

Cahier des charges fonctionnel

AGENCE WEB

Chrislojudud

Chef de projet - Judith Seneor



Le dernier magazine avant la fin du monde

Références du document

Auteur	Judith Seneor
Titre	Magazine Yggdrasil Site internet
Type	Cahier des charges fonctionnel
Version	1.1
Références	Yggdrasil-CDCF_V1.1
Nombre de pages	39

Destinataire

Maëlle Gaultier, Représentante Société Yggdrasil.

En charge de la gestion opérationnelle et communication

Sommaire

Le contexte	5
Yggdrasil	5
Le magazine	5
Le marché	6
Le projet	8
Objectifs et enjeux	8
Cibles	9
Périmètre	9
Les besoins	11
Contenus	11
Graphisme	11
Ton éditorial	12
Techniques	12
Benchmark fonctionnel	14
Solution	25
Présentation générale de la solution	25
Objectifs stratégiques	25
Personae	26
Identité graphique & webdesign	27
Arborescence du site Yggdrasil	27
Fonctionnalités et spécificités	28
Développement itératif	35
Front Office	35
Back Office	35
Organisation, intervenants et ressources	36
Équipe Yggdrasil	36
Matrice RACI du projet	36
Méthode de travail recommandée	37

1. Contexte

1.1. Yggdrasil

La collapsologie, nouveau sujet de société

En 2015, Pablo Servigne et Raphaël Stevens signent leur ouvrage "Comment tout peut s'effondrer", fort succès en librairie. Ce livre expose la thèse de l'effondrement imminent de nos sociétés, évènement inévitable, où tous les processus sociaux, économiques, et écologiques sont déjà trop amorcés pour pouvoir être corrigés, quoique l'on fasse. Le terme **collapsologie, ou étude de l'effondrement**, prise de conscience et deuil de nos sociétés actuelles, prend son envol, et devient une théorie soudainement débattue dans le sphère publique.

Face à ce constat pessimiste et inévitable, Les fondateurs d'Yggdrasil ont décidé d'apporter un **discours résolument optimiste pour envisager l'après effondrement**, et donner des bases pour accepter, et **créer un futur différent**, riche des enseignements du passé : **Se tourner vers les autres, se tourner vers la terre**, pour redonner vie en explorant la part sauvage en sommeil en chacun de nous. Une approche philosophique pour **aider chacun de nous** à traverser ce moment de bouleversements. Yggdrasil est né de cette volonté : un magazine d'idées, pour amorcer une réflexion sur ce nouveau monde en devenir.

Yggdrasil s'appuie sur un réseau d'experts en Collapsologie, avec des intervenants d'origine diverse apte à analyser et imaginer le monde de demain. Suivi par une forte communauté qui, depuis 2005, suit cette théorie, et ont envie de s'y engager pour partager leurs visions.

1.2. Le magazine

L'Yggdrasil, un nouveau mook positivement réaliste et écologiste, qui pense l'après dès maintenant.

Yggdrasil, un magazine pour penser le monde d'après, et l'aborder avec optimisme.

Yggdrasil sera un beau magazine de 120 pages, en papier 100% recyclé, sans aucune publicité, au prix de 12€.

Comme tout organisme vivant, il aura une naissance, un développement et une mort. Finie la croissance infinie !

Ce magazine est là pour partager plus que des mauvaises nouvelles, pour créer du lien entre les personnes qui se sentent concernées. Il abordera tous les sujets liés à l'effondrement avec :

- **la tête** (analyses scientifiques, propositions politiques innovantes...),
- **le cœur** (écopsychologie, spiritualité, enfance, imagination...),
- **les mains** (savoir-faire traditionnels, "low-techs", actions, éco-lieux...).

Et si cette aventure de trois ans génère des bénéfices, ils seront en majeure partie reversés à des organisations (associations, initiatives) pour semer d'autres graines.

Le format : Un Mook pour faire du qualitatif, un objet esthétique, créer une expérience, qui mêle richesse de sens, et de forme pour plonger les gens dans l'atmosphère du magazine

La périodicité : Le temps est compté, comme le nombre des parutions d'Yggdrasil à venir. En phase avec notre planète et son rythme, Yggdrasil paraîtra à chaque changement de saison durant 3 ans.

Le nom : Yggdrasil, l'arbre de vie de la mythologie nordique évoque la puissance, le renouveau, l'origine et est une image forte qui provoque de l'émotion...

1.3. Le marché

Yggdrasil n'a pas de concurrents directs sur la collapsologie.

Plusieurs magazines existent déjà sur l'écologie et le journalisme positif, comme les

bimestriels Imagine Demain Le Monde ou Kaizen, cofondé par Cyril Dion et Yvan Saint-Jours, qui s'orientent plus sur de la spiritualité écologique et la pensée dite du "colibri", qui implique d'agir à son échelle plutôt que politiquement.

Le format XX, à la frontière du livre et du magazine, est une tendance actuelle dans les librairie et rencontre un succès immédiat. Ce format répond à un réel besoin de lecture. Pour un sujet donné, les lecteurs ont besoin d'un intermédiaire entre l'article de presse et le livre de 250 pages."

Dixit l'équipe d'Yggdrasil :

Notre force c'est le format, l'esthétisme, du beau....

on n'est pas un magazine jetable.

2. Le projet

2.1. Objectifs et enjeux

L'équipe Yggdrasil a fait appel aux services de notre agence pour le cadrage et la réalisation du site internet qui servira de support de communication et de commercialisation du magazine Yggdrasil.

La mise en ligne d'une première version (interface) est souhaitée courant juin, avec un développement qui se fera en plusieurs temps en fonctions des priorités définies.

Le magazine s'adresse à tous, tout le monde est concerné. Pas d'élitisme, ni d'évangélisation, le site internet devra refléter **les valeurs et les ambitions du magazine** :

- Être vivant, véhiculer des valeurs positives de partage et créer du lien...
- Être source d'inspiration, faire voyager, réfléchir, rêver.
- Réveiller les gens et faire prendre conscience de l'urgence, que les gens se mobilisent et passent à l'action

lien #vivant #voyage initiatique

Le site internet Yggdrasil devra répondre aux objectifs suivants :

- Réunir l'ensemble des informations concernant le magazine sur un site vitrine
- Expliquer les principes de la Collapsologie
- Créer une identité numérique en adéquation avec l'image du magazine, version web 2.0 pour plonger l'utilisateur dans l'atmosphère du magazine
- Valoriser le magazine en proposant une expérience originale et inspirante à l'utilisateur
- Développer la visibilité du magazine sur internet.
- Encourager et générer de l'abonnement, favoriser l'engagement et convertir les utilisateurs en clients potentiels.

Le site doit refléter rapidement l'idée que c'est un magazine et que l'on peut s'y abonner :

- Abonnement d'1 an ou de 3 ans
- Achat à l'unité des N° de publication passées.

Le magazine sera proposé que sous format papier, pas de possibilité de download.

2.2. Cibles

Le site internet s'adresse à tous mais plus particulièrement à :

- Ceux qui s'intéressent à la collapsologie
- Ceux qui s'intéressent à l'écologie/à la planète
- Ceux qui ont envie de s'inspirer, de réfléchir au monde dans lequel on vie...
- Ceux qui aiment les belles choses, qui peuvent avoir envie de les collectionner (objet unique)

2.3. Périmètre

Le projet devra couvrir les prestations suivantes :

- La création du site internet en responsive, accessible, première mise en ligne mi-juin 2019
- La réalisation des supports vidéo adaptés au web
- L'hébergement du site sur les 3 ans de vie du magazine
- Certificat SLL (https) sur les 3 ans de vie du magazine
- Un accompagnement technique sur les 3 ans de vie du magazine (solution d'abonnement payant en ligne, hébergement, DNS, mise à jour de la solution technique)

Le projet ne couvre pas :

- La réservation du nom de domaine
- La rédaction des contenus rédactionnels
- La stratégie webmarketing et communication digitale et sa mise en oeuvre
- La stratégie community management et sa mise en oeuvre
- La coordination opérationnelle de la communication
- Le tournage, le casting, la logistique associée à la réalisation de vidéo

3. Les besoins

3.1. Contenus

Le **manifeste et les valeurs** devront être directement accessible voir directement sur la home page

Il n'y aura que très peu de contenus sur le site internet. Le **site une vitrine** devra montrer et expliquer le projet du magazine. Ce ne sera ni un blog ni un E-magazine ni un forum.

Un aperçu **teasing des magazines** sera proposé avant chaque publication, ex : extrait, article exclusif pour le web, timeline...

Le site devra véhiculer l'idée **de l'humain, du vivant** et proposer une expérience.

“On aime se regrouper, on aime bien prendre des pots ensemble”

Les membres pourront fournir **un peu de contenu dédié au site**, articles, texte, photos etc. en teasers.

L'équipe pourrait réagir sur de l'actualité mais **pas dans l'immédiateté**, Yggdrasil doit pas être coupé du monde réel mais ne réagira comme les JT et gardera toujours une exigence de qualité dans le fond, sens et dans la forme.

Le site ne sera proposé uniquement qu'en **français**

3.2. Graphisme

Le site sera un prolongement du magazine. La charte du magazine est en cours de formalisation. Elle devra être à adapté au web.

Il est envisageable de faire une version 2.0 (ex : logo animé).

Exemples de sites

- Le1hebdo.fr : Nav compliquée. on voit que c'est un journal, on peut s'abonner, numéro mis en valeur, positionnement différent, simple, pas arrogant, valeurs

similaires et résultat très différent, pas aussi riche... ce que c'est, qui ils sont, ce qu'ils font, système d'abonnement intéressant mais pas nécessaire que ce soit tel que...

- Terra-incognita.io : page d'accueil bien, on a l'impression d'être dans le magazine, mais navigation pas efficace.
- Rouleur.cc : on retrouve l'ambiance en terme de graphisme, expérience... on a l'impression d'être dans le magazine... mais noyé dans les autres choses proposées (autres offres que l'abonnement au magazine)
- magazine.laruchequiditoui.fr : esthétique, belles photos pas mises en scène, c'est du vrai > image crée du sens, ont un msg, clarté dans la mise en page... le numero, image, plus petit texte... oui pourquoi pas... Le petit truc en plus, le truc qui va réveiller...

“terra incognita” est le plus similaire, on voit les valeurs, les contributeurs on a envie de s'abonner...

“On veut pas juste un sommaire comme Zadig, un des articles ou un portrait à lire en ligne, photos, ambiances...”

3.3. Ton éditorial

Ton long, des reportage, des pensées philosophiques, des expressions artistiques, des visuels, tous ça avec un peu d'humour... Pour imaginer, faire rêver, penser, réfléchir...

Coeur tête et mains : valeurs à faire figurer en métaphore...

3.4. Techniques

Yggdrasil n'a pas encore réfléchi à la **solution d'hébergement**. Yggdrasil est intéressé par une solution d'hébergement “green” (énergie verte).

Pas de stratégie agressive en **SEO**. Yggdrasil veut être visible et souhaite que le site soit trouvé facilement quand on le recherche avec les mots clé : magazine + collapsologie + YGGDRASIL

Yggdrasil n'aura pas les ressources ni le temps pour gérer la **maintenance technique** du site (mise à jour de version...). Un accompagnement sur le long terme sur la maintenance technique du site pourra être proposé.

Concernant la **portabilité**, pas d'exigence particulière concernant le mobile first, responsive ou adaptive.

Yggdrasil n'a pas réfléchi à un **système de paiement** en ligne avec leur banque.

Le projet de réalisation du site internet devra inclure une réflexion sur la meilleure solution paiement en ligne pour les abonnements.

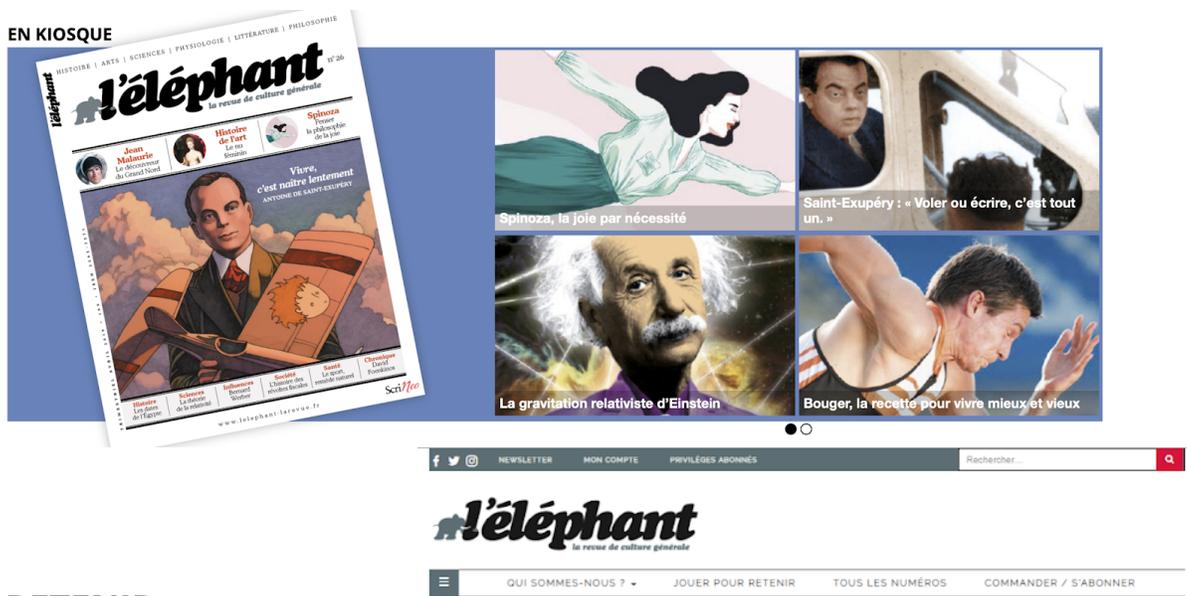
Yggdrasil délègue la comparaison et la prise en charge d'une solution Aoweb ou autre, la solution retenue devra proposer le meilleur rapport qualité prix.

Aoweb, c'est la solution de paiement sur Zadig le mag mais c'est pas esthétique, on ne reste pas sur le site...

4. Benchmark fonctionnel

L'éléphant

1. Mise en avant du magazine en HP et effet zoom au rollover
2. Le jeu "Jouer pour retenir" qui crée de l'interaction et de l'implication
3. Rubrique "bonus" qui propose en exclu des expo, livres... pour les Abonnés

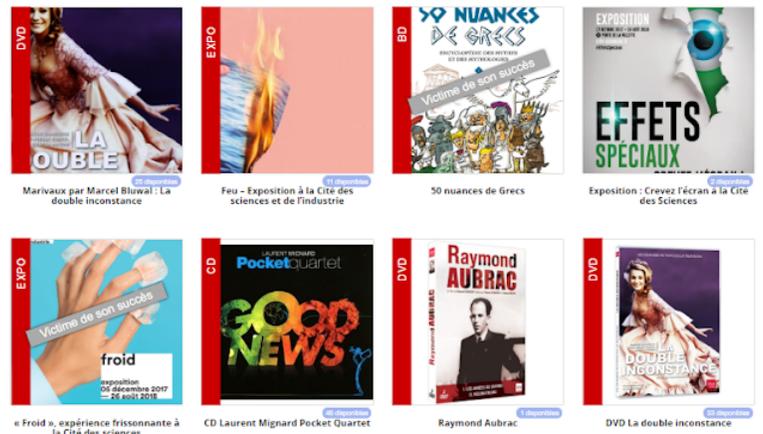


JOUER POUR RETENIR



Privilèges abonnés

Chers lecteurs, vous pensez à nous tous les trois mois, mais nous, nous pensons à vous tout le temps ! Alors pour entretenir la passion, nous partons chaque jour à la recherche de cadeaux susceptibles d'élargir votre soif de connaissances ! Cette page est le fruit de cette quête éternelle ! Ici, tout fonctionne comme une boutique gratuite où vous pouvez piocher des films, des places d'expositions, des fiches mémo, des cadeaux divers... Si vous êtes intéressé(e) par un privilège, il vous suffit de cliquer sur « je le veux » et d'indiquer vos coordonnées... À noter : La plupart de ces privilèges sont réservés à notre troupeau d'abonnés ! Si vous êtes une entreprise, une institution culturelle ou une association, n'hésitez pas à nous contacter pour proposer ici vos sorties et expériences à nos lecteurs ! Responsable des partenariats : Annabelle Bizard – abizard@scirneo.fr



Topo

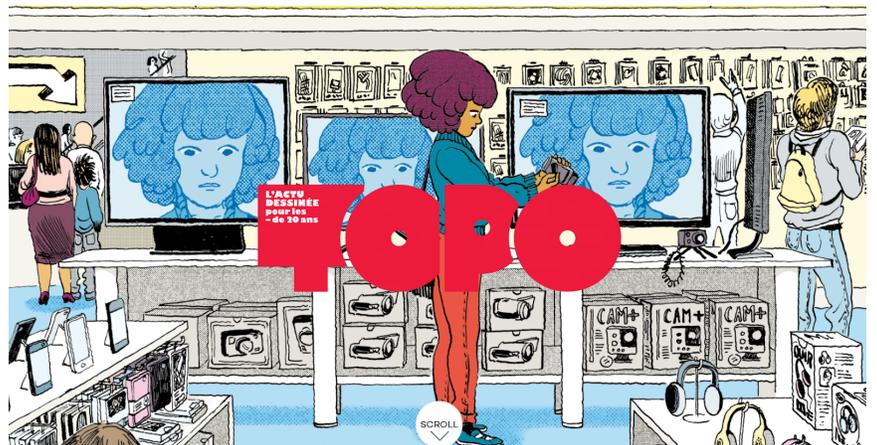
4. Arrivée en total immersion dans l'univers du magazine.
5. La rubrique "Où nous trouver", map avec les point de vente du magazine
6. La vignette du magazine et CTA "Je m'abonne", en continue dans la nav du site
7. La possibilité de proposer un sujet pour créer un lien et impliquer les lecteurs



Où nous trouver ?

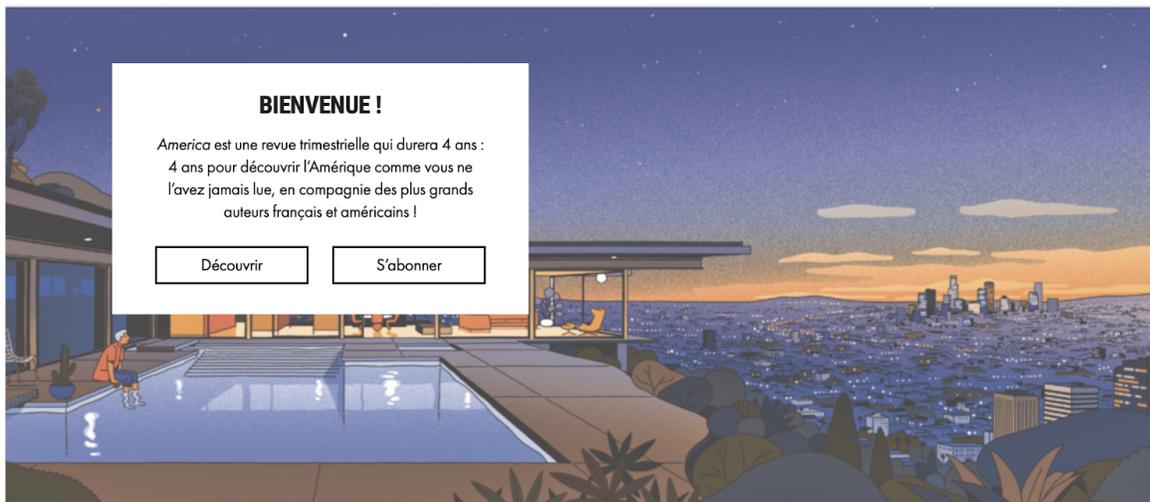
Merci de saisir votre code postal

Valider →



America

1. Un message de bienvenue avec quelques ligne de présentation du magazine + CTA pour découvrir ou s'abonner
2. Un rubrique " Bonus" des interviews inédites d'auteurs emblématiques
3. Présentation des auteurs pour le côté humain et créer un lien



America

LE MAGAZINE NOS NUMÉROS **BONUS** AUTEURS **S'ABONNER**



RENCONTRE | 17 MAI 2018

L'AMÉRIQUE SAUVAGE RACONTÉE PAR... LANCE WELLER

America prolonge l'expérience du dernier numéro spécial « Into the Wild » pour vous offrir en bonus des interviews inédites d'auteurs emblématiques des grands espaces. Lance Weller, l'auteur du roman Wilderness, revient pour nous sur le rapport qu'il entretient avec la nature sauvage : l'écrivain vit aujourd'hui à Gigi Harbor, dans l'État de...

CHIMAMANDA
NGOZI ADICHIE



A | 2

PAUL AUSTER



A | 4

DON DELILLO



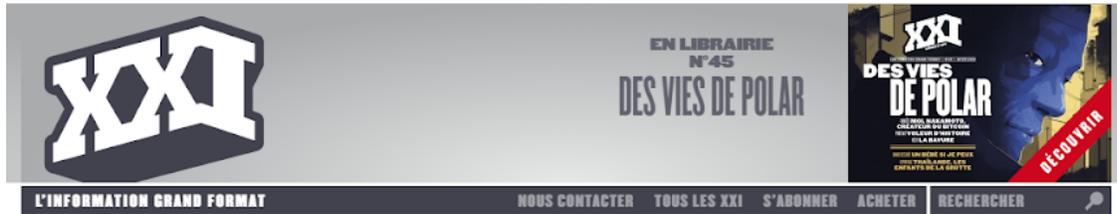
A | 2

LES AUTEURS

Chaque trimestre, America rassemble les plus grands écrivains français et américains pour chercher à comprendre les États-Unis de l'ère Trump.

Revue 21

1. La vignette du magazine "en librairie", en continue dans la nav du site
2. La boîte à mots qui permet de laisser un message comme un livre d'or, créer un dialogue, des échanges
3. Un affichage original et esthétique des N° des magazines, avec possibilité de feuilleter un extrait du magazine

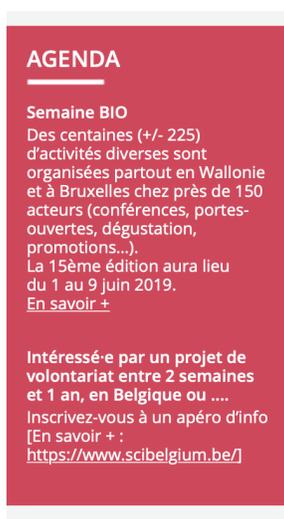


N°44 / AUTOMNE 2018



Imagine

1. CTA "Abonnez vous" en continu dans le header du site
2. Des journées "Imagine" et un agenda pour proposer un lien 'physique' avec les lecteurs



Le 1 hebdo

1. En HP, une grande image du magazine et une vignette du dernier numéro paru pour comprendre directement qu'il s'agit d'un magazine et la possibilité de s'abonner



Bouts du Monde

1. Accueil avec photo/vidéo immersive permettant une implication immédiate du visiteur
2. Map indiquant les lieux possibles où se réunir, créer une ambiance de voyage et créer un lien entre les membre de la communauté
3. Mise en forme esthétique avec de belles photos et les typographies type calligraphie qui donne un aspect "haut de gamme" et de "Qualité"
4. Encart "participer" pour inciter à l'action des lecteurs



Participer

Comment publier un carnet de voyage dans Bouts du monde ?

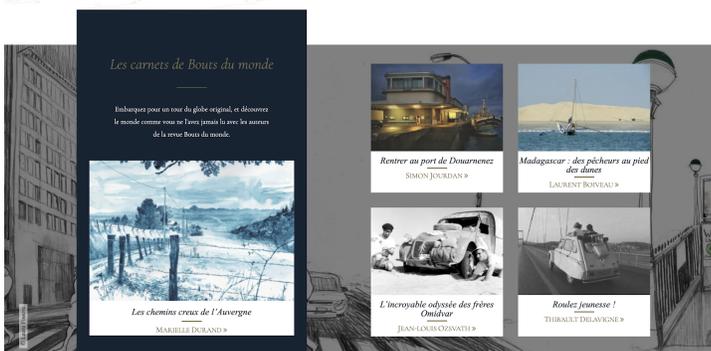
Allez, il est grand temps de sortir vos carnets Moleskine du fond des sacs à dos pour publier un carnet de voyage. Ne croyez pas que vos histoires de voyageurs n'intéressent que vous, ne croyez pas non plus qu'être publié est le privilège de quelques-uns. Envoyez-nous récits, photos et dessins de vos plus beaux voyages. Bouts du monde leur offrira un écran unique et de qualité. Nous ne passons pas de commandes de reportages. Il est donc inutile de nous contacter avant votre départ. Bon voyage à tous.

Textes

Envoyez votre carnet de voyage sous la forme d'un texte de 25 000 signes maximum (format word), sans aucune mise en page, à notre rédaction : boutsdumonde.redaction@gmail.com. Accompagnez votre texte par une trentaine de visuels (dessins, photos ou illustrations).

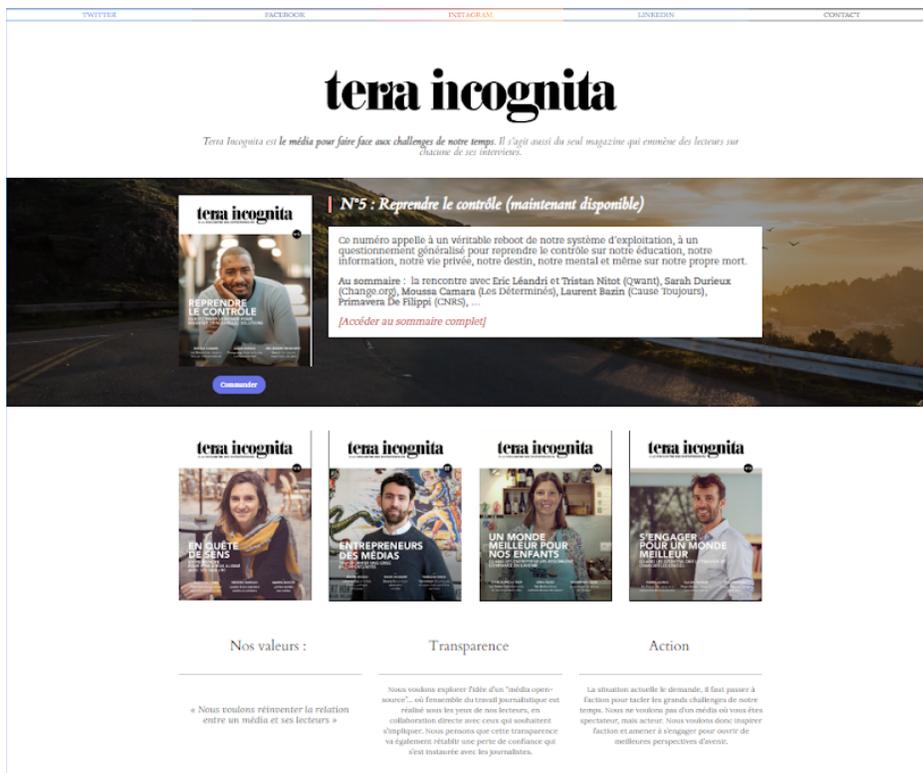
Photos & dessins

Pour les photos et croquis, envoyez une trentaine de visuels en Haute Définition (300 DPI, 240 mm x 340 mm) via un lien WeTransfer ou Dropbox.



Terra incognita

1. Site One page
2. Mise en avant du dernier numéro publié avec un petit résumé et un CTA pour s'abonner
3. Remontée de message de lecteur au sujet d'un article du magazine
4. Navigation centrée sur l'accès aux réseaux sociaux



« Faire de la France le champion du numérique au service des humains. »

Échos des lecteurs présents

11

J'ai beaucoup apprécié la vision qu'Alixandre Malgouyres de la manière dont la France et l'Union Européenne doivent se positionner sur l'intelligence artificielle face aux géants américains et Russes / Chinois. A une intelligence artificielle pleinement autonome, résistante et capable de capitaliser à tout crin, il ne faut pas, mais à une intelligence artificielle devant servir à contrôler les populations (à tout crin), il oppose la vision d'une IA développée au service de l'humain et à l'amélioration de sa condition, ce qui est un facteur de compétitivité à moyen terme.

Par ailleurs j'ai également apprécié sa position sur le rôle de l'enseignement et l'éducation pour inclure les femmes, à tout âge de leur vie, à développer et travailler vers les métiers de développement et l'entrepreneuriat de manière générale. Il a aussi évoqué l'outil un tas de mesures de fiscalité primaire à l'enseignement supérieur que me semblait tout à fait aller dans ce sens.

Lucie Rouland
CEO, PACTE Group

12

« Un moment exceptionnel, des échanges authentiques autour des enjeux du numérique pour notre société ! La vision portée par Alixandre Malgouyres à l'usage de son parcours - engagé, inspirant et transparent.

Merci à lui et à son équipe pour le temps accordé... et un grand merci à Terra Incognita de proposer une rencontre hors-ordinaire, qui rendent chaque participant acteur de l'actualité entrepreneuriale ! »

Céline Hernandez
Responsable Communication Digitale, Ubiqo

13

J'ai été bluffée par son accessibilité, son ouverture d'esprit, son sens de l'humour, sa bonne humeur et son empathie. Il nous a donné du temps et nous a montré un vrai intérêt pour chacun de nos parcours et de nos projets. J'ai le sentiment que cet entretien était avant tout un moment de partage, un vrai échange authentique et sincère. Merci !

magazine de la ruche qui dit oui

1. Photo XXL, photo réaliste sans mise en scène superficielle. Cela crée une immersion totale dans le monde du magazine
2. Relais d'activité RS, fil twitter disponible avec demande d'interaction
3. Visualisation du magazine et possibilité de commander directement avec Paypal



MIAMOLOGIE
LES LÉGUMES COMME VOUS
NE LES AVEZ JAMAIS LUS

Commandez le premier ouvrage de la Ruche qui dit Oui 1 et de 182°C pour découvrir les légumes de saison, apprendre à les cuisiner et tirer la bouchée pleine.

240 pages, 44 portraits de légumes, 44 recettes et des centaines de conseils.

1 exemplaire 28€

Sélectionnez le nombre d'exemplaires de la Miamologie spécial légumes et commandez via Paypal ou CB (Inclut Paper sans outre de compte) - Frais de port 235€.

Commander

LE MAGAZINE DE LA RUCHE QUI DIT OUI

La Ruche qui dit Oui @ruchequiditoui

L'ail des ours, vous l'aimez
:#Sondagedelasemaine #OuiMag

3 18:55 - 3 avr. 2019

En pesto

En risotto

En salade

Vote 35 votes • encore 1 jour

[Voir les autres Tweets de La Ruche qui dit Oui](#)

La fabrique éditions

1. Navigation simple et très claire, interface sobre
2. Slider avec les différents numéros du magazine dès la homepage



Kaizen

1. Menu principal avec des rubriques d'action progressive, notamment participer. Mise en couleur des menu CTA de conversion (connecter, acheter, abonner, panier)
2. Lien dans le header vers les lieux physiques de vente du magazine
3. Rubrique "Passer à l'action" proposant des solutions "Do it yourself"

kaizen construire un autre monde, pas à pas...

[Où trouver Kaizen?](#)

[Inscription à la newsletter](#)

[JE ME CONNECTE](#)

DÉCOUVRIR
Kaizen

EXPLORER
nos contenus

PASSER À L'ACTION
avec le Do it yourself

PARTICIPER
à nos événements

ACHETER
sur notre librairie

S'ABONNER
au magazine



Agriculture

Santé

Nature

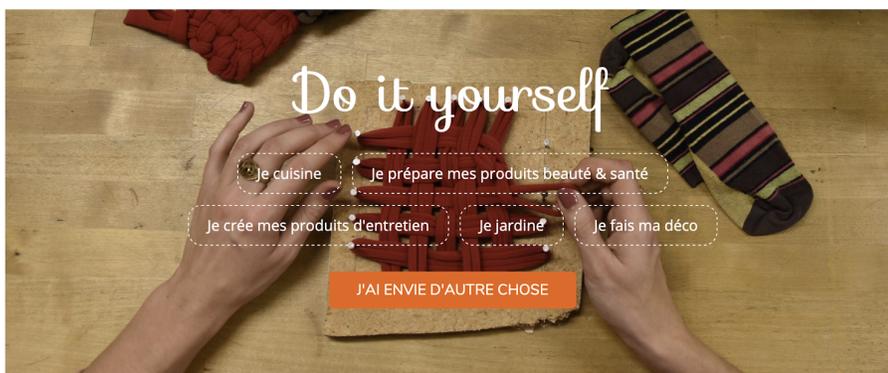
Éducation

Culture & Solidarités

Énergie

Économie & Gouvernance

Spiritualités



Conclusion, à retenir

- Un accueil immersif, avec vidéo/image pour plonger le visiteur dans l'ambiance et dérouler le manifeste de manière concise et impactante
- Humaniser la revue avec une page dédiées aux contributeurs/auteurs
- Des aperçus du contenu du magazine pour faire envie et déclencher l'abonnement
- Une fonction commander/s'abonner visible immédiatement
- Des modules d'interaction Quiz/Sondages/Relais RS/Agenda pour créer du lien et des rencontres
- Des menus simples, avec peu d'entrées pour une compréhension immédiate.

5. Solution

5.1. Présentation générale de la solution

Le site internet Yggdrasil doit être la vitrine de la revue papier, elle en est le relais qui engage le lecteur dans le début de son voyage personnel pour la construction, et la compréhension du monde d'après. Reflet des valeurs de la Collapsologie, il doit expliquer et convaincre, et se doit de donner une image positive, optimiste pour empêcher le repli sur soi, et la dénégation. Yggdrasil est un magazine pour éveiller les consciences, le site doit être conçu comme le premier pas en tant qu'acteur et créateur du monde de demain.

5.2. Objectifs stratégiques

5.2.1 Éveiller les consciences

Informé sur les thèses de la collapsologie. Expliquer. Présenter le manifeste qui pose les jalons d'Yggdrasil, et sa philosophie. Convaincre de l'imminence d'un effondrement futur, et démontrer l'urgence de penser positivement la reconstruction. Accueillir de manière immersive.

5.2.2 Découvrir le magazine Yggdrasil

Yggdrasil c'est 12 numéros, pas un de plus. 3 ans de rendez-vous pour réfléchir, à chaque changement de saison. On doit présenter des extraits de contenu de chaque numéro pour que le lecteur se fasse une idée, pour l'intéresser et le convaincre de s'abonner. La parution de chaque numéro est un rdv attendu, un évènement.

5.2.3 S'abonner au magazine ou acheter un numéro

L'internaute doit pouvoir s'abonner de façon immédiate, dans une interface claire. Les freins inhérent au paiement en ligne doivent être levés. Deux formules d'abonnements et un achat par numéro sont disponibles au minimum.

5.2.4 Créer du lien autour des acteurs de la collapsologie

Présenter les auteurs dans une page dédiée, y mélanger les contributeurs principaux au projet. Avec des possibilités de contact, pour inciter à l'échange, et à la création de lien.

5.2.5 Fédérer et engager autour d'une nouvelle philosophie de vie

Rassembler dans une rubrique des fonctionnalités incitant à l'action, à la collaboration, au contact, ainsi que du relais de contenu informatif en format court : vidéos youtube de conférences...

5.3. Personae



Emilie Coqueret

“ Je pense que le monde dans lequel on vit va à sa perte. Je suis anticapitaliste, et j'aimerais que nous retrouvions un sens commun respectueux, sans croissance en harmonie avec la terre. Arrêter la fuite en avant de nos sociétés, qui écrasent tout, l'humain, et la planète. Je pense qu'il est déjà trop tard pour sauver ce monde là, et je veux penser à l'après. C'est pour ça que la collapsologie me parle. J'ai soutenu le projet Yggdrasil dès le début. ”

AGE : 30 ans
 LOCALISATION : Nantes
 SITUATION : En couple sans enfant
 PROFESSION : Sans Emploi, petits boulots

**ANTI-CAPITALISTE, MODE DE VIE
 DECROISSANT, ANTI GAFI, ECOLOGISTE**

Objectifs :
 Participer à un mouvement qui a du sens, s'engager, rencontrer, débattre, s'informer et soutenir une cause.

Attentes :

- S'abonner facilement à un magazine qui lui correspond
- Etre au courant des événements à venir

Freins :

- Elle n'utilise pas FB.
- Elle n'aime pas payer en ligne.
- Elle déteste tout ce qui se rapporte au marketing (discours, sollicitations etc.)
- Préfère les sites qui semblent "artisansaux", plutôt qu'à des vitrines léchées (attitude de suspicion)

Activités

- Très engagée dans les causes alter-mondialistes
- Fréquente le site attac régulièrement
- Active sur les communautés alter-mondialiste
- Lis des blogs sur les sujets qui l'intéresse
- Construit sa maison elle-même, et se documente constamment sur internet pour ce sujet. (forums)
- Lectrice assidue de Pierre Rhabi
- Elle n'utilise aucun produit GAFI
- Elle utilise Ecosa comme moteur de recherche
- Proton Mail comme compte mail.
- Mobile




Marc Vaufort

“ J'ai travaillé pendant 25 ans dans une grande entreprise à vendre des produits d'assurances - Aujourd'hui je me pose de vraies questions sur le sens de ma vie en général, de mon travail. Je suis inquiet sur l'avenir du monde, et de ce que l'on va laisser à nos enfants - j'ai commencé à changer mes modes de consommation, et je vais de plus en plus vers une économie du partage. Je suis assez en phase avec les constats de la Collapsologie, et j'aimerais en savoir plus. ”

AGE : 47 ans
 LOCALISATION : Boulogne-Billancourt
 SITUATION : Divorcé, 2 enfants
 PROFESSION : Cadre dans une société d'assurances

**ECOLOGIE,
 EN RECHERCHE DE SENS A SA VIE,
 ECONOMIE DU PARTAGE**

Objectifs :
 S'informer sur la collapsologie, pour en savoir plus, et en comprendre les enjeux.

Attentes :

- S'abonner facilement à un magazine
- S'éveiller à de nouveaux courants d'idées

Freins :

- N'a pas envie de rentrer dans une communauté

Activités

- S'informe essentiellement auprès de la presse indépendante sur le web
- Utilise facebook régulièrement
- Attiré par l'économie du partage (Recycleries, milieu associatif).
- Lis des blogs sur les sujets qui l'intéresse
- Mange bio et local autant se faire se peut
- Est abonné à la revue Mook XXI
- Suis pas mal de conférences sur youtube (jancovici, lesage)



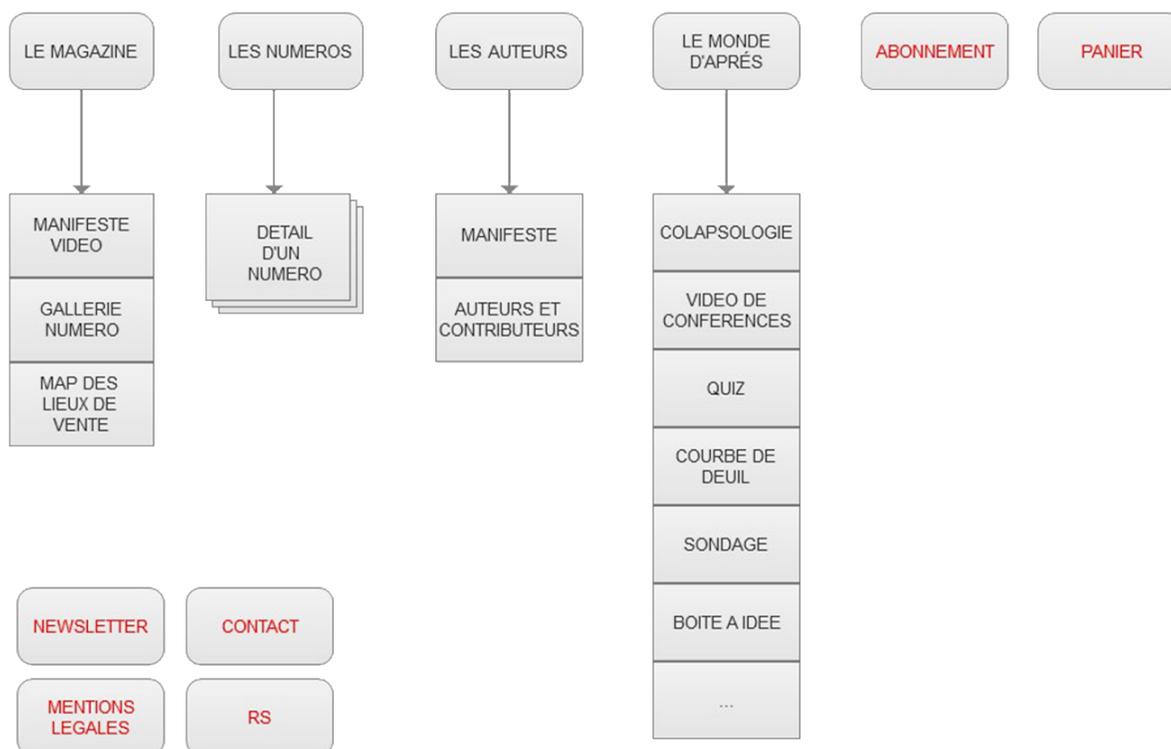
5.4. Identité graphique & webdesign

Intégration de la charte Graphique du magazine avec adaptation au medium web en gardant l'aspect esthétique et émotionnel.

Le point principal de notre recommandation étant de rendre le site vivant, nous recommandons le changement de l'aspect du site durant les 3 ans, chaque semaine avec des points forts lors des changements de saison.

En partant des couleurs de la charte graphique transmises à ce jour, toutes les couleurs des CTAs (boutons, zones de quiz, fonds de futurs numéros, zones de votes, et autres zones interactives) évolueront progressivement et subtilement chaque début de semaine pour faire la liaison avec les couleurs de la saison suivante. Les vignettes vidéos, fond de site, photos etc ne changeront eux que le jour de sortie de chaque numéro en corrélation avec le changement de saison.

5.5. Arborescence du site Yggdrasil



5.6. Fonctionnalités et spécificités

Sont listées ici les principales fonctionnalités que la plateforme devra gérer pour être conforme aux enjeux et aux objectifs définis précédemment.

Tous les points non détaillés dans ce document seront discutés ensemble ultérieurement.

Fonctionnalités globale du site

- (LOT 1) Changement dynamique des couleurs du thème chaque semaine
- (LOT 1) Changement des photos et vidéos à chaque saison
- (LOT 2) Newsletter
- (LOT 1) Téléchargement d'un bulletin d'adhésion
- (LOT 1) Partages réseaux sociaux et mail.

Fonctionnalités Homepage "Le magazine"

- (LOT 1) Vidéo immersive 1min30 décrivant le Manifeste Yggdrasil accessible depuis la vidéo fullscreen
- (LOT 1) 4 Vidéos fullscreen par an qui bouclent (15 secondes). Chaque vidéo est en cohérence avec la saison en cours et l'ambiance graphique dynamique
- (LOT 1) Eléments d'interface qui changent de couleur au fil des saisons. (Boutons, Styles CSS, vignette vidéo, textes)
- (LOT 3) Vidéo interactive illustrant les choix de société et leurs impacts... (en lien avec le manifeste)
- (LOT 1) Visualisation des numéros sous forme de slider accordéon dynamique - gimmick graphique sous forme d'arbre qui pousse pour illustrer l'avancement des numéros à venir
- (LOT 1) Accès à une carte interactive des lieux de vente du magazine + géolocalisation pour la version mobile
- (LOT 1) Boutons s'abonner + panier (affichage du contenu) + Recevoir une alerte pour les numéros à paraître
- (LOT 1) Accès aux fils des réseaux sociaux : Facebook et Twitter



<p>n°1 Eté 2019</p> <p>Titre du numéro 1 de la série</p> <p>Acheter S'abonner</p>	<p>n°2 Automne 2019</p> <p>Titre du numéro 2 de la série</p> <p>Acheter S'abonner</p>	<p>n°3 Hivers 2019</p> <p>J-10</p> <p></p>	<p>n°4 Hivers 2019</p> <p>J-103</p> <p></p>
-------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------	-------------------------------------------------

Où nous trouver ?



Contacts
Mentions légales/RGPD

Newsletter

Réseaux sociaux

©YGGDRASIL 2019

Fonctionnalités page “Les Numéros”

- (LOT 1) Navigation à gauche et à droite pour passer d'un numéro à l'autre
- (LOT 1) Module de visualisation d'extrait d'article (intégration du plugin jQuery Turn.js)
- (LOT 1) Boutons abonnement et achat par numéro (voir fonctionnalité Abonnement et Achat)
- (LOT 1) Module vignettes des 11 autres numéros pour accès rapide

Fonctionnalités page “Les Auteurs ”

- (LOT 1) Cartes images qui flipent au survol avec nom, prénom, et une petite phrase d'introduction
- (LOT 1) Contact email sur chaque carte

Fonctionnalités page “Le Monde d'après”

- (LOT 2) Page de type “wall” avec de multiples contenus dynamiques ou non.
- (LOT 2) Contenu “Survey” + resultats
- (LOT 2) Contenu “Quiz” + resultats
- (LOT 2) Contenu collaboratif “Boîte à idées” (champ + bouton soumettre)
- (LOT 2) Contenu Agenda (liste des événements à venir). Possibilité de pouvoir se mettre les événements dans son propre calendrier
- (LOT 2) Contenu interactif “Courbe de deuil” (suite de questions, et résultat graphique + option de partage)
- (LOT 2) Contenu Photo + citation par dessus
- (LOT 2) Contenu Player youtube (relais de contenus chaine YT)
- (LOT 2) Contenu relais de fil twitter Yggdrasil-magazine
- (LOT 2) Podcast audio (lecture ou téléchargement)

Fonctionnalités page “Abonnement” et “Achat”

- (LOT 1) Choix de la formule d'abonnement (3 choix) avec indication du prix bouton ajouter au panier bouton voir tous les numéros

- (LOT 1) Détail de la commande : Indication du prix + bouton ajouter au panier + bouton voir tous les numéros
- (LOT 1) Visualisation du panier

MON PANIER

	PRODUIT	Prix	Quantité	TOTAL
	 Titre du numéro n° 1	12 €	1	12 €
	 Abonnement 1 an	110 €	1	110 €

Code promo

Appliquer code promo

Mettre à jour le panier

Total panier

Sous-total	122 €
	Code promo livraison gratuite
Expédition	Frais de livraison offerts Il s'agit seulement d'une estimation. Les prix seront mis à jour lors de la validation de la commande.
Total	122 €

Poursuivre ses achats

Valider la commande

- (LOT 1) Poursuivre ses achats avec ses informations et contenu panier sauvegardés
- (LOT 1) Lien pour ceux qui sont déjà clients : "Cliquez ici pour vous connecter" toggle encart visible avec : Si vous avez déjà un compte, saisissez vos lien
- Coordonnées pour vous connecter (boutons connexion et souvenir de moi) avec : mot de passe perdu

! Déjà client ? [Cliquez ici pour vous connecter](#)

Si vous avez déjà commandé avec nous auparavant, veuillez saisir vos coordonnées ci-dessous. Si vous êtes un nouveau client, veuillez renseigner la section facturation et livraison.

Identifiant ou e-mail *

Mot de passe *

Connexion Se souvenir de moi

Mot de passe perdu ?

! Avez-vous un code promo ? Cliquez ici pour saisir votre code

- (LOT 1) Possibilité de faire un cadeau à un ami. "Expédier à une adresse différente" (double formulaire d'adressage : Facturation / livraison)

Détails de facturation

Prénom* Nom*

Nom de l'entreprise (facultatif)

Pays*

Numéro et nom de rue*

Numéro de voie et nom de la rue

Appartement, bureau, etc. (optionnel)

Code postal*

Ville*

Téléphone*

Adresse de messagerie*

Expédier à une adresse différente ?

Prénom* Nom*

Nom de l'entreprise (facultatif)

Pays*

Numéro et nom de rue*

Numéro de voie et nom de la rue

Appartement, bureau, etc. (optionnel)

Code postal*

Ville*

Notes de commande (facultatif)
Commentaires concernant votre commande, ex. : corrigés de livraison

Créer un compte ?

Créer le mot de passe du compte *

Votre commande

Produit	Total
Titre de numéro n° 1 x1	10 €
Abonnement - 1 an x1	100 €
Titre de numéro n° 2 x1	10 €
Sous-total	120 €
	Code promo livraison gratuite
Expédition	Frais de livraison offerts
Total	120 €

Paiement sécurisé par carte bancaire

Paiement sécurisé par compte PayPal

Paiement par chèque

Paiement par virement bancaire

J'ai lu et j'accepte les conditions générales *

Valider

Affichage du détail lorsque la case est cochée

Affichage du détail lorsque la case est cochée

Remplir les champs de saisie (*) : Nom, prénom, téléphone, e-mail, code postal, note commande

Case à cocher : créer ce compte avec ces données.

Champ mot de passe

- (LOT 1) Double opt-in, CGV
- (LOT 1) Paiement en ligne possible sans quitter le site par CB, Visa, Mastercard avec informations à rentrer, Paypal, Paylib, Google pay, Apple pay. Possibilité aussi du choix "faire un virement" avec les informations bancaires Yggdrasil, ou même de

payer par chèque avec le téléchargement du bulletin d'adhésion et les informations pour le chèque et l'envoi du bulletin.

- (LOT 1) Possibilité de rajouter code promo
- (LOT 1) Cliquez sur "J'ai lu et j'accepte les conditions" et information résumée de l'utilisation des données
- (LOT 1) Se connecter à son compte
- (LOT 1) Confirmation (Affichage site)
- (LOT 1) Confirmation (Email avec envoi facture pdf)

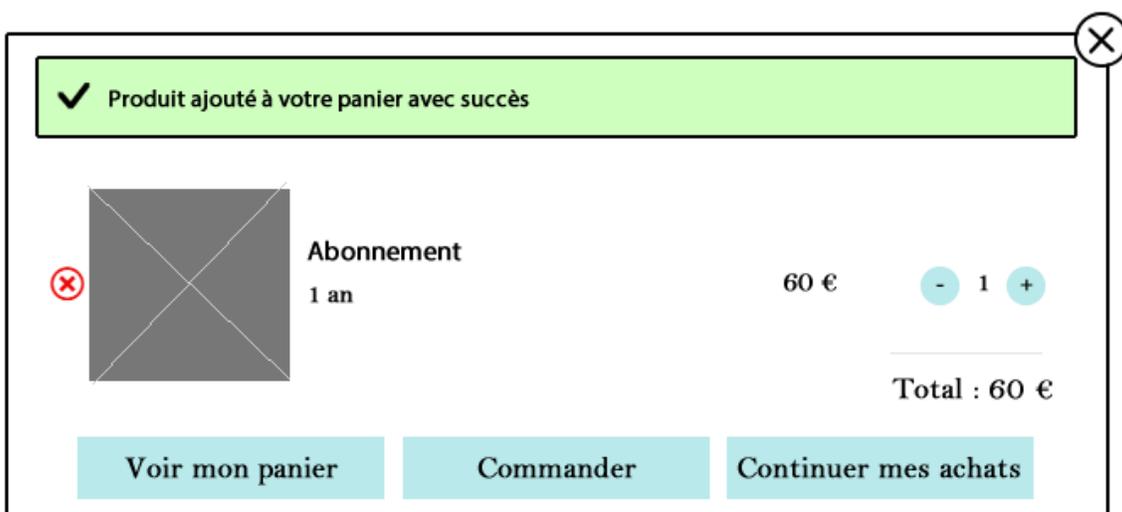
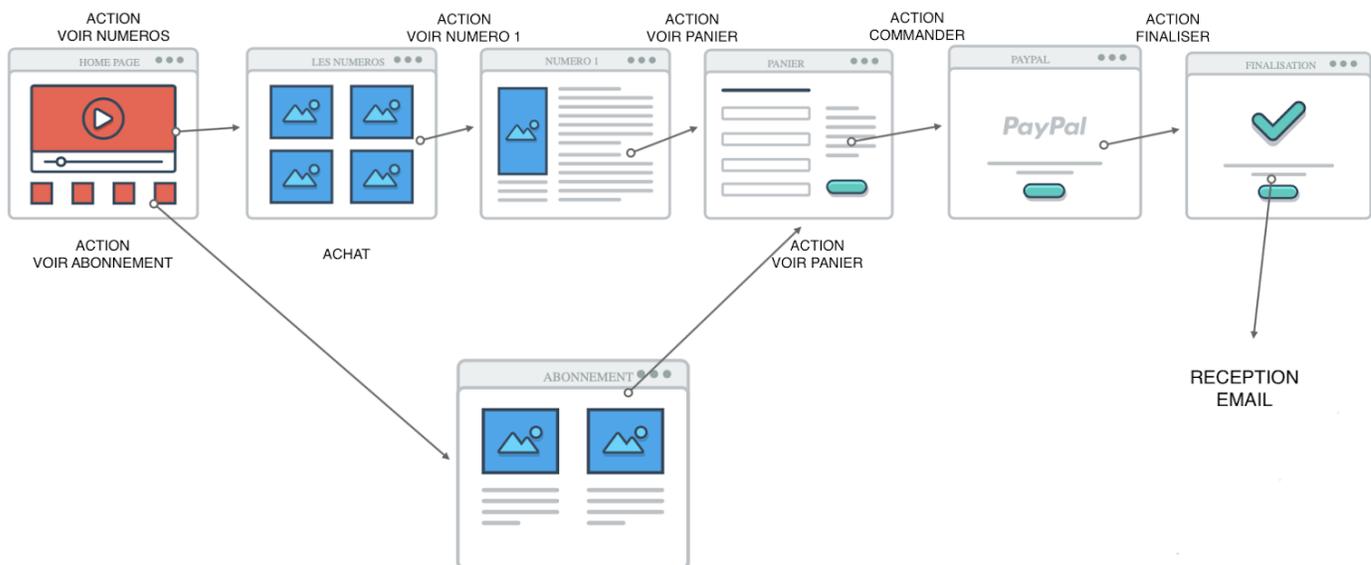
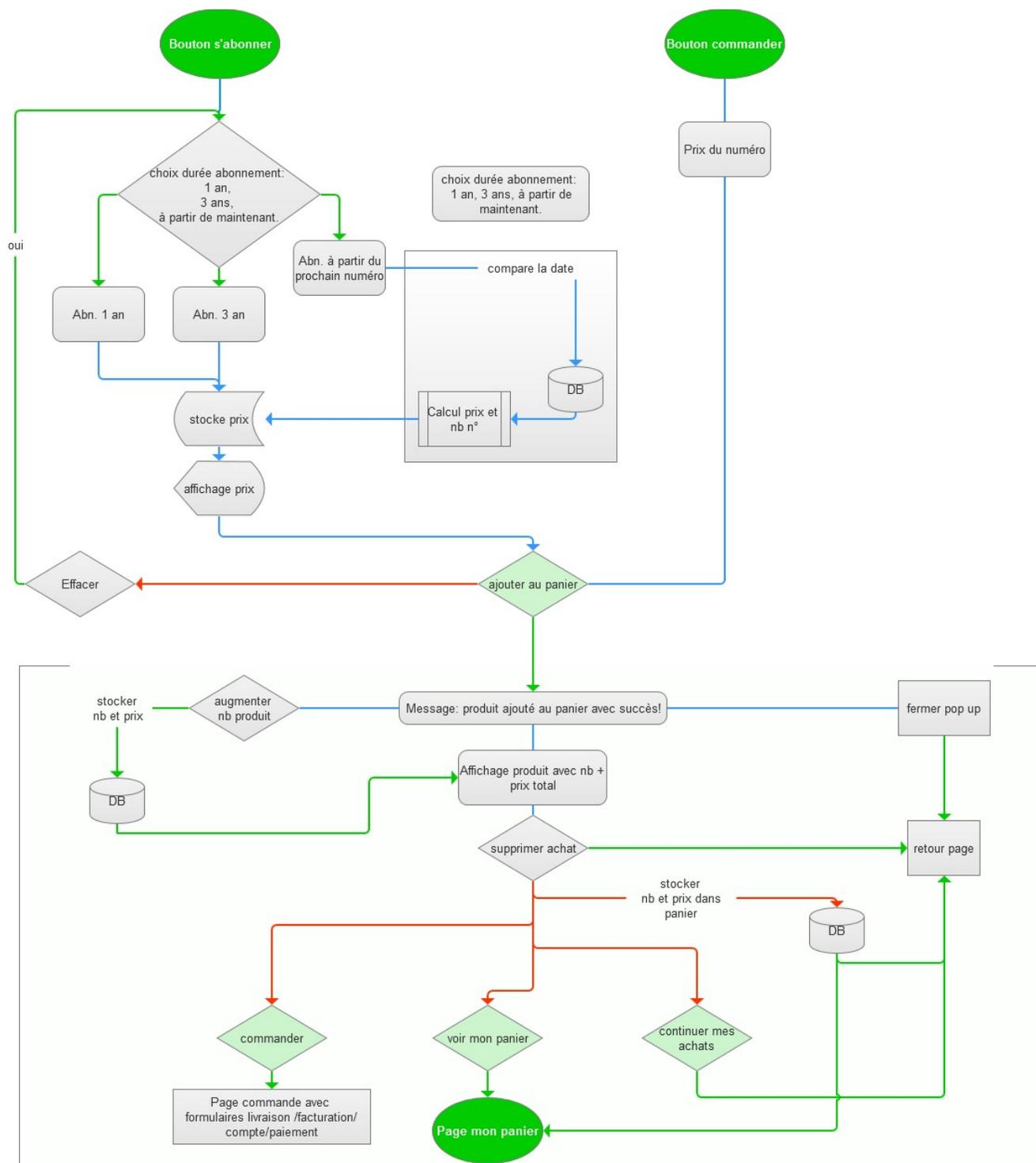


Diagramme de flux des boutons "s'abonner" ou "commander" jusqu'à la page mon panier.



5.7. Développement itératif

5.7.1. Front Office

Lot 1 (Livraison pour le 21 juin)

Page d'accueil fonctionnelle avec vidéo du manifeste, habillage vidéo, carte des points de vente physiques et changement de couleur saisonnier

Page les numéros

Page abonnement

Page "les auteurs"

Fonctionnalités achat et abonnement

Page "Le monde d'après" : contenu texte/image succînt, expliquant la collapsologie

Lot 2 (Livraison avant le 21 septembre 2019)

Page "Le monde d'après" : Modules développés : Quiz, sondages...

Carte des points de vente physiques dynamique avec proposition d'itinéraire.

Lot 3 (Livraison pour le 21 décembre 2019)

Video interactive du manifeste.

5.7.2. Back Office

Lot 1 (Livraison pour le 21 juin)

L'accès, la gestion et les réglages de contenus pour les pages et les fonctionnalités décrites précédemment (pour plus de détail se reporter au Cahier Des Charges Technique).

Lot 2 (Livraisons avant le 21 septembre 2019)

En écho aux fonctionnalités développées en front office, la gestion en détail des modules de ce lot (pour plus de détail se reporter au Cahier Des Charges Technique).

6. Organisation, intervenants et ressources

6.1. Équipe Yggdrasil

Yvan Saint-Jours sera notre interlocuteur privilégié, il validera le budget, l'orientation et autres...

Flora Clodic-Tanguy et Marie Geffroy seront les référentes communication sur le concept.

Geoffrey Dorne pourra participer volontier a tous ce qui concerne le design et le graphisme.

Flora Clodic-Tanguy et Marie Geffroy pourront gérer le contenu dans un CMS (Il y aura normalement très peu de MAJ) elles ne sont pas tech mais sont capables de s'adapter et s'autoformer à un CMS et de faire la modération si besoin.

Nicolas Davy pourra alimenter la banque d'image dédiée au site web.

L'équipe Yggdrasil prend à sa charge en interne la rédaction des **RGPD** et **mentions légales**.

6.2. Matrice RACI du projet

	Client				Chrislojud							
	Yvan Saint Jours	Geoffrey Dorne	Nicolas Davy	Marie et Flora	Chef de Projet	Directeur Artistique	UI Designer	Développeur	Intégrateur	Webmarketer SEO	Motion Designer	Vidéaste
CADRAGE	V				R	C	A	C	C	I	C	
MOTION DESIGN / VIDEO	V	C	C		R	C	C				R	A
CONCEPTION site dynamique	V				R		C	I		R	C	
Home Page (HP)	V	A	A	I	I	R	C		C	C		
Page Numéros	V	A	A	I	I	R	C		C	C		
Page Auteurs	V	A	A	I	I	R	C		C	C		
Module Abonnement/Achat et paiement en ligne	V				I		A	R	A			
Template et autres fonctionnalités (Quizz etc)	V	C	C	C	I		A	R	A			
RECETTES	V	A	A	A	I		C	R				
MISE EN LIGNE: Bascule du site en ligne	I	I	I	I	R	I	I	R	I	I	I	

R Responsable
 A Acteur
 C Consulté
 I Informé
 V Validation

6.3. Méthode de travail recommandée

Pour le cadrage, la finalisation des cahiers des charges fonctionnels, la conception et le SEO (Possibilité d'une campagne Réseaux Sociaux afin de booster la visibilité du site vu sa courte vie, à discuter ensemble ultérieurement) des workshops de design thinking, d'idéations etc. avec les membres d'Yggdrasil qui se sont portés volontaires sont prévus.

7. Planning du lot 1

Le projet débute le 19/04/2018 avec un kick off et se terminera le 17/06/2018, 4 jours avant la publication du 1er numéro yggdrasil. Vous trouverez le planning détaillé en annexe.

La durée du lot 1 est estimée à 42 jours ouvrés (du lundi au vendredi). A noter que le planning peut être réajusté au fur et à mesure de l'avancée du projet.

8. Budget

L'estimation budgétaire de nos prestations pour le 1er lot est de 24 900 € HT. Nous vous proposons également les budgets des lots 2 et 3 qui s'élèvent respectivement à 4 900 € et 10 200 €. Vous trouverez les détails des budgets en annexes.

Pendant toute la période de mise en production du site, puis 3 mois après la dernière itération, toute anomalie sera traitée et corrigée en priorité gratuitement.

Après cette période, il pourra être mis en place un contrat de Tierce Maintenance Applicative (TMA).

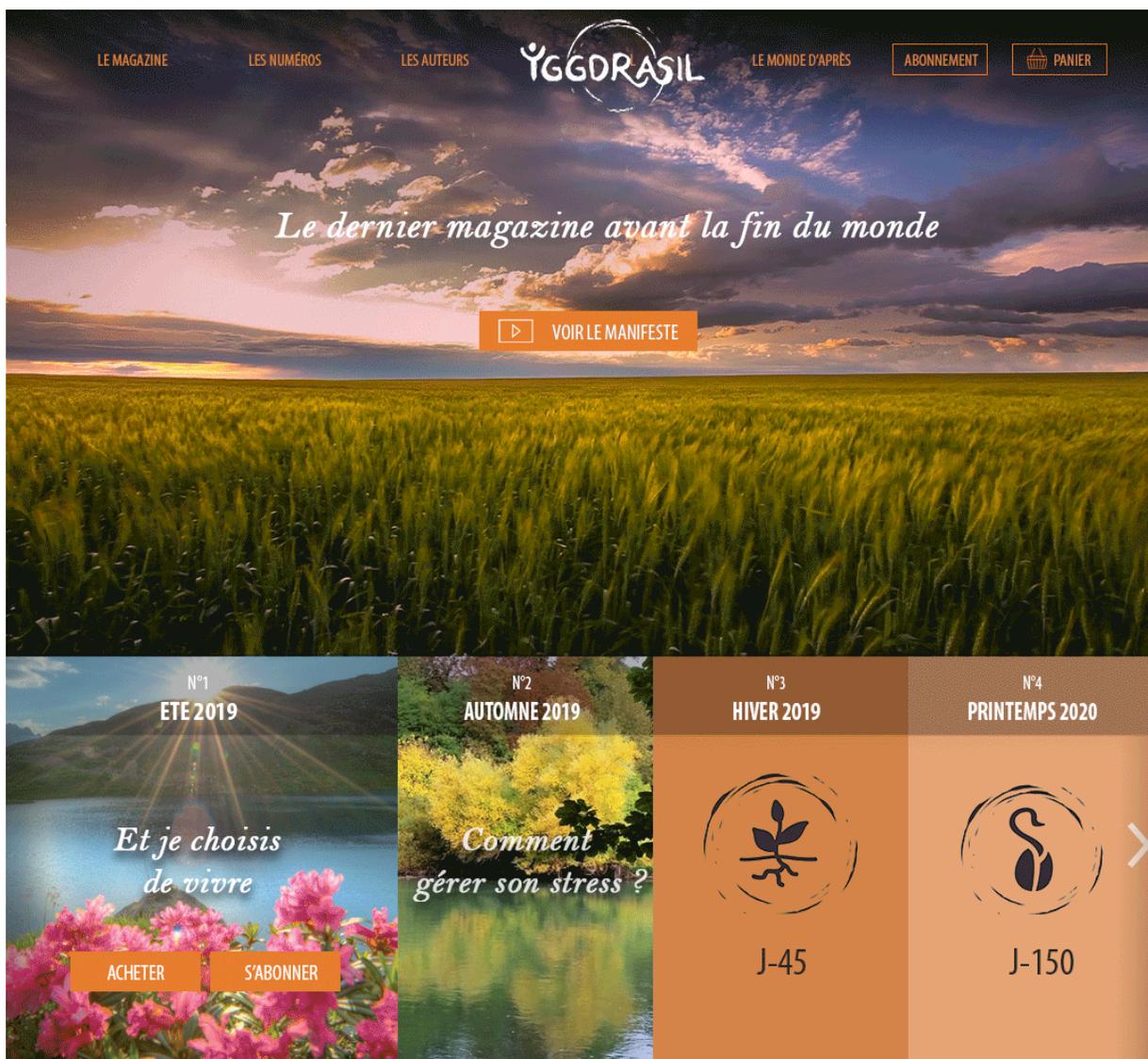
Ce contrat vous donnera accès à notre outil de « bug tracking » dans lequel vous pourrez déposer les différents bugs et évolutions. Il garantira des délais d'intervention en fonction de la nature du problème remonté. La facturation se fera au temps passé réel avec un prix de journée de 500€ HT/j.

Cette facturation aura lieu chaque trimestre avec un minimum de facturation de 5 jours par trimestre afin de garantir la disponibilité des équipes.

A envisager prochainement, la possibilité d'un accompagnement stratégique webmarketing si besoin. Nous sommes à votre disposition.

9. Maquettes inspirationnelles

Pour vous donner un avant goût de l'expérience immersive évoquant le voyage, la connexion avec la nature, les liens et le vivant de la solution que nous vous proposons, nous vous présentons ici **un exemple de déclinaison graphique et vidéo** (avec changement de couleurs qui sera in fine dynamique) pour **les saisons d'automne et d'hivers** (seulement une partie de la page).



Le dernier magazine avant la fin du monde

▶ VOIR LE MANIFESTE

N°2
AUTOMNE 2019

*Comment
gérer son stress ?*

ACHETER S'ABONNER

N°3
HIVER 2019

*Se protéger
contre le froid !*



N°4
PRINTEMPS 2020



J-31

N°5
ÉTÉ 2020



J-123

➤