

LIVRABLE

Les 4 pattounes

BOURDON Marie, BRUNNER Laurie, CERES
Clara, FIGEAC Alexandra, JOURGET Lucas ET
MORELLO Elodie

SOMMAIRE

5	REMERCIEMENTS
7	DOSSIER STRATÉGIQUE
8	Audit
26	Pistes de préconisation
30	Benchmark
47	SWOT
49	DOSSIER DE CONCEPTION
50	Objectifs du site
51	Les cibles
52	Hébergement
64	Référencement
68	Arborescence
70	Contenu du site
81	Wireframes
81	Prototypes
82	Charte graphique
85	DOSSIER FINANCIER
91	DOSSIER JURIDIQUE
97	NOTES DE SYNTHÈSE

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier Mamade Céline Gardel ainsi que Madame Sandrine Vannucchi, respectivement Présidente et Vice-Présidente de l'association Les 4 Pattounes, pour avoir accepté de nous confier ce projet de communication, ainsi que pour leur soutien et leur disponibilité.

Nous remercions également notre tuteur universitaire Monsieur Jean-Charles espy qui a su nous donner de précieux conseils et nous donner de son temps lorsque nous en avons besoin, sans oublier Monsieur Christophe Alcantara pour l'aide qu'il nous a fourni lors des enseignements liés au Projet Tuteuré.

DOSSIER STRATÉGIQUE

1

AUDIT

I. Présentation de l'association

Créée en avril 2019, l'association Les 4 pattounes est née sous l'impulsion de Céline Gardel, Capitaine de police à Toulouse, grande protectrice et défenseuse des animaux. Elle a pour vocation de sensibiliser, promouvoir et former les citoyens, les jeunes générations ainsi que les forces de l'ordre à la lutte contre la maltraitance animale. L'association est reconnue d'utilité publique, c'est-à-dire qu'elle répond à certaines conditions telles que posséder un rayonnement plus large que sur le plan local, ou encore ne pas être gérée de manière intéressée. Dans ce cas, elle peut bénéficier de financements de la part de tiers.

Cette association s'oriente sur 4 missions :

- 1er pilier : La récolte de matériels et de soins pour les chats et les chiens en refuge et en détresse par l'intermédiaire d'événements (concours, concerts, stands, ventes de goodies, etc...);

- 2nd pilier : Promouvoir et encourager les adoptions des animaux sur les réseaux sociaux et lors des événements;

- 3ème pilier : Sensibiliser et éduquer les citoyens et les jeunes générations au respect animal, en intervenant dans des écoles de la région Occitanie;

- 4ème pilier : Lutter contre la maltraitance des animaux notamment avec la collaboration des forces de l'ordre, mais aussi de former les citoyens impliquant un animal en danger ou dangereux.

Au niveau de l'organisation de l'association, elle est régie par la loi du premier juillet 1901. La gestion de l'association est assurée par le bureau qui est composé de quatre membres :

Céline : Présidente

Sandrine : Vice-présidente et chargée de communication

Cathy : Trésorière

Marie : Secrétaire

L'association regroupe une quinzaine de bénévoles pour les trois premiers piliers c'est-à-dire ce qui concerne l'aide aux animaux, le financement, la promotion des adoptions et la sensibilisation des nouvelles générations.

Le quatrième pilier, qui concerne la e-formation, regroupe une soixantaine de bénévoles : les policiers, policiers municipaux et les gendarmes. Ces derniers sont engagés sur leur temps de travail et dans leur vie personnelle.

Une association pour la protection animale qui se démarque :

Cette association se distingue car elle propose une e-formation en ligne sur YouTube gratuite et ouverte à tous, permettant d'enseigner aux citoyens et surtout aux forces de l'ordre les signes de maltraitance sur un animal, et comment agir face à un animal errant ou menaçant.

L'association dispose également de lecteurs de puce offerts par la société I-CAD, qu'elle fournit uniquement aux policiers qui ont réussi le questionnaire créé par la Présidente de l'association. Ce questionnaire, principalement dédié aux forces de l'ordre, permet de les évaluer après le visionnage de la vidéo « e-formation ». Si le questionnaire est réussi, le policier ou le gendarme peut ainsi recevoir le lecteur de puce I-CAD.

Ce dernier permet aux policiers d'identifier un animal et de ce fait, de connaître l'origine de l'animal ainsi que les coordonnées de son propriétaire.

II. Missions de l'association :

L'association a pour missions de promouvoir l'adoption, de sensibiliser afin de limiter l'abandon et de dénoncer la maltraitance animale, chose que l'on peut retrouver transcrit au travers de leurs réseaux sociaux. Par ailleurs, les bénévoles ont aussi pour mission de sensibiliser dès le plus jeune âge en intervenant auprès des écoles, mais aussi, d'obtenir des financements pour les soins et les matériaux. De plus, **Les 4 pattounes** souhaite s'engager auprès des pouvoirs publics et de l'administration pour faire avancer la cause animale.

III. Les valeurs :

Les 4 pattounes dédie corps et âme quotidiennement à améliorer la vie de chaque animal. Les bénévoles présents au sein de l'association partagent une vision et des valeurs communes : celle d'une relation entre l'Homme et l'animal basée sur le respect, le partage et la bienveillance.

IV. Les cibles :

L'association communique auprès de deux cibles principales bien distinctes : les forces de l'ordre et les jeunes.

La communication envers les forces de l'ordre concerne tout ce qui se rattache à la e-formation (questionnaire, le lecteur de puce I-CAD). La communication qui touche les jeunes porte sur la sensibilisation à la cause animale. Ces deux missions sont définies comme majeures par la Présidente Céline et la Vice-présidente Sandrine. La cible secondaire est bien plus large puisqu'elle vise à toucher les propriétaires d'animaux et les citoyens pour les encourager à adopter et à sensibiliser la cause animale.

V. Communication externe existante :

On remarque la présence de l'association sur une diversité de réseaux sociaux tels que Facebook, LinkedIn, Instagram et YouTube ainsi que sur le site internet. La Présidente ainsi que la Vice-présidente ne se sont pas lancées sur TikTok étant donné que l'association ne produit pas énormément de contenu vidéo. Elles ont redouté de vite tourner en rond et de ne publier que très rarement.

VI. Communication interne existante :

Les bénévoles possèdent un groupe général WhatsApp dans lequel ils sont tous présents. De manière à ne pas trop encombrer cet espace, ils ont créé des déclinaisons de conversations en fonction des thèmes qui y seront abordés. Par exemple, quand la discussion concerne les écoles, ou l'organisation d'un atelier, alors un groupe WhatsApp y est dédié.

Céline et Sandrine ne constatent pas de problème de communication interne majeur mais ont parfois été dans le cas où les bénévoles n'avaient pas forcément noté une date de réunion. Récemment, Céline a par exemple oublié de refaire circuler l'information quelques jours avant le rendez-vous, certains bénévoles n'étaient donc pas libres le jour de cette réunion.

VII. Identité visuelle de l'association

1. Le logo

Concernant les textures et couleurs du logo, nous retrouvons quelque chose de simple et courant. En effet le logo est en noir et blanc, avec le nom de l'association et quatre traces de pattes. Ces dernières font bien évidemment référence aux quatre pattes que possèdent la plupart des animaux domestiques, au nom de l'association, mais également aux quatre missions de l'association. Le logo possède deux déclinaisons qui sont utilisées sur les réseaux sociaux et le site internet : noir sur fond blanc et blanc sur fond rose. Le logo est utilisé sur les photos de profils des différents réseaux sociaux. Sur YouTube déclinaison en couleur, pour les autres réseaux déclinaison en noir et blanc.

En temps normal, les marques ou les organisations utilisent les couleurs noir et blanc comme signe d'autorité et de respect. Par ailleurs, en utilisant le monochrome un certain minimalisme est déjà mis en place dès le départ. De plus, l'utilisation limitée de couleurs marque aussi clairement la puissance et les valeurs de l'association.

Pour finir, les logos en noir et blanc sont durables. Ils possèdent une qualité intemporelle qui n'est pas toujours présente pour les logos en couleurs.

2. Le site web

Le site internet est le cœur de n'importe quelle organisation, il reflète l'image de marque. Toutes les actions de communication mises en œuvre renvoient systématiquement vers le site, il représente la dernière étape avant la vente. Dans le cas de l'association **Les 4 pattounes**, c'est la dernière étape avant la donation, l'achat de goodies et l'accès à la e-formation. Le site se doit donc d'être irréprochable dans tous ses aspects, que ce soit au niveau de son visuel, son contenu ou dans sa construction.

2.1. Le référencement

Le site web de l'association possède un bon référencement quand on écrit le nom de l'association dans la barre de recherche. En revanche, il manque de référencement quand on fait une requête concernant les associations de protection animale toulousaines. De plus, on ne trouve pas le site lorsqu'on renseigne

Les 4 pattounes



Image du logo de Les 4 pattounes

Source : <https://www.facebook.com/les4pattounes/>.

Consulté le 10 novembre 2022.

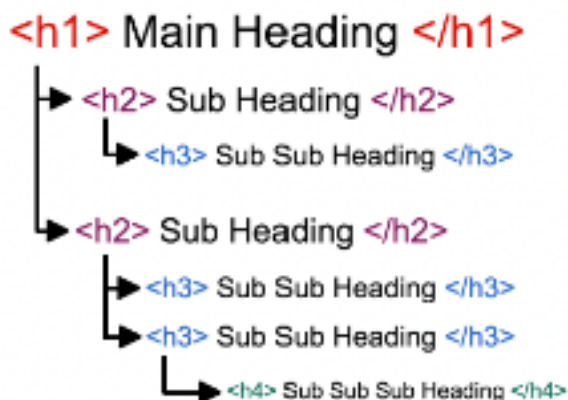
“formations protection animale”.

Premier exemple : Image 1

Deuxième exemple : Image 2

Il faut faire attention aux afflux trop importants de texte comme dans la catégorie “ils parlent de nous”. En effet, une quantité trop importante de texte est détectée par les robots Google et cela fait baisser le référencement. Généralement les phrases courtes et bien structurées sont plus appréciées et permettent d'améliorer le référencement.

Nous n'avons pas trouvé de hiérarchisation dans les titres du site, or celle-ci est très importante. Effectivement, ce sont les balises de titre qui sont les plus importantes puisqu'elles décrivent le contenu de la page web, et jouent donc directement un rôle sur le référencement. Les balises h1, h2, h3... sont alors à utiliser comme sur le schéma suivant :



Le site internet de l'association utilise un CMS (Content Management System), c'est-à-dire un système de gestion de contenu. L'avantage d'utiliser WIX est qu'il est assez facile de créer un site internet car l'éditeur WIX a été construit avec un design facile d'utilisation de manière que toute personne possédant un ordinateur puisse avoir la possibilité de créer son propre site. Cependant WIX malgré sa facilité dans la création, reste tout de même très limité dans les possibilités qu'il propose. Ainsi le référencement du site internet devient assez compliqué compte tenu de la faible maîtrise qu'on a dessus.

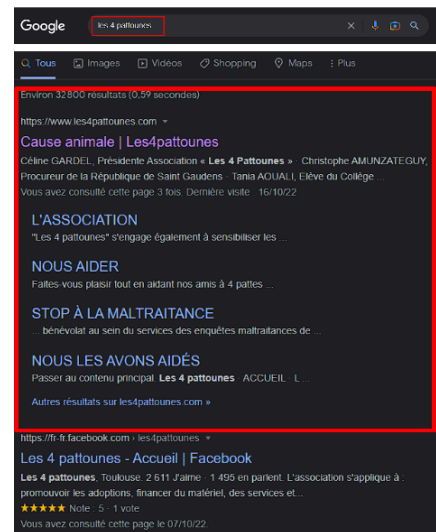


IMAGE 1

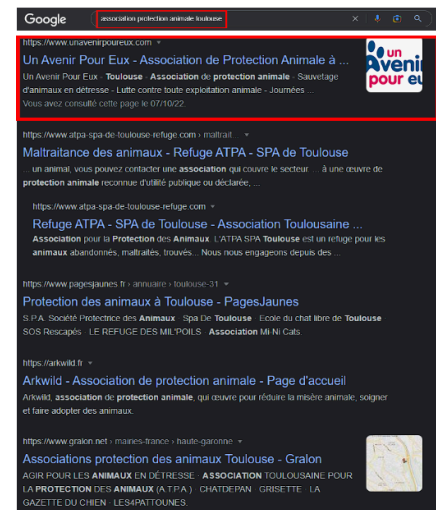


IMAGE 2

2.2. La structuration

Le point suivant qui saute aux yeux quand on arrive sur le site est que l'on ne trouve pas le logo de l'association en tête de page. Or, il est indispensable que le logo et le nom de l'association apparaissent sur le site internet. Il faut qu'il y ait une cohérence entre tous les canaux de communication et le logo est un moyen indispensable pour assurer celle-ci. Nous pensons qu'il semblerait en réalité qu'il y ait un problème d'affichage du logo puisque sur ordinateur nous ne le voyons pas paraître tandis que sur smartphone oui.

La présence d'un menu est une bonne chose. Celui-ci permet aux internautes de se repérer dans l'espace du site internet et de retrouver facilement des informations. Cependant, la barre de navigation du site possède trop de catégories, il faut essayer de regrouper certaines d'entre elles pour qu'on sache instinctivement où aller lorsqu'on se rend sur le site. Il peut paraître judicieux de regrouper des catégories comme "Accueil" avec "l'association" et avec "nos missions". La création de sous-catégories peut également être une bonne chose. Cela offre la possibilité de délimiter les informations en catégories précises, sans pour autant charger le menu principal.

De plus, il est difficile de trouver la page pour effectuer un don, or faire une donation fait partie des finalités. Il est nécessaire que la possibilité d'agir soit présente dès l'arrivée sur la page d'accueil. Dans la même idée, la page concernant la e-formation apparaît trop tard dans les catégories du site, alors que c'est un des points central sur lequel l'association veut axer sa communication. Pareillement au don, la disponibilité de la e-formation doit pouvoir être perçue dès le premier coup d'œil sur le site.

Aucun footer (pied de page) n'est présent en bas de page du site. Le footer dans un site internet est un élément indispensable d'une bonne structure. Il comporte notamment tous les liens utiles dont l'utilisateur pourrait avoir besoin lors de sa visite sur le site. Il est composé de tous les hyperliens de la barre de navigation, des liens renvoyant vers les réseaux sociaux, on doit également retrouver le logo de l'association et enfin on doit pouvoir avoir accès aux mentions légales du site.

Ici, le site internet n'a pas de mentions légales, or celles-ci permettent à l'internaute d'identifier l'entité qui diffuse les informations. De plus, elles sont obligatoires sur tout site professionnel et doivent être facilement accessibles. Elles sont généralement accessibles via le footer situé en bas de chaque page.

2.3 Analyse grâce à l'outil Alyze:

Grâce à une analyse faite avec l'outil Alyze on va pouvoir constater certains problèmes qui peuvent freiner dans le référencement du site internet :

Données structurées:

Usage des données structurées sur la page

▼ Erreur 1

⚠ Cette page ne comporte pas de microdonnées

Les données structurées sont particulièrement utiles pour aider Google à mieux comprendre vos pages. Avec des données structurées, vous lui fournissez des informations précises telles que l'auteur de la page, le prix d'un produit, sa notation, les étapes d'une recette de cuisine et bien d'autres. Google a d'ailleurs rédigé un [guide pour aider à comprendre comment ça fonctionne](#).

- Données structurées déclarées avec la méthode LD+JSON : 0
- Données structurées déclarées dans le code HTML (microdata) : 0

Il peut être utile de vérifier la présence de certains types de données

▼ Avertissement 2

ℹ Absence du type **Organization** (organisation) ou d'un type en étant issu

Ce type désigne l'organisation attachée à la page ou au site web. Il devrait figurer sur la page d'accueil et/ou sur les pages contact et à propos. Il n'est cependant pas utile qu'il soit présent sur chaque page d'un site.

ℹ Absence du type **BreadcrumbList** (fil d'Ariane)

Ce type permet à Google de présenter le chemin menant vers votre page de manière lisible par les internautes (par exemple : *Produits > promos > moins de 10 euros*).

ℹ Absence du type **CreativeWork** ou du type **Product** (produit) ou d'un type en étant issu

Ces types permettent de définir le contenu de votre page. Avez-vous quelque chose à vendre ? Utilisez le type Product. Est-ce un bel article de fond ? Utilisez le type Article. Placer l'une de ces données structurées sur votre page peut aider Google à mieux la présenter sur ses pages de résultats.

Optimisation:

Rapport texte/code

▼ Avertissement 1

ℹ Poids moyen pour écrire un mot : **505 octets**

Cette valeur représente le rapport entre les informations écrites affichées dans la page et le poids total de celles-ci. Pour une valeur supérieure à 50, il pourrait être utile de vérifier que la page n'utilise pas de mise en page en tableau, que la mise en page est bien séparée du contenu (fichier CSS séparé), de même pour le code Javascript (voir ci-dessous).

Utilisation des titres hiérarchiques

▼ Avertissement 1

ℹ La balise h2 (titre hiérarchique de niveau 2) n'est pas utilisée. Elle aide pourtant à décrire efficacement le contenu de la page aux moteurs de recherche.

➤ [En savoir plus sur l'utilisation de la balise h1 et des titres hiérarchiques.](#)

Plan de la page

▼ Avertissement 2

ℹ Il y a plusieurs balises h1 sur cette page, cela est parfois déconseillé.

➤ [En savoir plus sur l'utilisation de la balise h1 et des titres hiérarchiques.](#)

ℹ Certains titres ne semblent pas se suivre de manière logique (imbrication logique = h1 puis h2 puis h3 etc.).

➤ [En savoir plus sur l'utilisation de la balise h1 et des titres hiérarchiques.](#)

```
[h1] Aidons-les ! Aujourd'hui et demain
[h3] ACTUALITÉ
[h1] C'EST ENSEMBLE QUE NOUS ALLONS L'AIDER
[h1] Rendez-vous le 09 novembre pour la réunion annuelle avec les associations de protection animale en présentiel
[h1] NOUVEAU - VENTE ÉCUSSON
[h1] E-FORMATION 2
[h3] Notre E-FORMATION 2 « Gérer une situation opérationnelle impliquant un animal » est disponible
```

▼ Avertissement 3

ℹ Cette page utilise du code Javascript intégré à la page entre des balises <script></script>

197.54 ko sont transmis à chaque chargement de la page alors que ce code pourrait être mis en cache s'il était placé dans un fichier séparé.

ℹ Cette page utilise des styles intégrés à la page entre des balises <style></style>

143.98 ko sont transmis à chaque chargement de la page alors que ce code pourrait être mis en cache s'il était placé dans un fichier séparé.

ℹ Cette page utilise des styles dans des attributs HTML (type style=).

9.19 ko sont transmis à chaque chargement de la page alors que ce code pourrait être mis en cache s'il était placé dans un fichier séparé.

Liens:

Sécurité

▼ Avertissement 1

- 1 Cette page comporte 1 lien(s) externes avec une cible sans attribut **rel noopener**.

[Voir les liens concernés](#)

Pertinence des liens

▼ Avertissement 2

- 1 1 lien(s) interne(s) ne semble(nt) pas avoir un **texte optimisé pour le SEO**.

Les moteurs de recherche tiennent compte des mots-clés présents dans le texte des liens pour donner du sens à la page cible. C'est pourquoi, pour les pages que vous souhaitez référencer efficacement, il vaut mieux éviter les liens du type "cliquez ici", "lire la suite", les liens sans texte ou encore les liens matérialisés par une image sans texte alternatif. Ceci est particulièrement vrai si la page cible ne bénéficie pas d'autres liens mieux optimisés.

[Voir les liens concernés](#)

- 1 3 lien(s) externe(s) ne semble(nt) pas avoir un **texte optimisé pour le SEO**.

Les moteurs de recherche tiennent compte des mots-clés présents dans le texte des liens pour donner du sens à la page cible. C'est pourquoi, pour les pages que vous souhaitez référencer efficacement, il vaut mieux éviter les liens du type "cliquez ici", "lire la suite", les liens sans texte ou encore les liens matérialisés par une image sans texte alternatif. Ceci est particulièrement vrai si la page cible ne bénéficie pas d'autres liens mieux optimisés.

[Voir les liens concernés](#)

Images:

Présence de l'attribut alt

▼ Erreur 1

- 1 Cette page comporte 2 image(s) sans attribut alt.

L'attribut alt est indispensable pour que les moteurs de recherche comprennent ce que représente une image. Il est également indispensable pour les internautes utilisant un navigateur adapté aux personnes malvoyantes. L'attribut alt devrait donc toujours contenir une description la plus précise possible de l'image.

[➤ Voir notre guide : comment bien référencer vos images](#)

Nom des fichiers images

▼ Avertissement 1

- 1 Cette page comporte 13 image(s) dont le nom ne semble pas optimisé pour le référencement.

Si vous souhaitez améliorer le référencement de vos images, vous pouvez leur donner un nom explicite dont les mots-clés doivent être séparés par des tirets (- et non _).

[➤ Voir notre guide : comment bien référencer vos images](#)

Attributs alt dupliqués

▼ Avertissement 1

- 1 Des images différentes ont un attribut alt identique. Essayez d'être plus précis dans la rédaction de vos textes alternatifs afin que les moteurs de recherche puissent individualiser vos images.

```
Fichier
https://static.wixstatic.com/media/3f1b39_ecba470ad8b5427786174a4b28b2ac30-mv2.png/v1/fill/w_21,h_21,al_c,q_85,usm_0.66_1.00_0.01,en
https://static.wixstatic.com/media/3f1b39_ecba470ad8b5427786174a4b28b2ac30-mv2.png/v1/fill/w_24,h_20,al_c,q_85,usm_0.66_1.00_0.01,en
https://static.wixstatic.com/media/3f1b39_ecba470ad8b5427786174a4b28b2ac30-mv2.png/v1/fill/w_28,h_20,al_c,q_85,usm_0.66_1.00_0.01,en
https://static.wixstatic.com/media/3f1b39_ecba470ad8b5427786174a4b28b2ac30-mv2.png/v1/fill/w_28,h_19,al_c,q_85,usm_0.66_1.00_0.01,en
```

Http & Réseau:

Vitesse

▼ Avertissement 1

- 1 Cette page seule (sans images, styles, scripts, etc.) pèse **106.34 ko** avant décompression (Gzip), **421.01 ko** après décompression.

Cette page est lourde malgré la compression HTTP. Tous ces éléments sont-ils nécessaires ?

Hors temps de réaction du serveur, cette page seule (sans images, styles, scripts, etc.) devrait se charger en 0.43 seconde(s) avec une connexion 3G à 2 Mbps.

Cette analyse approfondie permet de rendre compte des nombreux problèmes existants sur le site internet de l'association. Ces problèmes sont généralement très techniques et difficiles à résoudre pour des personnes qui ne sont pas expertes en création de site internet. Cependant de nombreux problèmes peuvent être évités pour permettre un meilleur référencement. L'utilisation d'un bon CMS pourrait aussi être une solution pour réduire certains soucis de référencement.

3. Les réseaux sociaux

Facebook

(2 619 mentions « J'aime » et 2 886 « abonnés » le 18 octobre 2022)

Le compte Facebook **Les 4 pattounes**, créé fin juin 2019, constitue à ce jour le réseau social le plus utilisé par l'association. La fréquence de publication est très régulière, avec plusieurs posts par semaine. Les nombres de « J'aime » fluctuent en fonction des posts, certains posts peuvent générer 35 mentions « J'aime » et d'autres plus de 300. Concernant les « partages », on remarque que le taux d'engagement est significatif quand ce sont des posts qui traitent du sujet de la maltraitance animale. Certains posts peuvent atteindre plus de 370 « partages ».

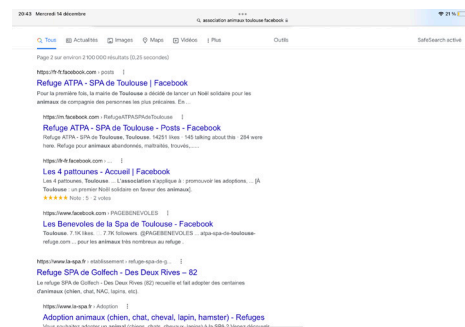
L'association communique sur différents axes :

- la maltraitance animale commise sur le territoire national
- les événements auxquels l'association participe
- les articles et les interviews parus qui concernent l'association
- des témoignages de policiers qui, grâce à la e-formation et/ou au lecteur de puce ICAD qui leur a été offert, ont pu gérer une situation épineuse

La ligne éditoriale du compte Facebook est travaillée, et les publications sont relativement cohérentes. En effet, nous retrouvons sur certaines publications les couleurs du site internet ainsi qu'une structure similaire sur chaque post, à savoir, des posts accompagnés de photo(s) et/ou de vidéo(s) et d'un texte. De plus, le contenu est homogène puisque ce qui est publié est directement en lien avec l'association et les animaux, les publications ne dévient donc jamais sur d'autres sujets. Les posts sont généralement accompagnés d'une accroche ce qui permet de tout de suite capter l'attention du lecteur. Voici par exemple des accroches utilisées pour certaines publications : « C'est le cœur emplis de chagrin... », « Des pas de géants aussi côté Gendarmerie », « L'été 2022 a été particulièrement cruel pour les animaux... », « ensemble nous pouvons les aider ».

Éléments du post		
Type de post	Texte	Support
La maltraitance animale	Les éléments textuels concernant la maltraitance animale possèdent une structure similaire : « <i>Mise en contexte concernant une nouvelle histoire de maltraitance.</i> <i>Remerciements envers les personnes qui ont secouru l'animal.</i> <i>Et enfin lien vers le lien de l'article qui traite cette affaire.</i> »	Une photographie de l'animal ou des animaux violentés illustre les propos.
Les événements	Les éléments textuels concernant les posts sur les événements auxquels participent l'association ont une structure similaire : « <i>Rappel du lieu de l'événement.</i> <i>Description du déroulement de l'événement.</i> »	Généralement, plusieurs photos accompagnent le post.
Les articles et les entretiens	Les éléments textuels concernant les articles sur l'association et les interviews ont une structure similaire : « <i>Renseignements concernant le média qui évoque l'association et de la date de publication.</i> <i>Explication en quelques lignes de l'article ou du reportage.</i> <i>Lien si possible et les remerciements.</i> »	Une photographie, une vidéo ou un lien illustre le post.
Les témoignages	Chaque élément textuel des témoignages possède la même structure : « 🐾🐾 le plaisir de vous partager un joli témoignage 🐾🐾... <i>Merci... 🐾 de la police municipale de..., pour l'implication & son témoignage :</i> ... <i>!! 🐾 Si vous aussi vous souhaitez que les forces de l'ordre interviennent en cas de cruautés, d'abandons, de divagations, de conditions de détention déplorables...</i> <i>🐾 Partagez ces liens (en mp) à tous les policiers et gendarmes que vous connaissez 🐾</i> <i>📧 ils seront formés gratuitement :</i> https://m.youtube.com/watch?v=zrmWvNrpQFs	Une photographie du policier avec le chien de l'opération illustre le témoignage.

Malgré certains posts qui peuvent atteindre un taux d'engagement élevé, la majorité des publications suscite peu d'intérêt. En effet, l'association regroupe plus de 5 000 personnes engagées sur sa page Facebook, mais les posts ont une moyenne de j'aime bien inférieure à 100 « j'aimes » par post. On peut dresser le même constat concernant les « partages ». Aussi, la plupart des posts ne donnent lieu qu'à très peu de commentaires, et la majorité des publications de la page n'en ont pas, or ceux-ci aident au référencement naturel (SEO). En d'autres termes, ils permettent d'optimiser une page ou un site internet pour les moteurs de recherche sans avoir besoin de payer (SEA). De plus, les commentaires sur Facebook favorisent le bouche à oreille, la viralité. Pour déclencher ce phéno-



mène, il est nécessaire d'encourager les personnes engagées sur la page à émettre un commentaire sous le post, et également à mentionner des personnes.

L'association n'utilise pas de hashtags (#) sur les différents posts. Ce symbole qui accompagne les textes lors des publications permet aux utilisateurs d'avoir accès au contenu contenant le mot-clé, sans forcément suivre ou être abonné à la page qui fait usage du hashtag dont il est question.

La page Facebook **Les 4 pattounes** n'est pas bien référencée. En effet, lorsque nous cherchons « association animale Toulouse Facebook » sur un moteur de recherche, Les 4 pattounes arrive seulement en 8ème position. Il est ainsi important de générer beaucoup plus de trafic (le nombre de visites) sur la page web.

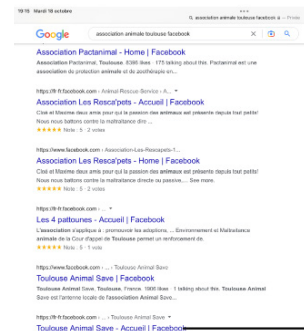
Instagram

(843 abonnés le 18 octobre 2022)

Tout d'abord, lorsque nous entamons une recherche du compte **Les 4 pattounes**, plusieurs autres comptes Instagram du même nom s'affichent. Il est donc primordial de trouver une solution face à ce problème, en créant par exemple une véritable identité visuelle. De plus, toujours lors de cette recherche, un ancien compte de l'association apparaît. Il faudrait donc essayer de récupérer ce compte afin de le supprimer puisqu'il ne possède aucune publication et très peu d'abonnés (16).

Le compte Instagram détient à ce jour 45 posts, la première publication a été postée le 12 décembre 2021, plus d'un an après la création de l'association.

La fréquence de publication sur Instagram est régulière avec de nombreux posts par mois, à savoir 5 à 10. Le nombre de « J'aime » varie selon les posts et les publications qui accumulent le plus d'engagement (j'aime, partage, commentaire) sont celles qui traitent le sujet de la maltraitance animale. Certaines publications peuvent générer 35 mentions « J'aime » et d'autres plus de 300. Cependant, contrairement à la page Facebook, le compte Instagram de **Les 4 Pattounes** compte bien plus de commentaires sous ses posts. En effet, presque toutes les publications contiennent un ou plusieurs commentaires. Malgré un engagement davantage significatif concernant les commentaires sur Instagram, de nombreux posts en contiennent moins de dix. Nous remarquons également qu'en faisant défiler les commentaires des différentes publications sur Instagram, aucune réponse de la part de l'association n'a été faite aux internautes. Il faut savoir que le fait de répondre aux commentaires permet de créer un sentiment d'appartenance, d'accroître la notoriété de l'association et de fidéliser les abonnés.



Les photos et les vidéos du profil Instagram sont accompagnées de nombreux hashtags permettant d'atteindre des internautes qui ne suivent pas le compte, ce qui permet d'améliorer le référencement naturel.

La page Instagram est majoritairement fournie de photographies, puisque seulement trois Réels (vidéos sur Instagram) ont été postées. Les vidéos n'ont pas beaucoup de « J'aime », moins de 100 par vidéo, une statistique assez faible par rapport au nombre d'abonnés. Ce chiffre est probablement dû à la faible qualité des vidéos, au niveau du son, de la qualité vidéo, de la musique. Les vidéos d'animaux fonctionnent très bien sur Instagram, ce sont généralement des vidéos mettant en scène des animaux insolites, des enfants avec animaux ou bien des animaux qui adoptent un comportement « humain ». Intégrer la vidéo sur Instagram n'est pas une mauvaise idée car les Réels sont un levier de communication permettant de gagner rapidement en visibilité quand les vidéos sont réussies.

Instagram est un réseau social où la forme est aussi importante que le fond. Il est donc très important d'avoir un « feed » (l'ensemble des photos du compte) homogène et minimaliste. Ce « feed » Instagram doit donc être travaillé pour rendre le compte attractif, il est indispensable d'avoir une vraie identité visuelle permettant d'être reconnue et donc de gagner en visibilité. Le « feed » de l'association manque considérablement d'homogénéité dû à aux différentes couleurs, graphismes et filtres utilisés. Ce désordre esthétique ne forme pas un profil harmonieux et de ce fait manque de cohérence. Ainsi, il faut revoir l'ensemble du contenu pour avoir une cohérence esthétique, en utilisant les couleurs de l'association, les mêmes filtres et les mêmes formes graphiques.

Les publications sur Instagram et Facebook sont principalement les mêmes avec quelques posts différents. L'utilisation des liens sur les posts Instagram ne fonctionnent pas, il est donc préférable de mettre les liens dans la bio Instagram (zone de texte qui se situe sous le nom d'utilisateur permettant de décrire le compte) ou bien en story. Il est préférable de privilégier des textes courts sur Instagram, contrairement à Facebook.

Le compte **Les 4 pattounes** n'a pas créé de « story à la une ». Cette fonctionnalité est un mélange entre une « story » et un post, permettant de rendre une « story » permanente. Cela offre la possibilité de publier de nombreux contenus sans ajouter de photos sur le « feed », et les « stories à la une » peuvent être classées par thème.

Pour finir, la photo de profil Instagram de l'association n'est pas sur un fond uni et

la couleur ne fait pas écho à la charte graphique du site internet. Aussi, le texte « **Les 4 pattounes** » inscrit sur la photo de profil n'est pas assez visible et est trop long, utiliser les initiales ou le favicon du logo (élément graphique permettant d'identifier une organisation ou site sans le nom) permettrait d'être plus lisible et plus qualitatif.

LinkedIn

En cherchant l'association dans la barre de recherche de LinkedIn, nous constatons que l'association n'est pas présente sur ce réseau social, contrairement à certains membres de l'association.

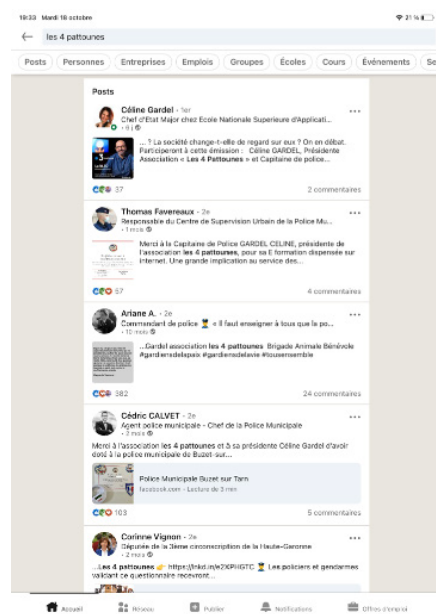
Les premiers posts qui nous sont suggérés lorsque l'on recherche "Les 4 pattounes" sont soit publiés par Céline Gardel (Présidente de l'association), ou bien concernent la police. En effet, ceux-ci sont publiés par des commandants de police, des agents de la police municipale, des avocats ou bien même par des députés.

Le nombre de réactions aux publications est très variable, et le contenu ne provient pas toujours des membres de l'association. Par exemple, le partage d'une citation de Marguerite Yourcenar en décembre 2021 par une Commandante de police a été jusqu'à atteindre les 382 réactions, 24 commentaires et 16 republications. La personne y cite bien évidemment l'association Les 4 pattounes, ainsi que sa présidente. En septembre 2022, un post faisant état d'un témoignage de Céline Gardel a atteint les 221 réactions, 18 commentaires et 10 republications. On constate donc que l'association fait parler d'elle sur un réseau où elle n'est pas directement présente.

YouTube

L'association est présente sur la plateforme YouTube depuis le 28 juin 2021 et cumule 6857 vues (au 18 octobre 2022), ainsi que 233 abonnés. Depuis cette date, deux vidéos ont été mises en ligne. La première d'entre elles a été publiée en 2021, peu après la création de la chaîne, et la seconde en juin 2022. Elles durent respectivement 1h20 et 2h04, ce qui est assez long.

Le découpage des vidéos en chapitres est une très bonne idée, tout particulièrement quand celles-ci sont longues. Ainsi, les spectateurs ont la possibilité de naviguer dans la vidéo en fonction de ce qui les intéresse. À la vue de ces chapitres qui semblent assez différents les uns des autres, la création de plusieurs unités



aurait cependant pu être pensée, de manière à créer davantage de contenu (on parle ici en nombres de vidéos), mais aussi pour garder le récepteur attentif à une plus grande quantité d'informations.

En outre, chaque vidéo est suivie d'une barre déroulante qui résume le sujet dont il est question et donne des informations pertinentes sur l'association. Par exemple, nous pouvons y retrouver le lien du questionnaire pour l'obtention du diplôme de la e-formation 2, celui-ci permettant de donner un accès rapide aux visiteurs. On y trouve aussi le lien du site internet de l'association, celui de la page Facebook, ainsi que celui de la cagnotte HelloAsso pour aider à financer les lecteurs de puces. Ces informations permettent tout d'abord de promouvoir l'association mais aussi de permettre aux publics de retrouver facilement tous les renseignements importants.

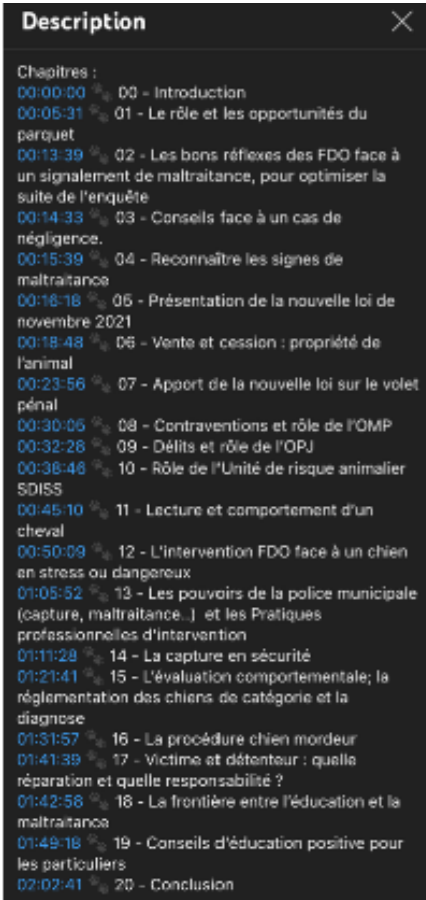
Les vidéos YouTube des 4 pattoues recueillent un faible nombre de commentaires : 12 commentaires concernant la vidéo sortie en juin 2022 pour 3679 vues. On remarque que l'association n'est pas trop présente dans les commentaires puisqu'elle ne répond pas forcément aux internautes. De plus, les vidéos reçoivent aussi un faible nombre de likes, en contradiction avec le nombre de vues : 100 likes et 120 likes. Le fait que les vidéos soient visionnées autant de fois montrent tout de même bien l'attrance des internautes pour ce type de contenu, ainsi que l'opportunité présente.

Twitter

L'association Les 4 pattoues ne dispose pas de compte Twitter. Ce réseau social souvent délaissé par les organisations est très intéressant pour discuter avec des communautés. De plus, l'utilisation des hashtags permet de gagner en visibilité et de toucher beaucoup d'utilisateurs qui défendent les mêmes causes que l'association. Twitter est également un réseau social qui permet d'échanger facilement avec les médias du fait que le nombre d'utilisateurs est moins important sur ce réseau social.

4. Les médias

Pour prendre un exemple télévisé, le 12 octobre 2022, l'association est passée sur France 3 Occitanie, au 18h30 présenté par Patrick Noviello. Cette apparition à la télévision est très complète puisqu'elle s'est déroulée en plusieurs temps, et sous plusieurs formes. Tout d'abord, c'est au travers du reportage réalisé par les enfants du collège Rosa Parks de Toulouse, comme le veut le format de l'émission, que Céline Gardel évoque les missions des 4 pattoues. Elle parlera



Description	
Chapitres :	
00:00:00	00 - Introduction
00:05:31	01 - Le rôle et les opportunités du parquet
00:13:39	02 - Les bons réflexes des FDO face à un signalement de maltraitance, pour optimiser la suite de l'enquête
00:14:33	03 - Conseils face à un cas de négligence.
00:15:39	04 - Reconnaître les signes de maltraitance
00:16:18	05 - Présentation de la nouvelle loi de novembre 2021
00:18:48	06 - Vente et cession : propriété de l'animal
00:23:56	07 - Apport de la nouvelle loi sur le volet pénal
00:30:06	08 - Contraventions et rôle de l'OMP
00:32:28	09 - Délits et rôle de l'OPJ
00:38:48	10 - Rôle de l'Unité de risque animalier SDISS
00:45:10	11 - Lecture et comportement d'un cheval
00:50:09	12 - L'intervention FDO face à un chien en stress ou dangereux
01:05:52	13 - Les pouvoirs de la police municipale (capture, maltraitance...) et les Pratiques professionnelles d'intervention
01:11:28	14 - La capture en sécurité
01:21:41	15 - L'évaluation comportementale; la réglementation des chiens de catégorie et la diagnose
01:31:57	16 - La procédure chien mordeur
01:41:39	17 - Victime et détenteur : quelle réparation et quelle responsabilité ?
01:42:58	18 - La frontière entre l'éducation et la maltraitance
01:49:18	19 - Conseils d'éducation positive pour les particuliers
02:02:41	20 - Conclusion

également des actions qui sont menées afin de récolter des dons, mais aussi afin sensibiliser les plus jeunes. Dans un second temps, deux des collégiennes ayant participé à la réalisation du reportage, Christophe Amunzateguy, procureur de la République de Saint-Gaudens (31), et la présidente de l'association sont présents sur le plateau de Patrick Noviello pour approfondir ce qui a été précédemment évoqué.



L'effet est alors multiple puisque l'audience de la chaîne France 3 Occitanie prend connaissance des informations données, mais visualise également très bien la proximité de l'association avec les enfants. De plus, les collégiens qui ont été amenés à pratiquer l'exercice prennent eux-même conscience des propos de Céline et vont probablement en parler à leur entourage, tout en les incitant à regarder l'émission. La présence du procureur de la République de Saint-Gaudens renforce la crédibilité de cette intervention télévisée.

Concernant la presse en ligne, on peut constater une bonne couverture médiatique autour de l'association. Effectivement, de nombreux articles concernant l'association ou les événements la concernant sont publiés. Les médias sur lesquels on retrouve des articles parlant de l'association sont généralement des médias locaux comme La Dépêche, Le Journal Toulousain, mais on y retrouve aussi des médias comme L'Opinion, Radio France, France Inter ou même Le Parisien.

Dans ces nombreux articles, on peut faire état de la forte présence de Céline Gardel (Présidente de l'association) et de son statut de Capitaine de police. Cette forte présence joue un rôle très important dans l'image que transmet l'association.

Le fait de savoir que la Présidente des 4 pattounes est Capitaine de police est un vrai avantage. Cela permet d'augmenter considérablement la crédibilité, et ainsi d'accroître la confiance des potentiels donateurs qui pourront alors s'engager plus aisément auprès de l'association.

La présence de l'association sur le web est bien représentée sur l'espace Google Image, on retrouve les nombreuses images utilisées sur le site et les réseaux sociaux, mais aussi des images provenant de relayeur comme à gauche.org ou France 3 télévision.

LES POINTS CLÉS DE L'AUDIT :

En résumé, Les 4 pattounes est une association qui est présente sur différents canaux tels que les réseaux sociaux, la presse et son site internet. Ces derniers possèdent de bonnes bases en termes de contenu mais sont toutefois à restructurer et à coordonner. En effet, les outils dont l'association se sert sont pour certains performants, et mériteraient cependant d'être exploités de manière plus approfondie.

LES PISTES DE PRÉCONISATIONS

POUR LE SITE ET L'ASSOCIATION :

> Rendre le site internet plus intuitif - re définir un cahier des charges - placer les missions sur la page d'accueil et redéfinir les rubriques de manière à ce que les informations soient plus claires,

> Mettre en avant les différents réseaux sociaux sur le site pour que les utilisateurs n'aient pas à les chercher et qu'ils puissent naviguer entre le site et les réseaux sociaux sans faire davantage de recherches,

> Retravailler le logo pour qu'il soit plus distinctif, c'est-à-dire qu'il se différencie des autres. Cela permettra à l'association de développer une réelle identité et ainsi de se démarquer de la concurrence. À partir de ce logo amélioré, recréer une charte graphique que vous utiliserez pour l'ensemble de votre communication,

> Un volet événements intitulé « Nos actions » est proposé, c'est une très bonne idée. Il faudrait le compléter en répertoriant les futurs événements de l'association. Savoir où retrouver les bénévoles pour échanger et faire des dons est important, des personnes peuvent ainsi prendre note de la date qui les intéresse. Par exemple, les personnes qui veulent se débarrasser d'affaires ayant servi pour un animal peuvent être intéressées par une collecte. Sans cet agenda, elles ne peuvent pas savoir qu'une collecte va avoir lieu,

> Pas de message clair en arrivant sur le site internet, il faut que les missions et que le logo apparaissent sur la page d'accueil.

POUR LA COMMUNICATION INTERNE DE L'ENTREPRISE :

> Pour améliorer la communication interne de l'association vous pouvez créer un agenda partagé via Google Agenda, par exemple. Cet outil permettra à l'ensemble des bénévoles d'avoir une visualisation globale sur les événements futurs (réunions, stands, collecte de fonds, etc...),

> Cependant cet outil peut être compliqué à mettre en place. Nous vous proposons alors une alternative plus simple à mettre en place, qui est de programmer vos mails, à destination des bénévoles, pour chaque événement.

POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX :

> Instaurer une cohérence à travers tous les média de communication, par exemple en utilisant le même logo sur tous les supports de manière à créer une unité. Conserver les mêmes couleurs, les mêmes graphismes sur l'ensemble des posts et des réseaux sociaux, ce qui vous permettra d'obtenir des réseaux sociaux plus harmonieux et davantage reconnaissables,

> Programmer des posts (Instagram, Facebook, articles sur le site, etc.) afin d'avoir une circulation de l'information ordonnée et cohérente,

> Fusionner les deux comptes Instagram ou bien supprimer celui qui n'est pas actif,

> Réaliser des "Stories à la une" sur Instagram. Cette fonction-

nalité est un mélange entre une « story » et un post, permettant de rendre une « story » permanente. Cela offre la possibilité de publier de nombreux contenus sans ajouter de photos sur le « feed », et les « stories à la une » peuvent être classées par thème. Ces stories peuvent aborder des sujets tels que : la sensibilisation de la cause animale, la réaction à avoir face à un animal errant ou en danger,

> Élaborer des gabarits de publications en amont qui permettront de booster les réseaux sociaux puisque les publications seront travaillées,

> Répondre aux commentaires des réseaux sociaux et donner la parole à la communauté pour qu'elle se sente impliquée et entendue. Instaurer une relation de confiance et de fidélisation avec les abonnés.

POUR LA E-FORMATION :

Afin de favoriser l'attrait des gendarmes et policiers pour qu'ils fassent les formations proposées :

> Créer un court teaser (de 45 sec environ) concernant la formation expliquant clairement et de manière synthétique en quoi consiste la formation, quelles en sont les étapes. Le teaser pourra ensuite être diffusé aux commissariats,

> Apporter davantage d'informations concernant la formation sur le site qui doit être une véritable vitrine, le reflet de l'association,

> Attention : on trouve qu'il est plus facile de regarder 4 vidéos

de 30 minutes qu'une seule de 2h, alors pourquoi ne pas découper la formation en plusieurs volets ? Pour les prochaines vidéos, il faut créer des pics de manière à garder l'attention - penser à Canva sur lequel on peut faire plein de choses,

> Rédaction d'un communiqué de presse à intégrer dans des magazines spécialisés pour les forces de l'ordre,

> Rejoindre des groupes Facebook de forces de l'ordre et communiquer sur la e-formation à travers une vidéo, un texte ou une photo.

LA CRÉATION DE VIDÉOS :

Cette deuxième partie des pistes de préconisations est centrée sur la création de vidéos pour les réseaux sociaux, car les vidéos ont aujourd'hui une importance significative et ont une viralité bien plus importante que les photos. Cependant, nous sommes conscients que réaliser des vidéos demande des compétences de montage et que c'est énergivore.

Pour gagner en visibilité, les vidéos sur Facebook sont un moyen essentiel, car elles peuvent rapidement devenir virales. Les conseils pour réussir une vidéo sur Facebook :

> Créer une vidéo qui peut se regarder sans le son car beaucoup d'utilisateurs ne peuvent pas forcément mettre le son dans ce cas mettre des sous-titres

> La vidéo doit être courte (moins d'une minute)

> Elle doit disposer d'une bonne qualité d'image et d'un montage dynamique

Il faut aussi savoir que les utilisateurs passent rapidement d'une vidéo à une autre, il est donc très important d'attirer dès les 3 premières secondes l'internaute sinon il l'ignore.

Tiktok est un réseau social qui ne cesse de gagner en notoriété et en utilisateurs (environ 1 milliard d'utilisateurs actifs mensuels). C'est probablement le réseau social qui permet de gagner le plus rapidement et facilement en notoriété car il fonctionne sur le principe des algorithmes. L'algorithme Tiktok analyse le contenu vidéo et va ensuite le booster au sein de l'application, mais auprès d'un échantillon d'utilisateurs dans un premier temps. Cette application est principalement utilisée par les adolescents et les jeunes adultes, ce qui correspond à votre cible sur la mission de sensibilisation.

De plus, les contenus sur les animaux font partie du deuxième sujet le plus apprécié sur Tiktok. Ce réseau social pousse à la créativité et l'originalité mais vous pouvez reprendre des tendances (« trends » en anglais). Les reprises des tendances Tiktok sont très appréciées des utilisateurs. Une « trend » est un contenu qui fait l'objet d'une consultation massive, elle est passagère, c'est une mode ; la tendance peut être une danse, une musique, un audio par exemple. Une vidéo peut durer jusqu'à trois minutes, mais les vidéos de moins d'une minute ont plus de succès.

Les vidéos sur Instagram, les « Reels », fonctionnent sur le même principe que Tiktok. La vidéo sur Instagram peut durer entre 15 secondes et 1 minute. De plus, les « Reels » peuvent être partagés sur le fil d'actualité de toute la communauté Instagram ou bien uniquement vos abonnés. Vous pouvez poster les mêmes vidéos sur Tiktok et Instagram, car la majorité des gens qui regardent les

vidéos sur Instagram n'ont pas Tiktok. Les vidéos d'animaux sont aussi très populaires sur ce réseau social.

Quelques idées de vidéos : filmer des chiens à la SPA et inciter à l'adoption, sensibiliser sur la protection animale en faisant du storytelling (raconter une histoire), présenter de façon originale votre association, donner des conseils sur les comportements à avoir face à un animal errant ou menaçant.

2

BENCHMARK

Nous avons réalisé un benchmark sur les associations concurrentes au niveau national, mais aussi local (départemental). En d'autres termes, nous avons analysé la stratégie de communication de différentes associations de protection animale de manière à mieux cerner ce qui se fait ailleurs, ce qui fonctionne ou non. Voici la liste des associations de protection animale de **Haute-Garonne** que nous avons choisi d'étudier :

- > Un avenir pour eux - Association de protection animale à Toulouse
- > SPA Toulouse
- > Arkwild - Protection animale (Colomiers)
- > Le chat libre de Toulouse

Ainsi que les associations de référence en termes de protection animale en **France** :

- > 30 millions d'amis
- > Fondation Brigitte Bardot

UN AVENIR POUR EUX

Un Avenir pour eux est une association toulousaine qui a été créée en 2013 avec comme nom "**Agir pour eux**". En 2019, le nom de l'association deviendra "**Un avenir pour eux**". Elle ne possède pas de refuge fixe, et fonctionne à travers un réseau de familles d'accueil bénévoles.

L'association a pour objectifs de sauver le plus grand nombre d'animaux dans le besoin et de lutter contre l'exploitation animale. En parallèle, l'association informe et sensibilise sur la cause animale ainsi que le respect de tous les animaux. Pour répondre à ces objectifs, celle-ci met en avant l'adoption d'animaux ainsi que la possibilité de réaliser des dons et/ou de devenir adhérent.

La cible primaire de l'association sont les familles d'accueil bénévoles. En effet, ce sont elles qui gardent les animaux de l'association le temps qu'ils soient adoptés. Ce sont les premiers maillons importants de la chaîne. Les cibles secondaires sont les personnes qui souhaitent être bénévoles pour aider l'association, ensuite les personnes qui souhaitent faire des dons et adhérer à l'association. Pour finir, les personnes qui désirent adopter des animaux sont aussi une cible.

Concernant le site internet, il met en avant de manière simple et synthétique la présentation de l'association, l'adoption des animaux et les besoins de l'association à l'aide d'un diaporama. Le logo est disposé de sorte à ce qu'on le voit presque en premier. Le diaporama est aussi mis en avant grâce à l'utilisation de photos professionnelles qui prennent la totalité de l'écran.

ACCUEIL NOUS AIDER ADOPTER UN CHIEN ADOPTER UN CHAT ADOPTER UN NAC TARIFS & DOC More

Association Toulousaine de protection animale

Anciennement Agir Pour Eux

L'association un Avenir Pour Eux est une association de protection animale sur Toulouse, créée en 2013 sous le nom Agir pour Eux. Elle deviendra Un Avenir Pour Eux en 2019. L'association n'a pas de refuge, elle fonctionne exclusivement grâce à un réseau de familles d'accueil bénévoles pour chiens, chats et NACS. Ces familles accueillent les animaux dans le besoin le temps de leur trouver un adoptant.

- **Devenir Famille d'accueil**

Pour devenir famille d'accueil, il vous faut :

- Un grand cœur
- Du temps libre pour consacrer à l'animal le temps nécessaire à son épanouissement
- De la patience pour accepter que, bien souvent, l'animal a besoin de s'adapter à ce changement brutal d'environnement et a besoin de temps pour avoir à nouveau confiance en l'humain
- De l'indulgence pour accepter les bêtises qu'il pourrait faire chez vous
- Des connaissances en ce qui concerne l'éducation du chien ou du chat
- De la volonté pour que l'animal trouve sa famille pour la vie !

Un Avenir Pour Eux

Revenir à Page Partager

Je m'appelle Katerina

Contactez-nous

En outre, les missions ainsi que les besoins sont annoncés dès la première page à l'aide de parties et de rubriques bien distinctes. Celles-ci respectent toujours la même trame : une photo suivie d'un titre, puis un texte synthétique avec des points clés. Cette organisation permet de s'y retrouver facilement sur le site et donne une certaine fluidité. Leur site internet est surtout un relais d'information relatif à **Un avenir pour eux**. Pour finir cette partie, l'association nous permet de les contacter facilement à l'aide d'un formulaire de contact en pied de page.



Par rapport à la stratégie de communication mise en place sur les réseaux sociaux, on remarque que l'association est très présente sur sa page Facebook. En effet, elle publie régulièrement entre à une à deux fois par jour. Les publications sont souvent des annonces d'événements à venir, des animaux prêts à être adoptés mais aussi des informations pratiques. Ce réseau social regroupe 25 000 abonnés. À côté de ça, Instagram est aussi un réseau social que l'association utilise. Avec environ 3 490 followers, elle y poste plusieurs fois par semaine le même contenu que celui qui se trouve sur facebook. Toutefois, l'association utilise les storys à la une pour mettre en avant certaines informations comme les animaux qui sont à parrainer, les chats encore à l'adoption... **Un avenir pour eux** utilise aussi des hashtags sous la plupart de ses posts Instagram tels que : #adoptionresponsable #nachezpasadoptez #stopalabandon #protectionanimal ... La chaîne Youtube d'**Un avenir pour eux** est quant à elle laissée à l'abandon depuis deux ans. Elle n'a que 15 abonnés. Les vidéos que l'on retrouve sur celle-ci servent à présenter des animaux abandonnés qui cherchent une famille. Elles sont toutes tournées et organisées de la même manière. Le logo apparaît dès le début de la vidéo, avec une musique. On peut voir ensuite l'animal qui est à adopter puis une personne qui le présente.

La chaîne Youtube d'**Un avenir pour eux** est quant à elle laissée à l'abandon depuis deux ans. Elle n'a que 15 abonnés. Les vidéos présentes sur celle-ci servent à présenter des animaux abandonnés qui cherchent une famille. Elles sont toutes tournées et présentées de la même manière. Le logo apparaît dès le début de la vidéo, avec une musique. On peut voir ensuite l'animal qui est à adopter puis une personne qui le présente. Pour finir, le compte twitter de l'association qui compte 40 abonnés n'est plus actif depuis juillet 2019.

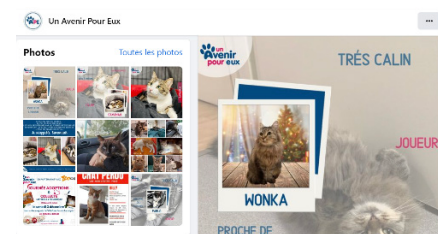
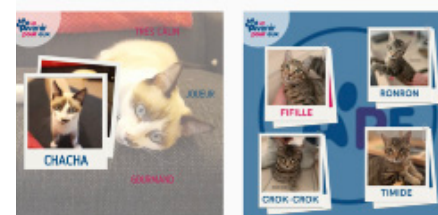
Pour obtenir de l'aide, l'association met aussi en place des événements (environ deux par mois). Ils lui permettent de récupérer des dons alimentaires ainsi que matériels pour les animaux. **Un avenir pour eux** met aussi en place des journées d'adoption. Récemment, elle a organisé un partenariat avec un salon de tatouage. Ce type d'événement est original, il a permis à l'association de récupérer des fonds ainsi que de se faire connaître par un plus large public.

Pour terminer, le contenu des posts sur l'ensemble des réseaux sociaux est cohérent. En effet, l'association utilise la même identité visuelle que sur le site internet ce qui permet de la reconnaître. Le logo de l'association est présent sur chaque post en haut à gauche.

Les couleurs de l'association qui sont le bleu, le rose et le blanc sont toujours utilisées. De plus, la présentation des posts est toujours la même concernant les adoptions, ce sont seulement les photos qui changent suivant l'animal qui est à adopter. Cette organisation permet de ne pas perdre les visiteurs parmi toutes les informations, on s'y retrouve facilement.



[Image 2] Ceaquatum ressimped



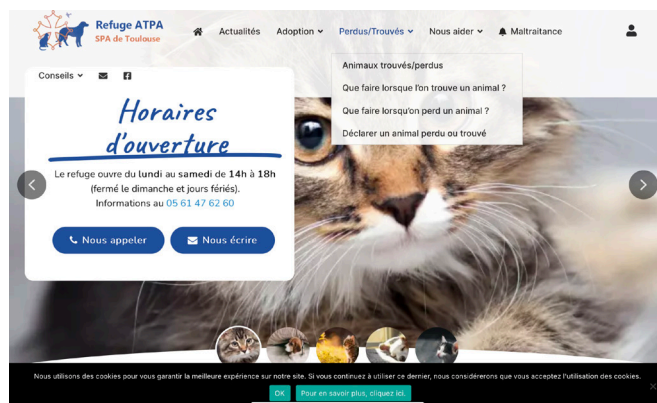
ATPA SPA TOULOUSE :

ATPA SPA Toulouse est une association qui a pour mission la protection animale. Elle permet, grâce à son refuge, d'accueillir de nombreux animaux abandonnés, maltraités ou trouvés. Ce refuge compte de nombreux employés actifs 7 jours sur 7 qui permettent d'assurer l'entretien des locaux, la nourriture, le bien être ainsi que les soins de chacun des animaux accueillis. L'association permet notamment la réhabilitation des animaux pour que la réinsertion puisse se faire dans de nouveaux foyers.



Les cibles de l'association se distinguent en plusieurs catégories. D'un côté, toutes les personnes qui veulent adopter un animal, d'un autre côté les cibles vont être les personnes qui ont perdu ou trouvé un animal et enfin les personnes qui souhaitent faire un don pour l'association ou devenir bénévole.

Concernant le site internet, on s'aperçoit rapidement de la présence des trois cibles évoquées précédemment, la structuration est faite de telle sorte que plusieurs catégories du menu sont dédiées pour chaque type de cible. Par exemple, pour les cibles regroupant les personnes qui ont perdu ou trouvé un animal, on va avoir des sous menus dans la barre de navigation menant à des pages comme "Que faire lorsqu'on trouve un animal ?" ou même "Que faire lorsqu'on perd un animal ?".



Le site est assez simple, on y retrouve toutes les informations essentielles en arrivant sur le site, telles que le logo, le numéro de téléphone, l'adresse du refuge, le mail de contact ou même la petite icône du réseau social Facebook renvoyant vers la page de l'association.

Un carrousel contenant des photos d'animaux ainsi que des hyperliens menant sur d'autres pages du site tourne en continu sur la page d'accueil.

Dans sa globalité le site est assez épuré, le texte est utilisé à bon escient, il vient simplement donner des informations essentielles pour le visiteur. Concernant l'image, elle est très souvent utilisée et permet d'avoir un site qui respire et qui donne envie d'être visité.

Le refuge **ATPA SPA Toulouse** a aussi intégré un espace actualité (blog) où on va retrouver l'intégralité des news concernant l'association. Dans cet espace figurent plus de 154 pages d'articles sur l'association remontant jusqu'à l'année 2008. Une telle densité de contenu permet sans nul doute à l'association d'avoir un très bon référencement naturel dans le secteur de la protection animale.

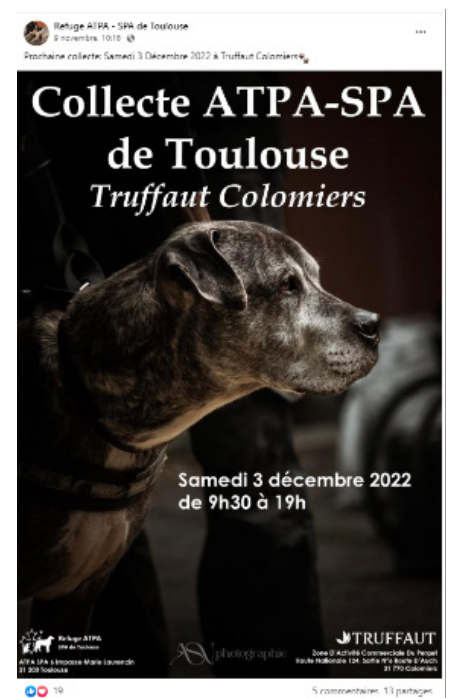
Concernant la stratégie de communication sur les réseaux sociaux, nous retrouvons l'association uniquement sur Facebook. La page en question est suivie par 14 936 personnes. Ce chiffre est assez important et permet à l'association de communiquer à un grand nombre d'individus. Cependant, nous remarquons un faible taux d'interaction avec les abonnés dans l'espace des commentaires malgré parfois un nombre important de likes sur une publication. Les fréquences de publications sont de l'ordre d'un ou deux posts par semaine. Cela ne fait pas beaucoup de publications mais ça permet tout de même d'entretenir une communauté.

L'association organise des événements une à deux fois par mois. Généralement, ces événements durent en moyenne une à deux journées complètes. Ce sont des événements basés sur de la collecte de nourriture, litières et autres produits indispensables qui servent au bon confort de vie des animaux en refuge.

Naturellement, ces événements récurrents sont relayés dans des posts sous forme d'affiches sur la page Facebook de l'association. Les posts permettent donc de faire connaître les informations essentielles sur la collecte (heure, lieu, etc...).

Pour le reste des publications de la page Facebook de l'association, on va retrouver toutes les semaines une publication sur "les adoptés de la semaine" ce qui permet non seulement de remercier les personnes qui ont adopté mais aussi d'inciter à de potentielles adoptions.

A propos de l'identité visuelle de l'association on va reconnaître trois couleurs principales : le bleu, le orange et le blanc. Ces couleurs apparaissent régulièrement sur le site et permettent d'avoir un ensemble cohérent. En revanche, sur la page Facebook on ne retrouve pas les couleurs qui composent la charte graphique de l'association, à part le nom de l'association qui figure sur la page. De plus, rien d'autre ne relie le site au réseau social, ce qui pose problème car rien ne prouve que nous sommes réellement sur la page Facebook associée à **ATPA SPA Toulouse**.



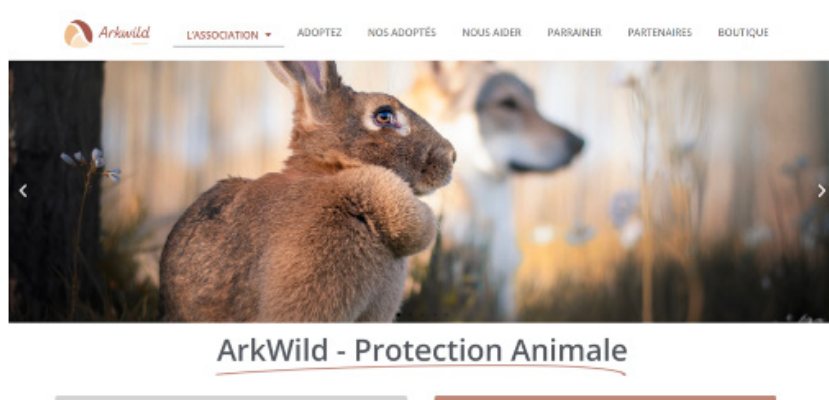
ARKWILD :

L'association **Arkwild** existe depuis juin 2016. Elle est située en région toulousaine. Elle prend en charge les animaux errants, abandonnés ou encore maltraités dans toute la France et autres pays frontaliers, afin de leur apporter tous les soins nécessaires.

Cette association cible ses missions sur le grand public et tente de le sensibiliser au maximum à la cause animale. **Arkwild** dispose de nombreux objectifs à atteindre, ils prennent en charge et accueillent les animaux en situation difficile, et réalisent par la suite l'ensemble des soins vétérinaires possibles pour leur bien être complet. De plus, ils permettent l'adoption de ces animaux domestiques auprès de particuliers désireux d'aider un animal sans famille. L'association peut compter sur ces familles pour les accueillir car pour des raisons financières, **Arkwild** n'est pas en capacité de construire un refuge. Cette construction fait donc partie de leurs objectifs pour pouvoir accueillir les animaux domestiques, ce qui leur permettrait un accueil dans les meilleures conditions possibles au regard de leurs besoins physiologiques comme psychologiques. L'association souhaite également lutter contre les abandons, la maltraitance et la misère animale ainsi que, contre la surpopulation féline, en pratiquant une stérilisation systématique des îlots de prolifération, entraînant de graves problèmes sanitaires. De plus, **Arkwild** a la volonté de sensibiliser le grand public par tous les moyens et médias nécessaires. L'organisation a le souhait d'assurer un rôle de conseil et d'expertise auprès de toute personne et organisme désireux d'informations sur le bien être animal, leur compréhension et la gestion comportementale.

À ce jour, un autre de leurs nombreux objectifs est de développer des partenariats avec des institutions publiques et privées afin d'augmenter la capacité d'accueil et de récupération des animaux dans le but d'éviter leur abandon dans des lieux publics. De plus, l'association organise des journées de collecte financière et alimentaire à destination des pensionnaires.

Concernant le site internet, il existe depuis février 2021. Il est animé et contient plusieurs images que ce soit sur la page d'accueil ou bien au sein des différentes rubriques. On reconnaît la présence du logo **Arkwild**. La partie haute



du site est mise en avant par une banderole qui regroupe différentes rubriques telles que "l'association", "adoptés", "adoptez", "nous aider", "parrainer", "partenaires", "boutique", avec des sous-parties qui nous redirigent sur plusieurs pages en lien avec le thème de la rubrique.

L'architecture du site est donc plutôt bien réalisée, fluide et intuitive. Il existe une cohérence entre les posts Instagram et les photos mises sur la page d'accueil, concernant les animaux adoptés par exemple. En effet, une charte graphique semble avoir été instaurée sur l'ensemble des média utilisés par l'association. Cependant, on retrouve une absence d'informations concernant l'association ce qui pose problème pour connaître son histoire et ce qu'elle défend. Le nom de l'association et la ville dans laquelle elle se trouve sont les seules sources que l'on peut trouver sur le site internet. On ne retrouve pas d'adresse mail, de numéro de téléphone, d'adresse postale ainsi que les liens directs avec leurs autres réseaux sociaux.

Au niveau de son compte Instagram, **Arkwild** comptabilise actuellement plus de 4000 abonnés et a posté plus de 400 publications. On remarque également sur Instagram une charte graphique respectée et en lien avec le logo. Il y a une cohérence dans les trois couleurs choisies qui se retrouvent souvent dans les différentes publications sur Instagram. Les photos postées en majorité sur ce réseau social sont les animaux à adopter, accompagnées d'une description sur l'animal, concernant les soins qu'il a reçus et pour lesquels il est à jour. Par le biais de son compte Instagram, **Arkwild** transmet des informations à propos des événements tels que les weekends d'adoption. Aussi, l'association réalise des bilans chaque année pour montrer les actions qu'elle a accomplies et certainement l'évolution des adoptions et des sensibilisations. L'organisation fait la promotion des calendriers à leur égard avec des photos d'animaux sur chaque page du mois et la promotion des goodies.

Au niveau de son compte Facebook, **Arkwild** comptabilise plus de 25 000 abonnés, elle poste en général tous les 3 jours. La charte graphique est plus compliquée à appliquer sur Facebook, mais le logo est toujours présent. En revanche, contrairement au site internet, nous avons accès à toutes les informations dont nous manquions précédemment. Directement, sur la partie haute de la page Facebook, nous pouvons lire toutes ces informations (numéro de téléphone, adresse mail, etc). Comme sur Instagram, la majorité des posts Facebook sont axés autour des photos des animaux à adopter.

LE CHAT LIBRE DE TOULOUSE

L'association **Le Chat Libre de Toulouse** est une association qui a été fondée en 1983. Cette dernière a pour objet la protection, l'intégration, la domiciliation, le contrôle des naissances, et le marquage des chats errants. Elle agit de quatre manières pour les défendre : le trappage, la stérilisation, le tatouage et la convalescence post opératoire.

Les cibles de l'association se distinguent en fonction des différentes missions. Tout d'abord nous avons les personnes souhaitant adopter un chat et les personnes qui sont sensibles à la cause des chats, qui souhaitent participer en faisant un don financier, de soins ou de croquettes.

L'association **Le Chat Libre** dispose d'un site internet qui a été créé en 2004. Ce dernier n'a pas connu d'évolution visuelle, le site manque de modernité et de clarté. En effet, lorsque nous arrivons sur la page d'accueil, énormément d'informations, de photos, de rubriques et d'hyperliens apparaissent, ce qui entraîne un trop plein d'informations pour l'utilisateur. En dépit de cette surcharge informationnelle, l'information principale qui concerne les journées d'adoption est mise en avant. De plus, le site se compose de quatre rubriques principales qui sont : "l'association", "infos pratiques", "les chats à adopter" et "articles mis en vente". Toujours sur cette première page, nous avons la présence du logo et des informations essentielles concernant l'association, l'adresse mail, l'adresse postale, horaires d'ouverture des locaux. Cependant, nous pouvons trouver sur la page d'accueil des incohérences. "En effet, le site propose aux internautes de s'inscrire à la page web mais une note explique ensuite que cela ne sert à rien. Cela donne alors une impression de désordre et de mauvaise gestion, ce qui se fait ressentir sur l'ensemble de celui-ci. Néanmoins, il est très régulièrement mis à jour pour tenir informé les visiteurs des différents événements à venir, des dons atteints etc. Aussi, le lien de du compte Facebook de l'association est très compliqué à trouver car il est noyé dans les informations du site. En somme, nous avons une page web très encombrée d'informations, de textes, d'images et de rubriques qui mériterait d'être retravaillée.

L'association est présente sur Facebook et Instagram. À ce jour, la page Facebook « **Le Chat Libre de Toulouse** » est suivie par 16 206 personnes et 15 799 aiment le compte. Environ 32 000 personnes sont engagées sur la page, nous pouvons donc constater que c'est une association populaire et qu'elle communique à grand nombre d'utilisateurs.

Le compte du **Chat Libre** est très régulièrement alimenté, avec une moyenne de deux à trois posts par semaine. La majorité des posts concerne les journées d'adoption et/ou de collecte organisées au profit de l'association. Ces posts génèrent un taux d'engagement qui varie. Certains d'entre eux peut effectivement recevoir 15 « j'aime » et un autre 260. De plus, nous pouvons observer que l'association est engagée auprès des abonnés car elle répond et réagit aux commentaires lais-



sés sous les publications. La majorité des posts Facebook sont accompagnés d'un texte qui renseigne sur l'événement à venir, suivi de plusieurs photos de chats, ceux-ci étant à adopter. Aussi, l'association utilise, pour des photos et des vidéos, un visuel en cohérence avec le logo, ce qui donne un ensemble harmonieux.

La page Instagram de l'association est quant à elle suivie par 2 790 personnes et compte 184 publications. La première d'entre elles a été postée le 31 août 2017. La page est alimentée de façon régulière avec une moyenne de quatre à cinq posts par mois, étant pour la plupart des photos de chats. Le contenu concerne en majorité les événements organisés pour l'adoption des chats de l'association, la présentation des chats errants trouvés, et les dons atteints. Les publications génèrent un taux d'engagement assez faible. Il y a très peu de commentaires sous les posts et les « j'aime » varient entre 30 et 200. Aussi, comme sur Facebook, nous retrouvons la charte graphique qui fait référence au logo qu'ils utilisent sur quelques posts.

Après l'analyse des réseaux sociaux et de sa stratégie digitale, nous nous intéresserons aux événements que l'association propose.

Le Chat Libre de Toulouse organise quatre à cinq événements dans le mois, certains se trouvant dans différentes villes pour un même événement simultané. Ceux-ci peuvent durer une demie journée ou bien une journée complète. On remarque que deux types d'événements sont organisés de manière récurrente : les journées de récolte (croquettes, litières etc.) et les journées d'adoption. Ces événements ont lieu dans différents magasins de la région toulousaine tels que Jardiland, Truffaut, Cani'cat ou Au Parfait Jardin pour ne citer que les principaux.

La communication autour de ces événements se fait massivement sur les réseaux sociaux et le site internet de l'association. Elle prend la forme de posts qui indiquent le lieu, les horaires, l'adresse mail à laquelle écrire, et l'objet de l'événement.

Nous finirons d'analyser **Le Chat Libre de Toulouse** en nous penchant sur son identité visuelle. Le logo de l'association étant bleu et noir, une charte graphique est utilisée sur les réseaux sociaux aux mêmes couleurs. Cependant, cette charte graphique est très peu utilisée donc elle se noie dans les couleurs des photos de chats qui sont mises en ligne, et de ce fait, n'est pas mise en avant. De plus, le site internet n'est absolument pas aux couleurs du logo, puisqu'il est de couleur rose pâle. En somme, il n'y a pas d'identité visuelle claire et reconnaissable permettant de différencier cette association animale d'une autre.

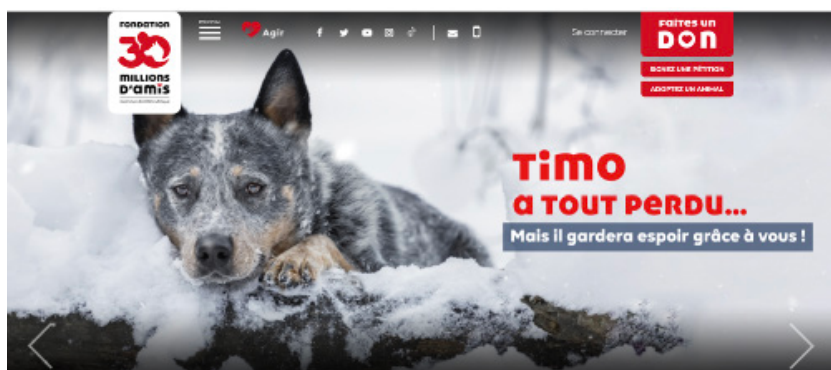
LA FONDATION 30 MILLIONS D'AMIS

La fondation **30 Millions d'amis** a pour objectif majeur de faire évoluer le statut juridique des animaux en proposant des lois afin de limiter les actions inhumaines. En parallèle, elle se donne pour missions de sensibiliser et d'éduquer au respect animal directement auprès des citoyens. En outre, elle apporte son soutien à près de 250 refuges et 300 associations afin de prendre en charge au mieux les animaux sans domicile, mais aussi de lutter contre le trafic toujours très présent.

La cible de la fondation est assez large. Elle vise principalement à toucher les propriétaires d'animaux afin de prévenir le risque d'abandon, mais aussi, et depuis peu, les jeunes. Dans ce second cas, le but de prévention est plus particulièrement d'avertir qu'il ne faut pas prendre un animal sous sa responsabilité si l'on ne peut pas s'en occuper totalement.

Concernant le site internet, nous pouvons constater qu'il est très dynamique. En effet, des articles sont publiés très fréquemment, c'est-à-dire plusieurs fois par semaine voire plusieurs fois par jour. Nous remarquons également que de nombreux supports sont investis.

La première page qui s'ouvre est celle de l'accueil. On trouve tout d'abord sur celle-ci un bandeau défilant. On remarque également un menu déroulant, un bouton qui renvoie directement à la page pour faire des dons, signer une pétition ou adopter un animal, mais également des liens vers tous les réseaux sociaux de l'association. Ce bandeau met en image des animaux et fait part de titres majeurs de l'actualité qui sont cliquables. Sont également proposés l'inscription à la newsletter et le téléchargement de l'application mobile. En soumettant d'entrée de jeu une telle diversité d'actions au visiteur du site, et en l'interpellant directement par l'utilisation du "vous", le site de **30 Millions d'amis** est réellement pensé pour ses utilisateurs. Ainsi, ces derniers sont davantage intégrés à l'association, et n'en sont pas simplement spectateurs.



Un peu plus bas, on retrouve une rubrique qui s'intitule "À la une". Elle fait remonter les derniers articles et vidéos publiés sur le site. Ensuite, deux rubriques engageantes vis à vis des visiteurs du site sont exposées : "Je m'engage", "Les animaux à adopter". Il est pertinent que celles-ci soient mises en avant puisque c'est en se rendant sur ces pages que les personnes peuvent réellement agir. Puis, "Nos derniers conseils" pour accompagner au mieux les propriétaires d'animaux et "Découvrez nos refuges" pour les adoptions, l'aide auprès des animaux sans famille. En somme, on retrouve sur cette première page tous les éléments utiles au visiteur.

Le menu déroulant évoqué précédemment contient cinq grandes rubriques qui structurent le site internet : "La fondation", "Actualités", "Conseils", "Communauté", "J'agis". Chacune d'entre elles répertorie des sections plus détaillées. Par exemple, dans la première rubrique intitulée "La fondation" on retrouve toute l'histoire de **30 Millions d'amis**, mais aussi tous les combats qu'elle mène.



Autre exemple, dans la rubrique "Actualités", nous retrouvons quatre sections : "Interviews", "Vidéos", "Fil AFP" et "Podcasts". On remarque donc qu'il est donc possible de retrouver en ligne tout le contenu produit par **30 Millions d'amis**. Le site internet est ainsi une réelle interface de publication de contenu mais aussi de relais d'informations relatives à **30 Millions d'amis**.

Le planning de publication est différent sur tous les réseaux sociaux, on va par exemple trouver un système très régulier sur Facebook avec un post par jour ou tous les deux jours. Sur Instagram il s'agit plutôt d'une organisation autour de publications quotidiennes, tandis que sur Twitter c'est un peu moins régulier puisque ce n'est que quelques fois par mois. Leur heure de parution varie elle aussi puisqu'en général sur Facebook on retrouve des publications dans la matinée tant dis que sur Twitter et Instagram ce sont plus des posts en fin de journée qui sont programmés. La fondation adapte son contenu en fonction de la fréquence d'utilisation des réseaux sociaux, Facebook est plus utilisé en moyenne

chez les 25-35 ans et 35-44 ans durant la matinée alors que Twitter et Instagram sont plutôt consultés par les 18-24 ans durant la fin de journée.

On remarque, comme évoqué précédemment, que l'association est très présente sur Instagram, Twitter et Facebook au cours des trois derniers mois. Ils ont 290K d'abonnés sur Instagram, et les principaux thèmes abordés sont la prévention et la sensibilisation à l'abandon ainsi que la recherche de dons pour les refuges.

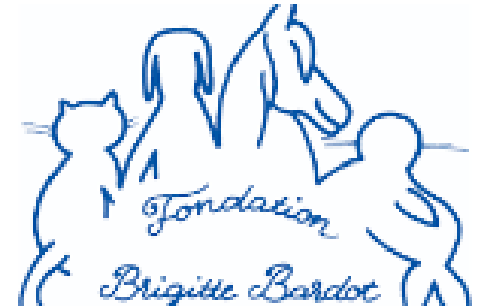
De plus, des événements tels que "La journée mondiale des zones humides" sont aussi pour la plupart célébrés et ont pour but de rapprocher les usagers voulant protéger la nature à leurs cause, car **30 Millions d'amis** ne se limite pas à seulement à la cause animale. Ce genre de contenu rend également compte de l'activité de la fondation en termes de communication.

La création du contenu est quant à elle axée autour d'animaux en détresse ou autour de la réalisation d'actions caritatives, les publications respectent la charte graphique de la fondation avec le rouge qui interpelle. Et pour terminer, la diffusion et la promotion de ces dernières se fait par le biais de storys et de hashtags qui permettent de faire apparaître à plusieurs endroits leurs contenus. La communication s'articule aussi autour des flux RSS, disponible sur leur site internet qui vont permettre aux usagers de pratiquer une veille sur l'association mais aussi d'être informés des dernières informations et mises à jour.

Il est également important de mentionner que le lancement d'un podcast autour des animaux a été effectué en 2022 sur les plateformes de streaming telles que Deezer, Spotify et Apple. On remarque ainsi que la communication de la fondation est en perpétuelle évolution et qu'elle s'élargit par le biais de l'utilisation de nouveaux supports.

LA FONDATION BRIGITTE BARDOT

La Fondation **Brigitte Bardot** créée en 1986 consacre l'essentiel de son activité à la protection des animaux, en gérant trois refuges et en versant des aides financières en France et à l'étranger. Par ailleurs, elle conduit et mène des actions juridiques contre la maltraitance animale, en parallèle, elle met en place des actions de sensibilisation. Elle regroupe au total près de 300 bénévoles qui œuvrent sur le terrain pour lutter tant contre la maltraitance animale que pour informer le grand public sur leurs combats.



Les cibles de la Fondation **Brigitte Bardot** sont principalement le public directement concerné par la cause, c'est-à-dire les propriétaires d'animaux à qui l'on transmet des éléments de prévention pour la lutte animale. Nous retrouvons aussi une cible secondaire qui englobe le côté financier avec les donateurs potentiels, les donateurs actuels, les partenaires publics et privés. Pour finir, en éléments secondaires nous retrouvons également une cible orientée dans la communication avec les médias et les élus.

Cette association possède un site internet qu'elle alimente au quotidien. Celui-ci regorge d'informations tout en étant bien structuré, le système d'onglets sur le côté de la page permettant aux individus d'avoir immédiatement accès aux pages les plus importantes.



qui renvoie directement à la page pour faire des dons mais également des liens vers tous les réseaux sociaux extérieurs. Le bandeau met en avant des images d'animaux choquantes pour interpeller le public. Il y a aussi dans la continuité de la page principale les faits d'actualités avec les dates qui sont des liens cliquables, et on retrouve aussi l'inscription à la newsletter de l'association.

On retrouve une présence massive de l'association sur les réseaux sociaux avec des publications journalières. La communauté établie semble assez forte avec 319 010 abonnés sur Facebook, 100 000 sur Instagram, 66 500 sur Twitter et 15 000 sur YouTube. Cependant, on peut observer un planning différent sur Twitter et YouTube (deux réseaux sociaux qui regroupent moins d'actifs), avec une

périodicité plus espacée dans le temps. La fondation adapte son contenu en fonction de la fréquence d'utilisation des réseaux sociaux, Facebook est plus utilisé en moyenne chez les 25-35 ans et 35-44 ans, alors que Twitter et Instagram sont plutôt consultés par les 18-24 ans durant la fin de journée. On constate également que logo n'apparaît pas sur toutes les publications, et que les couleurs ne sont pas toujours les mêmes car l'association communique sur des thèmes différents.

Cependant, la stratégie de communication qui vise à être présent sur une grosse quantité de réseaux sociaux ne permet pas d'établir une interaction régulière avec les internautes. En effet, on ne retrouve que très peu, voire aucune interaction aux travers de leurs réseaux sociaux.

Par ailleurs, sur les publications Instagram et Facebook nous ne retrouvons pas la présence du logo, ce sont uniquement des vidéos à caractère choquant qui ont pour but de partager les violences domestiques. En revanche, la présence récurrente de hashtags permet aux autres utilisateurs d'accéder au contenu qui mentionne les mot-clés. En l'occurrence, dans le cas de cette association nous retrouvons : #maltraitance #fondationbrigittebardot, #bienetreanimal #brigittebardot #conditionanimale #animalwelfare. Ces mots clés vont permettre dans un premier temps d'écrire le contenu et de rendre visibles les posts de l'association. De cette manière, l'association gagne une visibilité conséquente. Enfin, concernant la périodicité des publications, on retrouve du contenu chaque jour voire parfois, plusieurs fois par jour. On remarque aussi une certaine cohérence dans la structure des publications (image, hashtags, texte).

L'identité visuelle du site respecte une charte graphique clairement définie. En effet, les codes couleurs utilisés sont assez atypiques et facilement reconnaissables : on retrouve des dégradés de bleu, de marron et de violet. La couleur majoritairement utilisée est le bleu, faisant référence à la confiance, à la stabilité, au bien-être. En revanche, sur Facebook et Instagram on ne retrouve pas de code couleur spécifique, mais uniquement du texte. Aucun rappel des couleurs du site internet n'est fait, on est uniquement dans une volonté de créer un "effet choc" sur les utilisateurs. En somme, il n'y a pas réellement de cohérence visuelle entre le site et les réseaux sociaux de l'association.

Nous allons ici reprendre chacun des aspects qui nous paraissent intéressants à retravailler chez Les 4 pattounes.

Stratégie de contestation - éléments à reprendre dans la stratégie de communication de *Les 4 pattoues* :

UN AVENIR POUR EUX :

- Site internet agencé avec des rubriques claires, des textes synthétiques
- Site internet avec un footer qui permet de retrouver l'association sur tous les réseaux sociaux, et aussi de pouvoir prendre contact avec elle facilement
- Une identité visuelle qui reste la même sur tous les réseaux sociaux
- Sur Instagram, présence de *Stories à la une* répertoriées en différentes catégories

ATPA SPA TOULOUSE :

- Site internet intuitif, épuré et visuellement bien travaillé
- Les différentes cibles sont bien déterminées, on les distingue grâce aux différentes rubriques du site internet
- Système de galerie d'actualité (avec une fonctionnalité pour filtrer les types d'articles que l'on souhaite consulter)

ARKWILD :

- Instauration d'une cohérence entre les différents canaux de communication (réseaux sociaux, print, site internet, goodies, etc)
- Mise en avant du logo sur les différentes plateformes (site et réseaux sociaux)
- Arborescence élaborée de manière à ce que le site internet soit fluide et cohérent

LE CHAT LIBRE DE TOULOUSE :

- Instagram et Facebook animés régulièrement
- *Stories à la une* sur Instagram

30 MILLIONS D'AMIS :

- Site interactif et très dynamique : articles publiés fréquemment
- Présence d'un planning de communication bien défini sur les réseaux sociaux
- Charte graphique et identité visuelle du site internet marquantes

- Présence de flux RSS et forte utilisation de hashtags

FONDATION BRIGITTE BARDOT :

- Association très active sur les réseaux sociaux
- Site internet qualitatif, organisé et qui donne envie d'être exploré
- Identité visuelle bien ancrée
- Cohérence entre les différents réseaux sociaux, toujours la même charte graphique employée
- Présence d'un bandeau d'onglets sur le côté ce qui apporte un vent de nouveauté
- "La fondation en quelques chiffres" élément simple à mettre en place et qui donne quelques détails clés

SWOT

Forces

- Réseau solide (ont des contacts haut placés)
- Forte présence sur les réseaux sociaux et mise à jour régulière de ces derniers
- Un capital humain compétent et engagé qui constitue une source d'avantage concurrentiel et donne une forte crédibilité à l'association
- Les bénévoles participent activement au bon fonctionnement de l'association
- Une personne est en charge de la communication de l'association
- Se démarque des autres associations en proposant une e-formation

Faiblesses

- Un budget insuffisant pour les activités de communication ou marketing
- Manque de notoriété et d'interaction avec la communauté
- Manque de référencement et de clarté du site internet
- Grande difficulté pour atteindre la cible des policiers / gendarmes
- Manque de cohérence dans l'identité visuelle de l'association

SWOT

Opportunités

- L'innovation avec la création de nouvelles formes d'actions de communication
- Conclusion de nouveaux partenariats
- Possibilité d'investir de manière plus approfondie les réseaux sociaux

Menaces

- Contexte de l'inflation qui peut faire que les dons s'amincissent
- Présence de grosses structures offrant des services sur le même segment de marché
- Bruits parasites et le mauvais temps durant les événements extérieurs
- Une potentielle difficulté de renouvellement des bénévoles

DOSSIER DE CONCEPTION

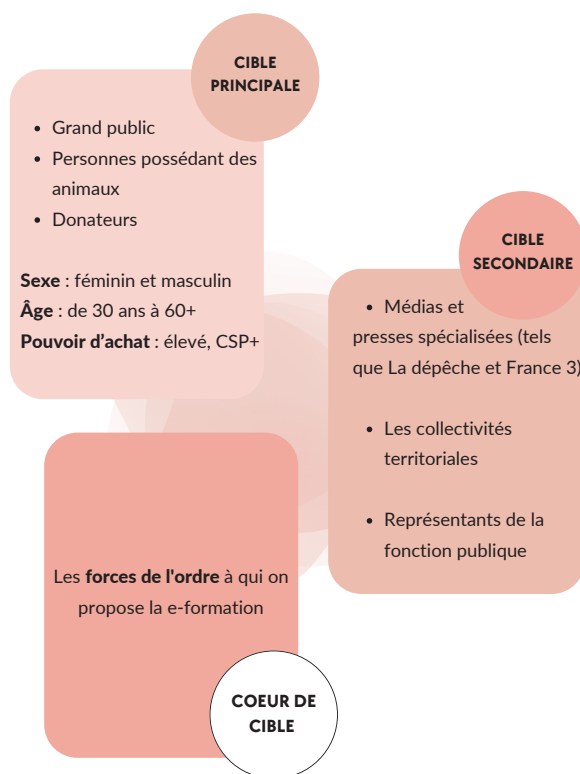
Après avoir effectué une analyse interne et externe de la communication de **Les 4 pattounes**, nous avons fait le choix de nous concentrer sur le site internet de l'association. En effet, celui-ci doit renvoyer l'image de l'association car il est en quelque sorte sa vitrine. De plus, il se doit également d'intégrer au mieux son utilisateur, et en l'état actuel, nous trouvons que les informations peuvent être mieux exploitées. Pour finir, le site étant hébergé par Wix, le référencement n'est pas optimal. Nous pouvons l'expliquer par le fait que Google ne reconnaît pas les plateformes de création de site internet telles que WIX. C'est pourquoi, lorsqu'un utilisateur recherche le site de l'association, il ne tombe pas forcément sur ce dernier de par son référencement. Afin de pallier ces problèmes, la refonte du site **Les 4 pattounes** sur Wordpress s'avère être la meilleure solution que nous ayons trouvée. Ainsi, nous allons mettre en place, au sein de ce dossier de conception, un cahier des charges du site internet. De ce fait, ce travail là correspondra à la démarche qui doit être suivie lors de la mise en oeuvre de la refonte du site internet.

I. OBJECTIFS DU SITE

L'objectif premier du site internet est bien évidemment de présenter l'association, ses missions et ses actions afin de mettre en avant les services qu'elle propose. Le but est en effet d'intégrer le visiteur du site au fonctionnement de l'association de manière à ce qu'il ait accès de manière rapide et efficace aux informations mises à disposition : e-formation, donation, signalement de maltraitance par le formulaire de contact etc.

Il ne faut cependant pas non plus négliger le fait que l'utilisateur du site doit être placé au centre de celui-ci, et pas seulement considéré comme le récepteur de l'information qui lui est donnée. De manière plus claire, il faut réellement oublier le "nous" et privilégier le "vous". L'idée est véritablement que l'utilisateur doit se sentir utile et indispensable au financement des différentes actions, que ce soit au niveau monétaire ou humain. Nous souhaitons donc, en retravaillant le site internet de **Les 4 pattounes**, mettre en avant cet aspect en retravaillant l'expérience utilisateur. Afin de renforcer ce point, nous pensons qu'il serait une bonne chose, comme vous allez le voir par la suite, de redéfinir les rubriques du site internet et de travailler sur la manière dont l'association s'adresse aux donateurs/bénévoles.

II. LES CIBLES



La cible principale correspondant à tous les acteurs potentiels ou existants de l'association, nous pouvons avancer que la cible principale du site internet est constituée dans sa grande majorité de toutes les personnes sensibles à la cause animale. On retrouve donc ici les personnes possédant des animaux, mais aussi les potentiels donateurs. De manière plus globale, le site s'adresse au grand public que l'association souhaite toucher et sensibiliser.

Le cœur de cible correspond quant à lui à un sous-ensemble de la cible principale. Dans le cas de **Les 4 pattoues**, il s'agit alors des forces de l'ordre que l'association veut atteindre dans le but de leur faire passer la e-formation.

Enfin, la cible secondaire est en quelque sorte une cible relais, elle englobe les personnes qui jouent un rôle important dans la décision des acteurs potentiels. On y retrouve alors les médias et presses spécialisées tels que la Dépêche, qui a d'ores et déjà publié des articles sur les missions de l'association, ou bien France 3. On prend également en compte dans cette catégorie de cibles les collectivités

territoriales et les représentants de la fonction publique qui donnent une certaine notoriété à l'association.

III. L'hébergement

Le site internet de l'association est actuellement hébergé sur le CMS (Content Management System) WIX. Nous encourageons fortement l'association à une migration vers le CMS Wordpress.

WORDPRESS :

L'utilisation de Wordpress va se distinguer de deux façons. Effectivement, il existe deux versions de Wordpress complètement différentes l'une de l'autre. On va retrouver wordpress.com et wordpress.org. L'utilisation d'une des deux versions va se justifier par ce que l'on souhaite faire, le degré de liberté qu'on cherche ainsi que le prix qu'on est capable de mettre dans un site internet.

WORDPRESS.COM :

Wordpress.com est une plateforme qui donne une solution clé en main, comme à l'image de Wix, elle va nous permettre de créer un site en quelques clics de souris. L'avantage est donc la facilité d'utilisation mais aussi le fait qu'il y ait la possibilité que ça soit entièrement gratuit.

En revanche, cette gratuité à plusieurs contreparties. Les problèmes sont que l'on va être très limité dans les possibilités d'actions, c'est-à-dire que les outils qui sont proposés ne nous permettent pas de pouvoir faire tout ce qui est possible et imaginable. Un autre problème sont les publicités qui peuvent apparaître sur le site, ainsi que les noms de domaines se terminant par la mention wordpress.com (les4pattounes-wordpress.com), etc... C'est donc pour cela que wordpress.com va proposer plusieurs versions payantes offrant diverses possibilités.

Les complications sont que les versions deviennent de plus en plus onéreuses en fonction du degré de liberté qu'on demande. De ce fait, plus on veut avoir une mainmise sur son site, plus le prix va être élevé.

WORDPRESS.ORG :

Wordpress.org est une solution auto hébergée, c'est-à-dire qu'il va falloir presque tout faire soi-même (mise en ligne, déplacements des fichiers, etc...). Il faut trouver un hébergeur externe et acheter son nom de domaine. En référence, OVH est l'hébergeur par excellence, puisqu'il permet d'acheter dans une même formule son hébergement et son nom de domaine.

L'avantage de Wordpress.org sont les possibilités illimitées que propose la plateforme opensource. C'est-à-dire que l'on va pouvoir utiliser n'importe quel thème, plugin, gratuit ou payant. Un plugin étant une extension qui permet d'ajouter des fonctionnalités à un site internet sans avoir besoin de toucher au code. Grâce à wordpress.org on a accès à l'intégralité des fichiers de notre site internet, de ce fait on peut même toucher directement au code du site.

Avec wordpress.org, on peut créer un site complètement unique car on a accès à absolument tout, et à tout ce que la communauté wordpress va proposer (extensions, plugins, etc...).

Du côté du référencement, il vaut mieux utiliser wordpress.org car on a accès à des outils gratuits, qui permettent d'améliorer le référencement comme YOAST SEO. Sur la version .com il va falloir inévitablement payer en plus pour avoir accès à ces fonctionnalités.

En résumé, Wordpress.com est plus simple à utiliser, mais va coûter plus cher et on va être limité dans les possibilités de création.

A contrario Wordpress.org va être beaucoup complexe dans la mise en place ainsi que dans l'entretien du site mais va permettre d'avoir un site réellement adapté aux besoins pour un plus petit coût. Si le contenu du site ne change pas très régulièrement et qu'on utilise wordpress.com cela revient à payer un abonnement pour rien.

Maintenant, nous allons voir la démarche à suivre pour mettre en place les deux solutions évoquées précédemment :

MISE EN PLACE D'UN SITE WORDPRESS.COM :

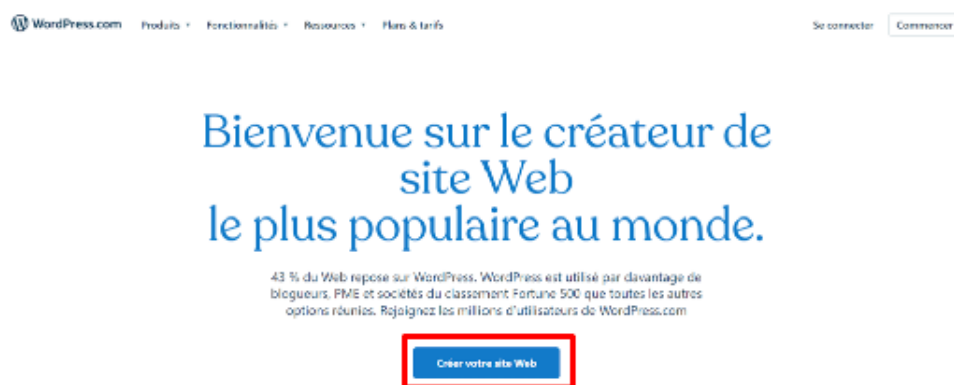
La démarche est extrêmement simple, n'importe quelle personne est capable de mettre en ligne un site très facilement avec Wordpress.com, cette solution va prendre simplement quelques minutes, jusqu'à la mise en ligne.

ÉTAPE 1 :

Se rendre sur le site wordpress.com à l'adresse suivante: <https://wordpress.com/fr/>

ÉTAPE 2 :

Commencer la procédure de création du site en cliquant sur le bouton "Créer votre site internet".



ÉTAPE 3 :

Connectez vous ou créez un compte à l'adresse mail que vous souhaitez.

ÉTAPE 4 :

Choisissez le nom de domaine qui vous correspond.

Ici une multitude de noms de domaine vous sont proposés. Les prix varient, ainsi que les extensions de domaine (.com .fr, etc.). Dans le cas de l'association **Les 4 pattounes**, la disponibilité du nom de domaine .com dans cet exemple n'est pas disponible car il existe déjà un nom de domaine prenant l'extension .com (Le site que vous utilisez actuellement).

Nous vous conseillons de choisir l'extension .fr qui signifie "France" et qui est destinée aux entreprises et organismes français. Quant à elle, la mention .com est destinée principalement aux sites commerciaux.

Choisissez un domaine.

Sélectionnez des mots-clés inspirés pour commencer.

<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4pattounes.fr Populaire <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4pattounes.blog <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4-pat-tounes.com Moins populaire <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4pattounes.us <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4pattounes.wordpress.com <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4pattounes.it <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4-pat-tounes.blog <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4-pat-tounes.us <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4-pat-tounes.news <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4-pat-tounes.news <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4pattounes.blog <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> les4pattounes.online <p style="font-size: 0.8em;">Gratuit la première année -€10/an</p> <p style="text-align: right; margin: 0;">Sélectionner</p> </div>

ÉTAPE 5 :

Une fois le nom de domaine sélectionné, il faut désormais choisir de démarrer soit gratuitement ou bien de choisir une formule payante.

Choisissez un plan.

Choisissez celui qui vous convient pour déverrouiller des fonctionnalités qui vous aideront à aller de l'avant. Ou bien démarrer avec un site gratuit

Manuel Annuel

<div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">Personnel</div> <div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.5em; color: #007bff;">€4</div> <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">par mois</div> <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">facturation annuelle de €48</div> <p style="text-align: center; font-size: 0.8em;">Vous économisez 56 % avec un paiement annuel.</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid #007bff; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;">Sélectionner</div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le domaine les4pattounes.fr est gratuit la première année. ✓ Le meilleur service d'hébergement au monde ✓ Suppression des publicités WordPress.com ✓ Accepter des paiements ✓ Assistance client illimitée par e-mail 	<div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">Populaire Premium</div> <div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.5em; color: #007bff;">€8</div> <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">par mois</div> <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">facturation annuelle de €96</div> <p style="text-align: center; font-size: 0.8em;">Vous économisez 56 % avec un paiement annuel.</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid #007bff; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;">Sélectionner</div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le domaine les4pattounes.fr est gratuit la première année. ✓ Le meilleur service d'hébergement au monde ✓ Suppression des publicités WordPress.com ✓ Accepter des paiements ✓ Assistance client illimitée par e-mail ✓ Assistance par live chat ✓ Revenus publicitaires ✓ Choix illimité de thèmes premium ✓ Intégration de Google Analytics 	<div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">Business</div> <div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.5em; color: #007bff;">€25</div> <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">par mois</div> <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">facturation annuelle de €300</div> <p style="text-align: center; font-size: 0.8em;">Vous économisez 38 % avec un paiement annuel.</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid #007bff; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;">Sélectionner</div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le domaine les4pattounes.fr est gratuit la première année. ✓ Le meilleur service d'hébergement au monde ✓ Suppression des publicités WordPress.com ✓ Accepter des paiements ✓ Assistance client illimitée par e-mail ✓ Assistance par live chat ✓ Revenus publicitaires ✓ Choix illimité de thèmes premium ✓ Intégration de Google Analytics ✓ Accès à plus de 50 000 extensions WordPress vous permettant d'ajouter des fonctionnalités à votre site ✓ Outils approfondis d'optimisation des moteurs de recherche (SEO) ✓ Sauvegardes automatiques du site et rétablissement en un clic ✓ Accès SFTP, SSH, WP-CLI et aux bases de données 	<div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">eCommerce</div> <div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.5em; color: #007bff;">€45</div> <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">par mois</div> <div style="text-align: center; font-size: 0.8em;">facturation annuelle de €540</div> <p style="text-align: center; font-size: 0.8em;">Vous économisez 36 % avec un paiement annuel.</p> <div style="text-align: center; border: 1px solid #007bff; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;">Sélectionner</div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le domaine les4pattounes.fr est gratuit la première année. ✓ Le meilleur service d'hébergement au monde ✓ Suppression des publicités WordPress.com ✓ Accepter des paiements ✓ Assistance client illimitée par e-mail ✓ Assistance par live chat ✓ Revenus publicitaires ✓ Choix illimité de thèmes premium ✓ Intégration de Google Analytics ✓ Accès à plus de 50 000 extensions WordPress vous permettant d'ajouter des fonctionnalités à votre site ✓ Outils approfondis d'optimisation des moteurs de recherche (SEO) ✓ Sauvegardes automatiques du site et rétablissement en un clic ✓ Accès SFTP, SSH, WP-CLI et aux bases de données ✓ Paiements acceptés dans plus de 60 pays ✓ Intégration aux principaux transporteurs ✓ Options de design premium personnalisées pour les boutiques en ligne
--	--	---	---

Ici dans le cadre en rouge on voit bien que les extensions Wordpress sont disponibles qu'à partir de la troisième formule à 25€/mois alors que ces dernières sont complètement gratuites et libres d'accès dans la version de wordpress.org.

Dans le cadre violet on remarque que Google Analytics est disponible dès l'achat de la deuxième formule "premium", une fonctionnalité intéressante qui va permettre d'analyser l'activité de votre site internet pour mieux comprendre qui vient visiter votre site.

Nous vous conseillons de choisir la version "Business" uniquement si vous avez l'intention d'utiliser les fonctionnalités d'extension, sinon la version "premium" conviendra plus à votre usage. La version "personnelle" n'est pas très intéressante, elle ne permet pas d'accéder aux différents thèmes des sites disponible sur wordpress, il convient plus de passer directement sur la version "premium". A noter que vous pouvez toujours commencer gratuitement l'hébergement de votre site en cliquant sur "démarez avec un site gratuit" (cadre orange).

Le coût total du nom de domaine "les4pattounes.fr" plus une offre "premium" reviendra à 111€/an. Ce prix est à notre sens beaucoup trop élevé pour les services proposés. Si on souhaite plus de libertés il faut directement passer sur une offre "business" et cette fois-ci le coût total reviendra à 315€/an. C'est pourquoi nous vous proposons la mise en place de wordpress.org permettant d'avoir accès à l'ensemble des services pour un prix bien moindre. (plus loin dans le dossier)

ÉTAPE 6 :

Il suffit de répondre simplement aux questions posées par wordpress (vos objectifs, sur quoi porte votre site).

Quels sont vos objectifs ?
Cela nous aidera à vous recommander le meilleur plan à votre site Web.

3642207962-617807961 CUI 13206J88T

Rediger un journal

Vérifier un blog

Publier des pages ou des articles d'une entreprise

Gérer les réseaux sociaux de votre entreprise

Autre...

Continuer

Sur quoi porte votre site Web ?

SPONSORIA 0230916898PT4H9LJ-V0L3N3P3D

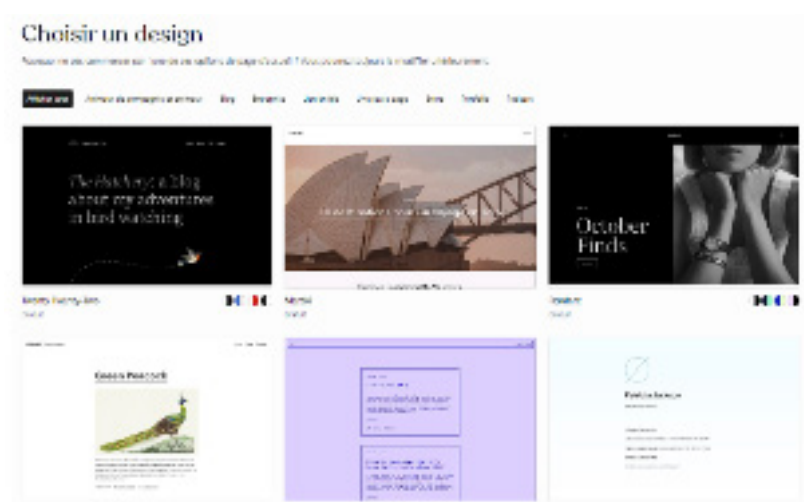
Sélectionnez une catégorie

Ajouter de nouveaux thèmes

Continuer

ÉTAPE 7 :

Choisissez le thème qui convient. Un thème dans Wordpress, c'est un ensemble de fichiers modèles aussi appelé templates et de feuilles de style utilisés pour définir l'apparence et la présentation du contenu d'un site.

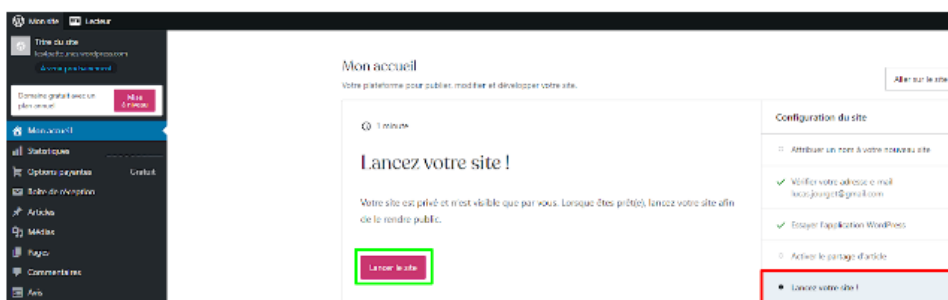


Il faut aussi retenir que l'accès à l'intégralité des thèmes wordpress qu'ils soient gratuit ou payant est possible qu'à partir de la formule "premium" à 8€/mois. La version gratuite est personnelle et donne accès seulement à quelques thèmes simples.

Vous pouvez toujours ignorer de choisir un thème wordpress et commencer la création de votre site sur une page vierge.

ÉTAPE 8 :

Après le choix ou non d'un thème, on va se retrouver sur le tableau de bord du site internet. Vous pouvez à partir de cette interface, créer, modifier le site comme vous le souhaitez et le pouvez (en fonction de l'offre que vous avez choisies).



Une fois le site prêt à être diffusé en ligne, il suffit simplement de se rendre sur l'accueil, cliquer sur "lancez votre site" (cadre rouge) puis "lancer site" (cadre vert).

Votre site est désormais disponible aux yeux de tous à l'adresse que vous avez choisis dans l'étape 5.

MISE EN PLACE D'UN SITE WORDPRESS.ORG :

Maintenant nous allons voir comment mettre en place la version de wordpress.org que nous vous conseillons.

Cette solution comme évoqué précédemment demande plus de temps et de compétences, c'est pourquoi nous avons choisis de créer des vidéos type "tuto", pour que vous compreniez au mieux comment mettre en place votre site internet.

ÉTAPE 1 :

La première étape va être la mise en local du site internet (installation du site sur votre ordinateur).

La mise en local d'un site internet est une étape indispensable pendant la création d'un site internet, elle précède la mise en ligne. Un site internet en local simule parfaitement les conditions réelles d'un serveur d'hébergement web, vous pouvez tester, casser, ajouter du code, contenu sans que toutes ces modifications soient visibles en ligne. Vous pouvez par exemple créer votre site localement tout en gardant votre site WIX actif le temps de la conception, puis une fois le site achevé vous pouvez passer le site local en ligne et clôturer votre ancien site WIX.

Voici le tutoriel vous permettant d'installer Wordpress en local :

<https://youtu.be/hOs6pOgEXH0>

Une fois ce tutoriel achevé, vous pouvez dès maintenant commencer à créer votre nouveau site internet. Voici des liens utiles vous permettant de mieux appréhender le fonctionnement de Wordpress.

Premiers pas avec Wordpress :

https://codex.wordpress.org/fr:Premiers_pas_avec_WordPress

ÉTAPE 2 :

Désormais pour aller plus loin, il va falloir vous munir d'un nom de domaine ainsi que d'une formule d'hébergement web, nous vous préconisons OVH qui est

le leader dans son secteur et qui propose des prix très raisonnables.

Pour un nom de domaine comme "les4pattounes.fr" le prix à payer sera de 7€/an (gratuit la première année).

les4pattounes.fr BLACK FRIDAY puis 6,99 €/an
• Disponible 1,99 €
~~4,99 €~~

(ne pas prendre en compte les mentions "black friday")

A savoir tout de même que vous pouvez aussi simplement garder votre nom de domaine existant en faisant directement un transfert sur OVH. Le nom de domaine "les4pattounes.com" coute un peu plus cher que le nom de domaine se terminant par l'extension .fr, il vous reviendra à 11,79€/an

les4pattounes.com Transfert Ce nom de domaine est déjà réservé. Est-ce le vôtre ? 10,99 € **8,49 €**
• Indisponible Transférez-le à l'étape suivante ! puis 11,79 €/an

Maintenant que vous avez choisis un nom de domaine nous allons choisir une offre d'hébergement OVH. Voici

(ne pas prendre en compte les mentions "black friday")

Four hosting plans are shown, each with a 'BLACK FRIDAY' tag:

- Hébergement Kimsufi**: 1,59 € HT/mois (soit 1,91 € TTC/mois). 1 nom de domaine offert*, 1 Go d'espace disque, 2 adresses e-mail.
- Hébergement Perso**: 1,97 € HT/mois (soit 2,37 € TTC/mois). 1 nom de domaine offert*, 100 Go d'espace disque, 10 adresses e-mail, CMS en 1-clc.
- Hébergement Pro**: 3,95 € HT/mois (soit 4,74 € TTC/mois). 1 nom de domaine offert*, 250 Go d'espace disque, 100 adresses e-mail, CMS en 1-clc.
- Hébergement Performance**: 5,50 € HT/mois (soit 6,60 € TTC/mois). Ressources garanties, 1 nom de domaine offert*, CDN, SSL, Serveur S3S Privé.

Ici les formules qui vont nous intéresser sont la formule d'hébergement "perso" ainsi que celle de l'hébergement "pro".

L'hébergement perso hors promo à 39,48€/an permet 100Go d'espace stockage, c'est à dire que votre site pourra contenir plus de 100Go d'informations, ce qui est amplement suffisant. Vous pourrez également posséder 10 adresses mails professionnelles se terminant par votre nom de domaine.

En ce qui concerne l'hébergement "pro", sa dénomination est surtout marke-

ting, elle permet simplement d'augmenter les capacités du site et de passer de 100Go à 250Go et de pouvoir posséder bien plus d'adresses mails.

Dans le cas de l'association un abonnement hébergement "perso" suffirait pour l'utilisation que vous avez du site internet. Si jamais vous prenez l'abonnement "perso" et que vous vous sentez limité, vous pouvez toujours si besoin évoluer et passer à l'offre supérieure à tout moment.

L'achat du nom de domaine "les4pattounes.fr" ainsi qu'une formule d'hébergement "perso" vous reviendra (hors promotions et sur les prix actuels) à 46,48€ euros par an. Un prix bien moins onéreux que sur la version .com de wordpress.

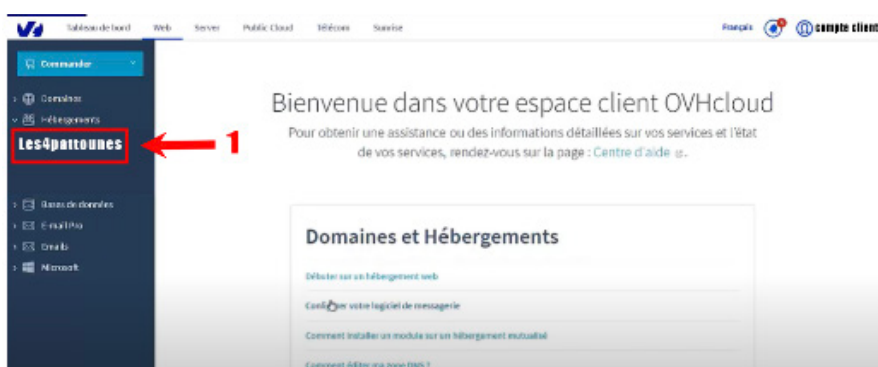
ÉTAPE 3 :

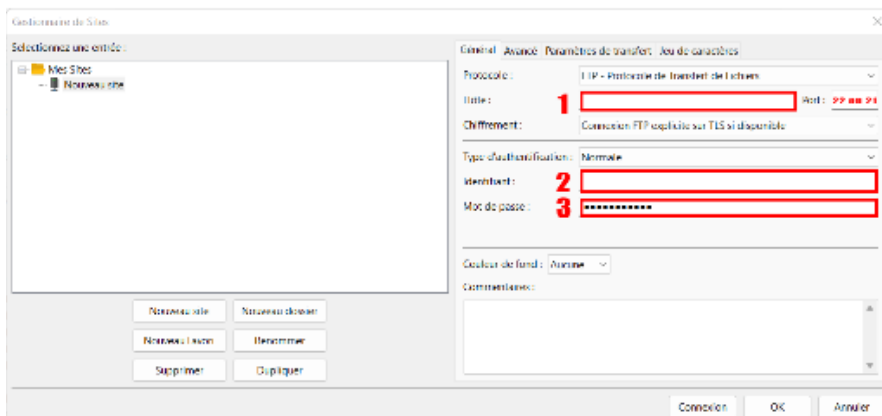
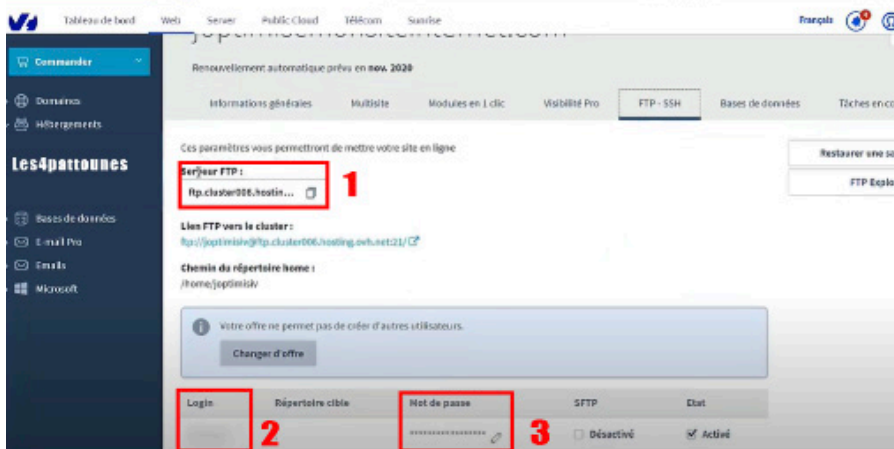
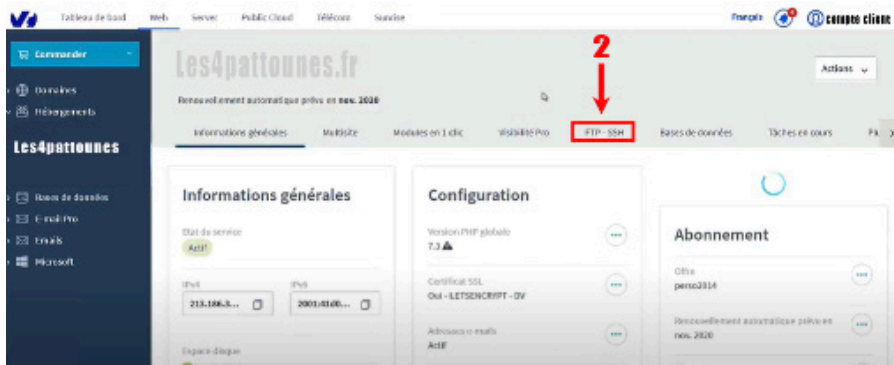
Maintenant que vous avez votre nom de domaine, une formule d'hébergement ainsi qu'un site abouti, vous allez pouvoir mettre en ligne votre site internet.

Voici le tutoriel permettant de migrer son Wordpress local en ligne :

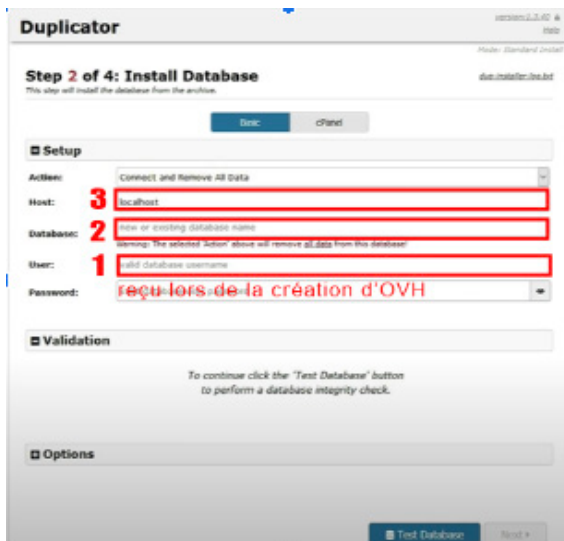
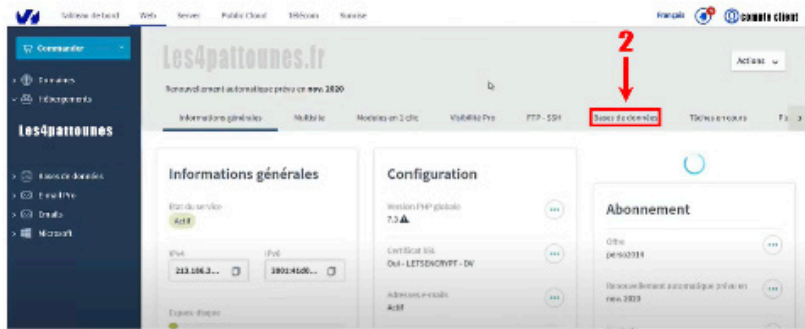
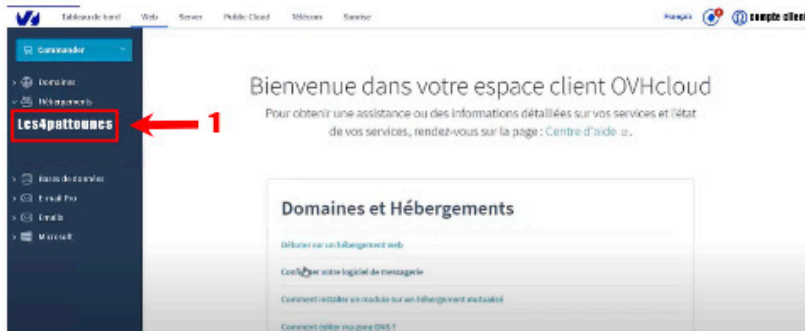
<https://youtu.be/THBYZquCzGA>

Informations sur OVH pour se connecter au client FTP filezilla (pour tuto à 4 minutes 3):





Informations sur OVH pour se connecter à la base de donnée (tuto à 7 minutes 3):



Installer son site avec le module en 1 clic d'OVH :

L'hébergeur OVH dont nous avons parlé précédemment vient récemment de développer une nouvelle fonctionnalité permettant d'installer son site très facilement.

Effectivement OVH permet maintenant d'installer en 1 clic son site internet sur plusieurs CMS (système de gestion de contenu) très connu comme Wordpress, Joomla, etc...

Cette fonctionnalité permet donc d'installer très facilement un site sans avoir besoin de compétences techniques précises.

Pour se faire il suffit simplement d'adhérer à une des formules d'OVH précédemment évoquées. Dès lors que vous avez votre nom de domaine ainsi qu'une offre d'hébergement vous avez accès à l'installation de Wordpress en "1 clic". OVH a dédié toute une page web expliquant parfaitement le fonctionnement:

<https://docs.ovh.com/fr/hosting/modules-en-1-clic/>

Si vous utilisez le module en 1 clic d'OVH vous installerez la version .org de Wordpress. Vous aurez donc accès à toutes les fonctionnalités que vous souhaitez pour un petit coût. Un bon compromis entre liberté et facilité d'installation. Cependant il s'avère qu'après quelques recherches sur internet, des utilisateurs se plaignent de certains problèmes dû à la fonctionnalité. Effectivement le module en 1 clic d'OVH est assez récent (un peu moins d'un an), certains problèmes font surface pour une minorité et la marque travaille continuellement à améliorer son service et à régler les problèmes. Le service proposé n'en reste pas moins très fiable pour la plupart des utilisateurs qui l'utilisent.

Nous vous recommandons donc cette solution si vous souhaitez installer un site Wordpress facilement, sur un hébergeur leader dans son domaine avec un budget abordable.

Migrer un site WIX vers Wordpress ?

Il n'existe malheureusement pas moyen de transférer l'intégralité d'un site internet soi-même (structure, image, etc...), il est seulement possible de transférer des articles à l'aide d'un flux RSS. Si la migration du site avait été possible, nous vous aurions déconseillé fortement de migrer l'entièreté de votre site internet WIX vers Wordpress, car nous pensons qu'il vaut mieux repartir d'une nouvelle base, plus solide et mieux construite. Cependant il serait intéressant de reprendre certains contenus textuels, visuels et de les réutiliser sur un nouveau site.

Vous pouvez tout de même faire appel à des services professionnels spécialisés dans la migration de sites webs comme “CMStoCMS” ou encore “Wordhed” (nous ne vous garantissons pas la qualité des services).
L'appel de freelance est aussi une solution pour effectuer la migration du site.

IV. Référencement

Aujourd'hui, lorsque nous faisons une recherche sur internet pour trouver votre site internet Les 4 Pattounes, ce dernier n'apparaît pas en haut de la page. C'est un réel problème pour les utilisateurs qui souhaitent retrouver votre site ou bien pour ceux qui recherchent une association qui concerne les animaux sur Toulouse. Le référencement naturel (SEO, Search Engine Optimization) est toujours en 2022 la principale source de trafic de tout site internet.

Nous nous intéresserons alors au référencement gratuit (SEO) car vous n'avez pas besoin de payer pour être bien positionné. Dans un premier temps nous allons vous expliquer ce qu'est le SEO, son importance et enfin comment réussir son référencement naturel.

Le SEO c'est quoi ?

Le SEO a pour objectif d'optimiser un site internet dans le but d'améliorer le positionnement dans les pages de résultats Google, Baidu, Ecosia, Bing...L'optimisation du SEO repose trois piliers : optimisation technique du site (balise META, Hn), optimisation sémantique (contenu) et netlinking. Nous allons revenir sur ces trois fondamentaux pour un bon référencement dans ce guide.

Que pouvez-vous en tirer ?

Le SEO va vous permettre de développer et d'accroître votre visibilité sur le web mais il possède de nombreux autres avantages :

- avoir de nouvelles visites
- arriver dans les premiers résultats google
- augmenter votre trafic SEO

Le SEO repose sur quatre piliers :

La balise META description, la balise HN et l'optimisation sémantique.

La balise META description

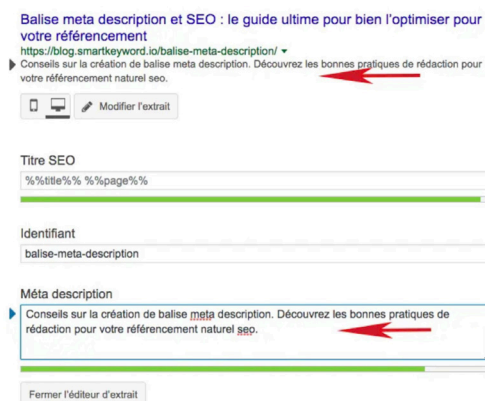
Une balise META description permet d'ajouter une description d'une page indexée (page enregistrée dans les bases de données du moteur de recherche) dans lequel on peut y insérer des mots clés. Cela permet d'informer les moteurs de recherche ainsi que les internautes du contenu de la page.



La balise META description ne va pas agir directement sur le référencement mais elle est indispensable car c'est elle qui agit le plus sur le pourcentage de clics.

Dans cette balise vous allez intégrer les mots clés principaux (ex : Toulouse, association, animaux, e-formation) pour laquelle votre page est optimisée, cela montrera que votre page répond parfaitement à la demande de l'utilisateur. Aussi, il est important de ne pas dépasser 230 caractères pour la description sinon elle risque d'être coupée par Google. De plus, il faut rendre cette méta description pertinente et attractive pour l'utilisateur afin qu'il clic sur votre site.

Pour mettre en place la balise META description sur Wordpress, il vous suffit de la modifier dans l'interface graphique, comme vous pouvez le voir ci-dessous :



Les balises HN

Les balises “hn” (heading tags) servent à structurer les différents titres en ordre hiérarchique, de h1 à h6, tout en y incluant les mots clés. Le placement des balises sur votre page doit alors être stratégique.

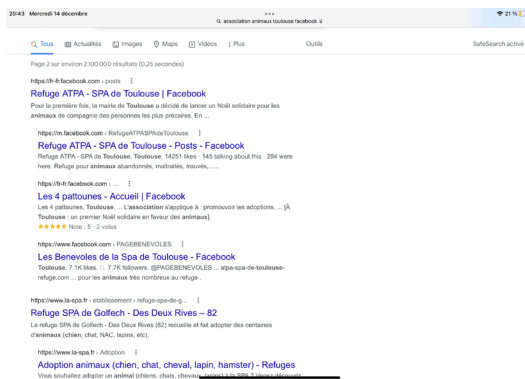
Avec cet exemple ci-dessus, nous pouvons voir clairement que la balise h2 correspond au titre de la section et la balise h3 au sous-titre.

Ces balises permettent de structurer le contenu des pages et des articles pour les internautes. Aussi, elles améliorent la compréhension du contenu au moteur de recherche, il peut ainsi définir de quoi parle les différents paragraphes.

Optimisation sémantique

L'optimisation sémantique, c'est l'optimisation des mots et expressions contenus dans un article afin de fournir des résultats plus pertinents. L'utilisation du champ lexical est devenue essentielle ces dernières années pour le SEO. L'optimisation sémantique est, par définition, les techniques de stratégie éditoriale d'amélioration des contenus. Cette technique repose sur la cooccurrence pour fournir un contenu riche et diversifié aux moteurs de recherche et ainsi vous placer au sommet des moteurs de recherche.

La première étape à faire est la recherche des mots clés, vous devez trouver le mot clé principal et des mots clés secondaires pour enrichir votre page. Afin de vous aider à trouver vos mots clés, aidez-vous des synonymes ou bien des “recherches associées” que l'on peut trouver en bas de page après avoir effectué une recherche dans Google. Les “recherches associées”, représentent les termes de recherche les plus populaires et similaires à la requête principale tapée.



Pour trouver vos mots clés, Google dispose de son propre outil de suggestion de

Titre h1 Très important

Titre h2 moins important que h1

Titre h3 moins important que h2

Titre h4 moins important que h3

Titre h5 moins important que h4

Titre h6 moins important que h5

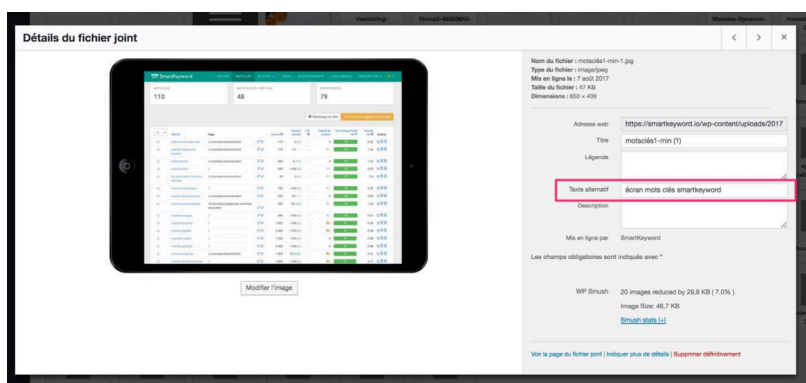
Les dernières tendances baskets rien que pour vous mesdames !

AVEC UNE ROBE CHIC OU EN JEAN, LES BASKETS SE PORTENT AVEC N'IMPORTE QUELLE TENUE !

Confortables, légères, stylées ! On ne veut jamais quitter ses baskets préférées ! Mais attention : les sneakers restent au départ des chaussures de sport, pas forcément les meilleures alliées de la féminité. On s'inspire donc des nouvelles tendances et on fait les bonnes associations pour une silhouette parfaite ! La **basket blanche** reste l'indétrônable reine des sneakers. Sobre, elle se marie avec toutes les tenues. Pour ne pas se tromper, on opte pour les modèles plus délicats des griffes de mode féminine. Ou bien on choisit plutôt des baskets pastel, qui adoucissent même les modèles les plus sportifs.

mots-clés : Google Keyword Planner. Il existe aussi Keywordtool qui a une version gratuite dans laquelle il vous fournira des mots-clés adaptés à votre support (google, youtube, amazon, bing), et la cible (pays, région, langue).

Après avoir trouvé vos mots-clés, il faut les mettre en valeur sur votre site web. Il est indispensable de placer votre mot clé principal dans le titre de votre article (h1) et placer les mots clés secondaires dans les intertitres (h2,h3...). De plus, il est capital de donner un titre aux images que vous allez intégrer sur le site et de remplir la balise alt qui permet d'indiquer à quoi correspond une image, comme vous pouvez le voir ci-dessous via un exemple sur l'interface Wordpress.



Attention, il ne faut pas abuser des mots-clés car ils peuvent pénaliser votre contenu. Un bourrage de mots clés peut être détecté par Google et vous faire chuter dans le classement.

La densité idéale des mots clés est de 1 à 2% environ, cela veut dire que le mot clé apparaît une à deux fois par 100 mots. Par exemple pour la page d'accueil de votre site, ciblez trois ou quatre mots clés. Si vous souhaitez mesurer les mots clés sur les différentes pages de votre site, vous pouvez vous rendre sur outils-seo qui calcule la densité des mots clés.

Netlinking

Le netlinking est l'une des composantes d'une stratégie SEO. Cela consiste à augmenter le nombre de backlinks (un lien hypertexte à l'intérieur d'un contenu pointant vers un autre site) pour améliorer sa popularité et donc le positionnement de la page visée.

Insérer un backlinks dans un contenu est une manière de recommander un autre contenu, une autre page web. Le lien que vous allez introduire doit apparaître logique et naturel et ne doit pas en contenir de manière excessive. Aussi, il faut

insérer un lien qui se situe dans une page relatant le même sujet que le vôtre. De plus, introduire un lien provenant d'un site de confiance sera naturellement mieux référencé.

V. Arborescence

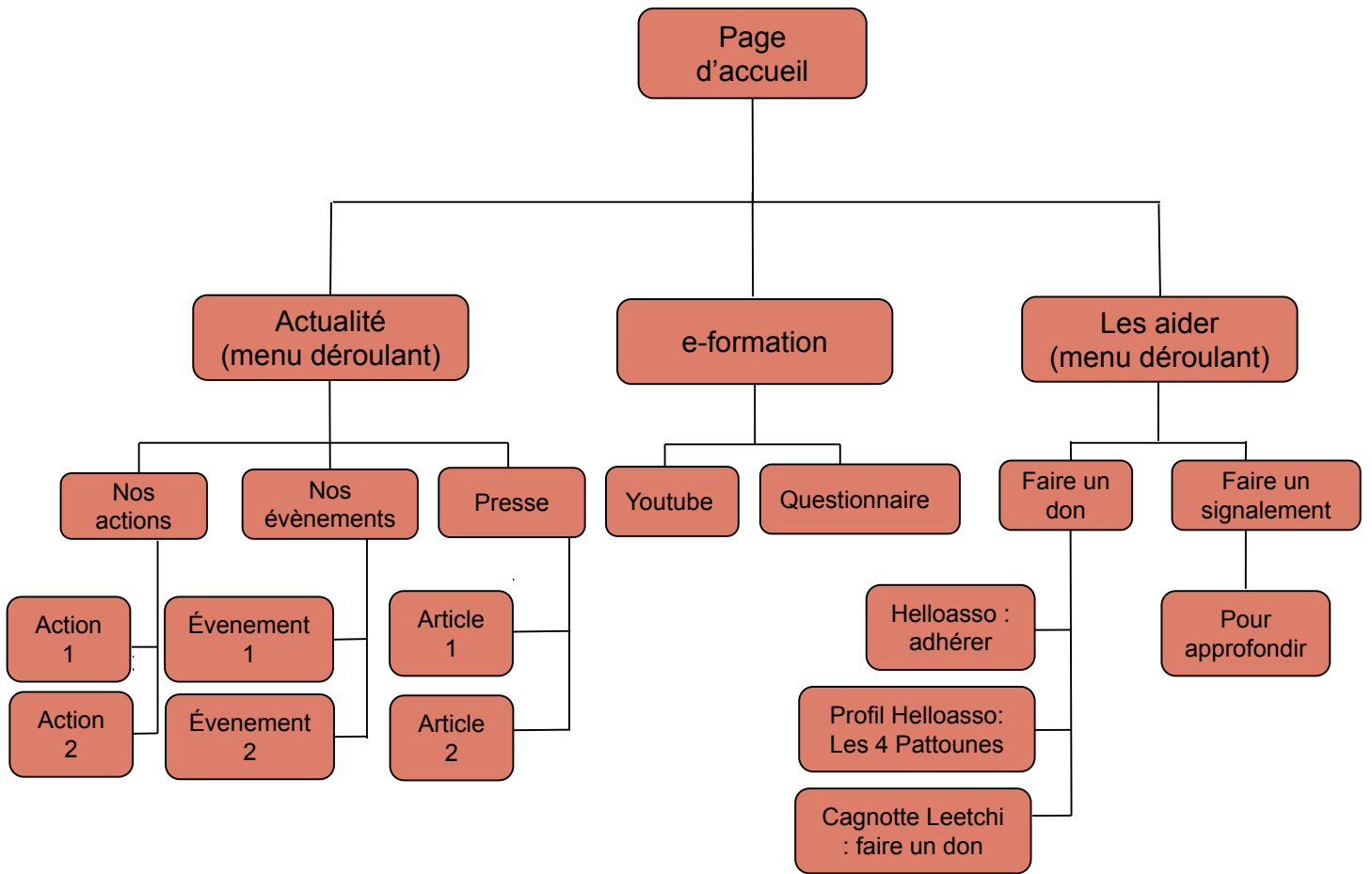
Nous allons ici voir comment il est possible de réorganiser le contenu du site de **Les 4 pattounes** de manière optimale et fluide.

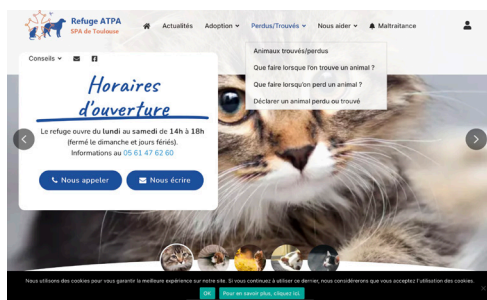
Comme vous pouvez l'observer dans l'arborescence ci-contre, nous avons fait le choix de regrouper les rubriques "L'association" et "Nos missions" du site actuel sur la page d'accueil. De cette manière, les missions et les objectifs de l'association sont les premiers éléments à apparaître aux yeux des internautes. Il faut un message clair dès l'ouverture du site. De plus, cela réduit le nombre de rubriques dans l'entête et allège donc le processus de navigation, rendant davantage intuitif le site internet.

Ensuite, nous avons trouvé efficace de regrouper le contenu du paragraphe "Actualité" de la page d'accueil et de la rubrique "Ils parlent de nous" en une seule rubrique se nommant "Actualité".

Nous avons fait le choix de faire trois rubriques, "Actualité", "E-formation" et "Les aider". Les rubriques "Actualité" et "Les aider" sont sous forme de menu déroulant, c'est-à-dire que lorsque vous passez la souris sur ces rubriques, une liste d'options vous sera proposée. En d'autre terme, les deux rubriques ne sont pas des liens cliquables et il n'y aura pas de page "Actualité" et "Les aider" mais juste un menu déroulant. Lorsque le menu déroulant s'affiche, les utilisateurs peuvent cliquer sur l'une des options. Pour la rubrique "Actualité" nous avons regroupé "Nos actions", "Événements" et pour la rubrique "Les aider", "Presse" et "Faire un don". Ces listes d'options sont cliquables et vous amèneront sur une nouvelle page.

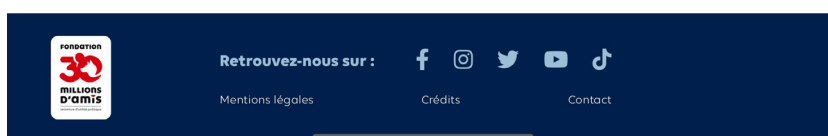
Le choix du menu déroulant va permettre d'éviter d'avoir un site surchargé et encombré d'informations. Cette volonté de faire un menu déroulant est venue lorsque nous avons analysé le site **ATPA SPA Toulouse** pour le benchmark. En effet, ils ont fait le choix de faire des menus déroulant ce qui rend le site épuré et clair.





Exemple d'un menu déroulant sur le site "ATPA SPA Toulouse"

Concernant les réseaux sociaux, de nombreuses associations comme **30 millions d'amis** ou bien **Un avenir pour eux**, que nous avons analysées, ont fait le choix de placer les réseaux sociaux dans le footer de la page (le pied de page). Aujourd'hui, les internautes prennent l'habitude d'aller en bas de page pour retrouver les informations dites "corporate". De plus, le fait de placer les émoticônes des réseaux sociaux en bas de page permet d'avoir un site ordonné et épuré. Ce sont pour ces différentes raisons que les liens vers vos réseaux sociaux (Instagram, Facebook et Youtube) seront placés en bas de la page.



Exemple du footer de 30 millions d'amis

Enfin, nous avons décidé d'ajouter un bouton "sticky" qui sera visible sur toutes les pages du site hormis la page faire un don et les pages d'articles parce qu'il y a une section dédiée pour faire un don. Cette fonctionnalité permet d'avoir un bouton qui est toujours visible même lorsque l'utilisateur fait défiler une page web. Il sera nommé "Je donne" et permettra à l'utilisateur d'accéder directement à la page "Faire un don". Dans un souci de visibilité et de compréhension, nous n'avons pas fait apparaître le bouton dans le schéma de l'arborescence.

VI. Contenu du site

Le wireframe (maquette fonctionnelle) que nous développons, à l'écrit, ci-dessous est un schéma d'une des manières de conceptualiser le site internet de l'association. Il retranscrit nos explications et aide à visualiser l'agencement des pages, l'architecture de l'information et les fonctionnalités essentielles.

6.1. Contenu récurrent : le header et le footer

Header : Le header est constamment présent sur les différentes pages du site, tout comme le footer. Ces termes désignent la bannière en haut de page (header) ainsi que le bandeau tout en bas du site (footer).

Dans le header, on retrouve plusieurs contenus introductifs ou bien des contenus qui vont aider l'utilisateur dans sa navigation, comme :

- le logo de l'association/marque/entreprise,
- les différentes rubriques du site

À savoir que le header est ce que l'utilisateur va voir en premier. Il est très important de bien le constituer et doit faire apparaître l'identité de l'association. Il est souvent intéressant de faire en sorte qu'il reste fixe, même quand la page sur laquelle on se trouve défile.

Footer : Dans le footer, on retrouve toutes les informations pratiques du site web. Ainsi, on peut y insérer :

- des informations relatives à l'auteur de la section ou bien du site,
- mentionner les pages les plus importantes du site pour guider les moteurs de recherche,
- des données relatives aux droits d'auteur,
- des liens en relation avec des articles similaires avec le contenu de la page actuelle,
- les mentions légales du site internet,
- les liens directs vers les réseaux sociaux,
- des informations de contact (tel, adresse postale, adresse mail),
- logo + nom de l'association,
- conditions générales de vente.

Le header du site web sera donc constitué des différents éléments que nous avons cités ci-dessus. Pour commencer, il est important de mettre votre logo et le nom de votre association en avant. Pour ce faire, le logo ainsi que le nom de l'association doivent se trouver en haut à gauche du site internet au niveau du header. L'association **Arkwild** que nous avons analysée a également opté pour la même configuration, ce qui permet d'aider les visiteurs à identifier le site web qu'ils visitent s'ils naviguent rapidement. Le header comprendra alors, le logo et le nom de l'association et les trois rubriques : "Actualité", "E-formation" et "Les aider".

La fin de la page se termine avec le footer. Dans le footer vous trouverez votre logo placé à gauche, ainsi que l'arborescence du site, c'est-à-dire les différentes

rubriques de la page qui seront sous forme de liens cliquables pour accéder directement aux pages du site dès le footer. Enfin, vous trouverez à droite, en dessous de l'arborescence du site, les liens vers vos différents réseaux sociaux (youtube, facebook et instagram) qui seront représentés par les logos de ces applications.

6.2. Contenu de chaque rubrique :

La rubrique "Accueil":

La page d'accueil est une des pages les plus importantes d'un site internet car c'est le premier lieu de passage des internautes d'une page web. Par conséquent, dans cette page vous retrouverez les principaux éléments de présentation de **Les 4 pattounes**. L'objectif est de faire une première page épurée et qui mette en avant ce que l'association combat.

Cette page contiendra alors de nombreuses informations telles que la présentation de l'association, de ses missions et de la e-formation. De plus, elle contiendra différents titres, le slogan, des images. Enfin, vous retrouverez les différentes rubriques dans le header et les réseaux sociaux dans le footer. Les couleurs utilisées pour la page d'accueil seront le blanc pour l'arrière plan et la couleur E4725E de la charte graphique puis le noir sera utilisé pour les différents titres.

Section 1

En dessous du header, une image HD d'un chien ou d'un chat sera à l'honneur pour une expérience visuelle unique et interactive. L'ajout d'une image d'un animal permettra à l'internaute de tout de suite comprendre le thème du site. Pour trouver une image HD, vous pouvez vous rendre sur des sites de photographie libres de droits ou bien prendre vous même la photo avec un appareil photo de qualité. Sur cette image vous ajouterez votre slogan "Aidons-les ! Aujourd'hui et demain", sans que le slogan encombre l'image. Le site internet de **30 millions d'amis** dispose d'une page d'accueil avec une photo impressionnante d'un chien qui regarde dans les yeux le visiteur, sur laquelle on peut retrouver également le slogan de l'association. Pour revenir à votre site, en dessous de votre slogan, l'ajout d'une phrase telle que "Vous pouvez les aider", permettra à l'internaute de se sentir concerné et ainsi inciter les appels aux dons.

Section 2

En dessous de cette photo, on trouvera le titre (H1) "A propos de l'associa-

tion", titre qui sera centré, suivi d'un court texte qui présentera **Les 4 pattoues**. Dans la continuité de cette première page, on trouvera un autre titre (H2) "Nos missions". Pour présenter vos missions vous pouvez garder le graphisme et le tableau que vous avez fait sur votre site actuel car il est très visuel et clair.

Section 3

Un élément qui peut être intéressant à ajouter, est une petite section avec pour intitulé "L'association en quelques chiffres" (H2), c'est un élément interactif qui donne quelques informations clés pour l'internaute. On retrouve ceci chez la fondation **Brigitte Bardot** par exemple, sous formes de bandeaux avec des émoticônes et des informations percutantes comme par exemple le nombre d'animaux sauvés, l'ancienneté de la fondation ou bien encore, le nombre d'enquêtes juridiques.

Section 4

Enfin, la dernière partie de la page d'accueil sera consacrée à la e-formation. La section aura pour titre "Découvrez notre e-formation" (H2), le titre sera placé à gauche de la page. Un texte présentera la e-formation en dessous du titre. A droite du texte, on trouvera une photo de Céline en tenue de travail que l'on peut trouver sur le site actuel. L'ajout de cette photo va permettre à l'internaute de comprendre que la e-formation est destinée aux forces de l'ordre. L'arrière-plan de cette section sera la couleur E4725E de la charte graphique.

Section 5

La page d'accueil contiendra un bouton "sticky" au pied du site. Ce système qui émerge de plus en plus sur le web, permet de faire glisser ce bouton en même temps que le visiteur défile le contenu de l'écran, afin de le garder toujours visible. Il permettra à l'utilisateur de faire un don facilement sans faire trop de clic sur le site. Le bouton sera au pied du site en bas à droite, notifié du texte : "Je donne". Dès lors qu'un utilisateur cliquera sur ce bouton, la page "Faire un don" s'ouvrira automatiquement. Aussi, ce système sera visible sur toutes les pages du site, à l'exception des pages pour faire un don et les pages qui concernent les articles. Cette idée est apparue lors de l'analyse de la page **SPA Toulouse**, qui dispose de ce bouton et qu'on remarque très rapidement sur la page.

Le menu déroulant "Actualité" :

Il contiendra 3 sous-catégories, les événements à venir (collecte de nourriture, de matériels, adoption...), toutes les actions réalisées par l'association (dans les écoles, pour les animaux etc..) et une catégorie presse dans laquelle seront publiés tous les articles qui parlent de **Les 4 pattounes**. Les trois sous-catégories délimitées sont donc "Événements", "Nos actions" et "Presse". En séparant ces trois types d'actualités, le visiteur du site internet ne sera pas noyé dans la masse d'informations et de dates auxquelles il aura accès.

Chaque article doit être distinct des autres pour que le visiteur du site puisse s'y retrouver facilement. Il est donc préférable d'attribuer à chacun un titre, et de préciser la date et l'heure de celui-ci. Au moins une photo doit accompagner l'article. Pour finir, il faut que le premier article qui apparaisse dans la rubrique "Événements" soit bien évidemment l'événement le plus proche de la date à laquelle on consulte la page, et non pas le plus éloigné.

Cette rubrique doit être mise à jour régulièrement pour que les internautes prennent connaissance en avance des événements futurs et qu'ils puissent se rendre disponibles pour y venir. De plus, il faut veiller à ce que les événements, une fois passés, soient supprimés de cette page, de manière à rester dans une bonne dynamique.

La structure des pages "Nos actions", "Événements et "Presse" :

Chaque sous-catégorie "Nos actions", "Événements" et "Presse" sera constituée de la même manière, il y aura simplement les titres ainsi que les articles et leurs contenus qui vont différer.

Section 1 :

Sur chaque page Actualité une image bandeau sera présente tout en haut. Cette image devra être belle et attirante puisque c'est la première chose que l'utilisateur verra. En bas à gauche de cette image un titre H1 rappelant le nom de la catégorie (actualité) devra être présent.

Section 2 :

Dans cette deuxième section on retrouve trois boutons portant le nom des trois sous-catégories. Ces boutons vont permettre à l'utilisateur de cliquer sur l'un

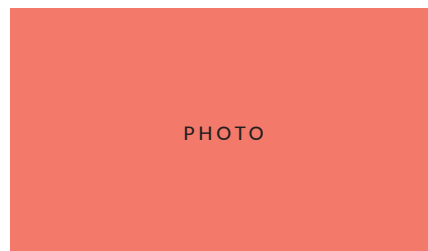
d'entre eux si souhaité pour passer directement à une autre sous-catégorie sans forcément passer par la barre de navigation.

Juste en dessous de ces trois boutons un titre H2, cette fois-ci portant le nom de la sous-catégorie dans laquelle on se situe. A l'opposé droite du titre H2 on retrouvera une petite barre de recherche donnant la possibilité au visiteur du site de chercher les articles par nom, en tapant simplement le titre souhaité.

Section 3 :

Dans cette section on retrouve l'ensemble des articles de la sous-catégorie dans laquelle on se trouve. Les articles apparaissent comme dans le format d'une galerie photo. Cette idée nous est venue en analysant le site internet **ATPA SPA Toulouse**, nous l'avons trouvée très intéressante et avons pensé qu'elle pouvait être une solution pour l'association. On aura donc une miniature de l'article comprenant une image, le titre de l'article ainsi qu'une brève description de ce dernier. Évidemment en bas de page la possibilité de passer à la page suivante et ainsi découvrir d'autres articles de la même sous-catégorie.

Exemple de miniature d'un article :



Titre 1
Courte description

Il existe trois sections. La structure de la page lorsqu'on est à l'intérieur d'un article se compose de cette manière :

Section 1

La section 1 prend la grande majorité de l'espace, dans cette partie on retrouve l'intégralité de l'article.

En haut du bloc doit figurer obligatoirement le titre de l'article en balise H1, le

titre doit correspondre à celui de la miniature de la page précédente. A l'opposé du titre, la date de publication doit être indiquée. Juste en dessous du titre et de la date on retrouve l'image d'illustration et encore en dessous, le chapô sera présent, il doit être en caractère gras car c'est une partie importante de l'article, il permet notamment d'introduire le contenu tout en accrochant le visiteur.

Maintenant on peut passer au contenu de l'article. Si votre article est long vous pouvez séparer le contenu en intégrant des sous-titres en balise H2. Exemple: sous-titre 1, texte puis sous-titre 2, texte

Section 2

La section 2 est plus petite, présente sur le côté droit de la section 1 est simplement composée de 3 boutons ramenant vers les différentes sous-catégories "d'Actualité" ("Nos Actions", "Événements" et "Presse) ainsi que d'un titre H2 qui vient se positionner juste au dessus des boutons.

Section 3

Quant à la dernière section, nous avons jugé qu'il était important de rappeler la possibilité de faire un don. Ainsi, nous l'avons placée juste en dessous de la section 2 dans laquelle on y retrouve un titre H2 "Les aider", accompagnée en dessous par une petite photo, la mention "Faire un don", le slogan de l'association ainsi qu'un bouton ramenant directement vers la page pour effectuer un don.

La rubrique "E-formation" :

La page consacrée à la e-formation est importante de part sa singularité. En effet, cette formation étant le maillon fort de cette association, ce qui fait qu'elle ne ressemble à aucune autre, c'est cette e-formation. Par conséquent, dans cette page vous retrouverez les principaux éléments de présentation de cette dernière. L'objectif est de faire une présentation globale de cette formation en renseignant les lecteurs sur ce qu'elle apporte, à qui est-elle destinée, à quoi sert-elle ?

Cette rubrique a pour objectif de faire un volet à part entière sur la e-formation. Il est important de comprendre que l'association **Les 4 Pattounes** est la seule association, luttant pour la cause animale, à proposer cette e-formation. Ayant subi une récente mise à jour, seulement les informations de la e-formation 2 doivent apparaître dans cette rubrique.

Pour y accéder, nous pouvons cliquer sur la rubrique dans le bandeau en haut du site qui regroupe toutes les rubriques du site. Étant un contenu essentiel, peu

importe sur quelle page du site internet nous sommes, nous pouvons directement avoir accès à cette rubrique. En d'autres termes, cette rubrique n'est pas un menu déroulant mais directement un bouton cliquable. Cette page "E-formation" doit être simple à comprendre et agréable à lire.

Section 1 :

Sur la page de la e-formation, une image bandeau sera présente tout en haut. Cette image devra être belle et attirante puisque c'est la première chose que l'utilisateur verra. En bas à gauche de cette image un titre H1 rappelant le nom de la catégorie (E-formation) devra être présent.

Section 2 :

Un texte explicatif devra faire l'objet de présentation de la formation. Il devra reprendre la règle des 5W (De quoi parle-t-on ? Pourquoi ? Où ? Quand ? Qui est concerné ?), afin d'être le plus clair possible. Quels sont les objectifs de cette formation, en expliquant brièvement que la formation a subi une mise à jour.

Section 3 :

Pour finir, afin de détailler au mieux la démarche à suivre pour effectuer la formation, l'idéal serait de faire un listing des étapes à suivre pour obtenir le "diplôme" de cette e-formation.

Exemple :

Étape 1 : Regardez la vidéo e-formation gratuitement → lien YouTube de la chaîne Les 4 pattounes

Étape 2 : Remplissez ce questionnaire en ligne → lien du questionnaire

Étape 3 : Obtenez Le diplôme **Les4pattounes** Eformation 2 pour tous et un lecteur de puce I-cad (uniquement pour les policiers et gendarmes)

Le menu déroulant "Les aider" :

Il comportera deux sous-rubriques : "Faire un don" et "Faire un signalement". En délimitant ces deux manières d'aider les animaux dans le besoin, on limite une fois de plus la surcharge d'informations du menu principal. De plus, l'utilisateur du site, en faisant le choix d'accéder à la page qui l'intéresse, n'a pas à passer de section pour accéder à ce qui l'intéresse. En clair, quelqu'un qui souhaite faire un signalement de maltraitance ne sera par exemple pas noyé dans les informations

concernant le don.

Faire un don :

Après avoir cliqué sur le lien du site internet de **Les 4 pattounes**, nous nous retrouvons sur la page d'accueil. Pour arriver à la page "Faire un don", il suffit seulement de passer le curseur de la souris sur le menu déroulant "Les aider". Il en découle alors deux propositions de clics différentes, soit cliquer sur "Faire un don" soit cliquer sur "Faire un signalement". Il faut donc cliquer sur "Faire un don" pour atterrir sur la page souhaitée.

Cette rubrique est une partie essentielle pour les associations de protections animales. En effet, les aides financières sont très utiles pour le développement et le déroulement des actions mises en place. Sans cette rubrique, l'association ne pourrait pas mener à bien ses objectifs. De plus, elle permet de donner la possibilité aux internautes de ne pas être juste spectateurs mais de pouvoir participer à leur manière à l'association.

De manière globale, on retrouvera ici à peu près les mêmes informations que sur la page du site actuel. Ce qui va changer concerne surtout la manière de présenter l'information, de l'organiser.

Lorsque que la page "Faire un don" s'ouvre, le premier élément que l'on retrouve est le titre H2 "Adhésions". Un slogan suit le titre en H3 "Votre voix est importante pour ceux qui n'en ont pas !". A la suite, on retrouve un texte expliquant en quelques lignes aux internautes leurs intérêts de devenir adhérents.

En découlent ensuite deux boutons cliquables :

> Le premier bouton s'intitule "Devenir adhérent". Il renvoie directement vers la rubrique "Adhésion 2022" de **Les 4 pattounes** sur la plateforme Helloasso. Ainsi, les visiteurs du site pourront donc facilement avoir accès à l'espace spécifique Helloasso dédié à l'adhésion à l'association.

> Le second bouton s'intitule "Helloasso Les 4 pattounes". Il dirige vers la page Helloasso de l'association qui regroupe toutes les actions/projets mis en place par celle-ci et où les internautes peuvent apporter leur aide.

Après cette partie, nous retrouvons le titre H2 "Dons". Un slogan suit ce titre en H3 : "Ils ont besoin de votre aide !".

Un texte explique alors qu'après avoir fait un don, la personne ayant effectué l'action aura droit à une réduction fiscale calculée en fonction de la somme versée.

Ensuite, seront évoquées les deux manières de faire un don : soit par chèque soit via la cagnotte Leetchi.

Pour que les informations soient compréhensibles, il y a à la suite du texte explicatif la phrase "Participez aux dons :". En dessous, on y retrouve donc à l'aide de tirets, soit la possibilité d'envoyer un chèque à l'adresse indiquée sur le site, soit de participer à la cagnotte Leetchi. Il est important de préciser rapidement que chacun participe à la hauteur du montant qu'il souhaite et que les paiements sont sécurisés. S'ensuit donc un bouton cliquable, comme les boutons de la partie "Adhésion", avec cette fois-ci écrit "La cagnotte". Celui-ci redirige vers le lien de la cagnotte Leetchi de l'association.

Pour clôturer cette section, une phrase en milieu de page remercie les participants.

La dernière partie débute par le titre H2 "Goodies". Un slogan suit en dessous du titre en H3 "Faites-vous plaisir tout en aidant vos amis à 4 pattes !". A la suite de cela, un texte présente les différents produits mis en vente à l'effigie de l'association accompagnés des prix auxquels ils sont proposés. Pour illustrer les propos, une galerie de photos diverses met en avant les produits mis en contexte dans un environnement. Cela nous permet d'avoir un visuel sur les produits proposés. Après ce panel de photos, deux phrases permettent de savoir en quoi l'achat de ces goodies aide l'association.

Pour finir, un texte explique comment passer commande en trois étapes synthétiques et claires. Le slogan "Ensemble, nous pouvons les aider" conclut la page "Faire un don".

Les slogans utilisés tout au long de la page "Faire un don" sont tournés vers les internautes à l'aide du pronom "vous" mais aussi "vos", "ensemble". L'association Un avenir pour eux, par exemple, interagit directement avec ses internautes dans certaines rubriques avec le pronom "vous" dans leurs questions. Les personnes se sentent directement visées et davantage concernées.

Faire un signalement :

De même que pour "Faire un don", afin d'avoir accès à la page "Faire un signalement", il faut déplacer le curseur de la souris de l'ordinateur sur le menu déroulant "Les aider", puis sélectionner la section qui nous intéresse.

De manière globale, on retrouvera ici plus ou moins les mêmes informations que sur la page correspondante au site actuel. Ce qui va changer concerne surtout la manière de présenter l'information, de l'organiser.

Nous trouvons important de conserver cette rubrique car la lutte concernant la

maltraitance animale est l'un des quatre piliers de l'association. Nous n'avons pas réellement pu établir de stratégie de contestation pour cette page, car nous avons remarqué que mise à part l'**ATPA SPA Toulouse**, aucune des autres associations que nous avons analysées dans le benchmark ne proposait de pouvoir signaler un cas de maltraitance.

Lorsque la page "Faire un signalement" s'ouvre, le titre H1 "Vous pensez être témoin de maltraitance animale ?" est le premier élément visible. En survolant l'utilisateur du site, on l'interpelle et on lui montre véritablement que c'est lui le principal acteur de l'association.

En découlent ensuite les différentes possibilités qu'ont les personnes de signaler le cas dont elles sont témoins. On délimitera cette partie avec un titre H2 qui pourra être : "Que faire ?".

> Premièrement, on retrouve les coordonnées de la **SPA de Toulouse** et un texte explicatif stipulant que face à un cas de maltraitance, la **SPA** la plus proche est l'association à avertir. On rappellera ensuite que **Les 4 pattounes** peuvent également être contactées, même si l'association n'agit pas sur le terrain. Pour illustrer le propos, on pourra reprendre la citation suivante : "Les maltraitements envers un animal domestique ou un animal sauvage apprivoisé ou tenu en captivité peuvent être signalés à la police ou à la gendarmerie, aux services vétérinaires de la Direction départementale de la protection des populations ou à une association de protection animale. Elles sont punies par le code pénal" - service-public.fr

En plaçant ces informations en première section, on donne la possibilité au visiteur du site d'obtenir rapidement ce qu'il cherche sur cette page, faire un signalement. On donne également du crédit aux propos tenus en reprenant les mots du site officiel de l'administration française.

> Dans un deuxième paragraphe, la question de la plainte sera abordée. L'idée est ici de reprendre le contenu du site actuel en le reformulant car nous avons remarqué qu'il s'agit du même que sur le site de l'**ATPA SPA de Toulouse**. Même si dans le cas d'un signalement il n'y a aucune concurrence entre les associations, d'un point de vue juridique il n'est pas possible de reprendre mot pour mot ce qui est dit sur celui-ci.

Nous avons également constaté que l'image utilisée sur le site actuel est en réalité une campagne de 30 millions d'amis datant de 2011. De même que pour le point précédent, **Les 4 pattounes** ne peuvent utiliser des supports de communications "Tous droits réservés". Couper le texte avec une image permet de l'aérer, et

permet également de séparer “l’utile” (“Que faire ?”) du reste de la page. L’idée est donc bonne, mais il faudrait plutôt trouver une image libre de droits, ou bien choisir une photo de bonne qualité qui appartient à **Les 4 pattoues**. Celle-ci pourrait aussi être placée en arrière-plan du titre H1 “Vous pensez être témoin de maltraitance animale ?” de manière à ne pas surcharger la page.

Enfin, on retrouve la rubrique “Que prévoit le code pénal ?” en titre H2. Comme sur l’**ATPA SPA Toulouse**, le site de **Les 4 pattoues** présente les quatre articles du Code pénal relatifs aux actes de cruauté, aux mauvais traitements, aux atteintes involontaires à la vie ou à l’intégrité d’un animal, et aux atteintes volontaires à la vie d’un animal. Cela nous semble cohérent de préciser ce que la loi déclare à ce sujet, puisque cela peut permettre d’effectuer un rappel.

Pour compléter ce paragraphe, un lien vers le site du service public pourrait même être ajouté sous forme de bouton : “Pour approfondir le sujet”.

Comme sur toutes les autres pages, hormis la page qui concerne les dons, on retrouvera le bouton “Je donne” qui redirige directement cette-dernière.

VII. Wireframe

Le Wireframe va aider à bien visualiser l’agencement des pages. Il est utilisé lors de la conception d’une interface utilisateur pour définir les zones et composants qu’elle doit contenir.

<https://www.figma.com/file/eYrPM2hpqOKMkoXR9zCEFq/Wireframing-in-Figma?node-id=0%3A1&t=OLjeRhnlMCicOj0d-0>

VIII. Prototype

Le prototype Web permet de représenter de manière simplifiée l’interface, la perception utilisateur et le fonctionnement de votre futur projet. Il permet ainsi de minimiser les erreurs de conceptions lors des prochaines étapes de la réalisation

<https://www.figma.com/proto/eYrPM2hpqOKMkoXR9zCEFq/Wireframing-in-Figma?node-id=109%3A304&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=109%3A304&show-prototype-sidebar=1>

IX. Charte graphique

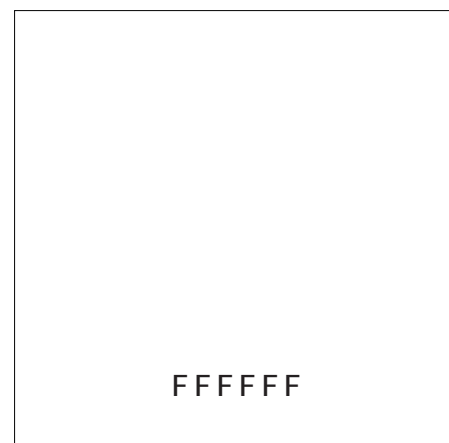
Pour la refonte de la page web, nous avons pris la décision de garder les codes couleurs qui sont déjà présents sur le site internet avec une fonction pour chaque couleur. Le but ici est de donner de la visibilité à chaque information, pour que l'utilisateur du site s'y retrouve.

Nous avons fait le choix de proposer un site épuré dans l'objectif d'obtenir un rendu simple et clair. Cette décision de notre part est un conseil mais libre à vous de modifier le choix des couleurs du site dans le cas où ça ne vous plait pas.

Comment vont être redistribuées les couleurs ?

FFFFFF : fond de l'écran, espace blanc entre les titres et les textes/images

E4725E : nom de l'association, footer et header, bouton "sticky", les boutons cliquables du site



DOSSIER FINANCIER

Cette partie vous propose différentes suggestions pour pouvoir mener à bien le projet de la refonte de votre site. L'aspect financier de chacune des propositions va vous permettre de choisir le modèle qui vous correspond le mieux, tant sur le plan monétaire que technique.

Dans un premier temps nous vous montrerons le coût monétaire et en temps si vous faites vous même le site sur Wordpress. La seconde proposition exposera et vous présentera des professionnels de web design ainsi que le coût moyen si vous confiez cette tâche à l'extérieur. Enfin, la dernière suggestion, peut être la possibilité de déléguer la refonte de votre site à des étudiants en DUT informatique, ce qui vous sera entièrement gratuit.

1 - Créez vous même le site

Aujourd'hui créer un site internet n'est plus une tâche impossible car de nombreux logiciels comme Wordpress, ne demandent pas de connaître le codage. Ainsi, cette première suggestion est réalisable, d'une part grâce à ce dossier qui vous expose les règles et les techniques pour fonder un site et aussi aux nombreux tutoriels sur internet.

Cependant, le logiciel Wordpress n'est pas très intuitif, même si vous avez une certaine aisance avec l'informatique il vous faudra plusieurs mois pour vous familiariser avec celui-ci. L'avantage c'est que vous pourrez le personnaliser à votre façon. De plus, si vous le créez en toute autonomie, ça ne vous coûtera que très peu d'argent.

Toutefois, il y a des règles à apprendre, à maîtriser et à apprivoiser :

- Connaître les règles de référencement naturel (SEO) pour remonter dans les résultats des moteurs de recherches,
- Apprivoiser les maîtrises techniques telles que le nom de domaine et l'hébergement ,
- Apprendre les règles de structuration des pages et des contenus du site,
- Intégrer les bases de l'UX design afin de garantir à vos visiteurs une navigation fluide,
- Maîtriser quelques bases du graphisme pour donner que le site est une vraie identité visuelle,
- Respecter les règles de sécurité pour vous prémunir contre le piratage.

Ces règles et ces notions sont essentielles à connaître afin d'avoir un site optimisé au maximum. Nous sommes conscients qu'apprendre et maîtriser ses points demandent énormément de temps et d'investissement personnel et qu'il sera pris sur votre temps libre. Il vous faudra plusieurs mois pour créer entièrement le site

et il ne sera peut être pas autant approfondi que si vous déléguez cette tâche.

Nous allons vous présenter les coûts si vous choisissez de créer vous-même votre site internet sur Wordpress. Tout d'abord il vous faudra payer un nom de domaine qui reviendra à 15€/an pour "les4pattounes.fr". A cela, il faut ajouter une offre d'hébergement de 96€/an pour une offre premium très limitée ou alors 300€/an avec l'offre "business" qui vous permet d'avoir accès à plus de fonctionnalités et notamment les extensions Wordpress presque indispensables. Le coût total pour un nom de domaine "les4pattounes.fr" et l'offre d'hébergement "business", vous reviendra alors à 315€/an. Pour la combinaison du nom de domaine et l'offre "premium" le coût final sera de 111€/an.

A l'inverse, si vous choisissez de faire un site wordpress.org, avec pour nom de domaine "les4pattounes.fr", le prix à payer sera de 7€/an (gratuit la première année) contre 11,79€/an.

Si vous choisissez le nom de domaine "les4pattounes.com". De plus, il vous faudra prendre une offre d'hébergement à 39,48€/an pour la formule "perso" et 79,08€/an pour la formule "premium" (la formule perso étant celle la mieux adaptée à vos besoins). Le coût total d'un nom de domaine .fr et d'un hébergement "perso" reviendra à 46,48€/an

2 - Freelance et agence

Si vous n'avez pas le temps de créer votre site seules, vous pouvez envisager de le déléguer à des professionnels. Des milliers de prestataires indépendants (free-lance) et d'agences proposent la création de sites web.

L'option freelance

Si vous choisissez la première option, qui est de faire appel à un prestataire indépendant, il faut bien regarder ses compétences car il y a des subtilités. En effet, vous pouvez avoir deux types de prestataires :

- Un webdesigner qui interviendra à la fois sur l'ergonomie, le graphisme et l'architecture du site. Il créera l'apparence globale de votre site
- Un développeur web maîtrisera quant à lui les langages de programmation. Il transformera le travail du webdesigner en site internet.

- Une personne en free-lance n'a pas toujours toutes les compétences requises pour faire un site dans son entièreté, allant du codage au graphisme. Vous devez souvent faire appel à d'autres prestataires, comme :

- Un graphiste, pour bien définir votre identité graphique sur le site
- Un UX designer, pour modéliser le parcours client
- Un expert en référencement naturel (SEO), pour optimiser celui-ci

Le temps de réalisation d'un site internet en freelance dépend de plusieurs paramètres :

- Si vous faites appel à un développeur web qui ne maîtrise pas le graphisme, il vous faudra vous tourner vers un autre prestataire, ce qui allongera les délais de réalisation.

- De sa charge de travail et ainsi de sa disponibilité : un freelance travaille généralement avec plusieurs clients en même temps. La durée de création de votre site va donc dépendre de ce facteur.

- De son expérience : une personne débutante mettra plus de temps à créer un site qu'un prestataire expérimenté.

En somme, en confiant la refonte du site internet à un freelance, il faudra compter entre quelques semaines et quelques mois de délais.

Concernant les tarifs d'un site internet réalisé par un indépendant, le montant varie entre 1000 et 2000 euros. Bien évidemment, plus le site est poussé, plus le prix est élevé.

Voici différents sites de freelance réputés : Fiverr, Upwork, Toptal, DesignCrowd, 99designs, freelancer.com ou bien Guru.

L'option agence

La deuxième solution est de contacter une agence pour la création du site. Déléguer l'ensemble du projet à une agence demande d'avoir un budget important mais vous permettra de ne pas avoir à jongler entre différents prestataires.

Pour que l'agence puisse comprendre ce que vous souhaitez réellement, vous devrez définir clairement vos besoins et vos objectifs pour le site. Aussi, il faut prendre le temps de bien choisir l'agence pour qu'elle réponde au mieux à vos besoins, et vérifier leurs références. Aussi, il est important de bien définir votre budget. Il ne faut pas hésiter à demander plusieurs devis et comparer les agences.

Le travail en agence prend deux mois environ, entre le début du développement et la livraison du site. Concernant le prix, il varie généralement de 2000-3000 euros, et peut aller bien au-delà de 10 000 euros selon la complexité du site à développer. Il est important de savoir que toutes les modifications après la mise en ligne du site vous seront facturées.

Quelques agences toulousaines réputées : Horizon, FP studio, Gypsea Agency.

3 - Déléguer à des étudiants

Pour finir, la troisième proposition est de déléguer aux étudiants en DUT MMI (Métiers du Multimédia et de l'Internet) ou Information Communication option des Organisations qui ont des projets PTUT.

Cette ultime proposition vous permettra d'être en contact avec de jeunes étudiants en apprentissage dans le milieu informatique. Ils apprennent les bonnes techniques et les règles de la création de site. Ils ne sont pas encore des experts mais disposent de cours universitaires qui leur sont enseignés par des professeurs vacataires, eux-mêmes créateurs de site web. L'avantage de déléguer à des étudiants est que le rendu sera de qualité car ils sont notés par leur professeur. L'autre point fort est que vous n'aurez pas à déboursier un centime car c'est un devoir scolaire.

Néanmoins, confier la création d'un site internet à des étudiants c'est aussi prendre le risque d'avoir des petits défauts sur le site, ou bien de ne pas avoir le graphisme du site bien défini ou pas fait. Dans ce cas vous devrez externaliser ou faire vous même l'aspect charte graphique du site. De plus, les étudiants vont passer une bonne partie de l'année à créer le site avant de vous livrer le projet, cela peut prendre minimum 4 mois et maximum une année scolaire.

Finalement, cette proposition peut vraiment être intéressante pour vous car nous n'aurez pas à déboursier d'argent et surtout vous aurez un travail de qualité réalisé par des débutants mais supervisé par des professionnels.

Si vous souhaitez faire appel à des étudiants pour la réalisation complète de votre site internet, vous pouvez d'ores et déjà contacter différentes universités de la région, qui réalisent des projets tutorés. Nous vous conseillons de contacter les différents directeurs des formations MMI ou Information Communication. Nous sommes en cours d'année, par conséquent les projets tutorés ont déjà commencé mais si vous contactez les universités avant les vacances d'été vous aurez de grandes chances d'être choisis afin que des élèves réalisent votre site dès septembre 2023.

Voici quelques formations de la région Occitanie qui réalisent des projets tutorés relatifs aux sites internet :

- > BUT Information Communication option Organisations de Toulouse
- > BUT Information Communication option Organisations de Rodez
- > BUT MMI de Tarbes

DOSSIER JURIDIQUE

Dans le cadre de nos actions principalement axées autour du site internet, il est important de délimiter le cadre législatif.

Premièrement, le site internet ne possède aucune mention légale. Selon l'article 6 de la loi du 21 juin 2004, issu du Code Pénal, dite Loi de confiance économique numérique (LCEN), des mentions légales doivent obligatoirement être affichées sur le site. Elles comprennent a minima le nom de l'association, le directeur de la publication, un contact : adresse postale et/ou électronique voire, un numéro de téléphone. En l'absence ou incomplétude de ces informations, des sanctions pénales pourront s'appliquer, allant jusqu'à un an d'emprisonnement et 375 000 € d'amende pour les personnes morales, même si les condamnations restent rares.

Par ailleurs, si l'association reçoit des subventions publiques, elle indiquera le numéro de SIRET et le code APE. Dans le cas où elle entreprend une partie marchande, elle doit également stipuler le numéro de TVA.

En l'espèce, c'est une source de crédibilité. Les associations reconnues d'Utilité Publique mentionnent la date de publication au JOAFE (Journal Officiel) car c'est un indicateur de confiance.

De plus, dans le cadre de la commercialisation d'écussons de la part de l'association à destination de particuliers, l'association sera dans l'obligation d'afficher ses conditions générales de ventes. Elles doivent figurer sur une page dédiée, être facilement accessibles et pouvoir être imprimées ou téléchargées. Une attention particulière doit être accordée à la rédaction des clauses, celles-ci devant respecter les obligations liées à la vente traditionnelle, à la vente à distance et au commerce électronique.

En l'espèce, l'article L111-1 du Code de la consommation impose la communication des informations suivantes à l'association :

- les caractéristiques essentielles du bien ou du service, compte tenu du support de communication utilisé et du bien ou service concerné ;

- le prix du bien ou du service;

- la date ou le délai auquel l'association s'engage à livrer le bien ou à exécuter le service ;

- les informations relatives à son identité, à ses coordonnées postales, téléphoniques et électroniques et à ses activités, pour autant qu'elles ne ressortent pas du contexte;

- les informations relatives aux garanties légales, aux fonctionnalités du contenu numérique et, le cas échéant, à son interopérabilité, à l'existence et aux modalités de mise en œuvre des garanties et aux autres conditions contractuelles;

- la possibilité de recourir à un médiateur de la consommation dans les conditions prévues au titre Ier du livre VI.

Par ailleurs, le particulier dispose en principe d'un droit de rétractation de 14

jours, à partir du lendemain de la réception du bien ou de l'acceptation du service (article L221-18 du Code de la consommation). Il va donc à l'association de respecter les dimensions de ce droit de rétractation.

Pour procéder à la création du site, l'association a décidé de confier la rédaction du contenu à des bénévoles ou adhérents. Par ailleurs, chacun des rédacteurs dispose de droits sur le contenu qu'il a rédigé. Pour éviter tout conflit, il est plus prudent de prévoir la cession des droits d'auteur au profit de l'association.

Le RGPD et les cookies

Selon l'article 5-3 de la directive de 2002/58/CE modifiée en 2009 du Parlement et du Conseil européen est posé le principe suivant : un consentement préalable de l'utilisateur avant le stockage d'informations sur son terminal ou l'accès à des informations déjà stockées sur celui-ci; sauf si ces actions sont strictement nécessaires à la fourniture d'un service de communication en ligne expressément demandé par l'utilisateur ou ont pour finalité exclusive de permettre ou faciliter une communication par voie électronique.

La CNIL rappelle que le consentement prévu par ces dispositions renvoie à la définition et aux conditions prévues aux articles 4 et 7 du RGPD. Il doit donc être libre, spécifique, éclairé, univoque et l'utilisateur doit être en mesure de le retirer, à tout moment, avec la même simplicité qu'il l'a accordé.

En vertu du RGPD il incombe aux propriétaires et aux opérateurs de sites web de s'assurer que les données personnelles sont collectées et traitées légalement. Par ailleurs, le consentement aux cookies est néanmoins, (même s'il n'est que très peu mentionné dans le RGPD), la pierre angulaire de la conformité des sites web en Europe. Généralement la conformité aux cookies RGPD est réalisée sur les sites internet par des "bandeaux cookies" qui permettent aux utilisateurs de sélectionner et d'accepter les activations lorsqu'ils visitent un site. Comme l'exemple ci dessous de manière ludique :

Sites de générateurs de bandeaux :

<https://www.bandeau-cookie.com/>

<https://cookieinformation.com/fr/>

Il existe des générateurs de politique cookies gratuits ou payants en fonction du besoin et des envies. Attention, le bandeau cookies de votre site web n'est pas autorisé à avoir des cases "précochées". Ceci n'est pas conforme à la loi, il faut que cela résulte de la volonté de l'utilisateur.

Vous pouvez utiliser le vérificateur de cookies suivant pour savoir si le site de **Les 4 pattounes** utilise des cookies :

<https://www.cookiebot.com/en/cookie-checker>

Exemples de mentions légales sur le support de collecte :

- "Les informations recueillies sur ce formulaire sont enregistrées dans un fichier informatisé par [identité et coordonnées du responsable de traitement] pour [finalités du traitement]. La base légale du traitement est [base légale du traitement]."

- "Les données collectées seront communiquées aux seuls destinataires suivants : [noms des destinataires des données]."

- "Les données sont conservées pendant [durée de conservation des données prévue par le responsable du traitement ou critères permettant de la déterminer]."

- "Vous pouvez accéder aux données vous concernant, les rectifier, demander leur effacement ou exercer votre droit à la limitation du traitement de vos données."

En fonction de la base légale du traitement, mentionner également :

- "Vous pouvez retirer à tout moment votre consentement au traitement de vos données."

- "Vous pouvez également vous opposer au traitement de vos données."

- "Vous pouvez également exercer votre droit à la portabilité de vos données."

- "Consultez le site cnil.fr pour plus d'informations sur vos droits."

- "Pour exercer ces droits ou pour toute question sur le traitement de vos données dans ce dispositif, vous pouvez contacter : [adresse électronique, postale, coordonnées téléphoniques, etc.]"

- "Si vous estimez, après nous avoir contactés, que vos droits « Informatique et Libertés » ne sont pas respectés, vous pouvez adresser une réclamation à la CNIL."

Bon à savoir : des générateurs automatiques de « Mentions légales » existent.

S'il n'y en a pas déjà un, alors il faudra engager ou définir un directeur de publication. Il est responsable pénalement de tout ce qui est publié. Cette responsabilité est incontournable et engage à ce titre sa responsabilité pénale.

Nom de domaine : si ce n'est pas le cas, songez à racheter le nom de domaine de l'association au nom de l'association elle-même, en tant que personne morale. Ainsi, vous évitez tous problèmes qui pourraient être liés à la passation. Sachez que vous pouvez également faire un transfert de droit. "

NOTES DE SYNTHÈSE

Projet tuteuré M1 - Note de synthèse n°1

Émetteurs : Étudiants membres du groupe de projet	Destinataire : Association Les 4 Pattounes
Objet : Définition du brief client	Lieu et Date : Toulouse, le 3 octobre 2022 à 18h40 en visioconférence

1. Présents

- Laurie Brunner
- Clara Ceres
- Elodie Morello
- Alexandra Figeac
- Lucas Jourget
- Marie Bourdon
- Sandrine Vannucchi (Vice-présidente de l'association)
- Céline Gardel (Présidente de l'association)

2. Ordre du jour

Présentation de l'association par ses membres et présentation du projet par les étudiants afin de nous remettre dans le contexte. Discussion autour des actions de communication déjà mises en place ou réalisées, ainsi que des idées émanant de l'association.

3. Les points abordés

- Missions et objectifs de l'association

L'association a pour missions de promouvoir l'adoption, de sensibiliser les jeunes et d'obtenir des financements pour les soins et les matériaux. Par ailleurs, Les 4 Pattounes luttent contre la maltraitance animale. Concernant les objectifs, Céline et Sandrine expliquent leur besoin de favoriser l'attrait des formations qu'elles proposent auprès des gendarmes et policiers.

- Les bénévoles

Il y environ une quinzaine de bénévoles au sein de l'association concernant les trois premiers piliers, à savoir l'aide aux animaux directe donc le mécénat, la sensibilisation auprès des jeunes en écoles et collèges, et la promotion des adoptions d'animaux placés en refuges. Concernant les policiers et gendarmes, ils sont à peu près 60 engagés sur les interventions plus ou moins à titre bénévole car ils agissent parfois sur leur temps de travail.

- Cadre juridique de la protection animale

Céline et Sandrine ont pris le temps de nous expliquer que les lois concernant la protection animale évoluent. Il faut donc penser à prendre en compte les changements qui s'effectuent, et bien évidemment à ne pas contredire un texte ou mal l'expliquer.

- Freins communicationnels constatés

Constat que l'association a du mal à faire connaître la e-formation : pas d'intranet dans la police, pas de liste de mailing, donc il est difficile de faire circuler une information de manière efficace.

- Budget de l'association

L'association n'a pas de budget ciblé et alloué à la communication, puisqu'elle n'a pas une très grosse trésorerie et que celle-ci sert bien évidemment à financer des soins pour les animaux qui en ont besoin. Cependant, Céline et Sandrine disent être prêtes à déboursier une somme qui leur est accessible, donc environ 500€, si cela est nécessaire car elles savent très bien qu'il faut parfois injecter pour ensuite recevoir.

- Signification nom / logo / écusson de l'association

Le nom Les 4 Pattounes leur est venu assez naturellement puisqu'il reflète le domaine dans lequel l'association agit. Céline et Sandrine ont conscience que ce nom ne reflète pas forcément le professionnalisme de l'association mais ne peuvent pour autant pas en changer puisqu'il sert d'identification auprès des policiers et même du grand public. Elles avaient pensé à nommer l'association la Pat'Pattounes mais on de suite compris que cela ne faisait pas assez sérieux.

Le logo est simple, en noir et blanc et reprend le nom de l'association.

Un écusson à l'emblème de l'association est vendu dix euros aux policiers qui souhaitent l'acheter. Cet écusson est positionnable sur les vestes des policiers et gendarmes qui en font l'achat. La marge que se fait l'association au moment de la vente de ces écussons est directement placée dans la cagnotte de financement des soins ou d'achat de biens périssables ou matériels pour les refuges.

- La présence en ligne et sur les réseaux sociaux

Site internet, Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube.

Le site internet ainsi que les réseaux sociaux sont gérés par Sandrine. Céline alimente également Facebook et LinkedIn.

Elles ne souhaitent pas forcément se lancer sur TikTok étant donné que l'association ne produit pas énormément de contenu vidéo. Elles ont peur de vite tourner en rond et de ne publier que très rarement.

- Événements passés et futurs de l'association

Bref aperçu des événements prochains :

- Dimanche 09 octobre 2022 de 13h à 16h30 : événement organisé à Bouloc (canicross, concours...) dont l'ensemble des bénéfices est destiné à financer la stérilisation des chats libres
- Mercredi 12 octobre 2022 de 18h30 à 19h : direct sur le plateau de France 3
- Samedi 29 octobre 2022 de 11h à 19h : stand/collecte, ateliers et jeux pour sensibiliser - bricomarché de Compans Caffarelli
- Mercredi 09 novembre 2022 : grande réunion de réseau destinée aux associations de protection animale où Sandrine et Céline présenteront le bilan des actions et projets des 4 Pattounes
- Vendredi 2 et samedi 3 décembre 2022 : collecte organisée par la mairie de Toulouse
- Dimanche 4 décembre 2022 : marché de Noël de Venerque
- Vendredi 17 mars 2023 : intervention au Sénat

- Cibles principales

Deux catégories de cibles distinctes pour deux missions définies comme majeures par Céline et Sandrine : d'un côté, les cibles sont les policiers et gendarmes concernant la e-formation, de l'autre, ce sont les jeunes par rapport à la sensibilisation.

- Communication interne

Ils possèdent un groupe général WhatsApp dans lequel tous les bénévoles sont présents, et de manière à ne pas trop encombrer cet espace, ils ont créé des déclinaisons de conversations en fonction des thèmes qui y seront abordés. Par exemple, quand la discussion concerne les écoles, l'organisation d'un atelier, alors un groupe WhatsApp y est dédié.

Céline et Sandrine ne constatent pas de problème de communication interne majeur mais ont parfois été dans le cas où les bénévoles n'avaient pas forcément noté une date de réunion. Récemment, Céline a par exemple oublié de refaire circuler l'information quelques jours avant le rendez-vous, certains bénévoles n'étaient donc pas libres le jour de cette réunion.

- Souhaits de l'association en termes de communication

Dans l'idéal, elles souhaiteraient que la e-formation dédiée aux gendarmes et aux policiers gagne en visibilité de manière à ce que les professionnels formés couvrent une plus large partie du territoire.

D'autre part, il serait également bienvenu pour l'association de réussir à toucher davantage les jeunes, au travers par exemple des réseaux sociaux.

Attention, elles sont un peu réticentes quant au changement de logo qui permet à l'association d'être reconnue. De plus, concernant les Réels sur Instagram, elles ne veulent pas filmer d'intervention puisque c'est un moment où des membres de l'association pénètrent dans l'intimité de personnes. Elles ne veulent pas créer une gêne.

4. Ce qui est à faire

- Diagramme de GANTT du projet dans sa totalité de manière à pouvoir nous organiser de manière la plus efficace possible
- Élaboration du dossier stratégique à présenter le 1er novembre
 - Audit de chacun des supports de l'association
 - Benchmark : veille comparative pour constater ce qui fonctionne ou non dans les autres associations de la région ou du même domaine
 - SWOT : lister les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de l'association

5. Ce qui est en cours ou en suspend

- Audit de la communication en place

6. Prochain rendez-vous et ordre du jour

Le prochain rendez-vous aura lieu le **1er novembre à 18h30** en visioconférence. Ce second rendez-vous consistera à présenter notre diagnostic ainsi que les pistes de préconisations établies (dossier stratégique).

Projet tuteuré M1 - Note de synthèse n°2

Émetteurs : Étudiants membres du groupe de projet	Destinataire : Association Les 4 Pattounes
Objet : Validation du projet de communication	Lieu et Date : Toulouse, le 1 ^{er} novembre 2022 à 18h45 en visioconférence

1. Présents

- Laurie Brunner
- Clara Ceres
- Elodie Morello
- Alexandra Figeac
- Lucas Jourget
- Marie Bourdon
- Sandrine Vannucchi (Vice-présidente de l'association)
- Céline Gardel (Présidente de l'association)

2. Ordre du jour

Présentation du projet de communication à l'association

3. Les points abordés

- Mise en avant des e-formations

Nous avons échangé à propos de la e-formation n°1 qui n'a à ce jour plus besoin d'être promue puisque la e-formation n°2 est une mise à jour de cette dernière.

Sandrine et Céline trouvent qu'il est tout de même préférable de laisser la vidéo de la e-formation n°1 accessible sur YouTube puisqu'elle contient des interventions de professionnels qui ne sont pas présents dans la seconde vidéo.

Autre point important, une troisième formation destinée celle-ci aux adolescents existe mais n'est présentée nulle part. Il faut alors obligatoirement l'intégrer au site.

- La délivrance d'un diplôme à l'issue de la formation

L'association est dans l'attente qu'une telle formation soit au programme des écoles de police. Pour le moment la e-formation n'a aucune valeur juridique et un petit diplôme est délivré aux personnes ayant obtenu la note de 9/10 ou 10/10.

- La façon d'utiliser YouTube

Le souhait de l'association se porte plutôt sur l'utilisation de YouTube en tant que plateforme de diffusion de vidéos et non en tant que réseau social. Céline et Sandrine sont davantage partantes pour la diffusion de formats courts sur Instagram ou bien même TikTok.

Nous leur avons par exemple parlé de créer des vidéos courtes qui reprennent les points essentiels de la formation. De cette façon, même les personnes qui n'ont pas envie de faire la formation auront accès aux points majeurs à retenir. Sandrine complète en disant qu'elle ne trouve pas de contenu TikTok concernant les lois relatives à la protection animale, ou même quant à la prise en charge de la maltraitance. De plus, il existe à ce jour, un tiktok de la police nationale, le but serait également d'élaborer des partenariats ou bien de faire partie de certaines vidéos pour parler de leurs formations.

- Une radio spéciale pour la police ?

Nous nous demandions s'il existait une radio spécialement dédiée aux forces de l'ordre qu'ils auraient pu écouter pendant leur activité, mais ce n'est pas le cas. Ils possèdent bel et bien une radio dédiée à la communication directe avec le poste de police de manière à être tenus informés des interventions terrain, mais il n'existe pas une radio qui diffuse de la musique et des informations relatives à leur secteur d'activité. L'association aurait alors pu parler de la formation via ce canal.

- L'hébergeur du site internet de l'association

Comme nous le pensions, l'hébergeur du site de l'association est WIX. Sandrine et Céline sont aujourd'hui conscientes du mauvais référencement du site des 4 Pattounes et confient avoir choisi WIX par défaut. Elles sont ouvertes à l'idée de basculer sur WordPress, et Sandrine comptait même en discuter avec Céline. Elle nous a également expliqué qu'elle trouvait WIX peu intuitif et que l'insertion d'un article lui prenait du temps.

- Projet de communication

Céline et Sandrine valident notre proposition de leur proposer une liste de préconisations mais de nous concentrer, dans le dossier de conception, uniquement sur le site internet qui est le centre de leur communication.

4. Ce qui est à faire

- Revue du cahier des charges du site internet
- Simulation d'un template et d'une maquette du site internet
- Arborescence du site internet

5. Ce qui est en cours ou en suspend

- Finalisation du benchmark, du SWOT et des préconisations
- Prise de renseignements sur la manière d'élaborer un cahier des charges

6. Prochain rendez-vous et ordre du jour

Le prochain rendez-vous aura lieu le **30 novembre à 18h30** en visioconférence. Ce troisième rendez-vous consistera à présenter l'ensemble du dossier de conception, à savoir toute la démarche de mise en œuvre et de justification du plan d'action.

Projet tuteuré M1 - Note de synthèse n°3

Émetteurs : Étudiants membres du groupe de projet	Destinataire : Association Les 4 Pattounes
Objet : Présentation du Dossier de conception	Lieu et Date : Toulouse, le 30 novembre 2022 à 20h15 en visioconférence

1. Présents

- Laurie Brunner
- Clara Ceres
- Elodie Morello
- Alexandra Figeac
- Lucas Jourget
- Marie Bourdon
- Sandrine Vannucchi (Vice-présidente de l'association)
- Céline Gardel (Présidente de l'association)

2. Ordre du jour

Présentation du dossier de conception à l'association.

3. Les points abordés

- Template du site internet

Nous avons échangé à propos des attentes qu'auraient pu avoir Céline et Sandrine concernant le template du site internet. Mise à part le social wall qui renverra sur les différents réseaux sociaux de l'association, elles n'ont pas d'envies particulières.

- Hébergeur et référencement

Sandrine nous a une nouvelle fois confié avoir envie d'abandonner l'hébergeur Wix. Elle attend avec impatience notre livrable pour pouvoir se lancer dans la création du nouveau site sur Wordpress.

Nous leur avons également parlé du problème de référencement qui se présente lorsque l'on saisit "4 pattounes" dans la barre de recherche. Effectivement, une pension canine et féline appelée la "Pension des 4 pattounes" apparaît dans les premiers résultats de la requête. Nous avons donc évoqué l'idée de créer une page Google au nom de l'association qui contiendrait le lien du site internet, et la localisation de celle-ci.

- Site internet et création d'un accès privé

Céline et Sandrine souhaiteraient la création d'un accès privé pour leur futur nouveau site qui serait uniquement destiné aux forces de l'ordre. Nous leur avons dit que c'était très technique à réaliser et que nous n'avons pas les compétences nécessaires pour développer ce point.

- Le slogan

Nous avons informé Céline et Sandrine du rendez-vous que nous avons eu l'avant-veille avec Monsieur Espy et des recommandations qu'il nous a faites. Il a notamment insisté sur le fait

qu'il faut intégrer le "vous" sur le site ou dans le slogan de l'association. Le "vous" permet d'impliquer, d'engager, d'inciter, de provoquer une action de la part des individus. Céline et Sandrine ne souhaitent pas modifier leur slogan mais elles sont d'accord pour intégrer le "vous" sur le site.

4. Ce qui est à faire

- Développement de la partie UX du site
- Construction de la partie concernant le référencement

5. Ce qui est en cours ou en suspend

- Finalisation du dossier de conception
- Finalisation du dossier financier
- Finalisation du dossier juridique
- Mise en page du livrable

6. Prochain rendez-vous et ordre du jour

Le troisième rendez-vous qui vient de se tenir était le dernier programmé. La prochaine étape concerne la remise du livrable sous forme PDF le **jeudi 15 décembre 2022**. Nous invitons ensuite l'association à assister à notre soutenance orale de notre projet tuteuré qui aura lieu le **mardi 3 janvier 2023 à 10h30** en salle PC212 (Institut d'études politiques - IEP, 2 rue du Doyen Gabriel Marty 31000 Toulouse).

PROJET TUTEURÉ 2022-2023

MERCI

Marie Bourdon, Laurie
Brunner, Clara Ceres,
Alexandra Figeac, Lucas
Jourget et Elodie Morello.