

BLAN'COM



# CAHIER DES CHARGES

# PROJET DE PERSONAL BRANDING DE FRANCK LEPLUS POUR LA REFONTE DU SITE INTERNET

## Réalisé par

LAURIE BRUNNER  
PAUL CHAUCHARD  
LÉA GUÉRAÇAGUE  
CHARLOTTE LAGARDÈRE  
AMANDINE RASSENEUR  
FANNY WALCKER



# Remerciements

Nos remerciements vont d'abord à Monsieur Franck LEPLUS qui nous a accordé sa confiance et a accepté de mettre entre nos mains sa stratégie de communication personnelle et en particulier son site web. Merci d'avoir été présent tout au long du projet, d'avoir répondu à nos multiples sollicitations et de nous avoir aiguillés dans la compréhension de vos diverses casquettes, des valeurs que vous incarnez ainsi que de l'ensemble des projets dont vous êtes à l'origine.

Nous souhaitons également remercier Monsieur Christophe ALCANTARA pour avoir partagé son expérience en matière de création de site web et pour nous avoir fourni les enseignements nécessaires à la poursuite de ce travail. Merci également à Monsieur Nicolas ESPLAN de nous avoir accompagnés dans la conception de ce dossier et de nous avoir prodigué les conseils essentiels à son amélioration.

En espérant que nos recommandations correspondent à vos attentes et vous permettent d'atteindre vos objectifs.

Nous avons beaucoup apprécié travailler pour vous.

Nous vous souhaitons une bonne continuation et de la réussite pour vos projets à venir.

Bien cordialement,

L'agence Blan'Com

# Notre équipe

Notre agence toulousaine Blan'Com a pour priorité la transparence. Notre transparence et celle des collaborateurs que nous décidons d'appuyer. Nous souhaitons rendre l'information accessible, et facilement compréhensible par l'utilisateur final. Nous portons aussi d'autres valeurs qui nous sont chères et que nous veillons à appliquer dans l'élaboration de chaque stratégie de communication comme le sérieux, la rigueur et l'efficacité.

Notre slogan "La communication à l'état pur" est représentatif de toutes nos valeurs.

Nous accompagnons depuis de nombreuses années des clients issus de différents domaines d'activités et de tailles variables dans la conception de leur stratégie de marque. Spécialisés dans le personal branding, nous proposons une approche pragmatique conforme à votre identité en prenant en compte l'ensemble de votre écosystème digital, vos objectifs stratégiques ainsi que les attentes des utilisateurs. Notre objectif principal est de développer la visibilité de votre marque ou de vous-même.

L'agence Blan'Com est composée de six personnes :



**Charlotte**  
Rédactrice  
Référencement (SEO)



**Léa**  
Chargée de communication  
globale



**Fanny**  
Chargée de manipulation  
WordPress et intégration de  
contenus



**Paul**  
Chargé des réseaux sociaux



**Amandine**  
Chargée  
d'arborescence/Organisation  
du site



**Laurie**  
Graphiste



# Table des matières

<b>Introduction :</b>	<b>5</b>
Présentation du commanditaire et du projet	5
Les cibles	5
Les objectifs du projet	5
Méthodologie	6
<b>Partie 1 : Diagnostic</b>	<b>7</b>
<b>I- Audit</b>	<b>8</b>
1. Audit technique	8
2. Audit de la structure du site et du fond	9
3. Audit de la forme	10
4. Audit de l'écosystème web	11
<b>II- Benchmark</b>	<b>12</b>
<b>III- Hébergement actuel</b>	<b>13</b>
<b>Partie 2 : Nos recommandations stratégiques</b>	<b>15</b>
<b>I- Création de l'identité de personal branding de Franck Leplus</b>	<b>16</b>
1. Choix de l'identité dominante	16
2. Identité visuelle du site	16
a) Charte graphique	16
b) Icône visuelle	17
<b>II- Restructuration du site web</b>	<b>18</b>
1. Nouvelle arborescence	18
2. Les fonctionnalités	19
3. Les liens externes	20
<b>III- Mise en place d'une stratégie de référencement efficace</b>	<b>20</b>
1. Audit sémantique	20
2. La stratégie de référencement	22
<b>IV- Présentation des maquettes réalisées</b>	<b>22</b>
1. Maquette de la page d'accueil	22
2. Maquette version mobile	24
<b>V- Choix d'un nouvel hébergeur et d'un prestataire</b>	<b>25</b>
1. L'hébergement	25
2. Les prestataires	25
• Local.fr	25
• Les compagnons du web	26
<b>Partie 3 : Dossier Financier</b>	<b>27</b>
• Devis numéro 1 : Montant théorique de notre prestation	28
• Devis numéro 1 détaillé	28
• Devis numéro 2 : Montant de la réalisation du cahier des charges par une agence	29
• Devis numéro 3 : Montant des services de l'agence Local.fr pour la mise en application du cahier des charges	29
• Devis numéro 4 : Montant des services de l'agence Les compagnons du web pour la mise en application du cahier des charges	30
<b>Partie 4 : Dossier Juridique</b>	<b>31</b>
<b>I- Droit à l'image</b>	<b>32</b>
<b>II- Mentions légales en vue de la création d'un site internet</b>	<b>33</b>
<b>III- Le droit d'auteur</b>	<b>33</b>
<b>IV- Droit d'exploitation de la propriété intellectuelle</b>	<b>34</b>
<b>V- Le plagiat</b>	<b>34</b>
<b>VI- Autorisation de représentation (SACD)</b>	<b>35</b>
<b>VII- Diffusion de données personnelles</b>	<b>35</b>
<b>Sommaire Annexes</b>	<b>37</b>

# Introduction :

## Présentation du commanditaire et du projet

Franck Leplus est un auteur de théâtre qui imagine des pièces de genres différents (comiques, dramatiques, policières...) mais est davantage connu pour ses comédies. En plus d'écrire des pièces de théâtre, il est aussi scénariste pour la télévision et imagine les scénarios pour une série (Paese) qui passe sur France 3 Corse.

Depuis 1989, Franck Leplus est membre de la SACD (Société des auteurs et compositeurs dramatiques) qui gère les droits d'auteur de ses pièces mais il fait aussi partie de la Société des écrivains associés au théâtre et de la Société française des gens de lettres.

En plus d'être auteur de théâtre, Franck Leplus est aussi le créateur de l'association « Atelier Loossois de formation et de créations théâtrales », à Loos, près de Lille. Cette activité lui permet de former des amateurs en art dramatique et également des personnes en situation de handicap. Sa fonction de formateur lui a notamment permis de recevoir un tableau d'honneur du bénévolat associatif français.

## Les cibles

Concernant la cible de l'auteur de théâtre, il existe plusieurs types de personnes pouvant être amenées à le contacter : les compagnies de théâtre, les étudiants (par exemple qui travaillent dans la traduction, qui se forment pour devenir acteurs...), les amateurs et les confirmés qui souhaitent jouer ses pièces...

Toutefois, sa cible principale reste les **metteurs en scène** qui sont intéressés par ses pièces en France, mais aussi dans le monde entier. En effet, ses pièces sont traduites en différentes langues (italien, russe, allemand...) et sont jouées dans plusieurs régions du monde (Sénégal, Suisse, Brésil...). Le site web de Franck Leplus doit donc s'adresser en priorité à ce public tout en permettant aux autres d'accéder aux informations qu'ils souhaitent.

## Les objectifs du projet

Le besoin principal exprimé par Franck Leplus est le besoin d'accessibilité. Il souhaite en effet **faciliter la procédure de contact** avec ses différentes cibles qui actuellement se fait essentiellement via sa page Facebook. L'objectif du projet de refonte du site internet de Franck Leplus consiste alors à organiser les différentes "casquettes" et identités de Franck Leplus pour que ses différentes cibles puissent aller facilement vers la page et le contenu leur correspondant. Il s'agit d'améliorer l'expérience utilisateur.

Il n'y a pas forcément d'objectif de notoriété derrière ce projet de site web. En effet, M.Leplus est déjà reconnu au niveau régional, national et a même réalisé des collaborations à l'échelle internationale. Il est contacté régulièrement sans avoir à faire la démarche lui-même. Cependant, le site cherche toutefois à renforcer son image, c'est pourquoi il s'inscrit dans une stratégie plus large de personal branding prolongée par les réseaux sociaux notamment, la page wikimonde de Franck et les bibliothèques en ligne sur lesquelles ses pièces apparaissent.

Par son site, son objectif est également de **réunir l'ensemble de ses ouvrages** publiés sur une même interface et les textes de ses pièces de théâtre pour que les metteurs en scène puissent en prendre connaissance. Il utilise déjà des bibliothèques en ligne pour les y déposer mais veut grâce à son site une mise à jour en temps réel de la liste de ses œuvres.

Les indicateurs quantitatifs qui devront être évalués afin de mettre en avant l'efficacité du projet sont : le nombre de formulaires de contact remplis, le nombre de formulaires de demande d'accès aux pièces de théâtre remplis. Des indicateurs qualitatifs pourront également être pris en compte tels que l'évaluation de la perception qu'ont les internautes de Franck Leplus après avoir consulté son site, l'image qu'ils ont de lui.

**=> Ce projet consiste à la création d'un portfolio numérique pour un auteur de théâtre souhaitant rendre accessible ses pièces et démocratiser le théâtre par la formation.**

## Méthodologie

Notre méthodologie dans le cadre de la refonte du site web de M.Leplus a été la suivante. Nous avons d'abord réalisé un audit du site existant au niveau technique, de la forme et du fond mais nous avons également été amenés à répertorier l'ensemble des éléments constituant l'écosystème web de Franck Leplus et à les auditer. Nous avons ensuite réalisé un benchmark de sites concurrents avant d'imaginer les recommandations adaptées.

Concevoir les éléments stratégiques de la refonte du site est ensuite passé par diverses étapes. Nous avons commencé par réaliser un audit sémantique, c'est-à-dire par identifier les mots-clés recherchés par les internautes qui souhaitent arriver sur le site de Franck Leplus. A partir de ces mots-clés, de l'audit et du benchmark, nous avons ensuite créé une nouvelle arborescence pour le site web. A partir de cette nouvelle organisation, nous avons pu réaliser une maquette de la page d'accueil ainsi qu'une planche de tendances illustrant la charte graphique que nous recommandons pour le site. Pour finir, nous avons rédigé la page d'accueil en intégrant les mots-clés de l'audit sémantique, c'est-à-dire un exemple de page optimisée pour favoriser le référencement naturel du site.

En pratique, certaines de ces étapes ont été réalisées en parallèle et des allers-retours ont été effectués entre chacune des réalisations afin de garantir la cohérence globale de la stratégie et du site.

Tous ces éléments ainsi que leurs justifications sont à retrouver dans ce dossier.



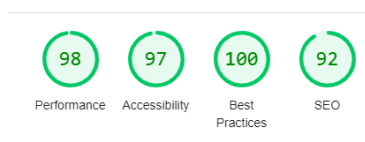
# **PARTIE 1 : DIAGNOSTIC**

# I- Audit

Premièrement, nous nous sommes penchés sur l'analyse du site internet. Il nous a paru important de faire un audit du site pour faire un état des lieux nous permettant de constater la présence d'éventuelles anomalies, mais aussi de recenser les points forts de celui-ci. Cet audit est essentiel à réaliser dans le cadre d'un approfondissement de la communication.

## 1. Audit technique

Pour analyser l'aspect technique du site, nous avons utilisé l'outil Open source de Google Chrome **Lighthouse**. Cet outil peut analyser la performance de chaque page d'un site web à partir de quatre items : la performance technique, l'accessibilité, les bonnes pratiques et le SEO. Sur le site de Franck Leplus, l'analyse n'a été possible qu'à partir de la page d'accueil étant donné que les autres pages n'ont pas vraiment de contenu.



Globalement, la page d'accueil du site de Franck Leplus obtient un **bon score** sur chaque item. Cependant, quelques problèmes ont été détectés par l'outil et pourront être corrigés par la suite :

### Accessibilité :

Les couleurs d'arrière-plan et de premier plan n'ont pas un rapport de contraste suffisant.

### SEO :

Le document n'a pas de méta description.

Au niveau de la catégorie SEO, les éléments pris en compte sont la bonne utilisation des balises sur la page (ex : il y a bien un seul <H1> sur la page (balise titre principal) et plusieurs <H2> (balise titre secondaire)) ou encore le bon fonctionnement des liens et l'existence d'une description pour chacun d'eux.

La stratégie de référencement mise en place avec l'utilisation des bons mots-clés et le positionnement de la page sur le moteur de recherche ne sont pas pris en compte. Pour compléter l'analyse du référencement, nous avons donc utilisé Semrush, un outil dédié à l'analyse de la visibilité en ligne.

Informations concernant le site de Franck Leplus obtenues à partir de Semrush :

- Peu de backlinks par rapport à ses concurrents

- Peu de mots-clés sur lesquels il est positionné, une dizaine et la majorité sont dans les dernières pages de résultats de recherche Google
- Le mot-clé qui mène le plus vers son site n'est pas son nom et prénom contrairement à ses concurrents mais le mot-clé "sauve qui pécho saison 2 candidats" qui n'a rien à voir avec ses œuvres. Cela correspond à une série coréenne de télé-réalité sur Netflix mais sa pièce "REAL TV SHOW ou TALENTUEURS" apparaît en 4ème page des résultats de recherche associés à ce mot-clé.

## 2. Audit de la structure du site et du fond

Le site de Franck Leplus est composé de 6 pages qui sont positionnées de la manière suivante :

- Page "Accueil"

Dans cette page, premièrement, on remarque une **grande photo du commanditaire**. À droite de cette photo, on peut lire une courte biographie qui ne présente pas les multiples casquettes de l'auteur ainsi qu'une partie "Attention" pour prévenir contre le plagiat. Concernant le peu de texte, on remarque qu'il s'agit de **duplicate content** des pages : [Franck Leplus — Encyclopédie Wikimonde](#) (pour la biographie) et [Risques et Sanctions encourus en cas de plagiat ou de contrefaçon \(fidealis.com\)](#) (pour la zone attention). C'est très mauvais pour le référencement.

Ensuite, nous avons une adresse mail qui n'est pas un lien et qui renvoie donc à rien. Toujours sur la page d'accueil, au milieu et pas mis en avant, on peut voir les deux pictogrammes (Facebook et Youtube) qui renvoient aux réseaux sociaux de Franck Leplus. Plus bas, on voit un **tableau pas très lisible** avec 29 pièces à télécharger. Ce tableau possède 5 colonnes : le titre de la pièce, la distribution, la durée, le résumé et le lien téléchargeable. En bas du tableau, on retrouve l'espace dédié aux partenaires : les visiteurs non pas la possibilité de pouvoir cliquer sur les logos et **les partenaires ne sont pas à jour**.

- Page "Actualités"

En ce qui concerne la page des actualités, celle-ci est vide et ne comporte **aucune information**.

- Page "Affiches de spectacles"

La page réservée aux affiches de spectacles est **composée de 24 affiches** de pièces pour lesquelles Franck Leplus a joué un rôle dans la création (mise en scène ou écriture ou bien les deux). Les visuels utilisés sont soit de type photo ou, soit de type affiche. De plus, la disposition des affiches ne dispose d'**aucune mise en page**. Attention il y a deux fois la même affiche (One Woman Show, Denise Mériglier).

- Page “Articles de presse”

Puis, la page “articles de presse” est composée de **8 articles format papier** qui ont été scannés et mis sur le site **les uns en dessous des autres**. Ces articles concernent soit Franck Leplus lui-même ou bien l’une de ses pièces. On peut retrouver plusieurs journaux dont “La voix du Nord”.

- Page “Édition”

Sur la rubrique “Edition” on peut voir plusieurs éditeurs qui travaillent avec Franck Leplus. En dessous de chaque éditeur, on a des **liens qui amènent directement sur des sites d’e-commerce** pour se procurer les livres. La page ne dispose d’**aucune illustration**.

- Page “Photos de spectacles”

Enfin, la page photos de spectacles se compose de **65 photos** qui ne disposent d’**aucune mise en page**. On peut apercevoir toutes sortes de photos sur scène et en coulisse qui ne sont **pas légendées**.

- Informations complémentaires

Le site ne **dispose pas de mentions légales**, ce qui est obligatoire.

À côté de la bannière de rubriques, on peut voir une loupe pour faire des recherches directement sur le site. Elle est pertinente pour tous ceux qui cherchent une pièce en particulier mais ne fonctionne pas étant donné que les pages n’ont presque pas de contenus textuels.

### 3. Audit de la forme

Nous pouvons dire que d’un point de vue général **le site est bien construit** même s’il manque de contenus, cependant en ce qui concerne la forme, il reste **des éléments à améliorer** qui permettront à l’internaute de mieux s’y retrouver et de comprendre davantage le sujet.

On retrouve une certaine harmonie au niveau des couleurs et des polices. Les couleurs sont neutres : blanc et rose clair pour le fond, noir pour le texte sauf les intitulés des rubriques qui sont roses foncés. Ces couleurs correspondent à l’image paisible et calme de Franck néanmoins, elles ne sont pas adaptées à l’univers du théâtre et Franck ne les apprécie pas comme il l’a fait remarquer lors du rendez-vous client.

Couleurs du site: (Trouvées grâce à Canva)

Fond → #F4EEDF

Texte → #31313E

Rubrique → #DE8198

Polices du texte : (Trouvées grâce à WhatTheFont)

Titre → BB Torsos Pro Semi BoldbyBold Studio

Titre des rubrique → BB Torsos Pro Semi BoldbyBold Studio

Texte biographique → 1592 GLC Garamond BoldbyGLC

Par ailleurs, on peut dire que **les images utilisées sont parfois inappropriées**. En effet, les photos qui sont dans la rubrique “Photos de spectacles” ne sont pas très sérieuses et ne reflètent pas le réel travail de l’artiste. De plus, visuellement, les onglets ne sont pas bien définis, il se trouve sur deux lignes. Concernant les pictogrammes des réseaux sociaux (ici Facebook et Youtube) sur la page d’accueil ils ne sont pas assez mis en avant.

De plus, comme nous l’avons déjà souligné, les photos sont insérées les unes au-dessous des autres, c’est donc également **au niveau de la mise en page qu’une amélioration est aussi à prévoir**. Il faudrait donc faire en sorte que le site soit plus complet pour donner envie aux visiteurs du site de poursuivre leur navigation.

De plus en plus de personnes sont connectées à leur téléphone, il est donc important que le site soit **responsive**. Or, le site de Franck ne l’est pas.

### **Synthèse :**

On peut donc conclure de l’**audit technique** que le site est performant d’un point de vue technique, il répond aux exigences de Google. Toutefois, **aucune stratégie de référencement** n’est mise en place or celle-ci est **primordiale** pour que le site soit bien classé par le moteur de recherche.

En ce qui concerne le **fond**, on a pu constater que sur six rubriques seulement une est complétée avec du texte (la page d’accueil). Or, elles possèdent quasiment toutes des images. Le site est donc très **faible en information** ce qui le rend très peu intéressant pour le lecteur qui ne découvre absolument rien d’inédit sur Franck Leplus. **Le rubricage et l’arborescence sont à revoir**.

Enfin en ce qui concerne la **forme**, nous avons souligné que les couleurs et la police sont simples mais ne correspondent pas tout à fait à l’identité de Franck Leplus que le site cherche à mettre en avant. Pour finir, le site doit devenir responsive.

## **4. Audit de l'écosystème web**

Franck Leplus est **présent sur les réseaux sociaux** Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter et Youtube.

Il possède **deux pages LinkedIn**, une avec plus de 500 relations, l’autre avec seulement 19. Il n’est cependant actif sur aucune de ces pages et n’a plus les codes d’accès.

Sa page Facebook est quant à elle **alimentée régulièrement** avec du contenu professionnel et plus personnel. Franck Leplus partage avec ses 4900 abonnés ses projets personnels et ceux de la compagnie qu’il dirige. On retrouve également des posts redirigeant vers son site internet et des articles de presse. Franck Leplus a une **communauté fidèle et réactive**, ses posts sont en effet likés, commentés et partagés.

Sur Instagram Franck Leplus a 159 abonnées, 26 publications et se décrit dans sa biographie comme “auteur metteur en scène scénariste”. Il **partage des photos de ses**

**pièces et des articles de presse parlant de lui ou de sa compagnie.** Cette page suscite cependant peu d'engagement.

Franck Leplus possède un compte Twitter à son nom @franckleplus, ce compte n'est cependant **pas alimenté**.

Enfin sur sa chaîne youtube il y a deux vidéos de ses pièces jouées pour un total de 607 vues.

Outre ces pages contrôlées et mises à jour par Franck Leplus (son site et ses réseaux sociaux) son nom est **cité à plusieurs reprises sur le web**. Tout d'abord Franck Leplus possède une **page Wikimonde** répertoriant toutes ses œuvres, les articles de presse parlant de lui, les organisations dont il fait partie...

On retrouve également toutes ces informations sur le site Le Proscenium et d'autres bibliothèques en ligne avec également la **possibilité de télécharger ses pièces de théâtre**. Franck Leplus est également **cité dans de nombreux articles de presse** notamment sur le quotidien régional "La voix du nord".

Enfin les œuvres de Franck Leplus sont **disponibles à la vente** sur des plateformes telles que les sites des différents éditeurs, Cultura, la Fnac, Amazon, librairies...

Ainsi Franck Leplus a une existence sur le web de par ses activités d'auteur et de metteur en scène. Il est **présent sur quasi tous les réseaux sociaux** mais n'est réellement actif que sur Facebook.

## II- Benchmark

Nous avons réalisé un benchmark (*voir Annexe 1*) qui nous a permis d'identifier et d'analyser des sites institutionnels proches des activités de Franck Leplus. Cette analyse nous a guidés tout le long de la refonte du site dans nos choix, que ce soit pour les couleurs du site, l'arborescence ou encore pour le contenu des pages.

Nous avons donc analysé cinq sites personnels, à savoir les sites de :

- Alexis Michalik (comédien, auteur, metteur en scène, scénariste réalisateur)
- Maxime Escoï (acteur, comédien, metteur en scène)
- Anne Bourgeois (metteur en scène de théâtre, coaching, stages et formations)
- Valère Novarina (écrivain, peintre, metteur en scène)

### **Synthèse**

On remarque que tous les sites benchmarkés sont des sites artisanaux. Ils possèdent chacun des **lacunes au niveau de la forme**.

Les structures sont toutes identiques. Le site ouvre sur le nom de l'artiste et ses casquettes (multiple : auteur scénariste, comédien...).

Elles sont également composées d'une "**Page d'accueil**" avec une photo d'eux et une légère présentation professionnelle, d'une rubrique "CV info" où on parle d'eux, on donne par exemple le nom des pièces avec leur rôle. On retrouve aussi une rubrique "**Actualité**" où on nous présente les spectacles à venir, une rubrique "**Biblio**", "**Photo**" et une rubrique "**Vidéo**". A la fin du menu des rubriques, on remarque les contacts avec un **formulaire de contact** traditionnel.

Concernant la charte graphique, on remarque que les couleurs dominantes sont le noir, le blanc, le bleu et le rouge. Les textes sont écrits en noir sur fond blanc.

Les principaux bémols des sites observés sont les photos sans contexte ainsi que les listes longues d'œuvres (livres, pièces).

Concernant le référencement des sites web concurrents, la plupart de concurrents ont mis en place une stratégie de **référencement naturel** sur leur site avec un certain nombre de mots-clés positionnés, mais très peu sont en top 3 des résultats de recherche sur le moteur de recherche Google. Le mot-clé à partir duquel les internautes sont le plus dirigés vers leur site est le mot-clé constitué de leur **prénom et nom**. Cela montre qu'ils ont une certaine notoriété dans le monde du théâtre qui leur amène un trafic ou plus moins élevé.

### III- Hébergement actuel

Franck Leplus a deux noms de domaine qui pointent vers son site, c'est-à-dire vers la même adresse IP : **franckplus.com** et **franckleplus.fr**

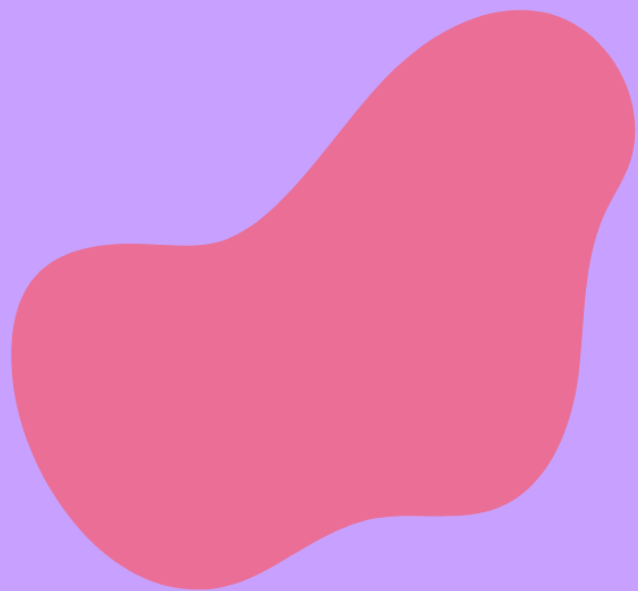
Sur le site de M.Franck Leplus, au sein de la page actualités apparaît la mention "**Hébergé par EIBS**" (European Internet Broadcasting Service). Toutefois, après un appel avec Antoine Alexandre, l'associé gérant chez **eZytech** en charge du site de Franck, nous avons appris que l'hébergeur EIBS a fusionné avec l'hébergeur eZytech. EIBS est davantage spécialisé dans les associations et eZytech dans les particuliers.

Grâce au Whois (annuaire inversé) de l'AFNIC (*Voir annexe 2*) pour le domaine en .fr nous avons pu remarquer que le nom de domaine franckleplus.fr que Franck Leplus croit détenir **appartient en réalité au prestataire choisi** pour la création du site EIBS. Avec le Whois de l'ICANN (*Voir annexe 3*) qui prend en compte les extensions en .com, on voit bien que EIBS est **également le propriétaire du nom de domaine en .com**.

**OVH cloud** est le **bureau d'enregistrement** de ces deux noms de domaine, c'est-à-dire que l'entreprise est accréditée et peut se charger de la création des noms de domaine avec une extension en .fr et .com. OVH cloud propose aussi une offre d'hébergement mais dans le cas du site de Franck Leplus les hébergeurs sont bien les serveurs d'EIBS et Ezytech (*Voir annexe 2 et 3*).

Une **modification du titulaire** des noms de domaine franckleplus.fr et franckleplus.com doit être entreprise en s'adressant au bureau d'enregistrement choisi, c'est-à-dire OVH. Cette étape est particulièrement importante car le propriétaire du nom de domaine peut le pointer vers l'adresse IP de son choix et le client peut perdre son nom de domaine. Par ailleurs, si l'agence ne le renouvelle pas à la date indiquée, le client peut également le perdre.

Par ailleurs, concernant l'hébergement nous avons remarqué que l'offre de EIBS est **floue**. Franck Leplus paye EIBS actuellement **150€** par an soit 12,50 € par mois pour une offre que l'on juge limitée. L'entreprise s'occupe de **l'hébergement mais aussi de la maintenance du site**. Elle s'est chargée de mettre en place le WordPress du site. De plus, elle met à jour le site par le **renouvellement de l'offre**. On peut voir sur le site que la date est mise à jour en indiquant 2023. Néanmoins, elle ne s'occupe pas du contenu du site censé être géré par Franck Leplus qui ne parvient pas à le faire et obtient **peu de réponses** de la part d'EIBS. Enfin, nous avons remarqué qu'à certains moments, le site plante et n'est plus accessible.



# **PARTIE 2 : NOS RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES**



Pour présenter nos recommandations stratégiques, nous avons choisi de nous concentrer sur le site web et de ne pas faire de recommandations sur le reste de l'écosystème web de Franck Leplus. Toutefois, ces éléments vont être inscrits dans l'organisation du site web.

# I- Création de l'identité de personal branding de Franck Leplus

## 1. Choix de l'identité dominante

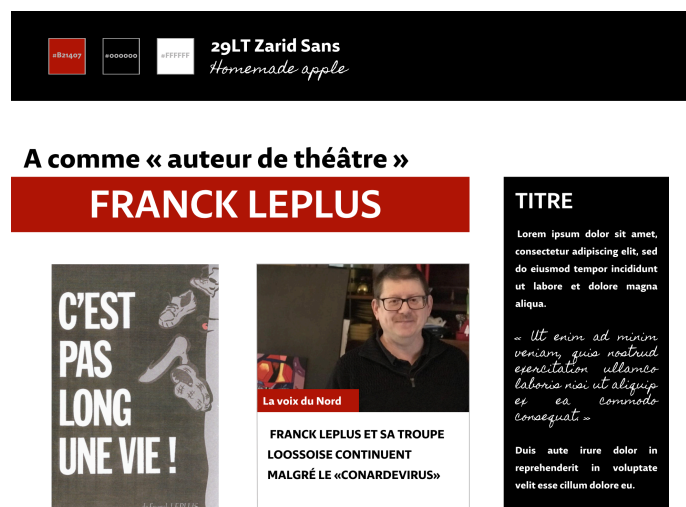
Franck Leplus a **plusieurs identités** (auteur de théâtre, metteur en scène, scénariste pour la télévision, la radio...) cependant son **activité principale reste l'écriture de pièces de théâtre** suivie de la formation théâtrale. Ainsi nous souhaitons mettre en avant cette facette de sa personnalité sur son site avant tout.

Depuis la création de son site, Franck Leplus a pour **slogan "A comme auteur de théâtre"**. Le client y étant attaché nous avons décidé de le garder d'autant plus qu'il permet aux internautes de comprendre que malgré toutes ses activités Franck Leplus se consacre avant tout à l'écriture de théâtre. La charte graphique et l'univers que nous avons développés mettent donc l'accent sur cette identité.

## 2. Identité visuelle du site

### a) Charte graphique

Étant donné que Franck Leplus **n'a pas de charte graphique propre à son site**, nous avons élaboré une proposition de planche de tendances pour permettre d'avoir une idée globale de la refonte.



Tout d'abord, nous avons décidé de changer les couleurs du site et nous avons opté pour des **couleurs qui font directement référence à son métier**, à savoir le rouge (#b21407), le noir (#000000) et le blanc (#FFFFFF), qui font également suite à une demande spécifique de Franck Leplus. En effet, ces trois couleurs font référence au monde du théâtre : le rouge évoque les rideaux qui surplombent la scène, le noir fait référence à la foule plongée dans l'obscurité et le blanc à la lumière des projecteurs.

Concernant les polices, nous avons choisi de proposer **deux types de police** pour le site. Une **police conventionnelle** (29LT Zaria Sans) qui paraît très sobre et professionnelle ainsi qu'une **police manuscrite** (Homemade apple) qui permet de mettre en avant l'authenticité du personnage. Cette seconde police sera utilisée notamment pour illustrer les citations de Franck Leplus grâce auxquelles il pourra s'adresser de manière directe (avec l'utilisation de la première personne) à son public et qui donneront un **côté plus humain au site**. L'utilisation du gras permet de mettre en avant les titres et les catégories.

Comme formes géométriques, nous avons fait le choix d'utiliser des **cadres rectangulaires colorés** afin que leur couleur puisse mettre en avant ce qui est écrit dans l'encadré. De plus, l'aspect droit suggéré par les cadres permet de donner une vision plus professionnelle, plus terre à terre par rapport aux projets de Franck Leplus. Visuellement, il n'y a pas de flou ou d'hésitation, **chaque rectangle dit quelque chose**, on comprend facilement les fonctions des cadres.

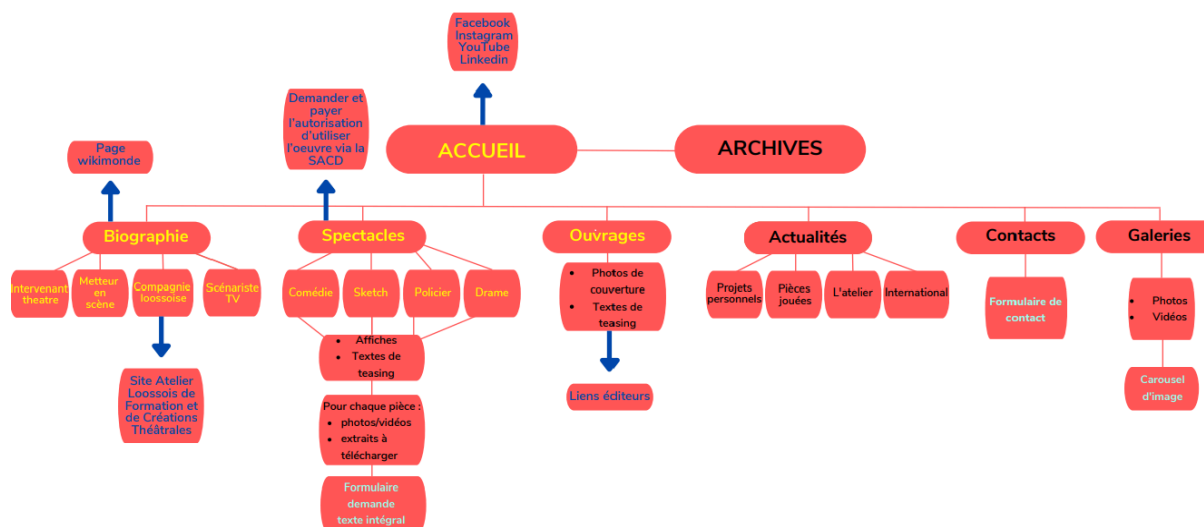
## b) Icône visuelle

Franck Leplus **ne dispose pas de logo** et nous avons choisi de ne pas en créer car nous avons décidé de nous centrer sur l'univers graphique global inexistant jusque-là. De plus, sur le site, les photos et vidéos de Franck Leplus et de ses pièces doivent avoir une place prépondérante. L'objectif est de **mettre en avant sa personne et ses activités** avant tout.

Toutefois, nous avons remarqué que le site de Franck Leplus possède un pictogramme avec des mécanismes d'horloge lorsqu'il apparaît dans la barre des onglets d'un internaute sur le moteur de recherche. Nous nous sommes mis d'accord sur le fait que ce n'était pas en adéquation avec le site donc nous avons par ailleurs **réalisé un pictogramme** (*Voir annexes 4*). Lors du benchmark, nous avons remarqué que les concurrents de Franck Leplus avaient mis leur visage sur ce pictogramme mais les photos étaient peu visibles compte tenu de la taille de l'icône. L'objectif du pictogramme est de mettre en avant qu'il s'agit de la page de Franck Leplus lorsque plusieurs pages sont ouvertes sur l'ordinateur de l'utilisateur, cela permet de l'identifier plus facilement. **Ses initiales aux couleurs de la charte graphique** suffisent donc. A la suite de ses initiales, "FL", nous avons rajouté un + en référence à son nom de famille. Ce jeu de mot rappelle l'identité et la personnalité de Franck Leplus qui aime jouer avec les mots.

## II- Restructuration du site web

### 1. Nouvelle arborescence



Après l'élaboration d'un audit du site de Franck Leplus et d'une analyse des concurrents, nous avons imaginé une **nouvelle organisation du site** en prenant en compte les défauts identifiés sur l'arborescence actuelle et celle des concurrents.

Concernant le menu, nous avons établi une nouvelle organisation (voir schéma ci-dessus), **seules les rubriques "Accueil" et "Actualités" ne changent pas de nom** mais les pages seront modifiées. Nous avons opté pour un menu qui permet de différencier les pages qui parlent de lui, ses spectacles, ses ouvrages, ses actualités et une page contact. Chacun de ces onglets est cliquable. Les concurrents que nous avons analysés ont organisé les menus de cette manière.

Cette nouvelle arborescence permet d'avoir des onglets plus définis et de supprimer ceux sur le site actuel qui ne sont pas bien exploités. En effet, l'onglet "Affiches de spectacles" est actuellement une page réservée aux affiches de spectacles et peu ordonnée. Ainsi, nous avons opté pour la création de la rubrique "**Spectacles**" **sous-divisée** grâce à l'audit sémantique (voir partie audit sémantique).

Une autre rubrique va être modifiée, elle se nomme "Photos de spectacles", nous l'avons renommée "**Galleries**". Aujourd'hui, cet onglet constitue un regroupement de photos qui se suivent les unes après les autres, sans mise en page, ni texte. Ainsi, nous souhaitons créer un **carrousel de photos et de vidéos** pour les mettre en valeur. Le choix du carrousel est venu lors de l'analyse des concurrents, nombreux ayant opté pour ce système de diaporama d'images, qui peut aussi s'accompagner de textes.

Nous avons décidé de garder l'onglet "**Actualités**" cependant il va être réorganisé. Cette rubrique est aujourd'hui vide. Franck Leplus a de nombreuses activités, il convient d'en parler et de les trier. De cette façon, **quatre sous-parties** qui regroupent ses principales activités vont être ajoutées : "Projets personnels", "Pièces jouées", "L'atelier" et enfin "International". L'auteur souhaitait en effet que ses projets internationaux soient davantage mis en avant sur son site.

Il nous semblait nécessaire d'ajouter un onglet "**Biographie**" **sous-divisé** grâce à l'audit sémantique car c'est un site qui a pour but d'exposer sa personnalité et son travail. Cette partie sera alimentée par des textes autobiographiques et des citations de Franck Leplus qu'il adressera de manière directe aux visiteurs du site. L'ajout de cette rubrique permet de rendre le site plus humain et plus proche de Franck Leplus mais également de ne pas surcharger la page d'accueil en éléments biographiques.

Pour remplacer le nom de l'onglet "édition", l'onglet va s'appeler plus explicitement "**Ouvrages**". Actuellement, la page regroupe les différents éditeurs qui travaillent avec Franck Leplus, accompagnés de liens qui amènent directement sur des pages e-commerce pour acheter les livres. Afin de donner envie aux visiteurs du site de cliquer sur les liens et de ce fait favoriser l'acte d'achat, les liens seront remplacés par la photo de couverture des livres accompagnée d'un petit résumé du livre.

La rubrique "**Contact**" n'existant pas, il est indispensable d'en ajouter une. En effet, les metteurs en scène sont la cible principale du site, ils auront besoin d'avoir les coordonnées de Franck Leplus pour le contacter.

Enfin, à partir de la page d'accueil, il y aura la possibilité d'accéder à la rubrique "**Archives**" qui regroupe l'ensemble des articles de presse en lien avec le travail de Franck Leplus.

## 2. Les fonctionnalités

Par ailleurs, pour chacune des pièces, nous avons fait le choix de **ne pas rendre le texte complet accessible** comme c'était le cas sur le site à l'original afin d'éviter le plagiat dont l'auteur dit être souvent victime. Grâce à une nouvelle fonctionnalité intégrée, l'internaute doit demander à Franck Leplus l'accès au texte complet en renseignant son identité et ses coordonnées par un **formulaire dédié**. Cela permettra à Franck Leplus de suivre plus facilement ses pièces et d'éviter des mauvaises surprises. Toutefois, il ne s'agit pas de payer les droits d'auteur pour accéder aux textes, cela doit passer par le site de la SACD (lien externe que nous avons choisi d'intégrer) et se fait dans un second temps si le visiteur choisit de jouer la pièce.

Nous avons également pris l'initiative d'intégrer au site un **formulaire de contact**. Franck Leplus a l'habitude d'être contacté par mail ou par Facebook, ce type de service en ligne, facilitera donc les demandes adressées par les différents publics qui peuvent se rendre sur le site : les metteurs en scène en priorité mais également les étudiants, les compagnies de théâtre... Lorsque le formulaire est rempli, les internautes reçoivent un email automatique confirmant la prise en charge de leur demande.

Comme évoqué précédemment, un **carrousel** a également a également été intégré dans l'onglet Galeries.

### 3. Les liens externes

L'audit réalisé nous a permis d'observer que les **liens externes manquaient**. Nous avons décidé d'en ajouter. Dans un premier temps sur la page d'accueil, il nous semble indispensable d'ajouter des liens externes sous forme d'émoticônes, en direction des pages Facebook, LinkedIn, Instagram et Youtube, placés dans le header du site.

De plus, Franck Leplus dispose d'une page "Wikimonde" qui permet d'en apprendre plus sur ce qu'il a réalisé. Un lien dans l'onglet "Biographie" amènera **directement sur sa page "Wikimonde"**. Aussi, la sous-partie "Compagnie loossoise" de la rubrique "Biographie" disposera d'un **lien direct vers "L'atelier Loossois de Formation et de Créations Théâtrales"** dans lequel il fait des interventions et dans lequel il est le président.

Concernant les pièces de théâtre de Franck Leplus que les metteurs en scène veulent jouer de façon légale, ils doivent se rendre sur le site de la **SACD**, de cette manière, il y aura un lien externe direct vers ce site. Enfin, dans la rubrique "Ouvrages" des **liens externes vers les éditeurs** seront intégrés sur la page pour avoir directement accès aux livres pour les visiteurs qui souhaitent en acheter.

## III- Mise en place d'une stratégie de référencement efficace

### 1. Audit sémantique

Pour réaliser l'audit sémantique nous avons utilisé les fonctionnalités gratuites des outils **Ubersuggest** et **Semrush** afin d'identifier les mots-clés recherchés par les internautes et le volume de ces recherches. Nous les avons ensuite classés afin de déterminer les différentes pages dont disposera le site.

Dans le tableau d'audit (*Voir Annexe 5*), un volume de 0 signifie que le mot-clé n'est pas recherché aujourd'hui mais on peut anticiper les futures tendances ou alors que nous n'avons pas accès au volume car la fonction du logiciel gratuite est limitée. La page d'accueil est la page du site avec un volume plus important qui regroupe seulement les activités principales de Franck Leplus.

D'autres mots-clés ont été formés sans les outils à partir de mots-clés déjà identifiés de la manière suivante :

mots-clés + Lille

mots-clés + Loos

Par ailleurs, lors de notre benchmark, nous avons pu constater que les concurrents de Franck Leplus se positionnent grâce à leur **nom et prénom**. Nous avons choisi de faire pareil pour Franck Leplus et d'intégrer les mots-clés "franck leplus" et "leplus franck" dans la page d'accueil.

#### Audit sémantique de la page d'accueil

Accueil		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
auteur de pièce de théâtre	880	H1
auteur de théâtre	320	H2
compagnie théâtrale	390	H2
écrivain de théâtre	90	strong
pièce de théâtre à jouer	20	H2
auteur théâtre comique	20	strong
intervenant théâtre Lille	0	strong
auteur de théâtre francophone	0	strong
franck leplus	0	strong
leplus franck	0	strong
<b>Total</b>	<b>1720</b>	

L'audit sémantique a également participé à l'**élaboration de l'arborescence** du site. En effet, nous avons constaté que divers mots-clés sont recherchés par les internautes autour de la notion "**Auteur de théâtre**" or comme c'est la fonction que Franck Leplus souhaite davantage mettre en avant sur le site, nous avons décidé de consacrer ces mots-clés à la page "Biographie". Les autres pages qui en découlent viennent présenter les fonctions secondaires telles que "metteur en scène" du professionnel et sont également accessibles grâce à cette page bibliographie. La page "bibliographie" est donc également la page "auteur de théâtre" du site, elles sont confondues.

La sous-division de la partie spectacles vient également des différents mots-clés recherchés plus généralement par les internautes. Le client réalise des pièces dans tous les genres (dramatique, comique...) donc nous aurions pu imaginer de multiples possibilités de sous-divisions. Or, nous avons pu constater lors de la réalisation de l'audit sémantique que les mots-clés "pièce de théâtre comique" ; "pièce policière"; "sketch" et "pièce de théâtre dramatique" correspondent aux **types de pièces les plus recherchés par le public**. Nous avons donc choisi de créer **quatre pages secondaires** autour de ces quatre genres contenant chacune des mots-clés spécifiques. L'internaute qui cherchera des pièces dramatiques tombera alors directement grâce au référencement sur les pièces de Franck Leplus s'inscrivant dans ce genre théâtral. Nous avons tout de même gardé une présentation générale des pièces de Franck Leplus dans la page "Spectacles" qui renferme les mots-clés de type "pièce de théâtre à jouer courte pdf" qui sont particulièrement recherchés par les internautes et correspondent à l'offre proposée par Franck Leplus.

## 2. La stratégie de référencement

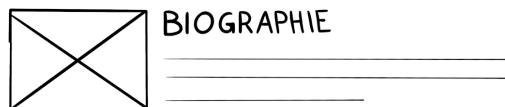
Il n'existe pas une unique technique de référencement étant donné qu'on ne connaît pas l'intégralité des critères que prend en compte Google pour réaliser son classement dans les résultats de recherche des internautes. Les techniques de référencement naturel sont élaborées grâce à des séries de tests et, souvent, chaque agence dispose de ses propres règles. Ici, nous avons utilisé des techniques issues de nos expériences professionnelles précédentes qui sont donc celles que nous considérons comme efficaces mais ne n'avons pas la prétention de dire que ce sont les seules qui fonctionnent.

Les textes rédigés (*Voir Annexe 6*) à partir des mots-clés doivent contenir **au moins 500 mots** pour ne pas que l'intégration de mots-clés apparaisse comme une suroptimisation aux yeux de Google. Le mot-clé avec le volume le plus important doit être intégré dans le H1 (= titre principal de la page) et les deux ou trois mots-clés suivants constituent les H2 de la page. Dans l'audit sémantique, les mots-clés ont été rangés par volume ou par pertinence, **la pertinence étant toutefois à privilégier** sur le nombre car le lecteur doit pouvoir avoir une lecture fluide et comprendre directement de quoi parle la page avant tout. Les mots-clés contenus dans les titres sont également répétés dans la première phrase du paragraphe qui suit, les autres mots-clés doivent être intégrés avec une **balise strong** dans le texte et être suffisamment éloignés les uns des autres.

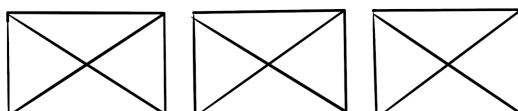
# IV- Présentation des maquettes réalisées

## 1. Maquette de la page d'accueil

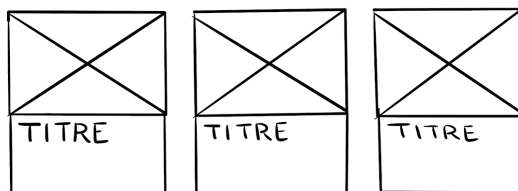
La page d'accueil du site actuelle manque de clarté comme nous avons pu le soulever dans la partie audit du site, nous avons donc choisi de créer une page moins chargée qui permet aux visiteurs et particulièrement aux metteurs en scène de prendre directement connaissance de Franck Leplus, de ses pièces et de ses actualités.



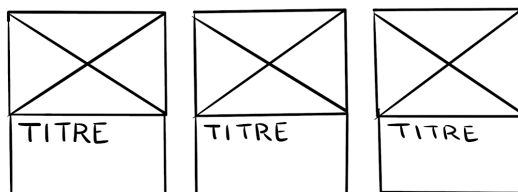
**À L'AFFICHE**



**ACTUALITES**



**ILS PARLENT DE MOI...**



**PARTENAIRES**



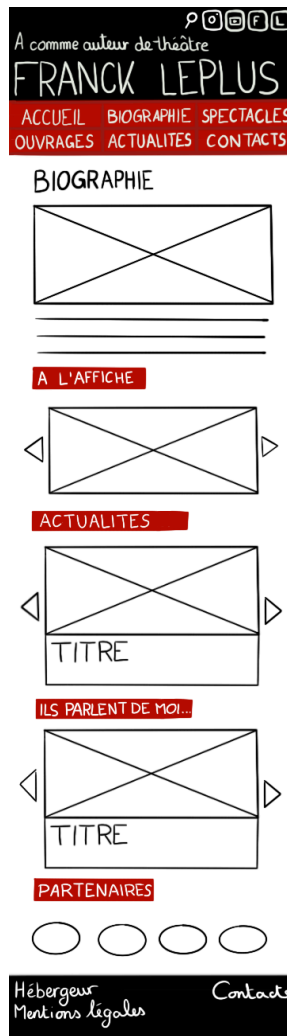
La page d'accueil est **divisée en plusieurs parties qui sont donc hiérarchisées**. Nous avons choisi de présenter premièrement Franck Leplus étant donné que le site sert à alimenter son image, il est en l'acteur principal. Les affiches de ses pièces suivent puisque la cible principale reste les metteurs en scène et qu'ils souhaitent, au-delà de connaître l'auteur de théâtre, prendre connaissance des pièces qu'ils pourraient être amenés à jouer. La partie actualité qui suit permet d'alimenter régulièrement le site en contenus de qualité et ainsi d'améliorer son référencement. Elle est suivie d'une partie consacrée aux articles de presse qui mettent en avant Franck Leplus et participent donc également à la conception de son image.

Les **pictogrammes des réseaux sociaux** n'étaient pas mis en avant sur la page d'accueil de Franck Leplus. En effet, comme vu dans l'audit, ils étaient placés au milieu de la page en petit et étaient cachés par la taille importante de la photo qui les surplombait. Ainsi, nous

avons fait le choix de les mettre **dans le header**, pour qu'ils soient la première chose qui apparaisse lorsque nous arrivons sur le site, de cette façon nous avons accès aux comptes LinkedIn, Facebook, Youtube et Instagram de Franck Leplus.

## 2. Maquette version mobile

Pour que ce site soit efficace, il nous fallait forcément en faire une version **responsive**, étant donné que la recherche internet se fait de plus en plus sur téléphone au détriment de l'ordinateur. Il est donc primordial d'avoir une version optimale du site pour tous les types d'écrans.



Le site original n'étant pas responsive, il était très important de travailler dessus, tout en gardant une cohérence avec la proposition visuelle faite pour l'ordinateur. Nous avons choisi comme on peut le voir sur la maquette réalisée plus haut, de garder le header mais de diviser **les cases des catégories en deux lignes** pour qu'elles soient lisibles sur téléphone. Nous avons **conservé tous les éléments** que nous avons affichés sur la proposition de page d'accueil pour ordinateur, à savoir : la courte biographie, les spectacles, l'actualité, les articles d'autres journaux, les partenaires ainsi que le footer.

Ce qui change dans cette version, c'est le **nombre de liens visibles** à première vue. En effet, pour que les affiches et les articles ne paraissent pas trop petits pour l'écran de téléphone, nous avons fait le choix de n'en mettre qu'un seul pour chaque catégorie, en y ajoutant des flèches afin de pouvoir faire défiler les différents liens de spectacles et d'articles. De cette façon, nous avons une bonne vision de l'image et cela nous permet de voir d'autres liens. De plus, toutes les **polices présentes** ont été **augmentées** afin d'être lisibles sur ce format d'écran.

## V- Choix d'un nouvel hébergeur et d'un prestataire

### 1. L'hébergement

En raison des problématiques évoquées dans l'audit de l'offre d'hébergement actuelle, nous proposons à notre commanditaire de **modifier son offre d'hébergement**. Pour cela nous avons proposé un tableau comparatif de plusieurs hébergeurs (*Voir annexe 7*). Toutefois, nous conseillons de prendre l'offre chez OVH cloud qui est un hébergeur facile à mettre en place, à un prix raisonnable et qui est surtout le bureau d'enregistrement actuel du site.

### 2. Les prestataires

Par ailleurs, étant donné que le prestataire actuel n'accompagne pas suffisamment M.Lepius qui a accès à l'interface WordPress de son site mais ne sait pas réaliser les modifications souhaitées comme l'intégration de contenus, nous avons également démarché **des prestataires avec une offre complète** : l'agence lyonnaise Local.fr et l'agence lilloise Les compagnons du web.

- Local.fr

**Local.fr** propose une solution clé en main de création de site web pour les TPE et PME qui comprend à la fois :

- La création du site
- La rédaction des contenus
- Le référencement naturel
- La mise à disposition de l'outil Webtool et formation du professionnel à l'utilisation de cet outil

**Webtool** est un équivalent à WordPress créé par l'agence pour permettre aux clients de mettre à jour leur site et de l'alimenter de manière intuitive.

Ce prestataire dispose de plusieurs agences à l'échelle nationale. Un chargé de projet fait le relai entre le professionnel qui souhaite confier son site à Local.fr et les équipes de graphistes, référenceurs et rédacteurs qui se trouvent à Lyon Concernant l'hébergement, Local.fr dispose d'un **partenariat avec l'hébergeur OVH**, ce qui réduit les frais d'hébergement des clients.

Nous avons pu avoir un **rendez-vous avec le commercial expert** de l'agence de Toulouse Rémi Gazagnes qui nous a présenté l'entreprise, les prestations mentionnées et le devis (voir dossier financier).

Une attention doit toutefois être apportée à la notion de propriété du site nous avons pu constater que **l'agence a l'habitude de se mettre propriétaire du site de ses clients**.

- Les compagnons du web

Le second prestataire sélectionné, **Les compagnons du web**, est une agence digitale lilloise créée par trois Lilloises (Pauline, Élodie et Aline) passionnées par le digital, accompagnées par une équipe d'experts (rédacteur web, développeur web, UX/UI designer ... ). C'est donc une agence plus locale que la première. L'objectif de cette agence est d'accompagner les entrepreneurs dans leur visibilité web.

Le CMS (Content Management Système) utilisé par l'agence est **WordPress**, celui qu'utilise actuellement Franck Leplus pour son site. Par ailleurs, à l'inverse de la première agence, le **propriétaire du ou des noms de domaine utilisés est bien le client et non l'agence**. Et l'agence lilloise propose **une offre d'hébergement avec OVH** avec lequel elle dispose elle aussi d'un partenariat. Nous avons pu avoir un **rendez-vous téléphonique** avec Élodie afin d'exprimer les besoins de M.Leplus, à la suite duquel un devis correspondant à ses besoins nous a été envoyé (voir dossier financier).

### **Notre recommandation concernant le choix du prestataire**

Compte tenu de la faiblesse du site de Franck Leplus, les deux agences préconisent une refonte totale par la création d'un nouveau site web. Néanmoins, nous recommandons de recourir à l'offre de l'agence lilloise Les compagnons du web. L'agence garantira à Franck Leplus d'être propriétaire de son site, ce qui n'est pas le cas actuellement. Par ailleurs, celle-ci utilise WordPress or Franck Leplus est familier avec ce CMS, apprendre à utiliser Webtool (l'outil de l'agence Local.fr) demanderait une implication supplémentaire du client. De plus, le prix des prestations de l'agence est inférieur sur le long terme à celui de l'agence Local.fr même s'il faut ajouter à ce prix, celui de l'offre d'hébergement après la première année qui est offerte. Attention toutefois, en choisissant l'agence Les compagnons du web, Franck Leplus devra prendre le relai sur la gestion de l'hébergement après la première année et donc penser à renouveler les noms de domaine avant la date d'expiration.

# **PARTIE 3 : DOSSIER FINANCIER**



- Devis numéro 1 : Montant théorique de notre prestation

Si vous aviez fait appel à nous dans un cadre professionnel vous auriez dû payer :

Description	Quantité	Unité	Prix unitaire TTC	Total TTC
Chef de projet	15,5	jours	500 €	7 750 €
Graphiste	2,5	jours	600 €	1 500 €
Communication	7,5	jours	600 €	4 500 €
Ingénieur	9	jours	400 €	3 600 €
			<b>Total TTC</b>	17 350 €

- Devis numéro 1 détaillé

Chargés de mission	Description	Quantité	Unité	Prix unitaire TTC	Total TTC
<b>Chef de projet</b>	Élaboration du projet	9	jours	500 €	4 500 €
	Rédaction du cahier des charges	6,5	jours	500 €	3 250 €
<b>Graphiste</b>	Conception de la maquette du site	1,5	jour	600 €	900 €
	Réalisation de la planche de tendance	1	jour	600 €	600 €
<b>Communicant</b>	Audit des supports web	3	jours	600 €	1 800 €
	Benchmark concurrentiel	1,5	jour	600 €	900 €
	Audit sémantique	2	jours	600 €	1 200 €
	Rédaction de la page d'accueil	1	jour	600 €	600 €
<b>Ingénieur</b>	Réunion et coordination	9	jours	400 €	3 600 €
				<b>Total TTC</b>	17 350 €

- Devis numéro 2 : Montant de la réalisation du cahier des charges par une agence

Si vous aviez fait appel à une agence pour la réalisation de ce cahier des charges vous auriez dû payer :

Description	Quantité	Unité	Prix unitaire TTC	Total TTC
Chef de projet	2	jours	500 €	1 000 €
Graphiste	0,5	jour	600 €	300 €
Communication	2	jours	600 €	1 200 €
Ingénieur	2	jours	400 €	800 €
			<b>Total TTC</b>	3 300 €

- Devis numéro 3 : Montant des services de l'agence Local.fr pour la mise en application du cahier des charges

Pour un site vitrine d'une dizaine de pages et un engagement de 48 mois par le prestataire Local.fr :

Description	Quantité	Prix unitaire HT	Total HT	TVA	Total TTC
Création d'un site vitrine	1	2 350 €	0 € (offert)	20 %	0 €
Renouvellement annuel du nom de domaine	2	30 €	0 € (offert)	20 %	0 €
Mise à jour du site, référencement, utilisation de l'outil de statistiques	1	109 €/mois	5 232 €	20 %	6 278 €
Formation au CMS Weebtool	1	35 €	0 € (offert)	20 %	0 €
Frais de mise en service du site	1	349 €	349 €	20%	419 €
		<b>Total HT</b>	5 581 €	<b>Total TTC</b>	6 697 €

- Devis numéro 4 : Montant des services de l'agence Les compagnons du web pour la mise en application du cahier des charges

Pour une prestation tout compris sur 48 mois par l'agence Les compagnons du web :

Description	Quantité	Prix unitaire HT	Total HT	TVA	Total TTC
Création d'un site vitrine sous WordPress	1	1 669 €	1 699€	20 %	2 039 €
Référencement : choix des bons mots-clés et optimisation de la partie technique du site					
Rédaction des contenus					
Formation à l'utilisation du site et des bonnes pratiques à mettre en place					
Maintenance du site (optionnelle)	1	29 €/mois	1 392 €	20 %	1 670 €
		<b>Total HT</b>	3 091 €	<b>Total TTC</b>	3 709 €

- + Hébergement du site offert la première année et à la charge du client ensuite, une centaine d'euros par an.



# **PARTIE 4 : DOSSIER JURIDIQUE**

## I- Droit à l'image

Lorsque vous reprenez une photo ou une vidéo pour la diffuser sur vos réseaux sociaux ou sur votre site internet, assurez-vous qu'elle soit **libre de droit** et qu'elle **ne porte pas atteinte à la vie privée**.

En ce qui concerne les photos que vous avez prises vous-même, tout n'est pas publiable. Si des mineurs y apparaissent, veillez à ce qu'ils **ne soient pas identifiables**. Si un bâtiment extérieur récent est visible, veuillez également respecter le **droit d'auteur de l'architecte**.

*"La publication ou la reproduction d'une photographie sur laquelle une personne est clairement reconnaissable n'est possible qu'avec son consentement préalable, que l'image lui soit préjudiciable ou non"*. [Code civil article 9 et Code pénal article 226-1 à 226-8](#)

Ainsi assurez-vous notamment lorsque vous publiez des photos de vos spectacles sur votre site web ou les réseaux sociaux d'avoir l'**autorisation des comédiens**.

Modèle d'autorisation de droit à l'image :

Je soussigné M. Mme

Demeurant

Autorise\* N'autorise pas\*

La publication de la photo de

Sur l'ensemble des moyens de communication utilisé par Les Didascalies

Fait à ....., le ...../...../20

Signature (des parents pour les mineurs) :

Vous disposez, à tout moment, d'un droit de regard à l'image et de modification de cette autorisation par écrit. Texte de Loi référant : Code Pénal (Partie Législative) Art 226-1 (Ordonnance n°2000-916 du 19 septembre 2000, art.3 Journal Officiel du 22 septembre 2000 en vigueur le 1er janvier 2002) Est puni d'un an d'emprisonnement et de 45000 euros d'amende le fait, au moyen d'un procédé quelconque, volontairement de porter atteinte à l'intimité de la vie privée d'autrui : 1° En captant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de leur auteur, des paroles prononcées à titre privé ou confidentiel ; 2° En fixant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de celle-ci, l'image d'une personne se trouvant dans un lieu privé. Lorsque les actes mentionnés au présent article ont été accomplis au vu et au su des intéressés sans qu'ils s'y soient opposés, alors qu'ils étaient en mesure de le faire, le consentement de ceux-ci est présumé (\*) Rayer la mention inutile A

Pour plus d'informations, le site [Associathèque](#) regroupe toutes les règles à respecter concernant la communication au sein de votre association.

## II- Mentions légales en vue de la création d'un site internet

Selon la [loi sur la confiance en l'économie numérique \(LCEN\) du 21 juin 2004](#) et pour **permettre l'identification de son responsable et de son hébergeur**, tout site internet doit faire figurer des mentions légales.

Parmi ces mentions, on doit y retrouver obligatoirement votre **identité, vos coordonnées, les mentions relatives à la propriété intellectuelle** (images, illustrations, photographies ou/et textes) ainsi que celles **relatives à l'hébergement du site**. En complément de ces mentions, d'autres sont également à préciser selon votre activité.

Toutes les mentions détaillées sont expliquées ici : [Mentions sur votre site internet : les obligations à respecter](#)

Ces mentions doivent donc être visibles par tous sur le site. Le lien permettant d'y accéder est généralement placé en bas de page d'accueil du site.

## III- Le droit d'auteur

Le principe de la protection du droit d'auteur dépend de l'**article L. 111-1 du code de la propriété intellectuelle** (CPI) qui dit que « *l'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous. Ce droit comporte des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial* ».

Dans sa décision n° 2006-540 DC du 27 juillet 2006, le Conseil constitutionnel a considéré que les droits de propriété intellectuelle, et notamment le droit d'auteur et les droits voisins, relèvent du droit propriété qui figure au nombre des droits de l'homme consacrés par l'article 2 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789.

La violation des droits d'auteurs est constitutive du **délit de contrefaçon**. Celle-ci donnent lieu à des sanctions pénales (**article L. 335-2 CPI** : 3 ans d'emprisonnement, 300 000 euros d'amende et, le cas échéant, confiscation des recettes procurées par l'infraction ou des objets contrefaisants) mais il peut également avoir des sanctions spécifiques (en cas de contournement de mesures techniques de protection) qui vont de 3 750 euros à 30 000 euros d'amende et jusqu'à 6 mois d'emprisonnement (**article L. 335-3-1 et L.335-3-2 CPI**).

Des peines complémentaires (fermeture d'établissement, confiscation, publication par voie d'affichage de la décision judiciaire) peuvent en outre être prononcées.

**On entend par contrefaçon, tous les actes d'utilisation non autorisée de l'œuvre**. En cas de reprise partielle d'une œuvre de l'esprit, celle-ci s'apprécie en fonction des ressemblances entre les œuvres.

La loi incrimine au titre du délit de contrefaçon « toute reproduction, représentation ou diffusion, par quelque moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur, tels qu'ils sont définis et réglementés par la loi » (**CPI, art. L. 335-3**).

[\(Quelles sanctions pour les infractions aux droits d'auteur ? | SACD\)](#)

## IV- Droit d'exploitation de la propriété intellectuelle

### Le contrat d'édition :

Il existe deux types de contrats, la cession et la licence.

Lors d'une **cession de droit**, l'auteur cède à l'éditeur tous les droits d'exploitation de l'œuvre sur tout support, et ce, pour la durée du contrat. La cession de droit est favorable à l'éditeur, en effet ce contrat prévoit que tous les droits, à l'exception de ceux mentionnés dans les premières clauses, soient cédés à l'éditeur.

Dans une **licence d'édition**, seuls les droits mentionnés dans le contrat sont cédés à l'éditeur. Il permet à l'auteur de garder le contrôle sur ses écrits

[\(Code de la propriété intellectuelle\)](#)

## V- Le plagiat

Au regard de l'**article L 122-4 du Code de la propriété intellectuelle**, on retrouve derrière la notion de plagiat « *toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur (...) est illicite.* » Peuvent également constituer un plagiat, les traductions, adaptations, transformations, arrangements ou reproductions d'une œuvre. Plus généralement, le plagiat consiste à s'approprier l'idée d'un autre en la faisant passer pour sienne.

Si le plagiat est avéré, le plagiaire encourt une **peine maximale de 3 ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende**. Des dommages et intérêts peuvent également être prononcés à l'encontre du plagiaire afin de réparer le préjudice économique et moral de l'auteur. (Même article que pour le droit d'auteur)

[\(Risques et Sanctions encourus en cas de plagiat ou de contrefaçon\)](#)

### **ENGAGEMENT DE NON-PLAGIAT**

Je, soussigné(e) NOM..... Prénom.....

Déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat d'un document ou d'une partie de document publié sur toutes les formes existantes de support, y compris sur Internet, constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée. En conséquence, je m'engage à respecter les règles établies autour de l'article L 122-4 du Code de la propriété intellectuelle.

Fait à ....., le.....

Signature

Le plagiat est un délit exposant le plagiaire à des sanctions pénales et disciplinaires. Le délit de contrefaçon est constitué au regard de l'article L 335-3 du Code de la propriété intellectuelle en cas de « *reproduction, représentation ou diffusion, par quelque moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur.* » Le délit de contrefaçon est puni d'une peine maximale de 3 ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende. Des dommages et intérêts peuvent également être prononcés à l'encontre du plagiaire afin de réparer le préjudice économique et moral de l'auteur.

## VI- Autorisation de représentation (SACD)

Le contrat de représentation est celui par lequel l'auteur d'une œuvre de l'esprit et ses ayants droit autorisent une personne physique ou morale à représenter ladite œuvre à des conditions qu'ils déterminent. Selon **l'article L.132-18 du CPI**, le contrat de représentation est le contrat par lequel l'auteur d'une œuvre de l'esprit et ses ayants droit autorisent une personne physique ou morale à représenter ladite œuvre à des conditions qu'ils déterminent. **L'article L.131-2 du CPI** (Code de la propriété intellectuelle) impose un écrit pour le contrat de représentation des droits d'auteur.

**Toute représentation d'une œuvre quelle qu'elle soit doit faire l'objet, au préalable, d'une demande d'autorisation auprès de la SACD.**

La demande d'autorisation préalable concerne toutes les troupes et compagnies de théâtre, qu'elles soient professionnelles ou amateurs, et toutes les formes de représentations (y compris les lectures publiques).

Cette demande doit avoir lieu entre 6 mois et 2 mois avant la première représentation.

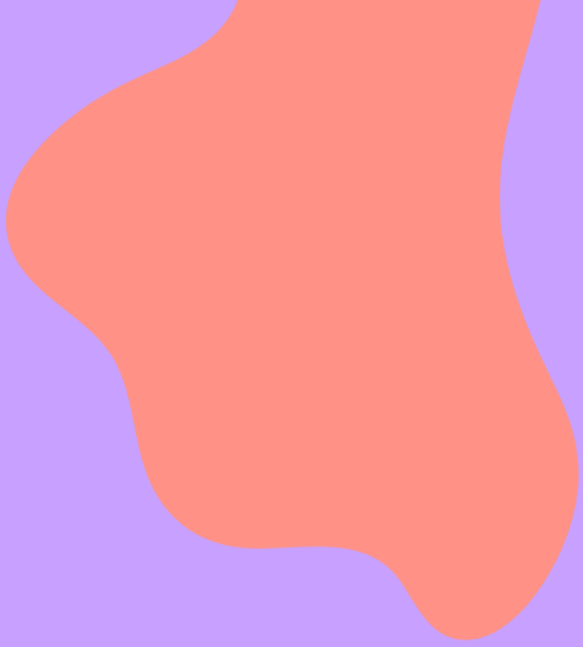
La demande d'autorisation se fait directement (en ligne ou par l'envoi d'un formulaire) auprès des services de la SACD.

**La SACD veille au respect des droits des auteurs et vérifie que les autorisations ont bien été délivrées.** Elle a le pouvoir d'interdire toute représentation non autorisée (y compris le jour même). La SACD a mandat pour récupérer l'ensemble des sommes non versées relatives aux droits d'auteur en cas de non-déclaration ou déclaration incomplète. Une majoration peut être appliquée.

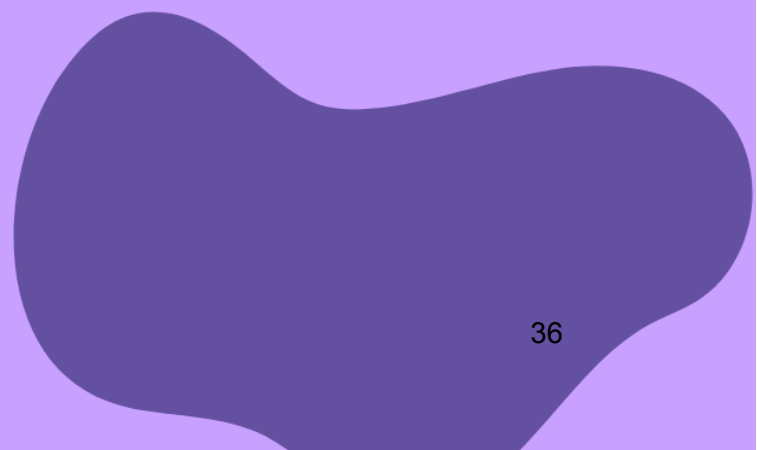
[\(Producteur de spectacles : demander une autorisation | SACD\)](#)

## VII- Diffusion de données personnelles

Le **RGPD** (le Règlement Général sur la Protection des Données) informe qu'en cas de collecte de données personnelles des internautes (nom, prénom, adresse mail, photo, etc.), vous avez un devoir de transparence, qui vous oblige à obtenir le consentement de l'internaute et l'informer concernant le motif et l'usage des données collectées ([site-internet-mentions-obligatoires](#) / [RGPD: de quoi parle-t-on?](#) )



# ANNEXES



## Sommaire Annexes

Annexe 1 → Benchmark	38
Annexe 2 → Whois de l'ICANN	45
Annexe 3 → Whois de l'AFNIC	46
Annexe 4 → Pictogramme sur le site	47
Annexe 5 → Audit sémantique complet	48
Annexe 6 → Rédaction de la page d'accueil	52
Annexe 8 → Lettre de cadrage 1	59
Annexe 9 → Lettre de cadrage 2	61
Annexe 10 → Questions client	63
Annexe 11 → Synthèse 1er rendez-vous client	65
Annexe 12 → Gantt	68

## Annexe 1 → Benchmark

[Alexis Michalik](#)

COMÉDIEN - AUTEUR - METTEUR EN SCÈNE - SCÉNARISTE - RÉALISATEUR

Type de site :

- site institutionnel

Structure du site :

Le site d'Alexis Michalik est composé de 5 pages.

En premier, on retrouve la page "**Accueil**" qui est composée d'une photo du metteur en scène, accompagnée d'un texte présentant sa carrière, une vidéo qui retrace toutes ses apparitions que ce soit au cinéma ou à la télévision et les coordonnées de son agent.

La deuxième page se nomme "**CV/Infos**" et l'on retrouve diverses informations comme les différentes langues parlées, les sports pratiqués ..., des informations pour les castings (taille, poids, cheveux ...). Il y a aussi des liens externes menant vers différentes participations du metteur en scène à des émissions télévisées ou journaux télévisés. Enfin, on peut voir l'ensemble des œuvres dans lesquelles Alexis Michalik a joué, qu'il a mises en scène ou qu'il a réalisées, que ce soit à la télévision, au cinéma, au théâtre.

Ensuite, la troisième page est une page "**Photos**" et se compose de plusieurs photos d'Alexis Michalik que ce soit sur des tournages, au théâtre ou bien encore de portraits de lui-même.

L'avant-dernière page se nomme "**Vidéos**" et enfin, la dernière page est une page "**Contact**" qui se compose d'un formulaire de contact, mais aussi des coordonnées de son agent que l'on retrouve déjà dans le volet d'accueil.

Couleurs :

Les couleurs dominantes sur le site sont le rouge, le gris et le blanc avec une écriture en gris foncé

Type d'illustration :

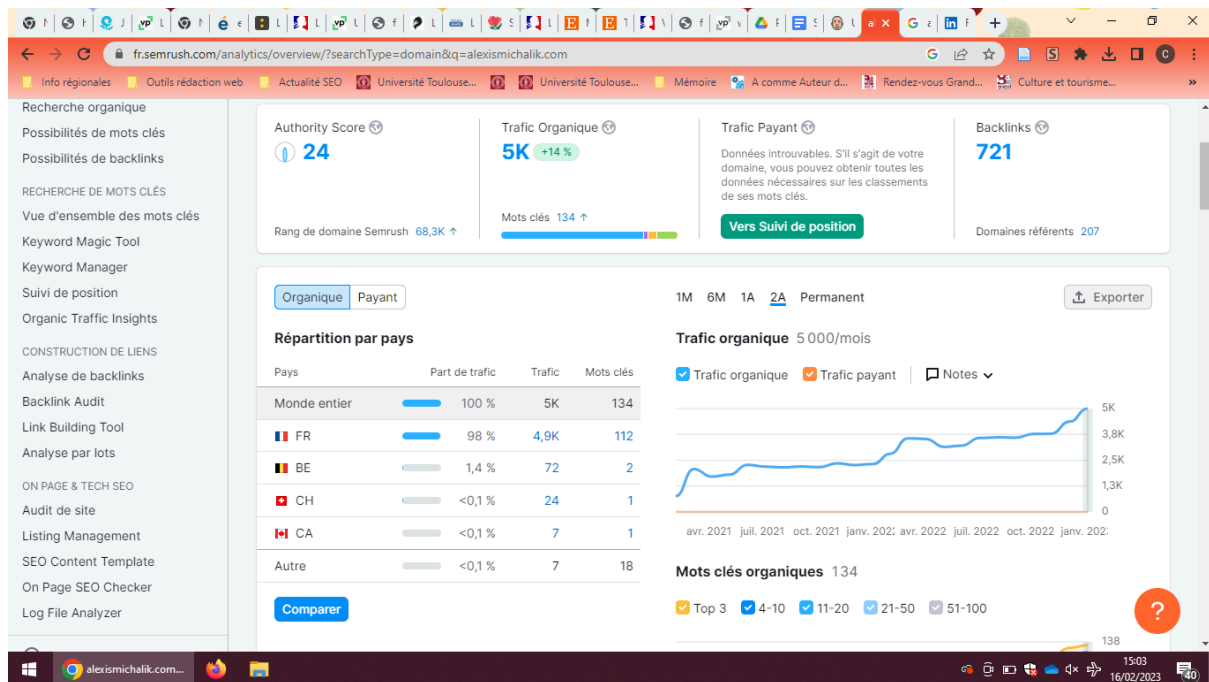
- Vidéos
- Photos

Liens externes :

- Facebook
- Mail
- Apparitions du metteur en scène dans un journal télévisuel et des émissions télévisées

Site apparaît sur agencesartistiques.com

Site administré par Wistal



Référencement :

- Important trafic
- Nombre important de liens qui pointent vers le site
- Une centaine de mots-clés positionnés et une dizaine en top 3
- Mot-clé principal par lequel les internautes le trouvent : “alexis michalik” avec un volume de 27,1k recherches par mois

[Maxime Escoï](#)

Acteur - Comédien - Metteur en scè

Type de site :

- site institutionnel

Structure du site :

Le site est constitué d'une page qui est composée de 6 volets.

Tout d'abord, on a le volet “**Accueil**” qui est composé d'une photo suivie de son prénom + nom avec en dessous ses différents métiers.

Ensuite, vient le volet “**Actualités**” constitué de photos et de textes qui reprennent tous les endroits où l'on pourra voir le propriétaire du site (Théâtre, télévision ...)

Puis, on retrouve un volet “**Parcours**” avec une photo de lui et un texte présentant son parcours avec la possibilité de pouvoir télécharger son CV.

Le troisième volet est un volet “**Photos**” qui comme le titre l’indique se compose de photos de Maxime Escoï.

L’avant-dernier volet se nomme “**Vidéos**” et se compose comme son nom l’indique de vidéos mettant en avant le comédien.

Enfin, le dernier le volet est un volet “**Contact**” et se compose d’un formulaire de contact à remplir.

Couleurs :

Les couleurs qui dominent sur ce site sont le noir et le blanc, mais on peut constater quelques bandeaux rouges.

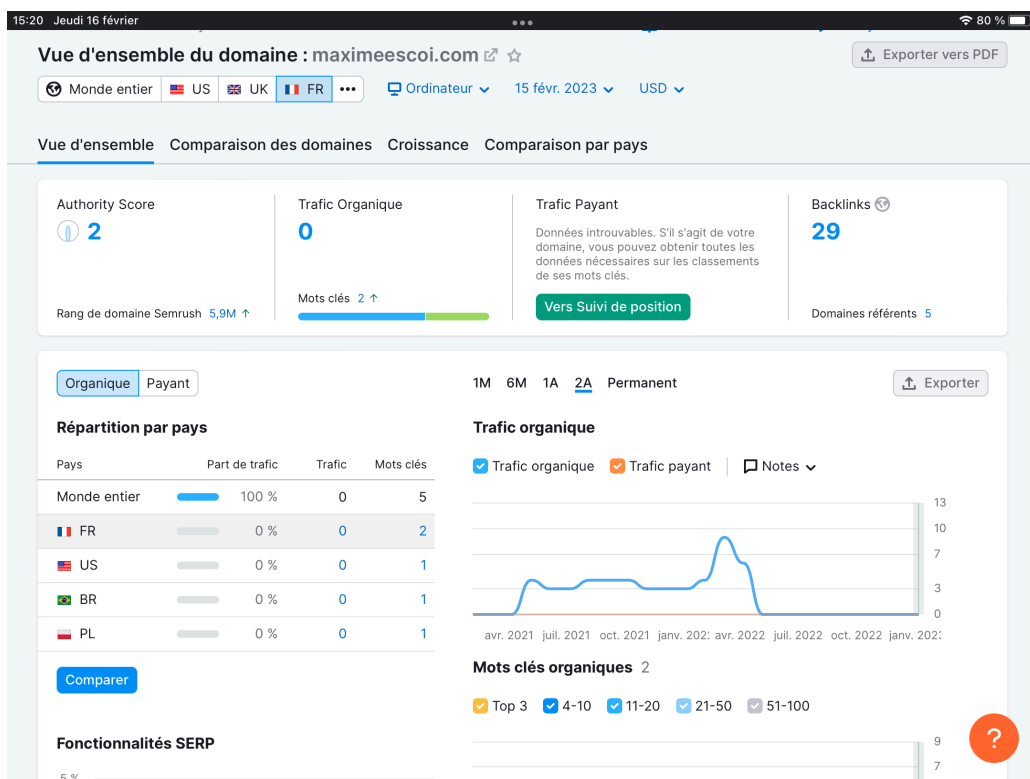
Type d’illustration :

- Photos
- Vidéos
- Affiches

Liens externes :

- Facebook
- Instagram
- Youtube

Site conçu sur la plateforme Wix.com



Référencement :

- Pas de trafic
- Pas de stratégie de référencement mise en place
- Mot-clé principal par lequel les internautes le trouvent : “paris police 1905 acteur” une série Canal + dans laquelle il a tourné, avec un volume de 260 recherches par mois

[Anne Bourgeois](#)

Metteur en Scène de Théâtre - Coaching, stages et formations

Type de site :

- site institutionnel

Structure du site :

Le site est constitué de 6 pages.

Tout d’abord, on a la page “**Accueil**” qui est composée d’un lien vers sa chaîne YouTube, mais aussi de plein d’affiches de spectacles dans lesquels la metteuse en scène a contribué. La page se termine avec l’actualité sur les spectacles auxquels Anne Bourgeois participe.

Ensuite, vient la page “**Mes spectacles**” qui reprend tous les spectacles d’Anne Bourgeois dans lesquels elle participe à la mise en scène, à la direction d’acteurs ou réalise des collaborations artistiques, etc.

Puis, on retrouve la page “**Formatrice entreprises**” qui explique les techniques et la pédagogie employés ainsi qu’une interview pour Pegasus Magazine.

La troisième page est une page “**Stages clown**” qui est constituée de photos et de textes expliquant l’objectif de ce stage et pourquoi elle le propose.

L’avant-dernière page se nomme “**Mes débuts**” et retrace son histoire professionnelle

Enfin, le dernier volet est une page “**Me Contacter**” et se compose d’un formulaire de contact à remplir.

Couleurs :

Écritures majoritairement noires sur fond blanc

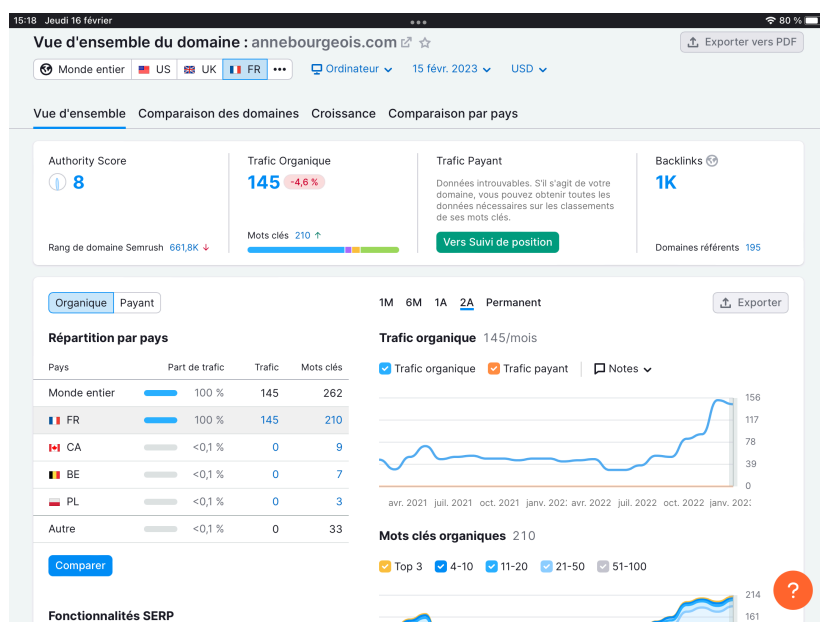
Bandeau orange avec écriture noir

Type d’illustration :

- Photos
- Affiches

Liens externes :

- YouTube



#### Référencement :

- Trafic bas par rapport à la stratégie de référencement mise en place
- 258 mots-clés positionnés, quasi aucun dans le top 3
- Mot-clé principal par lequel les internautes la trouvent : “anne bourgeois” qui a un volume de 210 recherches par mois
- Autres mots-clés par lesquels les internautes trouvent le nom de ses pièces ex : “monsieur ibrahim et les fleurs du coran” avec un volume de 1,3k recherches par mois

[Valère Novarina](#)  
Ecrivain, peintre, metteur en scène

#### Type de site :

- Site institutionnel.

#### Structure du site :

Le site ouvre sur une **page d'accueil** dans laquelle nous pouvons retrouver différents éléments :

- une photo de Valère Novarina et son logo
- un extrait issu d'un de ses ouvrages
- deux autres photographies (son atelier et un moulage)
- un menu
- une barre de recherche
- ses dernières actualités
- une possibilité de s'inscrire à sa newsletter

- le site se termine avec un footer composé des “mentions légales”, un lien “contact”, et le “plan du site”.

Le menu est composé de la **rubrique “littérature”** organisée en 4 sous-parties : “livres”, “traductions”, “préfaces & postafces” et “tables des textes”. Ces sous-parties sont une succession d’ouvrages classés par ordre chronologique.

La **rubrique “peinture & dessin”**, est également composée de sous-parties “expositions” et “ateliers”.

La catégorie “expositions”, recense chronologiquement toutes les expositions de l’artiste. Chaque exposition est composée d’un lien cliquable, ouvrant sur une page permettant d’en apprendre un peu plus sur le travail réalisé, à l’aide de textes et de photos.

La seconde sous-partie “ateliers” est composée d’un ensemble de photographies représentant ses peintures.

La **rubrique “théâtre”** est organisée en trois sous-parties “mises en scène de Valère Novarina”, “par d’autres metteurs en scène”, “disques et captations”. Ces trois sous-parties sont constituées de la même manière, à savoir une succession chronologique des travaux de Valère Novarina. Chaque travail est composé d’un lien cliquable afin d’en apprendre plus sur les œuvres.

La **rubrique “autres créations”** est composée de trois sous-parties “pièces radiophoniques”, “lectures musicales” et “film”. Nous retrouvons la même mise en forme que la rubrique précédente.

La **rubrique “ouvrages critiques”** n’a pas de sous-partie. La page recense chronologiquement les livres de Valère Novarina et des liens permettent d’accéder aux critiques de ses ouvrages.

La **rubrique “bibliographie”** est une page qui liste les fois où l’auteur a été cité dans divers travaux.

La **rubrique “biographie”** se compose d’un texte court rédigé à la troisième personne du singulier, suivi d’une photographie de 1936. Son parcours personnel et professionnel est ensuite illustré de façon chronologique, parfois accompagné de photographies.

Pour finir la dernière **rubrique “archives”** est organisée de trois sous-parties “enregistrements”, “documents”, “chronologie”.

Couleurs :

Écritures majoritairement noires sur fond blanc

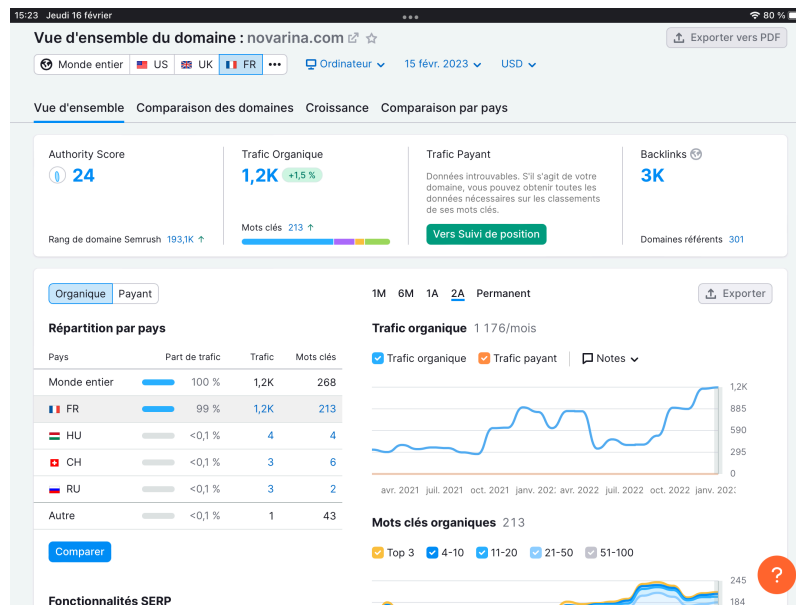
Les titres sont en bleus, permettant de rappeler la couleur de son logo

Type d’illustration :

- Photos

Liens externes :

- Viméo



Référencement :

- Trafic important, nombre de backlinks aussi
- 275 mots-clés positionnés dont une dizaine en top 3
- Mot-clé principal par lequel les internautes le trouvent “valère novarina” qui a un volume de 720 recherches par mois

## Annexe 2 → Whois de l'ICANN

### Domain Information

**Name:** FRANCKLEPLUS.COM

**Registry Domain ID:** 2560257850\_DOMAIN\_COM-VRSN

**Domain Status:**

[clientDeleteProhibited](#)

[clientTransferProhibited](#)

**Nameservers:**

NS.EI-BS.EU

NS.EZYTECH.FR

### Dates

**Registry Expiration:** 2023-09-16 20:25:20 UTC

**Updated:** 2022-09-01 16:46:24 UTC

**Created:** 2020-09-16 20:25:20 UTC

### Registrar Information

**Name:** OVH sas

**IANA ID:** 433

**Abuse contact email:** [abuse@ovh.net](mailto:abuse@ovh.net)

**Abuse contact phone:** tel:+33.972101007

### DNSSEC Information

**Delegation Signed:** Unsigned

### Authoritative Servers

**Registry Server URL:** <https://rdap.verisign.com/com/v1/domain/franckleplus.com>

**Last updated from Registry RDAP DB:** 2023-03-02 11:12:57 UTC

**Registrar Server URL:** <https://rdap.ovh.com/domain/FRANCKLEPLUS.COM>

### Notices and Remarks

#### Notices:

##### Terms of Use

Service subject to Terms of Use.

<https://www.verisign.com/domain-names/registration-data-access-protocol/terms-service/index.xhtml>

##### Status Codes

For more information on domain status codes, please visit <https://icann.org/epp>

<https://icann.org/epp>

##### RDDS Inaccuracy Complaint Form

URL of the ICANN RDDS Inaccuracy Complaint Form: <https://icann.org/wicf>

<https://icann.org/wicf>

## Annexe 3 → Whois de l'AFNIC

- **Nom de domaine** : franckleplus.fr
- **État** : Actif ( consulter aussi le [site web](#) )
- **DNSSEC** : Inactif
- **Bureau d'enregistrement** : OVH
- **Date de création** : 16/09/2020
- **Date d'expiration** : 16/09/2023
- **Serveurs de noms (DNS)** :
  - Serveur n°1** : ns.ei-bs.eu
  - Serveur n°2** : ns.ezytech.fr
- **Titulaire** : European Internet Broadcasting Service

Adresse	Coordonnées
European Internet Broadcasting Service 62 BD Faidherbe – Appt 43 59280 ARMENTIÈRES FR	Tél. : +33 6 08 54 19 58 Email : <a href="mailto:52ppdyu18v83uz95shmu@o-o-w-o.info">52ppdyu18v83uz95shmu@o-o-w-o.info</a> Joignabilité : Oui Eligibilité : not identified
- **Contact administratif** : European Internet Broadcasting Service

Adresse	Coordonnées
European Internet Broadcasting Service 62 BD Faidherbe – Appt 43 59280 ARMENTIERES FR	Tél. : +33 6 08 54 19 58 Email : <a href="mailto:o6fps20dpaym6p4xlv9@v.o-w-o.info">o6fps20dpaym6p4xlv9@v.o-w-o.info</a> Joignabilité : Oui Eligibilité : not identified
- **Contact technique** : OVH NET

Adresse	Coordonnées
OVH 140, quai du Sartel 59100 Roubaix FR	Tél. : +33 8 99 70 17 61 Email : <a href="mailto:tech@ovh.net">tech@ovh.net</a> Joignabilité : Oui Eligibilité : not identified

## Annexe 4 → Pictogramme sur le site



## Annexe 5 → Audit sémantique complet

### Audit sémantique de la page d'accueil

Accueil		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
auteur de pièce de théâtre	880	H1
auteur de théâtre	320	H2
compagnie théâtrale	390	H2
écrivain de théâtre	90	strong
pièce de théâtre à jouer	20	H2
auteur théâtre comique	20	strong
intervenant théâtre Lille	0	strong
auteur de théâtre francophone	0	strong
franck leplus	0	strong
leplus franck	0	strong
<b>Total</b>	1720	

### Audit sémantique de la page biographie

Auteur théâtre		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
auteur théâtre	260	H1
auteur théâtre contemporain	140	H2
écriture théâtre	140	H2
auteur dramatique	140	H2
auteur dramatique français	110	strong
auteur de comédie	70	strong
écrivain théâtre	30	strong
auteur de sketch	10	strong
auteur théâtre contemporain français	0	strong
auteur sketch	0	strong
auteur de théâtre français	0	strong
auteur de théâtre dramatique	0	strong
auteur de théâtre Lille	0	strong
<b>Total</b>	900	

Audit sémantique de la page intervenant théâtre

Intervenant théâtre		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
intervenant théâtre	30	H1
animateur théâtre	20	H2
formateur théâtre	0	H2
éducateur théâtre	0	strong
instructeur théâtre	0	strong
cours théâtre adulte	90	strong
théâtre formation	0	strong
formateur théâtre Lille	0	strong
<b>Total</b>	140	

Audit sémantique de la page metteur en scène

Metteur en scène théâtre		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
metteur en scène théâtre	390	H1
metteur en scène français	1000	H2
metteur en scène contemporain	90	H2
metteur en scène théâtre français	90	strong
<b>Total</b>	1570	

Audit sémantique de la page compagnie loossoise

Président compagnie théâtre		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
compagnie théâtre	390	H1
théâtre handicap	40	H2
exercices théâtre handicap mental	30	strong
atelier théâtre handicapé mentaux	10	H2
président compagnie théâtre	0	H2
dirigeant compagnie théâtre	0	strong
créateur compagnie théâtre	0	strong
formation théâtre handicap	0	strong
cours théâtre handicap	0	strong
<b>Total</b>	470	

### Audit sémantique de la page scénariste TV

Scénariste télévision		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
scénariste télévision	0	H1
scénariste français	260	H2
scénariste réalisateur	0	H2
<b>Total</b>	<b>260</b>	

### Audit sémantique de la page spectacles

Pièce de théâtre à jouer		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
pièce de théâtre à jouer courte pdf	260	H1
pièce de théâtre texte à jouer	50	H2
pièce de théâtre à jouer courte	30	H2
pièce de théâtre à jouer pour 4 personnes	20	strong
pièce de théâtre facile à jouer	0	H2
texte de théâtre à jouer seul	0	strong
textes de pièces de théâtre à jouer	0	strong
pièce de théâtre à jouer tout seul	0	strong
oeuvre de théâtre à jouer 0	0	strong
comédie à jouer 0	0	strong
scène de théâtre texte	0	strong
scène de théâtre à jouer	0	strong
pièce de théâtre traduite	0	strong
pièce de théâtre internationale	0	strong
<b>Total</b>	<b>360</b>	

### Audit sémantique de la page spectacles comiques

Pièce de théâtre comique		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
pièce de théâtre comique	1900	H1
courte pièce comique	390	H2
pièce de théâtre comique à jouer à 5	90	strong
pièces de théâtre comiques à jouer	30	H2
<b>Total</b>	<b>2410</b>	

Audit sémantique de la page sketches

Sketch		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
sketch	33 100	H1
one man show	5 400	H2
one woman show	720	H2
one man show français	170	H2
sketch comique	0	strong
sketch français	0	strong
sketch humour	0	strong
sketch facile et drôle	0	strong
sketch humouriste homme	0	strong
sketch femme	0	strong
<b>Total</b>	<b>39 390</b>	

Audit sémantique de la page spectacles policiers

Pièce policière		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
pièce policière	110	H1
comédie policière	90	H2
pièce de théâtre policière	30	H2
pièce de théâtre policière à jouer	40	H2
pièce de théâtre enquête policière	40	strong
pièce de théâtre policières à jouer	40	strong
pièce de théâtre police	30	strong
comédie policière française	30	strong
pièce de théâtre policier	10	strong
comédie policière théâtre	10	strong
<b>Total</b>	<b>430</b>	

Audit sémantique de la page spectacles dramatiques

Pièce de théâtre dramatique		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
pièce de théâtre dramatique	70	H1
extrait de pièce de théâtre dramatique	20	H2
pièce de théâtre dramatique contemporaine	20	H2
<b>Total</b>	<b>110</b>	

Audit sémantique de la page ouvrages

Livre pièce théâtre		
Expression de recherche	Volume de recherche	Balises
livre pièce théâtre	20	H1
pièce de théâtre livre	20	H2
livre pièce de théâtre contemporaine	10	H2
<b>Total</b>	<b>50</b>	

## Annexe 6 → Rédaction de la page d'accueil

H1 : Franck Leplus : l'auteur de pièces de théâtre

« Auteur de pièces de théâtre j'aime m'exprimer sur différents supports mais toujours avec une pointe d'humour ! »

H2 : Franck Leplus un auteur de théâtre tout public

L'auteur de théâtre Franck Leplus est un écrivain passionné habitant dans la région de Lille. Depuis plus de trente ans il écrit des pièces de théâtre comiques, dramatiques, policières ainsi que des sketches. L'ensemble de ses pièces sont prêtes à l'emploi et s'adressent à tous, amateurs comme professionnels ! Du monologue aux pièces mettant en scène plus de 6 comédiens Leplus Franck met à votre disposition sa large bibliographie.

H2 : Des pièce de théâtre à jouer en tout genre

Les pièces de théâtre à jouer de Franck Leplus sont disponibles au téléchargement et ouvertes à la mise en scène. Il est cependant demandé aux metteurs en scène souhaitant jouer ses pièces, par respect de la propriété intellectuelle, d'acheter les droits d'auteurs sur le site de la SACD ([lien externe](#)) avant toute utilisation. Doté d'une imagination débordante, l'auteur de théâtre francophone écrit plusieurs pièces en même temps et dispose donc d'une large bibliographie de pièces en tout genre. Véritable touche à tout, Franck Leplus se définit cependant avant tout comme un auteur de théâtre comique ! Il aime en effet jouer avec les mots, le langage et user de l'humour pour passer ses messages.

H2 : Franck Leplus, président d'une compagnie théâtrale

La compagnie théâtrale l'Atelier Loossois de Formation et de Créations théâtrales, fondée par Leplus Franck en 2015 , permet à l'auteur d'exercer ses fonctions de metteur en scène et d'intervenant de théâtre à Lille. Ayant pour goût de transmettre sa passion et les valeurs du théâtre au plus grand nombre, il partage en effet son savoir au sein d'ateliers et forme hebdomadairement une troupe de théâtre amateur. Cette compagnie permet à Franck Leplus de mettre en scène et jouer ses propres pièces. Œuvrant pour l'inclusion et l'accessibilité du théâtre pour tous, il organise régulièrement des ateliers de théâtre pour les personnes en situation de handicap. Il forme également à distance une compagnie de théâtre sénégalaise.

Franck Leplus au-delà du théâtre

Au-delà de ses activités d'écrivain de théâtre et de metteur en scène, Leplus Franck écrit des scénarios pour la télévision et notamment pour la série humoristique Paese diffusée sur France Télévision Corse. Il travaille également régulièrement avec des étudiants internationaux qui dans le cadre de leur formation traduisent ses pièces de théâtre. Les œuvres de Franck sont donc traduites et disponibles en plusieurs langues. Véritable maître des mots, il a également écrit des romans, une bande dessinée et des scénarios pour les marionnettes de Paris.

## Annexe 7 → Recherche d'Hébergeur

Voici un audit comparatif de 6 hébergeurs :

- **OVH cloud**

[OVH devient OVHcloud.com](https://www.ovhcloud.com) : Leader européen du Cloud

<u>Avantages de choisir cet hébergeur</u>	<u>Inconvénient de choisir cet hébergeur</u>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Une variété de services</li><li>● La tarification</li><li>● Le service client</li><li>● Efficacité énergétique</li><li>● Rapidité et fiabilité</li><li>● Siège en France (Roubaix)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Interface confuse et incohérente</li><li>● Support client simpliste</li><li>● Nom de domaine gratuit pour la durée d'une année après avoir acheté un abonnement</li><li>● Ce n'est pas très accessible pour les débutants</li><li>● Difficile de faire une résiliation d'abonnement</li></ul>

Hébergement Kimsufi	Hébergement Perso	Hébergement Pro	Hébergement Performance
<b>1,59 €</b> HT/mois soit 1,91 € TTC/mois	<b>3,29 €</b> HT/mois soit 3,95 € TTC/mois	<b>6,59 €</b> HT/mois soit 7,91 € TTC/mois	<b>10,99 €</b> HT/mois soit 13,19 € TTC/mois
<a href="#">Commander</a>	<a href="#">Commander</a>	<a href="#">Commander</a>	<a href="#">Commander</a>
1 nom de domaine offert* 1 Go d'espace disque 2 adresses e-mail	1 nom de domaine offert* 100 Go d'espace disque 10 adresses e-mail CMS en 1-clic	1 nom de domaine offert* 250 Go d'espace disque 100 adresses e-mail CMS en 1-clic	1 vCore, 2 Go RAM Ressources garanties 1 nom de domaine offert CDN, SSL, Serveur SQL Privé
<a href="#">Découvrir le produit →</a>	<a href="#">Découvrir le produit →</a>	<a href="#">Découvrir le produit →</a>	<a href="#">Découvrir le produit →</a>

Pour OVH nous conseillons à Franck Leplus l'offre : Hébergement Kimsufi

- **Hostpapa :**  
[Hébergement web canadien d'HostPapa - Commencez](#)

<b>Avantages de choisir cet hébergeur</b>	<b>Inconvénients de choisir cet hébergeur</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Garantie de remboursement (30 jours)</li> <li>● Nom de domaine gratuit</li> <li>● Espace disque illimité et transfert de données.</li> <li>● Certificats SSL inclus avec chaque hébergement</li> <li>● Assistance technique 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.</li> <li>● Installation de WordPress en 1 clic.</li> <li>● Support technique francophone et réactif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Renouvellements légèrement coûteux.</li> <li>● Pas de sauvegardes automatiques</li> <li>● Les sauvegardes de site automatisées sont uniquement incluses dans le plan Business Pro.</li> </ul>

	PLUS POPULAIRE	MEILLEURE VALEUR	
<p><b>Start</b></p> <p>Parfait pour mettre en ligne les sites simples et les blogs.</p> <p>8,95 €/mois <b>ÉCONOMISEZ 75 %</b></p> <p><b>2,95 €/mois*</b></p> <p>Facturation sur 36 mois</p> <p>COMMENCEZ →</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 site web</li> <li>• Migration de site gratuite ⓘ</li> <li>• Enregistrement de domaine gratuit ⓘ</li> <li>• Certificat SSL standard gratuit</li> <li>• Environnement de test pour site web</li> <li>• 100 Go d'espace web SSD ⓘ</li> </ul>	<p><b>Plus</b></p> <p>Idéal pour les propriétaires de petites entreprises qui se lancent.</p> <p>Tarif régulier : 10,95 €/mois <b>ÉCONOMISEZ 65 %</b></p> <p><b>5,95 €/mois*</b></p> <p>Facturation sur 36 mois</p> <p>COMMENCEZ →</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 sites web</li> <li>• Migration de site gratuite ⓘ</li> <li>• Enregistrement de domaine gratuit ⓘ</li> <li>• Certificat SSL standard gratuit</li> <li>• Environnement de test pour site web</li> <li>• 100 Go d'espace web SSD ⓘ</li> </ul>	<p><b>Pro</b></p> <p>La meilleure option pour les entreprises en pleine croissance.</p> <p>10,95 €/mois <b>ÉCONOMISEZ 70 %</b></p> <p><b>5,95 €/mois*</b></p> <p>Facturation sur 36 mois</p> <p>COMMENCEZ →</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sites web illimités</li> <li>• Migrations gratuites illimitées ⓘ</li> <li>• Enregistrement de domaine gratuit ⓘ</li> <li>• Certificat Wildcard SSL gratuit ⓘ</li> <li>• Environnement de test pour site web</li> <li>• Espace web SSD illimité ⓘ</li> </ul>	<p><b>Ultra</b></p> <p>Plus de puissance, de performance et de vitesse, avec une sécurité améliorée.</p> <p>17,95 €/mois <b>ÉCONOMISEZ 63 %</b></p> <p><b>12,95 €/mois*</b></p> <p>Facturation sur 36 mois</p> <p>COMMENCEZ →</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sites web illimités</li> <li>• Migrations gratuites illimitées ⓘ</li> <li>• Enregistrement de domaine gratuit ⓘ</li> <li>• Certificat Wildcard SSL gratuit ⓘ</li> <li>• Environnement de test pour site web</li> <li>• Espace w</li> </ul> <p>Laisser un message</p>

Pour Hostpapa, nous conseillons à Franck Leplus l'offre : Pro

- **Amen hébergement :**

[Hébergement web fiable, flexible et rapide avec domaine gratuit \(amen.fr\)](https://www.amen.fr)

<b>Avantages de choisir cet hébergeur</b>	<b>Inconvénients de choisir cet hébergeur</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Un hébergement Windows complet et abordable</li> <li>● Nom de domaine gratuit la 1<sup>er</sup> année</li> <li>● Une formule compétitive pour les hébergements VPS, cloud VPS et dédiés.</li> <li>● Sauvegarde gratuite</li> <li>● Certificat SSL gratuit</li> <li>● Hébergement de boîtes mail personnelles et professionnelles efficaces et peu coûteux</li> <li>● Propose des pack d'hébergement Web WordPress</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nom de domaine gratuit uniquement la première année</li> <li>● Support indisponible le week-end, en dehors des heures d'ouverture et peu réactif.</li> <li>● Offre d'hébergement partagé Linux pas très compétitive.</li> <li>● Problèmes ponctuels de disponibilité des serveurs</li> </ul>

TOUT INCLUS	2,00 € mois HT <del>4,33 €</del> mois HT	2,50 € mois HT <del>4,79 €</del> mois HT	5,00 € mois HT <del>9,49 €</del> mois HT	10,00 € mois HT <del>19,07 €</del> mois HT
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Certificat SSL</li> <li>✓ WordPress pré-installé</li> <li>✓ Boîtes e-mail</li> <li>✓ SSD</li> <li>✓ Sauvegardes automatiques</li> </ul>	- 53%	- 47%	- 47%	- 47%
Acheter	Acheter	Acheter	Acheter	Acheter
Domaine gratuit 1 an ⓘ	1	1	1	1
Disque SSD ⓘ	5 GB	30 GB	100 GB	250 GB
Base de données MySQL	1 X 512 MB	1 x 1 GB	1 x 5 GB	1 x 10 GB
Sauvegardes toutes les heures ⓘ	×	12 heures	12 heures	24 heures

Pour Amen Hébergement, nous recommandons à Franck Leplus l'offre : Hébergement WordPress Business à 2,50€

- **LWS :**

[Hébergement web - Hébergement site web - Hébergeur internet - LWS](#)

<b>Avantages de choisir cet hébergeur</b>	<b>Inconvénients de choisir cet hébergeur</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un hébergement spécialisé.</li> <li>• Grande variété d'offres.</li> <li>• Assistance technique 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.</li> <li>• Support client via chat en direct ou téléphone.</li> <li>• Des tarifs plutôt compétitifs.</li> <li>• Nom de domaine gratuit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Performance un peu en retrait.</li> <li>• Site mal organisé, peu pratique</li> <li>• Panneau d'administration brouillon</li> </ul>

LWS Perso	Best Seller LWS Starter	Le meilleur LWS Performance
Idéal pour démarrer votre site rapidement	Idéal pour les PME, artisans, clubs	Entreprises, agences web, e-commerce
Offre spéciale -50%	Offre spéciale -30%	Offre spéciale -9%
<del>2,99</del> <b>1,49</b> € HT/mois (1,79 € TTC)	<del>4,99</del> <b>3,49</b> € HT/mois (4,19 € TTC)	<del>10,99</del> <b>9,99</b> € HT/mois (11,99 € TTC)
<b>Commander</b>	<b>Commander</b>	<b>Commander</b>
Performances (CPU, RAM, I/O...)	Performances (CPU, RAM, I/O...)	Performances (CPU, RAM, I/O...)
1 Site web	5 Sites web	Sites web <b>illimités</b>
100 Go de stockage SSD NVMe	250 Go de stockage SSD NVMe	Espace disque SSD NVMe <b>illimités</b>
1 base de données MySQL	25 bases de données MySQL	Bases de données MySQL <b>illimitées</b>
Trafic illimité	Trafic illimité	Trafic illimité
		Mémoire RAM dédiée 2 Go

Pour LWS, nous conseillons à Franck Leplus l'offre : LWS Perso

- **O2switch :**

[Hébergement Web, Meilleur Hébergeur Web Français | O2Switch](#)

<b>Avantages de choisir cet hébergeur</b>	<b>Inconvénients de choisir cet hébergeur</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Offre unique très complète</li> <li>● Qualité technique de l'hébergeur</li> <li>● Datacenter de France.</li> <li>● Un nom de domaine offert.</li> <li>● Jusqu'à 12 CPU et 48 Go de RAM allouée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rien pour les sauvegardes</li> <li>● Moins accessible aux novices</li> <li>● Accès SSH compliqué</li> </ul>

Offre Spéciale

~~7.00€~~

0.84€

HT PENDANT 3 MOIS  
PUIS 7€ HT/MOIS

- Espace Disque Illimité
- Nom de Domaine Offert
- 12 CPU Threads - Mémoire 48 Go
- Base de Données Illimitées
- Transfert Mensuel Illimité
- Jusqu'à 5 000 000 visites / mois
- Interface cPanel®
- Technologie NVMe

HÉBERGEUR D'EXCELLENCE O2SWITCH

## Hébergement web

-38%

### PREMIUM

Tout notre savoir-faire dans une Offre !

Un hébergement **tout inclus** et **sans surprise**.

Utilisez **une offre exceptionnelle**, idéale pour couvrir l'ensemble de vos besoins. **Exigez le meilleur hébergeur web ! Au meilleur !**

Hébergement web en **France** dans nos propres datacenters.

CODE PROMO

YETI2023

VALABLE POUR TOUTE NOUVELLE SOUSCRIPTION ANNUELLE.  
HORS RENOUVELLEMENT. PAIEMENT ANNUEL DE 65.52€ HT.

- **Planethoster :**  
<https://www.planethoster.com/fr/>

<u>Avantages de choisir cet hébergeur</u>	<u>Inconvénients de choisir cet hébergeur</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Un nom de domaine offert</li> <li>● Hébergement illimité multi-site</li> <li>● Support ultra réactif 24h/7 (et en 2 langues)</li> <li>● Sauvegarde tous les 12h</li> <li>● Une entreprise éco-responsable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Une offre limitée</li> <li>● Une garantie de 14 jours seulement</li> <li>● Prix des noms de domaine additionnel</li> </ul>

The screenshot displays the PlanetHoster website with a green header. The main content area features two hosting options:

- Hébergement web illimité:**
  - Multi-Sites + Sites illimités + 100% Isolés
  - Accélération LSCache native et active par défaut
  - Plateforme intelligente CMS
  - Plusieurs versions PHP, Python, Node.js, Ruby
  - Support 24/7
  - Original price: 5.00€ TTC/mois
  - Equivalent price: **4.25€ TTC/mois**
- Serveur dédié et services cloud:**
  - AutoPeakPower (APP)
  - Infrastructure Évolutive Premium
  - 100% Infogéré par notre équipe qualifiée 24/7
  - cPanel, PHP, MySQL, Apache et bien plus
  - Jusqu'à 32 Cores CPU, 256GB RAM, 16 TB Disque Dur
  - Original price: 41.67€ TTC/mois
  - Equivalent price: **35.41€ TTC/mois**

## Annexe 8 → Lettre de cadrage 1

### Reprise de la construction du site de Franck Leplus

#### Présentation du projet :

Nous avons pris l’initiative de contacter la compagnie de théâtre loossoise dirigée par **Franck Leplus** qui recherchait un bénévole pour la refonte de son site. Il s’est avéré qu’une personne était déjà chargée de cette mission, Franck Leplus nous a alors proposé de s’occuper de son site personnel (<https://franckleplus.com/>) visant à informer les différents publics autour de ses activités de : auteur de pièces de théâtre, scénariste d’une émission sur France 3 Corse, gestionnaire d’une équipe artistique d’une vingtaine de personnes et de formateur de théâtre. Avec un trafic quasi nul, le site propose une ébauche de structure et de contenu. Il reste en construction et nous proposons de le compléter tout en refondant les bases qui ne seraient pas solides.

Plus concrètement, ce projet cherche à répondre aux objectifs d’un site institutionnel qui sont : d’informer (sur la personne, sa vision, ses valeurs, son activité), de communiquer (vers les journalistes, les partenaires, le public, les élèves) et d’assurer une gestion de crise

Pour cela, il faudrait d’après nos observations lors d’un audit rapide du site existant :

- Revoir l’arborescence, car certaines rubriques sont vides et d’autres peu alimentées
- Produire des contenus actualisés parce qu’il n’y a pas suffisamment de contenus textuels et ils ne sont pas à jour et mettre en place une stratégie de référencement.
- Revoir la structure de chaque page et surtout de la page d’accueil qui dispose d’un tableau qui n’a pas sa place sur la page d’accueil (qui regroupe ses pièces avec texte intégral) et illisible sur le téléphone.
- Mettre en place une charte graphique
- Ajouter des mentions légales
- Faire le lien avec l’ensemble de l’écosystème web de Franck Leplus (2 pages LinkedIn, page Facebook, site de la compagnie de théâtre)

#### Présentation de notre agence :

Nous sommes un groupe de 6 personnes travaillant pour l’agence **Blan'Com**. Notre agence a pour priorité la transparence : notre transparence et celle des collaborateurs que nous décidons d'appuyer. Au-delà, nous portons d'autres valeurs qui nous sont chères et que nous veillons à appliquer dans l'élaboration de chaque stratégie de communication : le sérieux, la rigueur et l'efficacité sont dans notre ADN.

L’équipe est composée de :

Une graphiste : Laurie Brunner

Une Rédactrice /Référencement (SEO) : Charlotte Lagardère

Une chargée d’arborescence/Organisation du site : Amandine Rasseneur

Une chargée de manipulation WordPress et intégration de contenus : Fanny Walcker

Un chargé des réseaux sociaux : Paul Chauchard

Une chargée de communication globale : Léa Guéraçague

Date du rendu du livrable opérationnel : **2 mars 2023**

**Valeurs perçues**

Ouvert/accessible/simple/créativité/liberté d'expression

Conseils au téléphone avec les gens qui jouent sa pièce

Pièces : légèreté/humour/policière

## Lettre de cadrage n°2

Projet de personal branding de Franck Leplus par la refonte du site internet

### Présentation du projet :

Nous avons pris l'initiative de contacter la compagnie de théâtre loossoise dirigée par **Franck Leplus** qui recherchait un bénévole pour la refonte de son site. Il s'est avéré qu'une personne était déjà chargée de cette mission, Franck Leplus nous a alors proposé de s'occuper de son site personnel (<https://franckleplus.com/>) visant à informer les différents publics autour de ses activités de : auteur de pièces de théâtre, scénariste d'une émission sur France 3 Corse, gestionnaire d'une équipe artistique d'une vingtaine de personnes et de formateur de théâtre. Avec un trafic quasi nul, le site propose une ébauche de structure et de contenu. Il reste en construction et nous proposons de refaire le site qui sera accès sur du personal branding.

Plus concrètement, ce projet cherche à répondre aux objectifs fixés par Franck Leplus qui sont d'organiser ses différentes activités afin de faciliter le contact avec ses différentes cibles. Son rôle d'auteur de théâtre doit être mis en avant, en effet les metteurs en scène doivent pouvoir avoir accès à ses pièces facilement. Ce site doit pouvoir réunir sur une même page les nombreuses œuvres du dramaturge.

Pour cela, il faudrait d'après nos observations lors d'un audit rapide du site existant :

- Revoir l'arborescence, car certaines rubriques sont vides et d'autres peu alimentées
- Revoir l'attractivité et l'ergonomie du site
- Produire des contenus actualisés parce qu'il n'y a pas suffisamment de contenus textuels et ils ne sont pas à jour et mettre en place une stratégie de référencement.
- Revoir la structure de chaque page et surtout de la page d'accueil qui dispose d'un tableau qui n'a pas sa place sur la page d'accueil (qui regroupe ses pièces avec texte intégral) et illisible sur le téléphone.
- Mettre en place une charte graphique
- Ajouter des mentions légales
- Faire le lien avec l'ensemble de l'écosystème web de Franck Leplus (2 pages LinkedIn, page Facebook, site de la compagnie de théâtre...)
- Mise en place d'une stratégie de référencement à l'aide des bons mots clé

### **Valeurs**

Voici les valeurs définissant Franck Lepus et devant donc ressortir à travers son site:

Authenticité /accessibilité/ouverture/simplicité/créativité/liberté d'expression

Pièces : légèreté/humour/policière / tout public

Pour son site, Franck Leplus souhaiterait :

- supprimer la photo de lui en page d'accueil et mettre plusieurs photos ou des courtes vidéos de ses spectacles
- pour les textes téléchargeables présents en page d'accueil, il souhaite qu'ils soient mis dans une rubrique spéciale
- en première page, il voudrait des pavés expliquant les différentes rubriques du site sur lesquelles on pourrait cliquer afin d'y accéder directement
- mettre à jour l'espace partenaire
- pour ces réseaux sociaux, il souhaite que les logos des réseaux sociaux soient plus visibles
- pour la rubrique actualité, il souhaite mettre en avant ses projets en cours
- il voudrait créer une rubrique sur ses contributions à l'étranger
- concernant la charte graphique, il souhaiterait des couleurs qui ont un lien plus fort avec le théâtre comme le rouge et le noir.

#### Présentation de notre agence :

Nous sommes un groupe de 6 personnes travaillant pour **l'agence Blan'Com**. Notre agence a pour priorité la transparence : notre transparence et celle des collaborateurs que nous décidons d'appuyer. Au-delà, nous portons d'autres valeurs qui nous sont chers et que nous veillons à appliquer dans l'élaboration de chaque stratégie de communication : le sérieux, la rigueur et l'efficacité sont dans notre ADN.

L'équipe est composée de :

Une graphiste : Laurie Brunner

Une Rédactrice /Référencement (SEO) : Charlotte Lagardère

Une chargée d'arborescence/Organisation du site : Amandine Rasseneur

Une chargée de manipulation WordPress et intégration de contenus : Fanny Walcker

Un chargé des réseaux sociaux : Paul Chauchard

Une chargée de communication globale : Léa Guéraçague

Date du rendu du livrable opérationnel : **29 mars 2023**

## Annexe 10 → Questions client

Questions posés au client lors de notre premier rendez-vous

### **Identités**

*A comme Auteur de Théâtre* : logo/slogan ?

Quelles sont vos valeurs ?

Pouvez-vous nous rappeler vos multiples métiers/fonctions

Le site doit-il évoquer toutes ces fonctions ou est-il simplement destiné au théâtre ?

Comment définiriez-vous chacune de vos missions ?

Comment définiriez-vous votre rôle dans la compagnie théâtrale loossoise ?

Avez-vous de la notoriété ? A quelle échelle êtes-vous connu (Loos, Lille ou plus loin) ?

### **Projet de site web**

Pourquoi avez-vous décidé de créer un site personnel ?

Quel est l'objectif du site ? Que souhaitez-vous mettre en avant ?

Qu'est-ce que vous attendez de nous ?

Quel est votre budget pour la création de ce site web ?

Quelle est votre offre d'hébergement chez EIBS ?

Avez-vous fait l'acquisition d'autres noms de domaine hors franckleplus.com et franckleplus.com ?

Avez-vous des préférences esthétiques pour une éventuelle refonte de la charte graphique du site ?

### **Public cible**

Quel est le public cible ? Qui sont les visiteurs que vous cherchez à faire venir sur le site ?

Comment les gens vous contactent habituellement et pourquoi ?

Avec quelle requête/mots-clés pensez-vous que les gens qui vous cherchent sur Google ?

Au travers de quels mots-clés souhaiteriez-vous exister ?

### **Pièces**

Est-ce que vos pièces sont créées spécifiquement pour la compagnie de Loos ?

Comment ça se passe si quelqu'un veut jouer votre pièce ? Droit d'auteur ? Paiement ?

Pourquoi avoir mis les pièces complètes en libre accès sur le site ?

Comment faites-vous connaître vos pièces ?

Est-ce que vous avez une charte graphique ?

Est-ce que vous gérez vous-même votre propre site ?

Pour combien de personnes et pour qui les pièces (amateurs, confirmés, jeunes, adultes...)?

### **Autres contenus**

Quels contenus/rubriques supplémentaires avez-vous comme projet d'ajouter sur votre site ?

Que comptez-vous mettre dans la rubrique actualités ?

### **Ecosystème web**

Facebook pro ou perso ?

Pourquoi avez-vous deux pages LinkedIn (Franck Leplus et Leplus Franck)

A part les affiches de théâtre, 2 pages LinkedIn, la presse, une page Facebook et des sites qui parlent des pièces ou de vous, site de la compagnie, qu'est-ce que vous avez d'autres comme outils pour votre communication interne et externe ?

## Annexe 11 → Synthèse 1er rendez-vous client

### Note de synthèse n°1 - Rendez-vous du 22/02/2023

#### **Présents :**

Commanditaire → Franck Leplus

Conseillers en communication → Brunner Laurie, Chauchard Paul, Guéraçague Léa, Lagardère Charlotte, Walcker Fanny

#### **Absents :**

Conseillers en communication → Rasseneur Amandine

#### **Objet de la reunion :**

Connaître le commanditaire, ses activités, le but de son site web, les attentes du commanditaire et tous les supports qui parlent de lui.

#### **Présentation Franck Leplus**

Franck Leplus est un auteur de théâtre qui écrit des pièces pour tout ce qui concerne le spectacle vivant. Il imagine des pièces de genres différents (comique, dramatique, policier) mais est davantage connu pour ses comédies. En plus d'écrire des pièces de théâtre, il est aussi scénariste pour la télévision et imagine les scénarios pour une série (Paese) qui passe sur France 3 Corse.

Depuis 1989, Franck Leplus est membre de la SACD (Société des auteurs et compositeurs dramatiques). Il est sociétaire et la SACD se charge de la récupération des droits d'auteur auprès de tous ceux qui choisissent de jouer ses pièces. En plus de faire partie de la SACD, il fait aussi partie de la Société des écrivains associés au théâtre, mais il est aussi membre de la Société française des gens de lettres. Sa fonction de formateur lui a également permis de recevoir un tableau d'honneur du bénévolat associatif français.

L'auteur tire son inspiration de TOUT, et en particulier de l'âme humaine. Il dispose d'une imagination débordante qui lui permet même de pouvoir écrire plusieurs pièces en même temps pour se changer les idées. C'est une personne qui a toujours plus ou moins écrit. Les pièces de Franck Leplus sont éditées et disponibles à la vente, mais également accessibles sur différents sites.

Franck Leplus est aussi le créateur de l'association « Atelier Loossois de formation et de créations théâtrales », à Loos, près de Lille. Cette activité lui permet de former des amateurs en art dramatique et également des personnes en situation de handicap. Cet atelier regroupe une trentaine de personnes environ. Une autre activité de Franck Leplus est l'écriture pour les « Marionnettes de Paris » qui représentent l'attraction des enfants parisiens.

## **Valeurs**

Franck Leplus a toujours voulu que ses pièces puissent être tout public et non pas réservées à une élite intellectuelle. C'est un réalisateur de pièces populaires sur différents thèmes qui sont adaptables et compréhensibles par tous. Pour lui, être un auteur, c'est faire passer des messages en riant ou non.

## **Pourquoi a-t-il créé un site**

Franck Leplus a lancé son site il y a quelques années suite aux recommandations d'une connaissance éloignée. Antoine Alexandre, cofondateur de EIBS, une association de promotion de la citoyenneté européenne, s'est chargé de la création et continue à s'occuper de la maintenance. Il a accepté car c'était pour lui le moyen de rassembler tous ses textes édités dans différentes maisons d'édition en une seule page. Le but de son site est que les personnes s'intéressant à son travail puissent avoir accès à ses pièces et éventuellement le contacter.

## **Hébergement du site**

Le site est hébergé par Ezytech mais Franck Leplus en est le propriétaire. Il a les codes d'accès au CMS utilisé (WordPress) mais ne sait pas comment faire des modifications. Le site est donc resté intact depuis sa création. Enfin, il nous a indiqué que le nom de sa page « A comme auteur de théâtre : Franck Leplus » était une idée du créateur du site afin que la page soit bien référencée. (le A étant la première lettre de l'alphabet, il a supposé que le site apparaîtrait en haut de page). Il dispose du nom de domaine franckleplus.com mais aussi franckleplus.fr.

Il paie actuellement 150 euros par an à EIBS pour l'hébergement et la maintenance du site. D'après Franck Leplus, l'offre reste cependant très limitée d'autant que l'entreprise serait peu professionnelle. Il serait prêt à changer d'entreprise mais a un budget limité d'environ 500 euros par an à allouer à cela.

## **Son site**

Franck Leplus pense que son site n'est pas ergonomique ni attractif. Ce n'est pas lui qui a monté le site, il n'est pas satisfait du travail réalisé. Il souhaite supprimer la photo de lui en page d'accueil et mettre plusieurs photos ou des vidéos courtes de ses spectacles. Il aurait préféré que les textes téléchargeables présents actuellement en page d'accueil soient dans une rubrique spéciale. En première page, il voudrait également des pavés expliquant les différentes rubriques du site sur lesquelles on pourrait cliquer afin d'y accéder directement. De plus, il faut aussi modifier l'espace des partenaires qui n'est pas à jour. Il souhaite également que les logos des réseaux sociaux soient plus visibles.

Concernant les rubriques, pour "Actualité", aujourd'hui vide, il souhaite mettre en avant ses projets en cours c'est-à-dire les derniers articles parus, les pièces en cours de représentation, ses rendez-vous à la radio... Il voudrait créer une rubrique sur ses contributions à l'étranger. Concernant la charte graphique, il n'aime pas les couleurs

actuelles de son site, il souhaiterait des couleurs qui ont un lien plus fort avec le théâtre comme le rouge et le noir.

### **Les publics cibles**

Plusieurs types de personnes peuvent être amenés à le contacter : les compagnies de théâtre, les étudiants (par exemple qui travaillent dans la traduction, qui se forment pour devenir acteurs...), les amateurs et les confirmés qui souhaitent jouer ses pièces... Toutefois, sa cible principale reste les metteurs en scène qui sont intéressés par ses pièces en France mais aussi dans le monde entier. En effet, ses pièces sont traduites en différentes langues (italien, russe, allemand...) et sont jouées dans plusieurs régions du monde (Sénégal, Suisse, Brésil...).

Les publics intéressés par son activité ont l'habitude de le joindre par mail. Pour obtenir son adresse, ils passent principalement par sa page Facebook et la Société des auteurs et compositeurs dramatiques. Les mots-clés qu'utilisent les internautes pour trouver Franck Leplus sont selon lui en premier lieu son nom et son prénom puis "auteur de théâtre" ; "texte de théâtre" et plus largement "théâtre".

### **Son écosystème**

Mis à part son site internet, Franck Leplus dispose d'une page Facebook alimentée régulièrement, de deux pages LinkedIn actives, d'une chaîne YouTube qu'il souhaite faire vivre à nouveau grâce à son nouveau stagiaire vidéaste entre autres. Ses pièces sont également en libre accès sur plusieurs sites de téléchargement de pièces de théâtre et sur le site de la Société des auteurs et compositeurs dramatiques. De nombreux médias parlent de lui (reportage France 2, La Voix du Nord, magazine associatif Univers...) et ses œuvres sont également mentionnées par des sites de vente de livres (ex : Fnac) et les sites des éditeurs qui publient ses livres (ex : Ilion Éditions). Franck Leplus pense également à faire des vidéos TikTok mais ne dispose pas suffisamment de temps pour gérer plusieurs réseaux sociaux. Un chargé de communication à l'atelier théâtre pourrait éventuellement s'en occuper. Hors du web, son nom apparaît sur les affiches de ses propres spectacles mais aussi sur celles des troupes qui choisissent de jouer sa pièce. Certains journaux et magazines papier traitent également de ses activités.

## Annexe 12 → Gantt

Taches n°	Intitulés	Semaine 06/02/23	Semaine 13/02/23	Semaine 20/02/23	Semaine 27/02/23	Semaine 06/03/23	Semaine 13/03/23	Semaine 20/03/23	Semaine 27/03/23
1	Choix du commanditaire								
2	Audit du site de Franck Leplus								
3	Répertoire de l'éco système								
4	Rédaction lettre de cadrage n°1								
5	Benchmark concurrentiel								
6	1er reunion avec le commanditaire								
7	Rédaction lettre de cadrage n°2								
8	Recherche sémantique								
9	Réalisation arborescence du site								
10	Analyse des hébergeurs								
11	Graphisme								
12	Rédaction des recommandations								
13	Dossier juridique								
14	Dossier financier								
15	Relecture du dossier								
16	Envoi du dossier								

