
- Secrétaires communaux,
- Personnels des services de communication / tourisme,
- Offices de tourisme,...

### Les particuliers / professionnels

**Il s'agit de personnes qui utilisent le site pour améliorer leur qualité de vie :**

- Particuliers à la recherche de nouvelles **solutions professionnelles** (reconversion, installation facilitée, opportunités d'emplois )
- Particuliers à la recherche de solutions **d'accessibilité à la propriété/logement** (location, vente,...)
- Particuliers à la recherche de **changement de vie** (critères géographique : environnement, paysage)
- Particuliers à la recherche de **services publics et culturels**
- Particuliers à la recherche de **réseaux humains** (milieu associatif, groupe d'échanges en fonction d'intérêts communs).
- Professionnels à la **recherche de reprise d'activités, d'offre immobilières d'entreprise,** (problématique du positionnement géographique par rapport aux infrastructures existantes)

### Personnes qui utilisent le site comme sujet

- Journalistes presse écrite, TV, web en France et à l'étranger.
- Acteurs des réseaux sociaux

- institutionnels autres que les communes

## **Acteurs locaux pouvant bénéficier de l'espace annonceur**

Associations, structures privées d'ordre socio culturelle, patrimoniales qui contribuent lui même à valoriser l'attractivité du lieu et qui trouverait dans le site un espace pour développer sa notoriété et son audience.

## 4. Objectifs du site

- répondre à un besoin des **petites communes** de se faire **connaître** pour **redynamiser** leur territoire à la fois sur le plan **économique** et sur le plan **démographique**.
- répondre à un **besoin de changement des particuliers** (engouement pour les reconversions, les déplacements)
- favoriser les **misés en relation entre porteurs de projet & territoires**
- permettre aux **acteurs locaux d'améliorer leur visibilité** & leur notoriété
- source financière récurrente pour le porteur de projet

# 5. Stratégie webmarketing

Le site web que vous possédez doit représenter et apporter une image qualitative et claire de votre entreprise, de ses services auprès des différentes cibles. Idéalement, en termes webmarketing cette expression des besoins revient à envisager :

- La **génération d'une audience qualifiée** notamment via :
  - Un référencement naturel optimisé et soigné (contenu rédactionnel et multimédia, qualité du code, performances du site, respect des bonnes pratiques SEO)
  - Une présence sur les réseaux sociaux adaptés
  - Une popularité développée via une présence de liens (backlinks) sur des sites populaires de notoriété (relais médias et institutionnels)
  - Les actions de communication à destination des cibles que vous avez planifié
- Une **optimisation des processus de conversion et d'engagement des cibles** sur le site :
  - Faciliter l'information à destination des cibles
  - Faciliter l'activation des fiches communes et la commande
  - Faciliter l'achat d'espaces partenaires
  - Faciliter les échanges entre la cible commune et la cible grand public
  - Faciliter le partage des contenus du site via les partages sociaux
  - Permettre l'abonnement à une newsletter
- Un **développement de la notoriété globale** :
  - Via un référencement naturel efficace
  - Via une visibilité sur les réseaux sociaux professionnels ou grands publics
  - Via les autres actions menées par votre société
- Un développement de la fidélisation des cibles :
  - Par la publication régulière de contenus frais et pertinent
  - Par à termes la mise en place de newsletter et l'incitation de l'inscription à la newsletter

## La concurrence

### Les Annuaires

- <https://www.communes.com> : annuaire
- [https://fr.wikipedia.org/wiki/Listes\\_des\\_communes\\_de\\_France](https://fr.wikipedia.org/wiki/Listes_des_communes_de_France) : Wikipédia
- <https://www.annuaire-administration.com/commune/departement/>: Administratif listing complet mairies, prefectures, Pole-emploi, sous-pref...
- <http://france.ousuisje.com> : Villes de France
- <http://www.les-mairies-de-france.fr/> : Fichiers à télécharger (Excel) coordonnées mairies (mairie+adresse+code postal+ville+civilité maire+nom et prénom du maire canton+population+téléphone+télécopie+E-mail+site Internet+code Insee)
- <http://www.ville-france.com> : classement superficie, population

- <https://www.habitants.fr> : recense par les contributeurs les gentils des villes de France + création d'un réseau social de la ville (<http://www.parthenaisiens.fr>)
- <http://www3.amf.asso.fr/> : L'association des maires de France (info, liste des communes...)
- <http://www.villes-internet.net/atlaas> : Annuaire territorial de liaison des acteurs, actions et services numériques
- <https://www.annuaire-des-mairies.com> : annuaire simple des maires et coordonnées
- <http://map.datafrance.info/>: Données sur les communes, site facile à utiliser très bien fait.
- <http://www.villes.co/france/>
- <https://www.ville-ideale.fr>: annuaire et moteur orienté : connaître la qualité de vie d'une ville + donner son avis sur une ville, l'association des mots clés "ville idéale" est intéressante.
- <http://www.maisondeselus.fr>: outil d'information La Maison des élus, c'est enfin Communes de France, l'outil de publication des élus socialistes et républicains.
- <http://www.villesdefrance.fr> : asso d'élus villes de 15 000 à 100 000 habitants et leurs agglomérations, adhésion des villes, point commun : développer l'attractivité

**Point négatifs: ces annuaires se limitent au recensement des communes certaines apportent des infos immobilières, hébergement (mauvaise ergonomie) et pas de valeur ajoutées au niveau des fonctionnalités.**

<https://www.changerdeville.fr>: blog d'infos, conseils en déménagement

Plateforme, mise en relation :

<http://commune-opportunité.fr> : mise en relation porteur de projet > communes. Obj : revitaliser les centres-villes et bourgs : rapprocher les intuitions entrepreneuriales des besoins des territoires.

## Conclusions

- Pas de concurrents frontaux en France identifiés
- De nombreux annuaires couvrant partiellement les offres de Un brin d'herbe pour rebondir et sans contenu chaud

**Ces conclusions nous ont incité à réaliser en amont de l'ouverture commerciale un import des fiches communes de manière à ce que les 32.000 communes soient présentes dans le site dès son ouverture au public.**

## 6. Risques identifiés

- Le **respect des délais** malgré un planning serré et les contraintes de la période estivale,
- La **complexité de l'interface** pourraient faire fuir les utilisateurs cibles,
- Le **manque de contenus en volume** (le site ne trouve un intérêt auprès des particuliers dès lors que de nombreuses communes et annonces associées y sont présentes),
- La complexité du **parcours de paiement** via un tiers : le trésorier payeur
- L'existence de concurrent (annuaire de communes) même s'ils ne partagent pas les mêmes informations

# 7. Expressions clés

Une liste d'expressions clés a été préparée par la cliente :

- <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1FjNcxEdAkj9SOVOqNiuPkSOZSNIBbTX8GbdzykA8m-o/edit?usp=sharing> : premier onglet

Nous avons évalué ensuite pour chacune des 3 listes (correspondant aux 3 cibles principales) le potentiel représenté par chaque expression clé :

- <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1FjNcxEdAkj9SOVOqNiuPkSOZSNIBbTX8GbdzykA8m-o/edit?usp=sharing> : second onglet

Ce travail d'analyse d'opportunité nous a permis de voir qu'il y a peu d'expressions clés stratégiquement intéressantes en termes de volume de recherche dans les listes proposées par la cliente.

Cette analyse valorise :

- que comme prévu, ce sont essentiellement les contenus profonds du site (fiches communes et landing pages) qui apporteront de la visibilité sur de nombreuses expressions clés spécifiques.
- que parmi les expressions clés pré-définies, peu d'entre elles apporteront une audience forte au site web.
- **que nous devons axer notre stratégie de référencement en valorisant les contenus profonds du site et non en travaillant sur des expressions clés très stratégiques et très concurrentielles.**
- **que nous recommandons que le porteur du projet développe des articles du blog ayant pour contenu et pour titres les expressions clés listées <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1FjNcxEdAkj9SOVOqNiuPkSOZSNIBbTX8GbdzykA8m-o/edit?usp=sharing> en commençant par les expressions les plus recherchées.**

# 8. Navigation & arborescence

## Eléments de navigation

### Menus

Le site disposera de 3 zones principales de navigation :

- un **menu "top"** accessible en haut de page et proposant des accès rapide à certains espaces du site
- un **menu principal** présentant l'essentiel des rubriques et pages du site
- un **menu secondaire (pied de page)** regroupant des pages au contenu plus annexe

## Moteur de recherche

**Le moteur de recherche aura un rôle central dans le site et sera toujours proposé dans une version contextuelle aux pages consultées** (il n'y aura pas de recherche transversale pour ne pas perdre l'internaute).

Ce moteur de recherche sera présent dans les différentes pages de catégories (Territoires, Opportunités immobilières, Opportunités professionnelles,...) et disposera

- d'un champ de recherche libre
- de modules de filtres et tris pour affiner les résultats de recherche

## Navigation libre & transversale

Des éléments de contenus affichés sur le site permettront également des navigations transversales et thématiques. Par exemple :

- la reprise des dernières actualités publiées sur la page d'accueil,
- des départements, des régions dans les fiches communes,
- des communes de proximité dans les fiches communes,...

## Arborescence du site

**Ce tableau présente l'arborescence globale du site et établit un lien entre les pages de l'arborescence, leur type de mise en page et le gabarit de mise en page :**

- soit sous forme d'un prototype de la page décliné sur la base du template choisi
- soit sous forme de mise en page par défaut proposé par le template choisi

**Pour mémoire le template retenu est :**

[https://themeforest.net/item/staffscout-a-powerful-job-board-theme/21088547?s\\_rank=14](https://themeforest.net/item/staffscout-a-powerful-job-board-theme/21088547?s_rank=14)

Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3	Type de mise en page	Lien vers prototype / template Wordpress
<b>Menu top</b>				
Vous êtes une commune ?			Page technique	
Vous êtes un acteur culturel ?			Page technique	
Se connecter			lien popin	
Blog			Page rédactionnelle de liste	<a href="http://staffscout.mikado-themes.com/right-sidebar-blog/">http://staffscout.mikado-themes.com/right-sidebar-blog/</a>
Concept				<a href="http://staffscout.mikado-themes.com/about-us/">http://staffscout.mikado-themes.com/about-us/</a>
Faq				<a href="http://staffscout.mikado-themes.com/faq-page/">http://staffscout.mikado-themes.com/faq-page/</a>
Contact				<a href="http://staffscout.mikado-themes.com/contact-us/">http://staffscout.mikado-themes.com/contact-us/</a>



Accès réseaux sociaux				
<b>Menu principal</b>				
Accueil			Page d'accueil	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/index.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/index.html</a>
Territoires			Landing page	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/territoires.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/territoires.html</a>
	n régions		Landing page	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/regions.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/regions.html</a>
		n départements	Landing page	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/departement.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/departement.html</a>
			fiche commune	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/commune.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/commune.html</a>
Opportunités immobilières			Landing page	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/pro.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/pro.html</a>
Opportunités professionnelles			Landing page	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/mmo.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/mmo.html</a>
Nouveau cadre de vie			Landing page	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/cadre.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/cadre.html</a>
Nouvelles tribus			Landing page	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/tribus.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/tribus.html</a>
Notre sélection			Landing page	<a href="http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/selection.html">http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/selection.html</a>
<b>Menu secondaire</b>				
Vous êtes une commune ?			Page technique	
Vous êtes un acteur culturel ?			Page technique	
Se connecter			lien popin	
Concept				<a href="http://staffscout.mikado-themes.com/about-us/">http://staffscout.mikado-themes.com/about-us/</a>
Blog				<a href="http://staffscout.mikado-themes.com/right-sidebar-blog/">http://staffscout.mikado-themes.com/right-sidebar-blog/</a>
FAQ				<a href="http://staffscout.mikado-themes.com/faq-page/">http://staffscout.mikado-themes.com/faq-page/</a>
Presse & médias			Page rédactionnelle de détail	<a href="http://staffscout.mikado-themes.com/lists/">http://staffscout.mikado-themes.com/lists/</a>

	Dossiers de presse et communiqués		Page rédactionnelle de détail	<a href="http://staffscout.mikado-theses.com/lists/">http://staffscout.mikado-theses.com/lists/</a>
	Les médias parle de nous		Page rédactionnelle de détail	<a href="http://staffscout.mikado-theses.com/lists/">http://staffscout.mikado-theses.com/lists/</a>
Informations légales			Page rédactionnelle de détail	<a href="http://staffscout.mikado-theses.com/lists/">http://staffscout.mikado-theses.com/lists/</a>
CGU			Page rédactionnelle de détail	<a href="http://staffscout.mikado-theses.com/lists/">http://staffscout.mikado-theses.com/lists/</a>
CGV			Page rédactionnelle de détail	<a href="http://staffscout.mikado-theses.com/lists/">http://staffscout.mikado-theses.com/lists/</a>
Protection des données personnelles			Page rédactionnelle de détail	<a href="http://staffscout.mikado-theses.com/lists/">http://staffscout.mikado-theses.com/lists/</a>
Accès réseaux sociaux				

## Pages techniques

**Le site disposera de pages dont l'accès ne se fera pas par les zones de menus :**

- création de compte
- mot de passe oublié ?
- compte en version connectée (version gestionnaire de fiche commune)
  - Informations personnelles (+ modifications)
  - Modifier son mot de passe
  - Page commune
    - Informations institutionnelles
    - Éléments de présentation
    - Caractéristiques de la commune
    - Contenus permanents
    - Les annonces
      - Opportunités professionnelles
      - Opportunités immobilières
    - Espace documentaire
    - Zone partenaire
  - Page achat package et option
  - Contrat et achat
    - déposer l'attestation d'achat (formulaire)
    - détail des achats + accès factures
  - Support (page avec formulaire adressé aux administrateurs du site)
  - Supprimer mon compte
- compte en version connectée (version partenaire)
  - Informations personnelles (+ modifications)
  - Modifier son mot de passe
  - Page achat package et option
  - Contrat et achat
    - paiement paypal
    - détail des achats + accès factures

- Support (page avec formulaire adressé aux administrateurs du site)
- Supprimer mon compte

## 9. Import initial de données

Afin d'apporter une **meilleure visibilité** au site, de **favoriser l'engagement des communes, favoriser l'intérêt du site dès son initiation**, il a été décidé de procéder à un import des données de base des fiches communes d'après les informations Open Data : <https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/data-insee-sur-les-communes/>

**D'autres fichiers (en cours de recherche) pourraient venir compléter les données de ce fichier lors de l'import, le critère reliant les différents fichiers identifiés sera le numéro INSEE unique des communes.**

## 10. Type de contenus & pages types

### Prototype

Une première version de **prototype de la version classique du site a été mis en place** (sans à priori ou volonté graphique), les différents écrans du prototype complètent et rendent plus compréhensibles les spécifications fonctionnelles et techniques pour le client comme pour les développeurs : <http://un-brin.kiubi-web.com/>

Après sélection du template Wordpress qui servira de support au site, une seconde version de prototype fonctionnel décliné sur la base des interfaces du template sélectionné a été proposée. Voici la liste des différentes pages types (ou modèles de mise en page) qui ont été prototypées.

***Les différentes pages types qui constituent le prototype ont été mises en place et optimisées pour un affichage du site en format desktop pour une résolution de 1200 px de large minimum.***

Les optimisations pour les autres environnements de consultation seront réalisées pendant la phase de développement.

**En attendant nous vous invitons à consulter toutes ces pages avec un écran supérieur à 1200 px de large.**

Dans le cas où il n'y aura pas de modifications structurelles et fonctionnelles des pages par rapport au template les liens ci-après renvoient vers le modèle de mise en page correspondant sur le template :

- Accueil : <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/index.html>
- Fiche commune :
  - version remplie
    - <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/commune.html>
  - version non remplie

- <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/commune-vierge.html>
- Landing page :
  - <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/territoires.html>
- Page rédactionnelle de listes : <http://staffscout.mikado-themes.com/right-sidebar-blog/>
- Page rédactionnelle de détail : <http://staffscout.mikado-themes.com/productivity-is-being-able-to-do-things-that-you-were-never-able-to-do-3/>
- Page de contact : <http://staffscout.mikado-themes.com/contact-us/>
- Pages techniques : <http://staffscout.mikado-themes.com/user-dashboard/?user-action=add-new-listing>

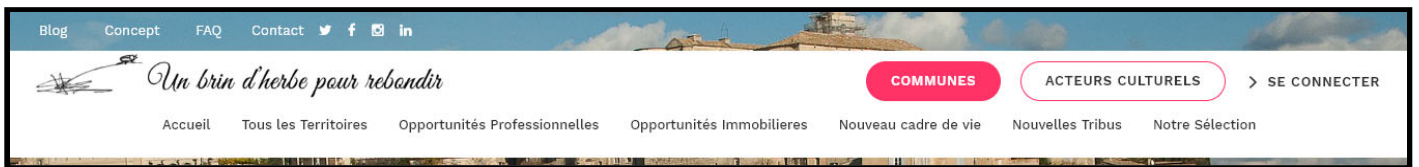
## Structure commune à toutes les pages

Toutes les pages du site seront réalisées selon différents gabarits ou modèles de mise en page qui sont définis plus loin dans le document. Et tous ces modèles de mise en page partageront des zones communes qui sont définies ici.

### Header (haut de page)

Cette zone regroupe les éléments suivants :

- menu top
- logo + baseline (si besoin)
- menu principal : déployé sur 3 niveaux pour l’item “tous les territoires” (avec toutes les régions et tous les départements)



Nous recommandons que certains éléments de cette zone restent fixes lors du scroll dans la page comme sur le template et prototype actuel.

### Footer (pied de page)

Cette zone regroupe les éléments suivants qui seront présents sur toutes les pages du site :

- menu secondaire (pied de page)
- reprise item de niveau 1 du menu principal
- icônes et accès aux réseaux sociaux
- module abonnement newsletter (interfacé avec l’outil de mailing Mailchimp)
- module copyright
- retour haut de page
- bandeau de gestion des cookies (module équivalent à celui de la CNIL)

# Inscrivez-vous à notre newsletter

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut elit tellus, luctus nec.

✉ Votre adresse email

JE M'ABONNE



Lorem ipsum dolor sit amet, at fierent atomorum usu, ne sit tota ignota, an interpretaris eirmod vix.

## Contactez-nous



## Acces rapide

- Tous les Territoires
- Opportunités Professionnelles
- Opportunités Immobilières
- Nouveau cadre de vie
- Nouvelles Tribus
- Notre Sélection

## Infos pratiques

- Vous êtes une commune ?
- Vous êtes un acteur culturel ?
- Se connecter
- Concept
- Blog
- FAQ
- Presse & médias
- Informations légales
- CGU
- CGV
- Protection des données personnelles

## Dernières communes mises à jour



Nom du partenaire  
Mis à jour le 12/07/2018



Nom du partenaire  
Mis à jour le 12/07/2018



Nom du partenaire  
Mis à jour le 12/07/2018



Nom du partenaire  
Mis à jour le 12/07/2018



Nom du partenaire  
Mis à jour le 12/07/2018

© Copyright 2018 Un brin d'herbe pour rebondir - Tous droits réservés.

## Modèles de mise en page

### Fiche commune

La fiche commune est le **contenu principal profond du site**, elle regroupe de nombreuses informations concernant chaque commune.

Les champs obligatoires sont indiqués avec un \*.

Ces fiches communes appliqueront un principe de conditionnement de ne pas afficher les titres de ces différentes zones si le contenu n'est pas renseigné.

### Données

Les champs composant la fiche commune sont définis dans l'excel partagé :

- <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ed5rO8GumH34RgoTHtHeXsVpfSH7ahqa7iRWgtlYoWw/edit?usp=sharing>
  - Onglet "01 Fiche commune"
  - Onglet "02 Opportunité immo"
  - Onglet "03 Opportunité pro"
  - Onglet "06 Messagerie particuliers / commune" pour les champs composant le formulaire permettant à l'internaute de dialoguer avec la commune

**Pour la famille de critère 'cadre de vie', la commune peut remplir tous les champs composant la fiche commune, mais ne peut valoriser sur le site (et donc dans les listes des landing pages et dans les filtres présentés dans les landing pages) que 3 des 6 familles de critères :**

- Soleil,
- Tranquillité & nature,
- Développement durable,
- Culture,
- Terroir et tradition,
- Moderne high tech

**Pour la famille de critère 'nouvelle tribu', la commune peut remplir tous les champs composant la fiche commune, mais ne peut valoriser sur le site (et donc dans les listes des landing pages et dans les filtres présentés dans les landing pages) que 2 des 4 familles de critères :**

- Initiatives environnementales,
- Initiatives professionnelles,
- Initiatives sportives,
- Initiatives culturelles

## Modèle de mise en page

Le modèle de mise en page est présenté sur le prototype en 2 versions :

- version remplie
  - <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/commune.html>
- version non remplie
  - <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/commune-vierge.html>

## Landing page

**Ce type d'organisation de pages va s'appliquer à la plupart des pages du menu principal.**

Dans leurs principes :

- ces pages **listent des fiches communes** en fonction de la page / de la recherche en cours
- possèdent des **modules de filtres** permettant d'affiner la recherche, lorsque ce module est utilisé la page se rafraichit et présente les résultats conformes aux filtres utilisés. Ces filtres permettent de croiser les critères filtrés pour une recherche plus précise
- possèdent une **navigation de pied de page** permettant de naviguer dans l'ensemble des résultats
- possèdent un **module de géolocalisation** présentant des résultats en phase avec la liste des annonces publiées
- possèdent une zone partenaires affichant n partenaires par tirage au sort

## Données

Les champs composant les différents filtres et éléments de recherche de ce type de mise en page et les informations affichées dans les listes de résultats sont définis dans l'excel partagé :

- <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ed5rQ8GumH34RgoTHtHeXsVpfSH7ahqa7iRWgtlYoWw/edit?usp=sharing>

- Onglet “00 Les filtres et outils de recherche”

## Modèle de mise en page

**Le modèle de mise en page est décliné sur le prototype pour mettre en valeur les différents cas :**

- Territoires : <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/territoires.html>
- Territoires > régions : <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/regions.html>
- Territoires > régions > départements :  
<http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/departement.html>
- Opportunités immobilières :  
<http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/immo.html>
- Opportunités professionnelles :  
<http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/pro.html>
- Cadre de vie : <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/cadre.html>
- Nouvelles tribus : <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/tribus.html>
- Notre sélection : <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v3/selection.html>
  - gabarit identique aux autres landing pages mais sans filtres de recherche

**Il existera des différences dans la mise en forme et d’ordonnancement des champs pour affiner la recherche en fonction des landing pages considérées.**

## Page d’accueil

Elle est composée de :

- **un module slideshow permettant d’afficher aléatoirement n modules composés (à noter que le contenu de ce module, l’ordre d’apparition des éléments de slideshow, leur nombre, sont à définir) :**
  - titre
  - texte
  - bouton administrable
  - lien
  - image pleine largeur
- un module de mise en exergue des 6 rubriques principales du site dont certains éléments seront mis à jour automatiquement (dernières communes, dernières annonces immobilières, dernières annonces professionnelles)
- un module “qui sommes nous” présentant le concept du site en quelques mots et renvoyant vers la page dédiée
- un module listant les 3 dernières actualités publiées
- un module listant les dernières fiches communes mises à jour et renvoyant vers la landing page territoire via un bouton

## Modèle de mise en page

**Un modèle de mise en page décliné sur la base du template et présentant des modifications liées au brief du client est proposé :**

- <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v2/index.html>

## Pages rédactionnelles de listes

Cette mise en page s'applique à la page de sommaire du blog.

La page est découpée en 2 colonnes :

- une colonne permet de naviguer transversalement dans le menu et valorise les derniers contenus publiés dans le blog
- la seconde colonne présente une liste des billets du blog avec une navigation de pied de page

### Modèle de mise en page

Le modèle de mise en page est celui prévu dans le template sélectionné :

<http://staffscout.mikado-themes.com/right-sidebar-blog/>

## Page rédactionnelles de détails

Cette mise en page s'applique à de nombreuses pages informatives du site.

La page est découpée en 2 colonnes :

- une colonne permet de naviguer transversalement dans le menu et valorise les derniers contenus publiés dans le blog
- la seconde colonne présente un contenu textuel mis en forme et éventuellement illustré par des images ou vidéos.

### Modèle de mise en page

Le modèle de mise en page est celui prévu dans le template sélectionné :

<http://staffscout.mikado-themes.com/productivity-is-being-able-to-do-things-that-you-were-n-ever-able-to-do-3/>

## Page contact

### Modèle de mise en page

Le modèle de mise en page est celui prévu dans le template sélectionné :

<http://staffscout.mikado-themes.com/contact-us/>

### Données

Le formulaire proposé dans cette page proposera les champs suivants :

- nom \*
- email \*
- téléphone
- sujet
- message \*

## Fiche partenaire

Les partenaires annonceurs associés à commune seront affichés en bas de différentes pages types (landing page région, département, fiche commune), au clic sur un de ces modules l'internaute sera renvoyé sur une fiche de détail du partenaire.



## Modèle de mise en page

Le modèle de mise en page est celui prévu dans le template sélectionné :

<http://staffscout.mikado-themes.com/productivity-is-being-able-to-do-things-that-you-were-n-ever-able-to-do-3/>

## Données

Les champs composant ce type de mise en page sont définis dans l'excel partagé :

- <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ed5rQ8GumH34RgoTHtHeXsVpfSH7ahqa7iRWgtlYoWw/edit?usp=sharing>
  - Onglet "04 Fiche partenaire"

## Pages techniques

**Le site disposera de pages techniques** : création de compte, gestion de compte, achat de packages,.... **Toutes ces pages seront déclinées d'après les gabarits proposés et prévus par le template Wordpress sélectionné.**

# 11. Types de compte

## Internaute anonyme

L'internaute anonyme a accès à tous les contenus et fonctionnalités ouvertes aux internautes non identifiés, en termes d'interactions avec l'annonceur, l'internaute anonyme :

- inscription newsletter
- utilisation du formulaire de contact

## Membre du site

Les internautes souhaitant activer/modifier une fiche commune ou activer/modifier une fiche annonceur devront disposer d'un compte membre.

Ce compte membre sera associé à un email et un mot de passe spécifique qui donnera accès aux fonctionnalités :

- d'achat des packages proposés aux gestionnaires des fiches communes
- d'activation d'une fiche commune
- de modification d'une fiche commune
- d'achat des packages proposés aux partenaires culturels
- de création d'une fiche partenaire
- de modification d'une fiche partenaire
- de suppression d'une fiche partenaire

## Compte administrateur

Le compte administrateur donnera accès à l'administration du site sur Wordpress et permettra de disposer de droits complets sur la gestion du site pouvant supplanter les droites des internautes anonymes et les droits des membres du site.

Certaines actions manuelles associées à ce compte administrateur seront requises, notamment :

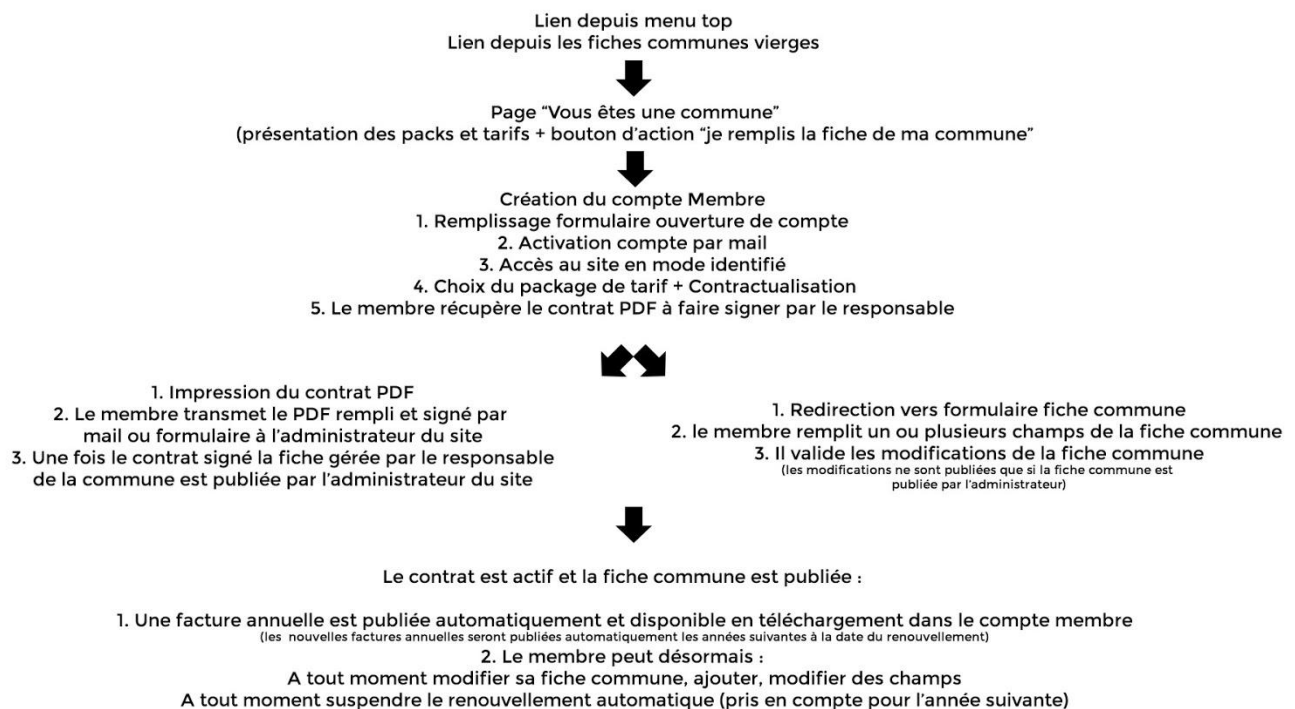
- publication d'une fiche commune complétée (après validation du contrat de commande par le responsable de la commune et engagement du règlement offline)
- dépublication de la partie payante d'une fiche commune

# 12. Workflow

## Workflow pour devenir gestionnaire d'une fiche commune

Toutes les fiches des 32.000 communes françaises seront présentes lors de l'ouverture commerciale du site avec un contenu minimum issu de l'import cf <http://un-brin.kiubi-web.com/theme/fr/includes/v2/commune-vierge.html>.

**Les responsables des communes pourront récupérer la gestion de leur fiche et la compléter en suivant les principes suivants :**



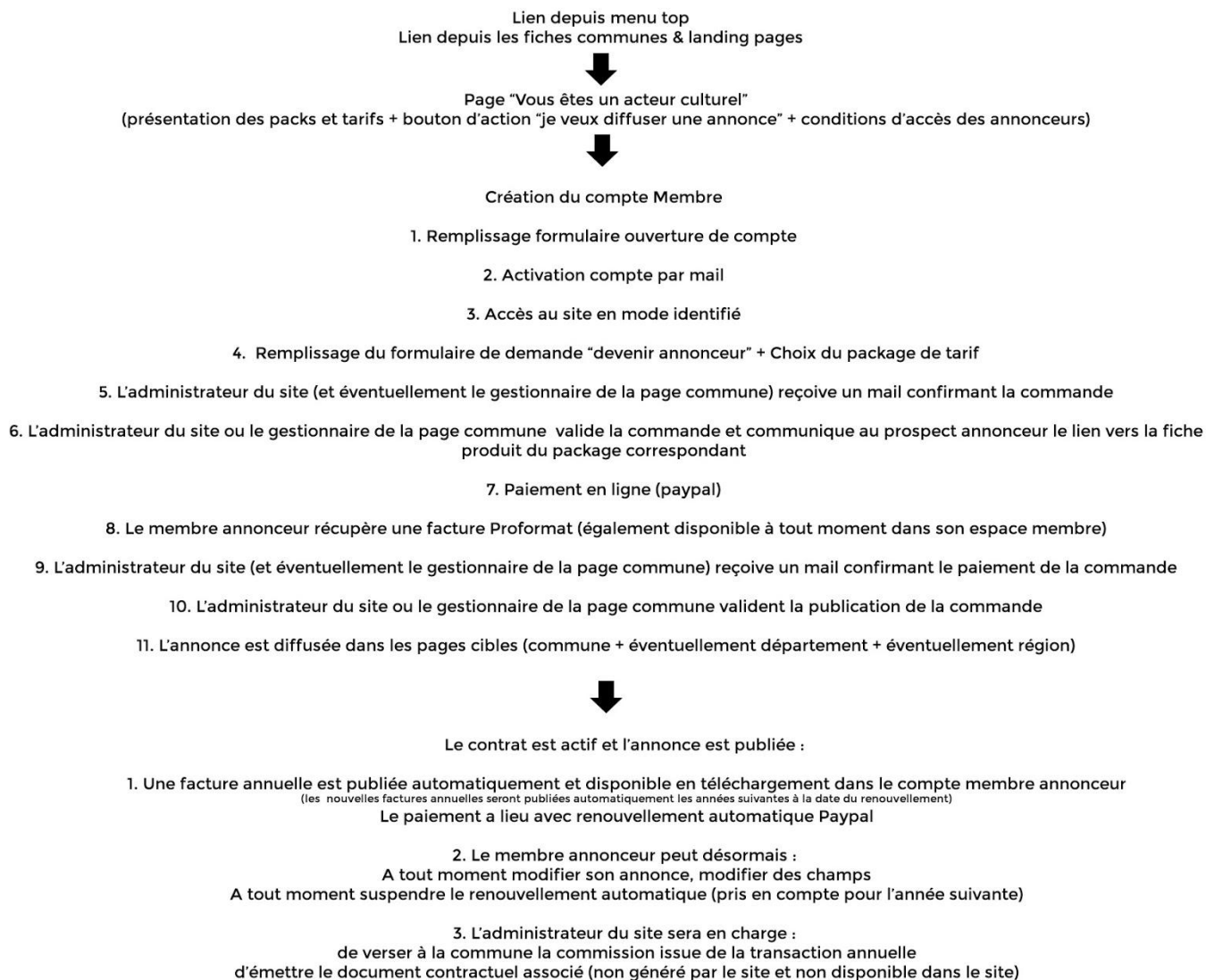
**Agrandir ce schéma :**

<https://drive.google.com/open?id=1kUCPZtVoNtozbUq-W4MMjST3wBLtuWDF>

# Workflow pour devenir annonceur

Les acteurs culturels peuvent devenir annonceur sur le site en diffusant un élément promotionnel et en disposant d'une page donnant le détail de leur activité.

**Les annonceurs culturels pourront proposer la publication d'une annonce selon le workflow suivant :**



**Agrandir ce schéma :**

[https://drive.google.com/open?id=10L4x62Z28D66bLsrqfu79h\\_ULd1N02Yu](https://drive.google.com/open?id=10L4x62Z28D66bLsrqfu79h_ULd1N02Yu)

# Workflow des contrats en cours

Une fois les fiches communes ou partenaires publiés, les membres qui administrent ces contenus pourront accéder à leur compte et modifier les contenus publiés en s'identifiant sur le site.

## 13. Hébergement du site

### **Nous proposons de recourir à une infrastructure :**

- OVH Serveur Dédié : SP-64; situé en France; 99,99 € HT/mois, soit 1.199,88 € HT/an

### **Cette infrastructure comprendra :**

- Plateforme de pré production, plateforme de développement sur le même serveur (à configurer et mettre en place: 2 WordPress + 2 Bases De Données);
- Espace de sauvegardes à disposition (stratégie et déploiement à mettre en place) cf <https://www.ovh.com/fr/hebergement-web/hebergement-performance.xml>

**Cet hébergement sera contractualisé directement par le porteur de projet selon l'aide et avec l'assistance de Natural-net.**

# 14. CMS, template & plugins

**Nous souhaitons pour réaliser ce projet utiliser la dernière version de WordPress (4.8.2) pour le système de gestion de contenu du site qui sera développé.** Nous avons défini une liste de macro-fonctionnalités importantes nécessaires à la réussite du projet :

- Fonctionnalités de type annuaires (ouvertes à tous les internautes) :
  - fiches annuaires avec champs administrables par les membres
  - moteur de recherche multi-critère avec géolocalisation
  - Formulaire de prise de contact direct avec chaque membre
- Fonctionnalités de type gestion de compte (ouvertes aux membres identifiés) :
  - Gestion des comptes client
  - Gestion et commande d'abonnement avec renouvellement automatique
  - Émissions de facture Proformat et d'avoirs
  - Gestion des fiches annuaires
  - Envoi de mailing personnalisés (envoi des factures, envoi d'alertes)
- Fonctionnalités de type administration (ouvertes aux administrateurs du site) :
  - Gestion des comptes membres
  - Gestion des abonnements
  - Gestion des publications :
    - contenus de la page d'accueil
    - pages rédactionnelles classiques (pages d'aide, d'information,)
    - pages du blog,
    - pages de catégories (catégories thématiques ou catégories par localisation) des fiches annuaires
    - fiches de l'annuaire ,
  - Gestion des factures et avoirs

## Remarques :

- Les processus de paiement seront réalisés par virement offline, aucun paiement en ligne n'est pour l'instant prévu.
- De ce fait les processus qui permettent d'afficher/masquer les fiches annuaires des membres en fonction du règlement de leur abonnement ne seront pas automatiques mais feront l'objet d'actions manuelles.

## Plugins

**Cette liste est présentée à titre de proposition et est temporaire, elle sera complétée au fur et à mesure de l'avancée du projet :**

- BuddyPress 2.5.x : pour gérer la partie annuaire du site,
- Gravity Forms 1.9.x : pour la gestion des formulaires,
- Visual Composer 4.11.x : pour une gestion facilitée des contenus rédactionnels et iconographiques du site,
- WooCommerce PDF Invoices & Packing Slips : pour la production des factures et avoirs,
- SUMO Subscriptions - WooCommerce Subscription System : pour gérer la partie paiement / abonnement,

- WordPress SEO by Yoast : pour la gestion des optimisations du référencement naturel.

## Template sélectionné

Suite à la recherche et à la présentation de différents templates Wordpress (contenant les plugins de base que nous recherchons), le template suivant a été sélectionné par l'annonceur :

[https://themeforest.net/item/staffscout-a-powerful-job-board-theme/21088547?s\\_rank=14](https://themeforest.net/item/staffscout-a-powerful-job-board-theme/21088547?s_rank=14)

Il sera acquis par Natural-net dans le cadre du projet, installé sur le serveur de développement et son graphisme fera l'objet d'une customisation (polices, codes couleurs, iconographie).