

Cahier des charges



Carte interactive des forêts d'Île de France



SOMMAIRE

Avant propos	2	Professeur des écoles	15
Contexte	3	Élu local	16
Cadre général	3	Un passionné de randonnée	17
Enjeux	4	Une journaliste	18
Projet : vision globale	5	Communication	19
Besoin	6	Réseaux sociaux	19
Cibles	7	Axes de la communication	20
Cibles marketing	7	Site internet	22
Cibles de communication	7	La carte	22
Risques	8	Panneau latéral / Le satellite	22
Côté concurrence	8	La recherche	23
Côté technique	8	La fiche point chaud	23
Côté contenu	8	Profils	23
Contraintes	9	Compatibilité des navigateurs	24
Graphiques	9	Référencement	24
Techniques	9	Livrables	26
Analyse concurrentielle	10	Du client à l'équipe	26
Mots clés	10	De l'équipe au client	26
Présence du secteur	10	Perspectives d'évolution	27
Technologies employées	10	Communication	27
Profils utilisateurs	11	Technique	27
Membre d'une association spécialisée	12	Lexique	28
Citoyen écologiste	13	Annexe	29
Membre d'une association non spécialisée	14		



AVANT PROPOS

CENT@gency
communication elegance new technologies augmented

Ce cahier des charges est fait dans le cadre de la **Licence professionnelle Communication et Médias de l'Université de Cergy-Pontoise**.

Haya, carte interactive des forêts d'Île-de-France, est un projet tuteuré pour l'association ÎLE-DE-FRANCE ENVIRONNEMENT.

Il est réalisé par l'équipe Cent@gency, composé de :

- ◆ **Aline BLOT**, pour la communication
- ◆ **Nathalie FABBRIS**, pour la gestion de projet et le graphisme
- ◆ **Fanny MENU**, pour le graphisme
- ◆ **Guillaume ROUSSEL** pour le développement
- ◆ **Kora SACCHARIN**, pour le développement

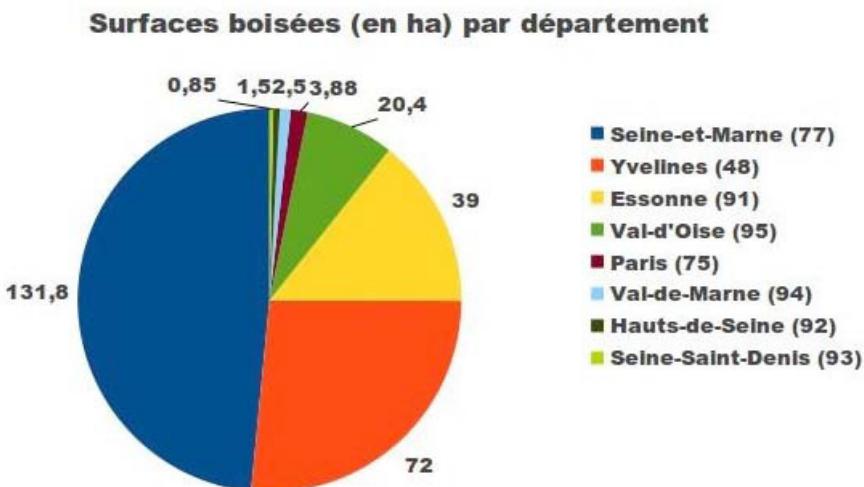


CONTEXTE

Cadre général

L'Île-de-France est composée de 8 départements : Paris (75), les Yvelines (78), l'Essonne (91), les Hauts de Seine (92), la Seine-Saint-Denis (93), le Val-de-Marne (94), le Val d'Oise (95), et la Seine et Marne (77).

Ces surfaces boisées représentent environ le ¼ de la surface totale de la région. Bien que l'on en ait une image urbaine, l'Île de France est aussi une région forestière, la forêt recouvrant près du quart de son territoire, soit environ 267.000 hectares.



On distingue principalement trois types de régime juridique pour ces forêts :

- ♦ les forêts domaniales qui appartiennent au domaine privé de l'État ;
- ♦ les forêts de collectivités qui sont des forêts appartenant à des communes, des départements ou la région ;
- ♦ les forêts privées, qui appartiennent à des propriétaires privés.

Les forêts publiques couvrent aujourd'hui plus de 87 000 ha, soit un tiers du domaine forestier d'Île-de-France.

Les forêts appartenant à des collectivités représentent environ 3% des espaces boisés en terme de superficie.

Les forêts privées sont très rarement fermées par des clôtures et encore plus rarement gardées mais le droit français en interdit l'accès en protégeant la propriété privée.



CONTEXTE

Enjeux

L'actualité tient dans un mouvement social qui est né face aux techniques de coupes rases (on prend une parcelle de forêt, on coupe tout et on replante. La conséquence est que pendant 20 ans, la zone coupée ressemble à un terrain vague).

Ce mouvement dure depuis plusieurs années et va crescendo, au point que la presse locale et nationale s'en est fait l'écho.

Cet état de fait a pour conséquence des mouvements d'élus locaux¹ et des actions individuelles de personnes sensibles aux forêts².

En ce qui concerne la presse, il ne se passe pas une semaine sans que le thème de la forêt et des coupes soit évoqué, souvent même à la « Une » (y compris au journal de 20 h de TF1).

L'actualité est suffisamment brûlante pour que le Président de l'ONF³ réagisse en restructurant ses services avec la création d'une Direction des forêts péri-urbaines, spécifique à l'Île-de-France, avec une mission particulière⁴.

L'enjeu des débats qui font l'actualité est donc l'équilibre entre les trois fonctions des forêts : l'économique, le social et l'écologique.

Les élus, la population et les associations pensent que l'ONF surexploite la forêt pour palier à son manque d'argent.

Pour plus de détail sur le contexte,
se reporter à l'annexe,
«Contexte : pour aller plus loin»

L'ONF est accusé de mettre au premier rang la fonction économique de la forêt.

- ♦ Les réactions des élus et de la population vont dans le sens de la défense de la fonction sociale de la forêt. Leurs reproches sont essentiellement paysagers : «une coupe détruit le paysage auquel on est attaché».
- ♦ La position des associations est différente : elle est écologique. La fonction défendue, qui n'est ni économique, ni sociale, vise la défense de la biodiversité, étant entendu que le seul endroit où la biodiversité perdure est en forêt.

La difficulté des associations est de ne pas présenter un «front commun», parce que les associations se connaissent peu, et parce que le niveau de compétence des adhérents est très variable.

C'est dans ce contexte qu'intervient l'association Île-de-France Environnement, qui regroupe actuellement plus de 400 associations de défense de l'environnement.

Dans le contexte décrit plus haut, La carte apparaît donc comme l'un des moyens mis en oeuvre pour :

- ♦ **Homogénéiser** les compétences des associations (en proposant un «format» commun de saisie des informations)
- ♦ **Faciliter la communication** entre les associations (chacun verra ce que sait et fait le voisin)
- ♦ **Faire connaître** un autre point de vue sur la forêt que le message officiel de l'ONF.

1- Une chaîne humaine en forêt de Montmorency ; convocation du Directeur de l'ONF au Conseil Général du Val d'Oise

2- Parfois violentes, comme la pose de clous dans des arbres ; parfois insultantes, comme les tags anti-ONF ; parfois médiatique, comme la création de blog etc.

3- ONF : Office national des forêts

4- Cette nouvelle politique est présentée lors d'une conférence à l'Assemblée Nationale le 25/01/2012



CONTEXTE

Le projet est de présenter un panorama complet des forêts d'Île-de-France, vu sous l'angle des associations et du public.

Le panorama doit donner une vision précise des **forêts**, des **corridors biologiques** et **des points chauds**.

La plus petite unité de la carte sera la parcelle forestière.

Ces parcelles seront identifiées par leur numéro, tel qu'attribué par l'ONF, et le nom de la forêt sera le nom retenu par l'ONF.

Le projet est de présenter ce panorama sous forme de carte **interactive** et **administrable**.

Projet : vision globale

L'idée d'un outil permettant d'avoir une vue d'ensemble sur les forêts d'Île-de-France est née du besoin d'établir un langage commun entre les associations et de l'urgence d'établir une communication entre elles et avec le grand public.

Le projet est de présenter un panorama complet des forêts d'Île-de-France, vu sous l'angle des associations et du public. Cette perspective est différente de celle de l'ONF ou des experts.

Pour avoir une vision globale des forêts d'Île-de-France, le panorama doit donner une vision :

- ◆ des forêts
- ◆ des corridors biologiques : milieux reliant entre eux différents habitants
- ◆ des points chauds : lieux touchés par un projet mettant en danger les forêts et/ou les corridors biologiques.

Ces éléments doivent être présentés de manière rigoureuse pour proposer une lecture rapide, fluide et globale. Le vocabulaire technique et spécialisé ne doit pas être employé car il peut être bloquant.

La plus petite unité de la carte sera la parcelle forestière. Une forêt de taille moyenne, comme celle de Montmorency, contient 250 parcelles forestières. Le parc forestier d'Île-de-France contient environ 10 000 parcelles.

Ces parcelles seront identifiées par leur numéro, tel qu'attribué par l'ONF, et le nom de la forêt sera le nom retenu par l'ONF. Une précision cependant, les forêts privées n'ont pas toujours de nom.

Les forêts seront géolocalisées par leurs coordonnées GPS. Ces informations seront fournies à l'équipe par IDFE (Île-de-France Environnement).

Ces données étant géolocalisables, le projet est de présenter ce panorama sous forme de carte interactive et administrable.

- ◆ carte : association d'un fond de carte, d'éléments graphiques, d'une légende, de filtres d'affichages et d'une zone de texte comportant des commentaires contextuels
- ◆ interactive : il sera possible zoomer, de se déplacer, de filtrer l'affichage des données pour voir des données spécifiques (ex : sélectionner « hêtre » permettrait de voir uniquement les zones peuplées de hêtres)
- ◆ administrable : possibilité d'ajouter, modifier et supprimer les zones forestières, les corridors biologiques et les points chauds, tant dans leur contenu que dans leur géolocalisation.



CONTEXTE

Créer un support dynamique contenant deux niveaux de lecture :

- Un niveau d'information générales de type grand public
- Un niveau d'informations spécialisées de type expert

Sensibiliser le grand public sur l'état actuel des forêts en mettant en évidence les «points chauds».

Besoin

L'élaboration d'une carte interactive est pour le client l'expression de ses différents besoins.
L'objectif premier est de créer un support dynamique permettant de regrouper différentes informations. La carte doit contenir deux niveaux de lecture :

- ◆ un premier permettant de donner une vision générale des forêts d'Île-de-France suivant différents critères (publique/ privée, la faune ...). C'est un type d'information **grand public**.
- ◆ et un second donnant des informations précises sur une forêt en particulier. C'est un type d'information **d'expert**.

Le but final étant de pouvoir rassembler les différentes associations concernées par les forêts d'Île-de-France autour d'un même projet et que les informations recueillies soient accessibles au plus grand nombre, formant ainsi une base de données complète, capable de répondre aux questions que tout à chacun pourrait se poser sur ces forêts.

La carte a aussi pour but de sensibiliser le grand public sur l'état actuel des forêts. Pour ce faire, elle contient des informations sur les **corridors biologiques** et des «**points chauds**», endroits où la forêt est en danger.

Les corridors biologiques sont des couloirs permettant les échanges entre différentes forêts.

Ces couloirs sont peu connus des néophytes et, de ce fait, moins sujets à être défendus par l'opinion publique.

Les corridors biologiques sont souvent diminués, voir coupés par des constructions. Or, la rupture d'un corridor peut entraîner la disparition d'espèces dans une forêt et donc

avoir un impact sur la biodiversité.

Il faut, à travers la carte, montrer l'importance de ces corridors biologiques.

Représenter les endroits où la forêt est attaquée est tout aussi important. Il n'y plus aujourd'hui de grands projets de déforestation qui soulevait l'indignation générale.

Les zones menacées sont à présent plus petites et font de ce fait moins parler d'elles, mais elles sont bien plus nombreuses et à l'échelle de l'Île-de-France, représentent un véritable danger.

C'est en affichant en différents points de la carte ces zones, que l'on peut se rendre compte de l'étendue des pertes et faire prendre conscience de l'importance de protéger la moindre zone boisée.



CIBLES

La carte s'adressera à différentes cibles :

♦ Cibles marketing : associations et les amoureux de la nature en général

♦ Cibles de communication : élus locaux et nationaux ainsi que le presse.

Cibles marketing

Ce sont dans un premier temps les associations afin qu'elles travaillent ensemble sur le même projet, ce qui permet une mise en commun des informations, un éventuel partage des tâches et la création d'une importante base de données qui leur permettra, à terme, de mieux connaître l'environnement dans lequel elles évoluent, de pouvoir communiquer entre elles et de se réunir avec des associations similaires afin d'avoir plus de poids auprès des pouvoirs publics.

Les secondes cibles marketing sont tous les amoureux de la nature en général. Le site leur permettra :

- ♦ de trouver les informations qu'ils recherchent concernant n'importe quelle forêt et dans n'importe quel domaine (faune, flore ...)
- ♦ de partager leur passion, leur intérêt autour d'un sujet tout en leur apportant les informations sur les forêts qui les entourent ainsi que les dangers qui les touchent.

Associations ou amoureux de la nature, verront essentiellement la carte comme un outil leur permettant d'obtenir des informations.

Cibles de communication

Informer les élus locaux (à l'échelle communale, départementale et régionale) est important afin qu'ils puissent par la suite communiquer à leur réseau d'influence et apporter leur soutien aux causes défendues par le projet ou simplement leur apporter des informations sur les forêts qu'ils administrent.

De la même manière, les élus nationaux seront informés de l'existence de cette carte. Cette communication s'accompagne de la certitude qu'un tel projet de sensibilisation complétera leur vision de l'état des forêts et servira à la protection des dites forêts.

Et pour finir la presse, à travers les journaux locaux, payants et gratuits, afin de diffuser l'information au grand public.



RISQUES

La concurrence ne porte pas préjudice au projet en terme d'offre

Des sauvegardes régulières préviendront les pertes de données.

L'emploi d'un community manager permettra une réactivité salutaire à la vie du réseau.

Côté concurrence

Il existe un nombre conséquent de sites Web de cartes interactives. En effet rechercher les mots clés «carte interactive» donne plus de 6.200.000 résultats dans Google. Après avoir analysé ces résultats, nous remarquons que très peu sont spécialisés dans l'écologie. La majorité sont des sites gouvernementaux, d'ONG ou d'associations influentes.

Parmi ces cartes, les cartes du site Geoportail et du site de l'IFN présentent des fonctionnalités similaires à celles du projet. En effet, des filtres laissent libre choix aux utilisateurs d'afficher les informations qu'ils désirent. Ces filtres permettent, entre autre, de visualiser :

- ◆ les parcelles du cadastre,
- ◆ les sites protégés e
- ◆ les espaces naturels
- ◆ les réseaux de transport,
- ◆ l'hydrographie,
- ◆ les unités administratives...

Même si les systèmes de fonctionnement de ces cartes sont similaires à ceux du projet, les données, les ressources et les possibilités d'interaction mises à la disposition des utilisateurs sont quant à elles différentes.

Côté technique

Si ce projet connaît un fort succès, il est possible que le nombre de visites cause des ralentissements. Nous mettrons en place un système d'analyse d'audience et d'impact sur le site Web, pour qu'IDFE puisse suivre, entre autre, le nombre et la fréquence des visites.

Nous mettrons aussi en place un système de log et des backups journaliers de la base de données pour la sécurité des informations.

Cent@gency fera à IDFE une proposition l'architecture pour assurer la charge en cas de pics de visites.

Côté contenu

Nous attirons votre attention sur le fait qu'IDFE sera l'éditeur de ce site Web et sera donc légalement responsable de son contenu.

Les photographies publiées par le site seront administrables a posteriori pour garder le dynamisme et la réactivité de l'information.

Les débats autour des points chauds peuvent engendrer des conflits. A ce titre, en plus de fournir à l'association un guide pour communiquer sur les réseaux sociaux, nous conseillons à l'association de faire appel à un community manager, seul garant d'une bonne réactivité lors de débats. Il peut désarmer les conflits, guider les échanges pour qu'ils soient constructifs et animer la communauté au quotidien.



CONTRAINTE

Liberté graphique

IDFE fournit le serveur
avec 500Go dédiés
au projet

Graphiques

Île-de-France Environnement laisse à Cent@gency la liberté de s'émanciper de l'ambiance graphique de son site (<http://www.idfe.eu/>) ainsi que de celui du site et du logo de la région Île-de-France.

Les éléments graphiques (gamme colorimétrique, pictogrammes, logotype,...) feront l'objet de plusieurs propositions et seront regroupés dans une charte graphique.

Techniques

IDFE dispose d'un serveur dédié au projet, de type «green 13».

Ce serveur est géré par un administrateur système. Un espace de stockage de 500Go est dédié au projet. L'équipe de Cent@gency est libre d'installer et de mettre à jour les logiciels nécessaires au bon déroulement du projet.



ANALYSE CONCURRENTIELLE

Recherche par mots clés pertinents

Aucun équivalent au projet de la carte interactive d'Île-de-France n'existe

Mots clés

Dans le but d'obtenir des résultats précis et pertinents, lors de notre analyse, nous nous sommes concentrés sur les recherches suivantes :

- ◆ carte interactive / interactive map
- ◆ environment interactive map / carte interactive écologie
- ◆ carte interactive Île-de-France
- ◆ carte interactive écologie Île-de-France
- ◆ carte des forêts Île-de-France
- ◆ interactive environmental map

Tout en gardant une vision globale des enjeux du projet.

Présence du secteur

Il existe un nombre conséquent de sites Web de cartes interactives. La recherche «carte interactive» donne plus de 6.200.000 résultats dans Google.

Après avoir analysé ces résultats, nous remarquons que très peu sont spécialisés dans l'écologie. Lorsque c'est le cas, les cartes présentent la géographie, le relief, les transports.

La majorité sont des sites gouvernementaux, d'ONG ou d'associations influentes. Il y a des sites d'entreprises, comme ceux de la RATP ou de la SNCF. Il y a aussi quelques sites éducatifs.

Parmi ceux-là, les mieux référencés sont les sites utilitaires, c'est-à-dire qui répondent à un besoin d'informations quotidiennes.

Nous n'avons pas trouvé d'équivalent au projet d'Île-de-France Environnement.

Voir en annexe
«Benchmark des cartes»
pour avoir un aperçu global.

Technologies employées

Les cartes de plus de cinq ans utilisent Flash et Action Script. Les cartes récentes utilisent JavaScript, HTML et CSS.



PROFILS UTILISATEURS

Des profils types pour optimiser les choix en matière de contenu et de navigation.

Des profils types ont été créés afin d'optimiser les choix en matière de contenu et de navigation.

Huit utilisateurs types ont été dégagés :

- ◆ un membre d'une association spécialisée dans la défense des forêts
- ◆ un citoyen soucieux de préserver l'espace boisé de sa région
- ◆ un membre d'une association membre abordant la forêt de façon connexe
- ◆ un professeur des écoles
- ◆ un élu local
- ◆ un élu national
- ◆ un passionné de randonnée
- ◆ un journaliste

Les profils pour lesquels la carte n'aura que peu d'intérêt, ont été volontairement écartés de l'étude.

Par exemple, un cartographe professionnel spécialisé dans la sylviculture dispose déjà d'outils très performants.



PROFILS UTILISATEURS



Nom : Lionel Tugault
Age : 65 ans, retraité
Statut : signataire, spécialiste botaniste - Membre d'une association spécialisée dans la défense des forêts
Ville : Meaux

Comportement avec l'application

Lieu de connection : domicile

Contexte de la visite : Trouver des informations sur des points chauds, sur les domaines de compétence qui ne sont pas les siens (ornithologie...)

Fréquence de visite : intense mais ponctuelle pour obtenir de l'information sur les domaines qui ne sont pas sa spécialité (1 jour en continue, puis plus de visite pendant 1 mois)

Freins éventuels à la visite

N'est pas férus d'informatique ; il lui faudra une interface très intuitive et ergonomique. Il ne dépassera pas le manque de confort malgré sa forte curiosité

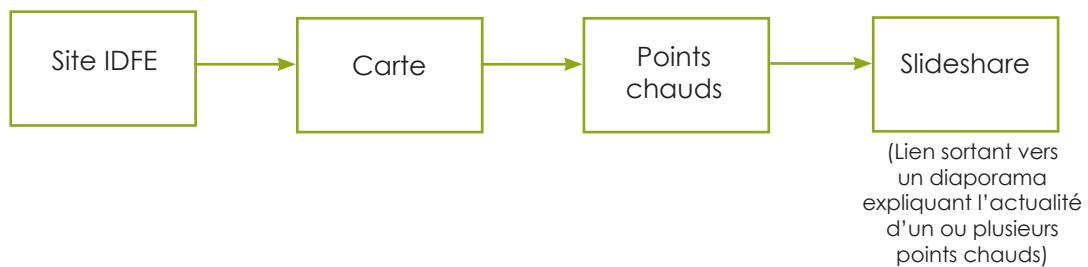
Attentes vis à vis de la carte

Besoin informatif

Veut des informations inédites, précises



Scénario d'utilisation



CIBLE PRINCIPALE

Veut trouver des informations sur les points chauds et des informations complémentaires à ses connaissances.
À chaque visite, il a un thème de recherche précis : ornithologie, etc.

Degré d'aisance internet



Connaissance des forêts



Connaissance dans un domaine pointu



Type de visite

Visite informative	Visite pédagogique
Visite exploratoire	Visite de contribution

12

Degrés de sensibilité au sujet



Enjeu de l'utilisation



Cahier des charges



PROFILS UTILISATEURS



Nom : Stéphane Haaz
Age : 28 ans
Statut : Particulier sensible au sujet
Ville : Cergy

CIBLE PRINCIPALE

Il veut comprendre la nature et les raisons des travaux forestiers sur une parcelle déterminée.

Degré d'aisance internet



Connaissance des forêts



Connaissance dans un domaine pointu



Comportement avec l'application

Lieu de connection : domicile

Contexte de la visite : Intérêt pour les forêts de sa région. Il a besoin de connaître les zones menacées. Il s'intéresse aux arbres mais aussi à la faune. Il connaît une information importante et a besoin d'alerter un maximum de personnes, y compris des personnes influentes.

Sa contribution sera forte et il recherchera des exemples ailleurs.

Fréquence de visite : Environ une à deux fois par semaine.)

Freins éventuels à la visite

Le site n'est pas à jour et les conflits qu'il indique sont déjà résolus.

Réponses aux freins

Des mises à jour régulières avec possibilité pour l'internaute de signaler un contenu obsolète ou inexact.

Attentes vis à vis de la carte

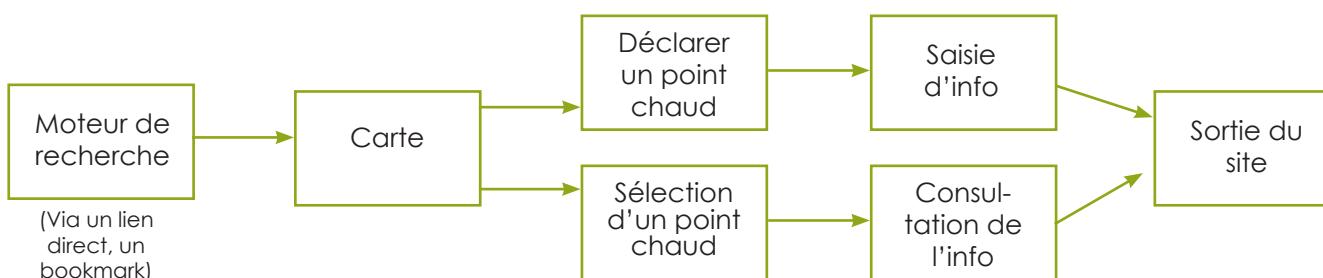
Besoin informatif



Besoin de persuasion à utiliser la carte



Scénario d'utilisation



Type de visite



13

Degrés de sensibilité au sujet



Enjeu de l'utilisation



Cahier des charges



PROFILS UTILISATEURS



Nom : Stéphane Haaz

Age : 68 ans

Statut : Membre d'une association d'IDFE abordant la forêt de façon connexe

Ville : Meulan-en-Yvelines

CIBLE PRINCIPALE

Veut trouver des informations sur une forêt proche de chez lui.

Degré d'aisance internet



Connaissance des forêts



Connaissance dans un domaine pointu



Comportement avec l'application

Lieu de connection : domicile

Contexte de la visite : recherche d'informations sur les forêts environnantes

Fréquence de visite : Une fois par mois

Freins éventuels à la visite

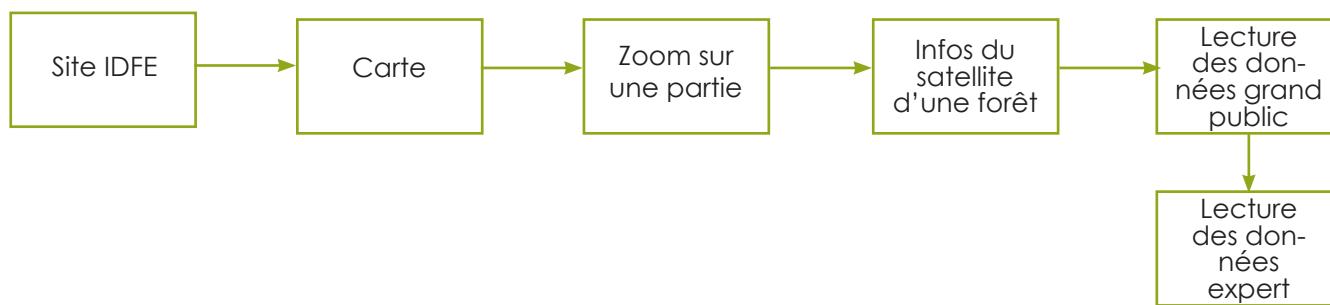
Peu de temps à consacrer à la carte

Attentes vis à vis de la carte

Besoin informatif



Scénario d'utilisation



Réponses aux freins

Tenir au courant grâce aux réseaux sociaux, flux RSS, puis à terme, par newsletter

Besoin de persuasion à utiliser la carte



Type de visite



14

Degrés de sensibilité au sujet



Enjeu de l'utilisation





PROFILS UTILISATEURS



Nom : Valérie Menier
Age : 32 ans
Statut : Institutrice
Ville : Fontainebleau

Comportement avec l'application

Lieu de connection : classe, sur iPad

Contexte de la visite : étude du milieu forestier en Île-de-France / Support et complément à son cours

Fréquence de visite : régulièrement pendant environ un trimestre par an (le temps du programme)

Freins éventuels à la visite

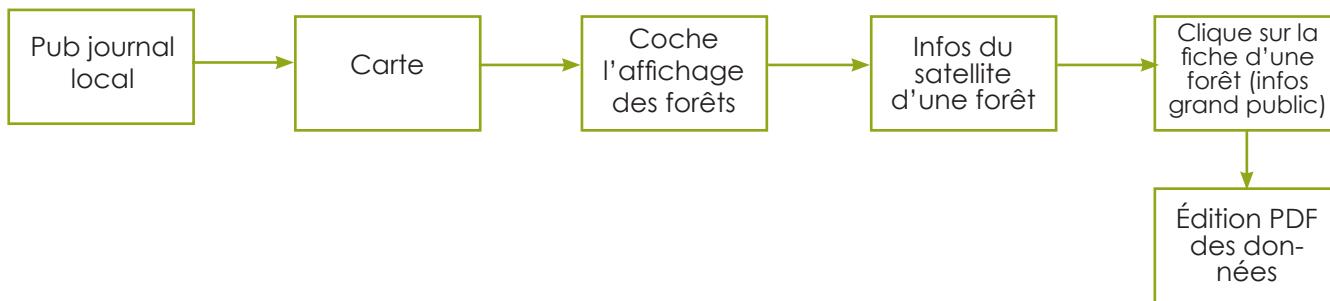
Incompatibilité iPad. Manque d'intérêt par les enfants.

Attentes vis à vis de la carte

Besoin informatif



Scénario d'utilisation



CIBLE SECONDAIRE

Veut faire apprendre le milieu forestier à ses élèves / Sensibilisation culturelle & citoyenne

Degré d'aisance internet



Connaissance des forêts



Connaissance dans un domaine pointu



Type de visite



15

Degrés de sensibilité au sujet



Enjeu de l'utilisation





PROFILS UTILISATEURS



Nom : Dimitri Vernier
Age : 48 ans
Statut : Élu local
Ville : Issy les Moulineaux

Comportement avec l'application

Lieu de connection : mairie, domicile

Contexte de la visite : le PLU (plan local d'urbanisme) de sa commune est en révision. Il vient de recevoir un avis défavorable d'IDFE pour la construction de trois tours sur la ZAC du Pont d'Issy

Fréquence de visite : ponctuelle, selon l'actualité concernant sa commune

Freins éventuels à la visite

Aime la clarté et avoir une vue d'ensemble. Se lasse vite si l'information est trop dense

Attentes vis à vis de la carte

Besoin informatif



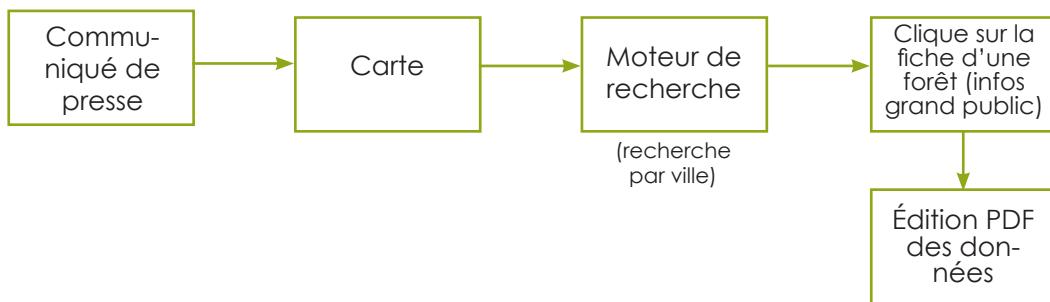
Réponses aux freins

Les informations sont clairement distribuées sans se superposer les unes les autres. L'information principale est accessible au 1er ou 2ème clic. La charte édactionnelle respecte les standards de l'écriture web (pyramide inversée, chapô, etc)

Besoin de persuasion à utiliser la carte



Scénario d'utilisation



CIBLE SECONDAIRE

Veut regarder comment est située sa commune au regard de la problématique environnementale . Veut aussi prendre des renseignements sur les autres villes d'Ile-de-France

Degré d'aisance internet



Connaissance des forêts



Connaissance dans un domaine pointu



Type de visite



Degrés de sensibilité au sujet



Enjeu de l'utilisation





PROFILS UTILISATEURS



Nom : Isabelle Luze
Age : 31 ans
Statut : Randonneuse, chargée de communication pour un grand groupe pharmaceutique
Ville : Auvers

Comportement avec l'application

Lieu de connection : domicile ou bureau

Contexte de la visite : a besoin d'informations sur les forêts en général et en particulier sur les sentiers de randonnée ainsi que leur praticabilité. Elle a aussi besoin de connaître les relevés topographique et l'état de la forêt

Fréquence de visite : Environ une à deux fois par trimestre

Freins éventuels à la visite

Manque de temps. Elle a besoin d'un site ergonomique et fluide

Attentes vis à vis de la carte

Besoin informatif



Réponses aux freins

Site très ergonomique

Besoin de persuasion à utiliser la carte



Scénario d'utilisation



Degré d'aisance internet



Connaissance des forêts



Connaissance dans un domaine pointu



Type de visite



17

Degrés de sensibilité au sujet



Enjeu de l'utilisation



Cahier des charges



PROFILS UTILISATEURS



Nom : Korine Esposito
Age : 30 ans
Statut : Journaliste
Ville : Paris

Comportement avec l'application

Lieu de connection : bureau, transport (mobile, tablette)

Contexte de la visite : prise de renseignements pour écriture d'un article

Fréquence de visite : plusieurs fois par jours pendant une courte durée (une maximum)

Freins éventuels à la visite

Manque de clarté de l'interface, nombreux clics pour accéder à l'information, peu de temps pour fouiller

Attentes vis à vis de la carte

Besoin informatif

Veut des informations inédites, précises



Réponses aux freins

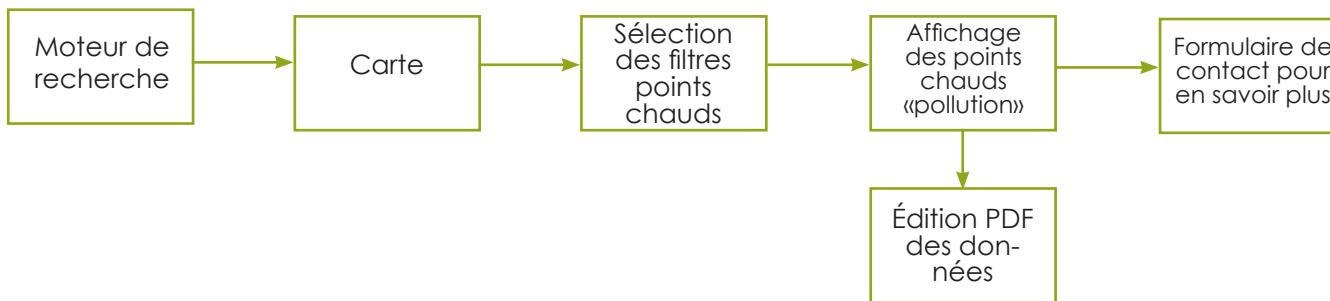
Bonne conception de l'interface

Besoin de persuasion à utiliser la carte

A besoin de comprendre le cœur des débats et des enjeux du jeu (pour rassurer ceux qui en ont besoin)



Scénario d'utilisation



CIBLE SECONDAIRE

En quête de renseignements pour écrire un article.

Veut recueillir des informations sur un point précis

(ex : l'hydrométrie des forêts franciliennes)

Degré d'aisance internet



Connaissance des forêts



Connaissance dans un domaine pointu



Type de visite



Degrés de sensibilité au sujet



Enjeu de l'utilisation





COMMUNICATION



Réseaux sociaux

Nous proposons de développer la communication de la carte sur cinq plateformes :

- ◆ Facebook
- ◆ Google+
- ◆ Planete-Attitude
- ◆ Twitter
- ◆ SlideShare

Ces plate-formes permettent de partager des informations, des photos, des vidéos et des événements. Une page sur chacun de ces réseaux sera créée pour la carte des forêts. La présence sur ces réseaux permettra de donner des informations sur la carte, de partager des photos, des liens vidéos (si par exemple un repartage est fait sur telle forêt ou tel point chaud) et d'échanger.

L'objectif est d'amener les internautes à participer (par exemple : «tel élu a déclaré vouloir construire un centre commercial à tel endroit tout en protégeant l'espace forestier, qu'en pensez-vous ? Trouvez-vous cela réalisable ?»...). Les internautes seraient régulièrement informés de ce qui se passe autour des forêts (une association qui organise quelque chose ; une idée proposée par un élu ; un journal (radio, TV ou papier) parlant d'une forêt ; etc.). Le dynamisme des échanges serait assuré par le community manager d'IDFE qui maintiendrait une bonne réactivité aux questions des internautes.

Facebook

Facebook permet une proximité avec un très grand nombre d'utilisateurs réguliers non seulement grâce à sa facilité d'utilisation et aux divers documents pouvant être partagés (photos, vidéos, liens) mais aussi grâce à la rapidité des échanges entre les internautes et les associations (via le community manager).

Google+

Réseau social à mi-chemin entre Facebook et Twitter. Comme Facebook il permet poster des statuts, des images, des vidéos, partager des liens, etc. En revanche il ressemble à Twitter concernant l'ajout de contacts : Sur Google plus, vous pouvez « suivre » qui vous voulez et tout le monde peut vous suivre. Il offre donc une complémentarité avec ces deux réseaux sociaux.

Planete-Attitude

Réseau social développé à l'initiative du WWF. Il est spécialisé autour de la protection de la nature.

Twitter

Site de microblogging. Les messages font au maximum 140 caractères. Cet outil est utilisé pour le partage d'informations courtes. Il est possible aux internautes de s'abonner aux flux d'informations qu'ils souhaitent.

Cet outil permettra donc d'annoncer les nouveautés (nouveaux points chauds, nouvelles données renseignées...). Les internautes seront informés en temps réel. Twitter est aussi et surtout la première source d'information des journalistes.

SlideShare

SlideShare est un réseau social de partage de documents (PowerPoint, PDF, Word, OpenOffice). Cela permettra de regrouper toutes les informations complémentaires relatives à la carte (par exemple, faire un PDF avec différents articles de journaux parlant d'un point chaud répertorié sur la carte).

La mise en ligne d'un dossier sera annoncée sur Facebook et Twitter. Un lien sera aussi fait sur la carte dans le satellite de la forêt concernée par le document mis en ligne.



COMMUNICATION

1
Envoi des dossiers de presse aux cibles

2
Mise en place des réseaux sociaux

Axes de la communication

La communication autour du projet se fera en quatre temps.

Première phrase

Phase qui consistera à informer les différentes cibles sur le projet par l'envoi de dossier :

- ◆ les avertir qu'une carte interactive est en cours de réalisation
- ◆ leur montrer l'impact d'un tel projet à l'aide d'un dossier de presse pour les journaux et des dossiers d'information pour les élus, les associations.

Cette phase se déroulera quelques mois avant la mise en ligne de la carte.

Les dossiers expliqueront la démarche et les objectifs de la carte ainsi que son utilité et son système de fonctionnement.

Pour les associations, un guide d'administration de la carte sera ajouté.

Seconde phrase

Ce sera la phase de mise en place des différents réseaux sociaux, dont la description figure plus haut. L'objectif sera de commencer à créer une communauté autour du projet et de générer un effet de suspens dont la carte sera l'objet central.

Sur Twitter, nous créerons un ou plusieurs hashtag⁵ significatifs au regard du positionnement choisi par IDFE (par exemple #cartedesforêts).

Le but étant de créer une émulation autour d'un sujet différent de près aux forêts. Et ainsi, générer du trafic (des

tweets) concernant la carte.

La page Facebook et le compte Twitter seront synchronisés, ainsi toute publication faite sur l'un sera visible sur l'autre. Les personnes privilégiant l'un de ces deux réseaux sociaux pourront ainsi être informées de ce qui se passe sur l'autre.

Cent@gency mettra en place toute la structure nécessaire à l'exploitation de ces réseaux sociaux par IDFE et les administrera jusqu'à la livraison du projet (juin 2012).

Date à partir de laquelle ils devront être gérés quotidiennement par un community manager afin de pouvoir répondre facilement aux demandes et commentaires des internautes :

- ◆ mise en place d'un annuaire afin que le community manager puisse relayer les questions des internautes auprès de l'association concernée ou compétente
- ◆ les associations devront elles aussi surveiller les mails provenant du community manager afin de pouvoir répondre au plus vite aux utilisateurs

Dans un souci de bon fonctionnement du réseau et de qualité du contenu posté ou publié, le community manager devra :

- ◆ s'assurer d'une réactivité optimale de la part des associations (mise en ligne de document, réponse à un internaute...)
- ◆ assurer la modération des publications que les utilisateurs feront sur les différentes pages.

Cette phase correspondra à une période de sensibilisation des internautes pour s'inscrire à la newsletter et débutera deux à 3 semaines avant la mise en ligne de la carte.

5- Hashtag : mot-clé préfixé d'un # indiquant une métadonnée. Utilisé sur Twitter, Identi.ca et Google+. Exemple : #Wikipedia is my favorite kind of #encyclopedia



COMMUNICATION

3

Diffusion de l'information.
Campagne d'affichage...

4

Consolidation de
la communication
(post-livraison
de la carte)

Troisième phrase

La troisième phase commencera au moment de la mise en ligne de la carte. Ce sera une période de diffusion d'information :

- ◆ des événements seront créés sur les réseaux sociaux,
- ◆ des communiqués de presse seront envoyés aux journaux locaux
- ◆ des communiqués d'information envoyés aux associations et aux élus, à l'ONF et à l'Agence des Espace Verts complétant les dossiers envoyés en amont.

Une campagne d'affichage sera menée à travers la région :

- ◆ sur les panneaux d'information de chaque forêt une affiche A4 informera de l'existence de la carte et de son utilité,
- ◆ un QRCode sera placé sur chaque affiche et mènera vers le satellite d'information de la forêt concernée.

Les affiches seront créées par Cent@gency et distribuées aux associations par les soins d>IDFE qui coordonnera l'affichage.

Quatrième phrase

Période de communication qui débute après la livraison de la carte.

Cette période est prise en charge par IDFE qui assurera le dynamisme et de la régularité des publications sur les réseaux sociaux après une période de passation assurée par Cent@gency.

21

Cahier des charges



La carte

La carte contient :

- ◆ les forêts
- ◆ les corridors biologiques
- ◆ les points chauds

Par défaut, la carte affiche l'Île-de-France dans son ensemble, avec toutes les données dont elle dispose.

Le niveau de détail s'arrête alors aux forêts. Les parcelles forestières s'affichent lorsque l'utilisateur zoom sur la carte pour avoir plus de détail.

La plus petite unité est la parcelle forestière.

Initialement, il avait été prévu que l'utilisateur pourrait choisir les données qu'il souhaite grâce à des filtres d'affichage, qui auraient été les suivants :

- ◆ type (forêt, corridor biologique, points chauds)
- ◆ nature (domaniale, de collectivité, privée)
- ◆ statut des visites (ouverte/interdite au public)
- ◆ peuplement (feuillus, résineux)
- ◆ essences d'arbres (chêne, hêtre, etc.)
- ◆ régime (taillis, taillis sous futaie, futaie)

Tous les filtres sont cumulables.

Pour des raisons de calendrier, le filtre ne contiendra que forêts, corridors biologiques et points chauds comme choix possibles.

Panneau latéral / Le satellite

Un clic sur une forêt, une parcelle forestière, un corridor ou un point chaud déclenche l'affichage d'information dans le panneau latéral.

Une forêt et une parcelle affichent :

- ◆ son nom (forêt) ou son identifiant national (parcelle)
- ◆ son type
- ◆ sa nature
- ◆ ses coordonnées GPS
- ◆ le statut
- ◆ le peuplement
- ◆ les essences d'arbres qui la composent
- ◆ son régime
- ◆ son/ses associations de référence
- ◆ un lien vers la fiche forêt correspondante

La fiche forêt a deux niveaux de lecture : débutant et expert. Son contenu est fait de textes et d'images. Il est possible de lui attacher des pdfs, qui seront fournis par M Thoyer.

Un corridor biologique affiche :

- ◆ sa largeur (-10m, 10-40m, 40-100m, + de 100m)
- ◆ sa nature (naturel ou artificiel)
- ◆ son état (sauvegardé, en danger)
- ◆ faune concernée (cerf, amphibiens, etc.)

Un corridor biologique dispose d'une fiche qui complète les données générales.

Un point chaud affiche :

- ◆ ses coordonnées GPS
- ◆ le danger (construction, déforestation, rupture des corridors biologiques)
- ◆ un lien vers la fiche point chaud correspondante
- ◆ son association de référence
- ◆ la dernière date de mise à jour des informations



Fonctionnalités \ Rôles	Visiteur	Collab.	Membre assoc.	Admin.
Voir la carte et naviguer dedans	Oui	Oui	Oui	Oui
Filtrer les informations affichées	Oui	Oui	Oui	Oui
Lire les informations contextuelles se trouvant dans le panneau latéral	Oui	Oui	Oui	Oui
Lire les articles	Oui	Oui	Oui	Oui
Faire une recherche	Oui	Oui	Oui	Oui
Sur une fiche forêt, corridor ou point chaud, signaler un contenu posant problème	Oui	Oui	Oui	Oui
Lire les informations contextuelles se trouvant dans le panneau latéral	Oui	Oui	Oui	Oui
Poster des photos sur les fiches forêts	Non	Oui	Oui	Oui
Participer aux discussions relatives aux points chauds	Non	Oui	Oui	Oui
Ajouter, modifier, supprimer les forêts (zones administrables de la carte)	Non	Non	Oui	Oui
Lier des PDFs aux fiches forêts	Non	Non	Oui	Oui
Ajouter, modifier, supprimer les articles relatives aux forêts	Non	Non	Oui	Oui
Proposer un point chaud	Non	Non	Oui	Oui
Modérer les photos	Non	Non	Oui	Oui
Gérer les utilisateurs	Non	Non	Non	Oui
Valider le membre d'1 assoc.	Non	Non	Non	Oui
Ajouter, modifier, supprimer ou valider une association	Non	Non	Non	Oui
Ajouter, modifier et supprimer le contenu des filtres (sans pouvoir en créer de nouveau)	Non	Non	Non	Oui
Modérer le contenu d'une forêt	Non	Non	Non	Oui
Ajouter, modifier, supprimer ou valider un point chaud	Non	Non	Non	Oui
Voir et modérer un contenu signalé	Non	Non	Non	Oui
Modifier ou supprimer des PDF de la fiche forêt	Non	Non	Non	Oui

La recherche

Toutes les pages du site disposent d'une barre de recherche. La recherche est multicritères. Elle se fait sur les forêts avec les critères suivants :

- ♦ son nom
- ♦ sa nature
- ♦ ses essences d'arbres

Il n'est pas possible de faire une recherche sur les corridors biologiques ou sur les points chauds.

La recherche n'est pas une fonctionnalité prioritaire du site Internet.

La fiche point chaud

La fiche point chaud présentera globalement les dangers d'un point chaud. Son but n'est pas d'être exhaustive, mais de créer un débat et une discussion des internautes.

Son contenu est fait de textes et d'images et est limité à 500 mots.

Profils

Il y aura quatre profils utilisateurs :

- ♦ «**Visiteur**» : Tous les internautes peuvent s'inscrire à la carte et ainsi devenir collaborateur de la carte.
- ♦ «**Collaborateur**» : Pour obtenir ce statut, l'internaute devra s'inscrire. Un mail de confirmation lui sera envoyé et il devra valider son compte.
- ♦ «**Membre d'une association**» et «**Administrateur**» : ces statuts nécessitent en plus de la confirmation par mail une validation de l'administrateur.

Les différentes fonctionnalités accessibles aux utilisateurs sont détaillées ci-contre.

À chaque connexion l'administrateur sera notifié de toute information ajoutée ou modifiée sur la carte.

Par exemple : «L'utilisateur Dobby, de l'association Val-d'Oise Environnement, a ajouté des informations relatives à la forêt de Rambouillet. Cliquez ici pour voir la forêt de Rambouillet.»



SITE INTERNET



ANDROID



Firefox 4



Compatibilité des navigateurs

En 2010, seul 1% des utilisateurs utilisent encore une résolution de 800*600 et 20% sont en 1024*768.

Il semble donc judicieux de prévoir le site pour des résolutions allant de 1024*768 à 1900*1080.

Les utilisateurs qui utilisent des résolutions sortant de cette fourchette n'ont pas la garantie d'un affichage des pages et d'une interactivité optimale.

Le site sera optimisé pour les navigateurs suivants :

- ◆ Internet Explorer 7+
- ◆ Mozilla Firefox (supérieur 3.6)
- ◆ Google Chrome 4+
- ◆ Apple Safari 3+
- ◆ Navigateur Androïd
- ◆ Apple Safari sur iPhone

Référencement

Le référencement est le fait d'être inscrit dans l'annuaire d'un moteur de recherche. Un site Web est référencé lorsqu'il est indexé par un moteur de recherche, même s'il n'apparaît qu'à la 30ème page.

Le positionnement est le rang d'affichage d'un résultat dans un moteur de recherche.

À l'heure actuelle, il existe trois types de référencement sur le Web :

- ◆ le référencement naturel
- ◆ le référencement payant
- ◆ le référencement social

Le **référencement naturel** est en réalité une optimisation pour les moteurs de recherche. Il regroupe un ensemble de techniques visant à favoriser la compréhension du contenu (mots-clés, thématique, sémantique) par les robots d'indexation des moteurs de recherche. L'objectif est d'orienter le positionnement d'une page Web dans les résultats de ces moteurs sur des mots-clés correspondants aux thématiques du site.

Le **référencement payant** est l'achat d'espaces publicitaires sur les moteurs de recherche via des services comme Google AdWords. Voici deux annonces AdWords sur la recherche «vin» :

vin

Environ 75 400 000 résultats (0,25 secondes)

Annonces - Pourquoi ces annonces ?

[Soldes Auchan 2012 | auchan.fr](#)
[www.auchan.fr/soldes](#)

Achetez tous vos **Vins** durant les Soldes Auchan
Découvrez nos Très Bonnes Affaires - Découvrez vite Nos Champagnes

[Guide Hachette des Vins | Hachette-Vins.com](#)
[www.hachette-vins.com](#)
La sélection de 100 000 **vins** pour acheter sans se tromper !

[Vin - Wikipédia](#)
[fr.wikipedia.org/wiki/Vin](#)
Le **vin** est une boisson alcoolisée obtenue par la fermentation du raisin, fruit des vignes (dont *Vitis vinifera*). En Europe, selon la définition légale, le **vin** est le ...
Vin rouge - Vin rosé - Histoire de la vigne et du vin - Dégustation du vin



SITE INTERNET

SEO	ADWORDS
- Pérennité - Présence sur tous les moteurs de recherche - Le coût	- Présence immédiate - Sélection géographique - Suivi de conversion
- Le train de référencement - Résultat au bout de 3 mois	- Le coût - Budget => Présence

Cet achat d'espace permet de faire des campagnes marketing pour la communication d'un événement, le lancement d'une nouveauté, etc.

Le **référencement social** est l'utilisation des réseaux sociaux pour accroître sa notoriété, créer du contenu avec une communauté et impliquer les gens dans son activité. Cette nouvelle manière de communiquer se développe depuis quelques années à travers Facebook, Twitter, et les autres réseaux sociaux. Cet aspect est de plus en plus pris en compte par Google.

Le référencement payant se fait à travers des campagnes marketing et ne pourra pas faire l'objet d'une proposition lors de ce projet. Durant ce projet, nous proposons de travailler sur les référencements naturel et social.

Sur un aspect technique, nous atteindrons le niveau A en accessibilité du WCAG. Ce niveau est constitué des bases pour qu'un site Web soit accessible. Les sites Web des organismes publics sont tenus à ce niveau pour fin 2012. Plus le contenu d'un site est accessible au plus grand nombre de gens, plus il l'est pour les moteurs de recherche et donc mieux il est référencé.

Nous mettrons en place un compte Google Analytics pour, notamment, mesurer l'audience, connaître la manière dont les visiteurs arrivent sur le site, voir l'impact, par exemple géographique, du site Web.

Les mots-clés sont au cœur du référencement, quel qu'il soit. Les mots clés seront les noms de toutes les forêts, villes et secteurs.

La longue traîne (mots clés distincts amenant chacun peu de visites) sera composée de tous les noms d'espèces associés.

Un document sur le sujet sera établi et livré en sus.

Le référencement est un domaine complexe.

Ce travail se fait sur du long terme. Nous mettrons les outils en place, mais nous ne pouvons nous engager sur le résultat.





LIVRABLES

Du client à l'équipe

Île-de-France Environnement s'engage à fournir à l'équipe, avant début Février 2012, les données minimum nécessaires au bon déroulement de la réalisation.

C'est-à-dire les données d'au moins trois forêts, ce qui comprend, pour chaque parcelle :

- ◆ l'identifiant national ;
- ◆ les coordonnées GPS ;
- ◆ sa superficie (en m²) ;
- ◆ le peuplement (feuillus, résineux) ;
- ◆ le régime (futaie, taillis, taillis et futaie)
- ◆ les essences d'arbres et leur pourcentage de présence ;
- ◆ le nom de la forêt à laquelle elle se rapporte ;
- ◆ l'identifiant de la forêt ;
- ◆ la nature de la forêt (domaniale, de collectivité, privée) ;
- ◆ son statut (ouverte / fermée au public)
- ◆ les jours et les horaires d'ouverture (s'il y a lieu) ;
- ◆ son organisme de référence (ONF, nom du propriétaire) ;
- ◆ la date de mise à jour de ces informations ;
- ◆ le nom de l'organisme qui a recueillies ces informations.

De l'équipe au client

L'équipe s'engage à livrer à la fin du projet tuteuré

- ◆ le cahier des charges ;
- ◆ les spécifications utilisateurs ;
- ◆ les spécifications techniques ;
- ◆ la charte graphique ;
- ◆ le logo vectoriel ;
- ◆ le plan de communication ;
- ◆ les documents pédagogiques rédigés pour les cibles du projet ;
- ◆ le code du site Internet ;
- ◆ le site Internet, déployé sur le serveur d'Île-de-France Environnement, correspondant au cahier des charges présent.



PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

Suggestions



Communication

Afin d'améliorer la notoriété et la visibilité de la carte, il faudrait envisager d'avoir un représentant lors de rencontres ou/et de forums d'associations ou sur la nature et l'environnement auxquels participe Île-de-France Environnement.

Technique

Nous suggérons de réaliser une application iPad sur les forêts d'Île-de-France. Cette application pourrait géolocaliser son utilisateur et incruster des informations essentielles dans la forêt via la caméra. Cela pourrait être le point chaud ou le corridor biologique les plus proches ou même les essences d'arbres autour de l'utilisateur.

Les informations seraient sélectionnées dans le but de renforcer l'expérience utilisateur, la conscience et l'action citoyenne.



LEXIQUE

AEV : Agence pour les Espaces Verts Corridors biologiques : couloirs naturels ou artificiels permettant les échanges entre différentes forêts.

Flux RSS : format XML permettant la syndication de contenu Web

Hashtag : mot-clé préfixé d'un # indiquant une métadonnée. Utilisé sur Twitter, Identi.ca et Google+. Exemple : #Wikipedia is my favorite kind of #encyclopedia

IDF : Île-de-France

IDFE : l'association Île-de-France Environnement. Site Web : <http://www.idfe.eu>

IGN : Institut de Géographie National

ONF : Office National des Forêts

ONG : Organisation Non Gouvernementale

PLU : Plan Local d'Urbanisme

Positionnement : fait d'atteindre une certaine position, pour certaines requêtes, dans les moteurs de recherche

QRCode : Quick Response Code - Type de code-barres en deux dimensions



Référencement : fait d'être inscrit dans l'annuaire d'un moteur de recherche

Trame verte et bleu : un des engagements phare du Grenelle de l'environnement. C'est une démarche qui vise à maintenir et à reconstituer un réseau d'échanges sur le territoire national pour que les espèces animales et végétales puissent communiquer, circuler, s'alimenter, se reproduire et se reposer.

WCAG : Web Content Accessibility Guidelines. Site Web : <http://www.w3.org/TR/WCAG20/>

WWF : World Wildlife Fund - Fond mondial pour la nature

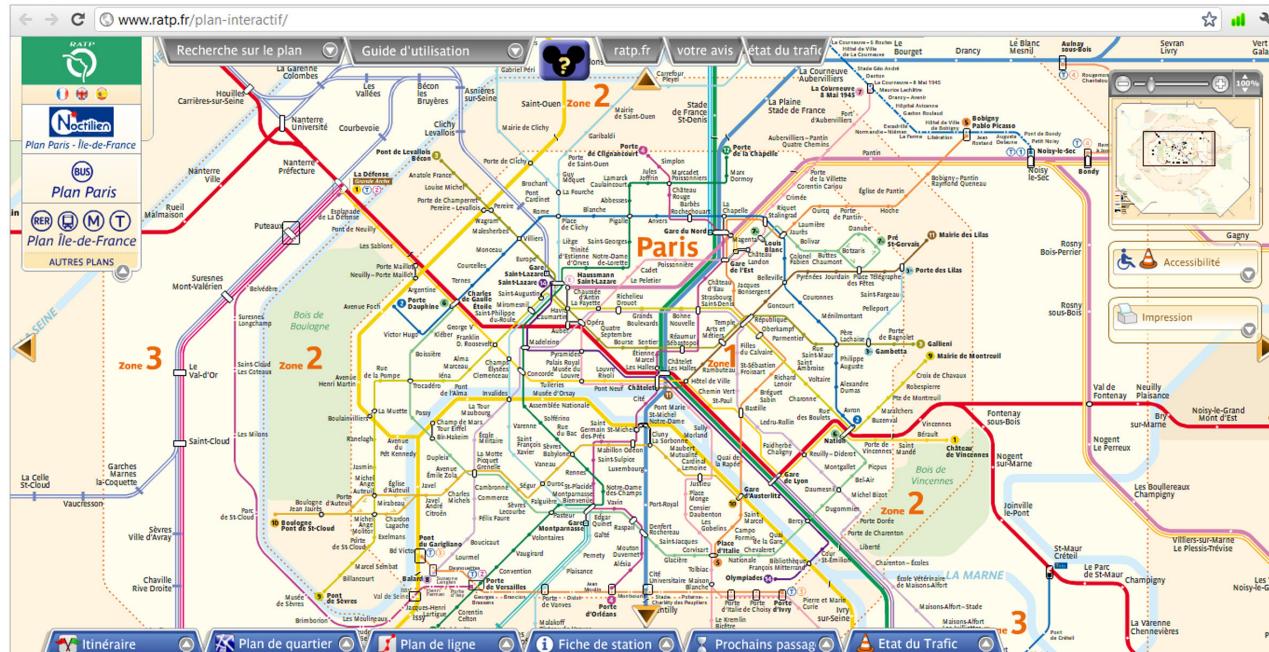


ANNEXE : BENCHMARK DES CARTES

[WWW.ratp.fr/plan-interactif/](http://www.ratp.fr/plan-interactif/)

Note

8 /10



Exemple utilisation

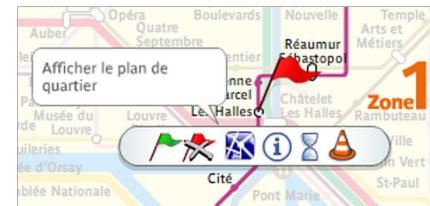


1 >Choix du point de départ de la destination

Effectuer un itinéraire (La défense> Chatelet)



2 >Choix du point d'arrivée de la destination



3 >Choix des options du trajet

Public visés
Les utilisateurs du service

Objectif

- Effectuer un itinéraire
- Avertir de l'état du trafic
- Prochain passage de transport
- Plan de quartier
- Plan de lignes
- Accessibilité aux handicapés
- Accès aux cartes de BUS

Auteur

Société RATP

Ergonomie

- Navigation pleine page
- Possibilité de Zoom

Point positif

Navigation plein écran
Explication des options
Intéractivité avec la carte

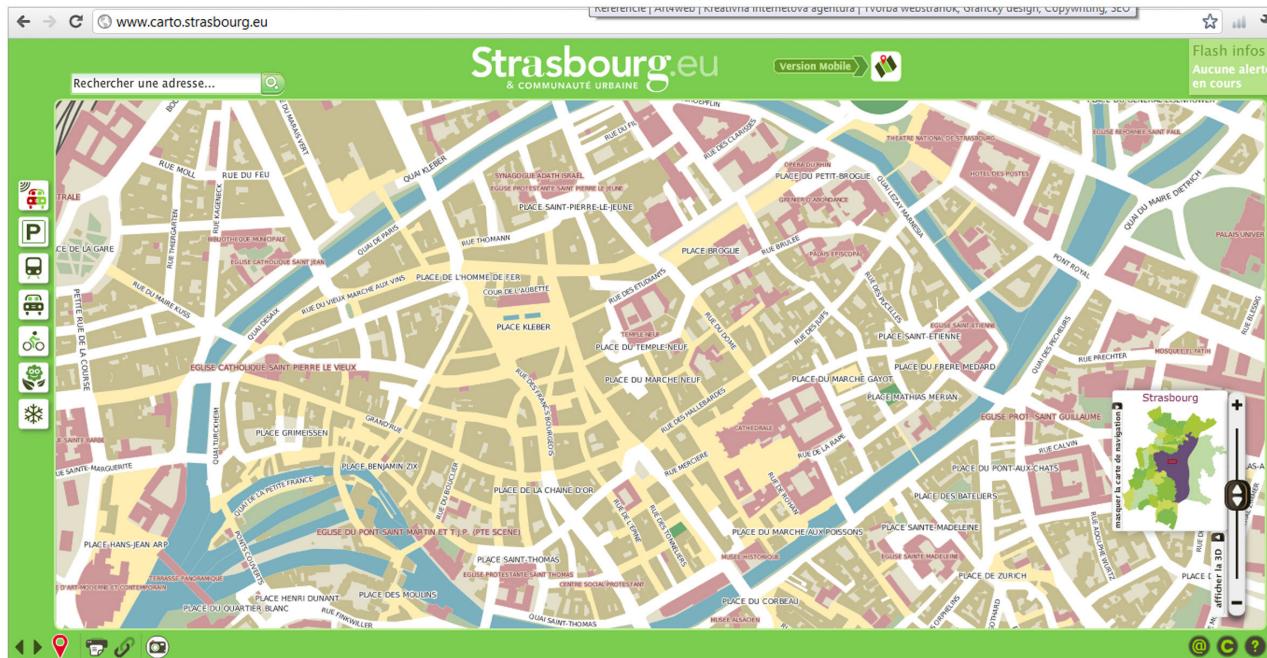


ANNEXE : BENCHMARK DES CARTES

WWW.carto.strasbourg.eu

Note

7 /10

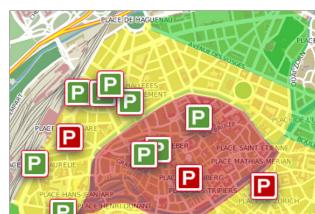


Exemple utilisation

choix de zone de parking



1 >Choix de l'option et de ses détails



2 >Visualisation de l'option choisi



3 >Possibilité de visualiser le choix de l'option en aérien

Public visés
Les citoyens de la ville

Objectif: informer

- Traffic urbain
- Parking
- Zone de stationnement
- Transport en commun
- Déplacement en vélo
- Qualité de l'air
- Service hivernale

Auteur
Ville de Strasbourg

Ergonomie

- Naviagtion cadrée
- Possibilité de Zoom

Point positif

- Accesible sur mobile
- Gestion de l'opacité des options
- Mémorisation d'alerte

30

Cahier des charges



ANNEXE : BENCHMARK DES CARTES

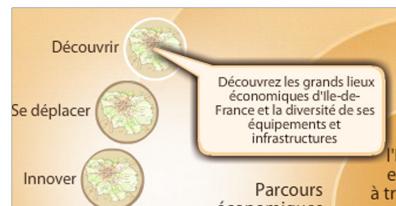
WWW.lacarteeconovista.com/datagora/

Note

7 /10

The screenshot shows a web-based map application for the Paris region. On the left, there is a vertical column of circular icons representing different categories such as economy, technology, infrastructure, and culture. Below this is a small map of France with a circle indicating the region. A central circular inset shows a detailed map of Paris and surrounding areas like Cergy, Argenteuil, Bobigny, and Le Raincy. The main map area has a light orange background. At the top, there are navigation buttons for 'Accueil', 'une carte', 'les données', 'Rechercher', and 'Aller à'. At the bottom, there are buttons for 'Tout voir' (checkmark), 'Tout masquer' (cross), 'Imprimer', and 'Exporter'.

Exemple utilisation



1 >Choix de la carte des options

choix de zone de parking



2 >Choix de la visualisation des options



3 >Visualisation de la carte avec le choix des différentes options

Public visés
Les citoyens de la ville

Objectif: découvrir l'Ile-de-France

- Découvrir
- Se déplacer
- Innover
- créer et se développer
- Visiter
- Détecter les talents

Auteur
La région Ile-de-France

Ergonomie

- Navigation cadrée en forme de Zoom

Point positif

- Visualisation
- Gestion des options
- Base de donnée riches



ANNEXE : BENCHMARK DES CARTES

WWW.<http://montreuil.plan-interactif.com/>

Note

8 /10

The screenshot shows the main interface of the Montreuil interactive map. On the left, there is a sidebar with a logo and a search bar. Below the search bar are three tabs: "Lieux", "Plans", and "Favoris". Under "Lieux", there is a list of categories such as "Grand Froid - Points sel", "Mairie - hôtel de ville", "Mairie annexe des Blancs Vilains", and "Centre administratif municipal Opale". The main area is a map of Montreuil and surrounding areas, showing roads, landmarks, and public transport routes. A red line highlights a specific route or path. On the right side of the map, there is a toolbar with options like "Plan", "Satellite", and "Mixte", and a zoom control. Below the map, there is a copyright notice: "Données cartographiques ©2011 Google - Conditions d'utilisation".

Exemple utilisation

choix de lieux de destination

This screenshot shows the "Lieux" tab of the sidebar. The "Mairie annexe des Blancs Vilains" option is highlighted with a blue selection bar. Below the list, there are icons for "En savoir plus", "Ajouter à mes favoris", "A proximité", "Itinéraire", and "Partager".

1 > Choix des options



2 > Visualisation de l'option



3 > Choix des options supplémentaire

Public visés
Les citoyens de la ville

Objectif: répond aux besoins des citoyens

- Lieux: grand froid, culture, loisirs, environnement, éducation, jeunesse...
- Plans: les quartiers
- Favoris
- Itinéraire/ Calcul distance

Auteur
La ville de Montreuil

Ergonomie

- Navigation plein écran
- Visualisation des options de manière parallèles

Point positif

- Création d'un compte
- Visualisation des options de manière parallèles
- Pas de gestion des mises à jour des cartes (googleMap)

32

Cahier des charges

Charte éditoriale



Carte interactive des forêts d'Île de France



SOMMAIRE

Avant propos	2	Règles rédactionnelles et d'illustration	10
Préambule	3	Généralité	10
Règles éditoriales	7	Mise en forme du texte	10
Public cible	4	Organisation de l'information	11
Positionnement et référencement	4	Le titre et l'intertitre	11
En guise de définition	4	Le corps de l'article	11
Enjeux du référencement	5	Autour de l'article	12
Référencement naturel	5	Réutiliser un texte existant pour le mettre en ligne	12
Référencement payant	5	Évaluer la qualité d'une page Web	13
Référencement social	6	Circuit de validation des contenus	14
Expressions-clefs	6	Tableau de synthèse	14
Expressions «longue traîne»	7	Codes des pages types	15
Optimisation du référencement dans Wordpress	7	Charte des réseaux sociaux	16
Les balises méta	7	Choix des réseaux sociaux	16
Les plugins	7	Facebook	16
Suggestions de liens sortants	7	Twitter	16
Veille et outils d'aide au maintien d'un bon positionnement	8	Google+	16
50 astuces pour augmenter le trafic de votre site Internet	8	SlideShare	16
Mesurer l'impact du référencement	9	Flickr	16
Rédiger du contenu	9	Planète-Attitude	16
Ton	9	Fonctionnement	16
Fréquence de mise à jour	9	Ressources	17
Valorisation des commentaires des internautes	9		



AVANT PROPOS

CENT@gency
communication elegance new technologies augmented

Cette charte éditoriale est réalisée pour IDFE dans le cadre de la **Licence professionnelle Communication et Médias de l'Université de Cergy-Pontoise**.

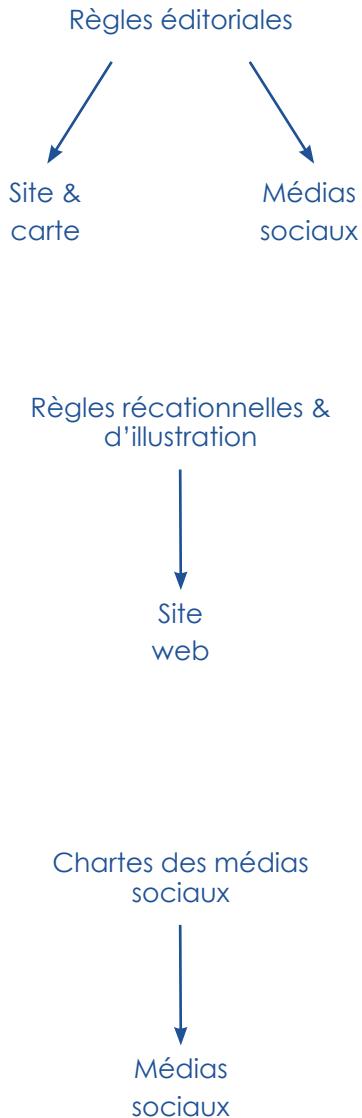
Haya, carte interactive des forêts d'Île-de-France, est un projet tuteuré pour l'association ÎLE-DE-FRANCE ENVIRONNEMENT.

Charte réalisée par l'équipe Cent@gency, composé de :

- ♦ **Aline BLOT**, pour la communication
- ♦ **Nathalie FABBRIS**, pour la gestion de projet et le graphisme
- ♦ **Fanny MENU**, pour le graphisme
- ♦ **Guillaume ROUSSEL** pour le développement
- ♦ **Kora SACCHARIN**, pour le développement



PRÉAMBULE



Le projet Haya, «Carte interactive des forêt d'Ile-de-France» utilise plusieurs canaux de diffusion d'information :

- ♦ **Le site web et la carte** : accessible en ligne. Cet espace est un espace d'information.
- ♦ **Les médias sociaux** : Facebook, SlideShare, Twitter, Google+ et Planet Attitude. Ces espaces sont des outils d'expression, de sensibilisation et d'échanges avec le public.

Dans ce document, la partie «Règles éditoriales» balaye tous les canaux de diffusion. La partie «Règles rédactionnelles et d'illustration» concerne le site web et la partie «Charte des médias sociaux» est consacrée à la rédaction de contenus complémentaires sur les réseaux sociaux.



Public cible

Le public cible a deux profils distincts :

- ♦ le grand public, passionné de nature mais pas forcément familier de la terminologie professionnelle relative aux forêts,
- ♦ et un public d'experts dont la connaissance est parfois pointue dans un domaine très ciblé.

Les différents contenus devront s'adresser à ces deux profils sans que la lecture de l'un ou de l'autre ne soit gênée.

Positionnement et référencement

En guise de définition

Le référencement est le corps de techniques visant à optimiser la visibilité d'un site dans les différents outils de recherche disponibles sur Internet : annuaires (qui indexent les sites manuellement) ou moteurs (qui les indexent automatiquement).

Le référencement recouvre toute une série d'actions très différentes qui vont de la simple définition de mots-clés à la création de pages spéciales facilitant le repérage des sites par les moteurs. La fugacité et la relativité des résultats obtenus (un bon référencement n'est que provisoire) font du référencement une discipline un peu ésotérique qui laisse souvent sceptique le non-initié.

En 2001, est apparue la notion de référencement payant : le «payeur» voit alors son site apparaître en tête des résultats (sur Overture.com) ou, plus subtil, dans une fenêtre en haut de page (sur Google).

Enjeux du référencement

C'est un levier de création de trafic ciblé qui permet de diffuser son contenu auprès d'une majorité d'internautes. C'est aussi une source d'économie publicitaire car l'investissement est minime comparé aux instruments promotionnels plus traditionnels.

Avec plus de 100 millions de sites web dans le monde, et plusieurs milliards de pages, il va de soi que le référencement s'affirme comme une étape incontournable dans la création et la gestion de sites internet.

Le moteur de recherche Google représente aujourd'hui plus de 90% du marché de la recherche en ligne en France. Seul un tiers des internautes va au-delà de la première page de résultats lors d'une recherche et le premier résultat (c'est à dire le site le mieux référencé) est quatre fois plus cliqué que le deuxième.

Jusqu'à 80% du trafic d'un site peut provenir des outils de recherche.

Les 10 premiers résultats reçoivent 80% de trafic par rapport aux pages 2 & 3.

Plus de 60 % des recherches s'effectuent sur plus de 2 mots-clefs.

L'enjeu est non seulement que le site de la carte soit présent sur les requêtes nominatives (nom des associations, noms des forêts...) mais aussi qu'il soit présent sur les requêtes portant sur des termes génériques liés à son univers thématique (écologie...).

L'optimisation est beaucoup plus difficile sur le positionnement des termes génériques que pour celui sur des requêtes nominatives.

En ce qui concerne, la nature du trafic généré, les visiteurs provenant des requêtes nominatives sont beaucoup plus souvent des individus qui connaissent un minimum IDFE et son activité.



RÈGLES ÉDITORIALES

Ceux qui viennent des requêtes génériques sont beaucoup plus souvent des visiteurs ne connaissant éventuellement pas IDFE ou tout au moins ne l'ayant pas à priori identifiée de prime abord comme pouvant répondre à leur besoin.

Référencement naturel

SEO

Search Engine Optimization : Optimisation de site internet pour le référencement naturel en vue de son référencement.

Google Keywords : générateur de mots clés : sur le générateur de mots clés Keywords, renseigne également sur la concurrence sur le web, le nombre de recherches sur Google chaque mois (listé sur l'année) en fonction de la langue et la zone géographique. Tapez par exemple un mot clé général et analysez les recherches associées pour dénicher de nouvelles pistes.

Le PageRank

C'est le nombre de liens entrant depuis des pages extérieures au site ou depuis des pages internes au site. L'échelle logarithmique du PageRank va de 0 à 10. Plusieurs outils dont la barre d'outils Google rendent possible cette mesure. Une valeur entre 3 et 4 est déjà très bonne.

Google prend en compte plusieurs facteurs qu'il garde secret afin de limiter manipulations et garder ses concurrents à distance.

Quelques critères sont cependant connus :

- ♦ L'ancienneté d'une page : l'ancienneté de la page est interprétée comme un critère de fiabilité

- ♦ La mise à jour fréquente est également un point positif car les moteurs viennent régulièrement balayer les pages.
- ♦ Une arborescence visible par un fil d'Ariane (breadcrumbs)

Référencement payant

AdWords¹ est un programme publicitaire en ligne du moteur de recherche Google qui affiche des annonces texte ciblées. Les annonceurs paient lorsque l'internaute clique sur la publicité selon un système d'enchère et de qualité : plus le prix au clic est élevé et plus l'annonce est pertinente pour l'utilisateur, plus l'annonce est en évidence.

« AdWords » provient de « Ad » pour Advertising : Publicité et « Words » : mots.

Avec AdWords, les publicités sont affichées :

- ♦ Sur les pages de recherche Google (si vous tapez le mot-clé «forêt», des publicités ciblées pour forêt apparaissent).
- ♦ Sur les pages des partenaires de Google (AOL, Free, Amazon, etc.).
- ♦ Sur des sites personnels (avec AdSense (si votre site parle de bois, des publicités ciblées dans ce registre apparaissent et Google vous retourne un pourcentage du clic payé par l'annonceur qui vend du bois).
- ♦ Sur le webmail de Google : Gmail (vous dites par mail à un ami que vous cherchez du bois, des publicités ciblées pour du bois apparaissent) (le ciblage se fait automatiquement et aucun humain ne lit votre courrier).



RÈGLES ÉDITORIALES

Google tient compte du nombre de fois où une page a été tweetée et retweetée.

Google calcule un score de qualité pour chaque utilisateur Twitter ou Facebook et l'utilise dans son algorithme.

La notoriété d'un utilisateur Twitter ou Facebook est prise en compte par Google pour l'attribution du poids des liens situés dans ses tweets ou sur sa fanpage.

Google exploite les liens trouvés sur les pages fan Facebook de la même manière que les liens trouvés sur Twitter.



J'aime

+1

Cette publicité est très efficace, car elle permet de cibler les internautes en fonction de la recherche effectuée.

Dans quels cas utiliser le programme Adwords de Google ?

- ♦ Si le temps vous fait défaut pour effectuer un référencement naturel. Mais le recours à Adwords peut s'avérer être un puits sans fond. Il est préférable de se faire connaître par la richesse de son contenu, par le lien tissé avec ses internautes et la communauté sensible au sujet des forêts.
- ♦ Pour accompagner le référencement naturel
- ♦ Pour se positionner sur la longue traîne (voir plus bas). Les expressions utilisées pour la longue traîne sont des expressions moins utilisées, donc moins sujette à concurrences, de ce fait les tarifs sur ces expressions sont souvent peu élevés.

SMO - Référencement social

Social Media Optimization

Depuis décembre 2010, Google et Bing ont déclaré de manière très officielle qu'ils avaient désormais intégré dans le référencement naturel des critères liés aux réseaux sociaux (principalement Twitter, également Facebook).

Les votes / partages des utilisateurs (Boutons J'aime, +1, RT)

Les sites qui récolteront peu ou pas de votes issus de Facebook, Twitter ou Google+ auront de plus en plus de mal à lutter contre les autres en termes de référencement naturel.

Le site de la carte intègre ces opportunités de votes et de partages.

Expressions-clés

Les internautes se satisfont rarement d'un mot clé. 84 % des requêtes d'internautes font 2 mots et plus.

Liste de propositions non exhaustive :

étude des forêts d'ile de France
état des forêts d'ile de France
forêt de fontainebleau ou forêt de rambouillet
(etc)
forêt de france
forêt privée
forêt privée france
forêt privée française
forêts en ile de france
forêt france
forêt durable
forêts françaises
science des forêts
écosystème
science participative
sylviculture
environnemental
développement durable
forêts et arbres
écologie végétale



RÈGLES ÉDITORIALES

Dans l'exemple ci-contre...

«L'Île de France : balades, randonnées, découverte autour de Paris...»



Balise meta title

«La forêt domaniale de Fontainebleau... l'Essonne (91)....»



Balise meta description

Dans cet exemple, il n'y a pas de balise meta mots clés. Ce point fait débat entre les référencement : la balise meta mots clés ne serait plus utilisée depuis quelques temps par Google. Mais d'autre moteurs l'utilisent encore. La préconisation de Cent@gency est donc de renseigner cette balise.

Expressions «longue traine»

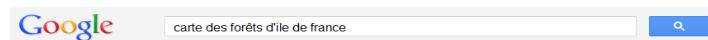
La longue traine désigne l'ensemble des expressions clés «marginales» par lesquelles un site Web est trouvé dans les résultats de recherche. Cependant, la somme de ces visites peut constituer un trafic quatre fois plus important que celui généré par une expression clé concurrentielle ou un mot clé lié à son activité et sur lequel le site est optimisé et bien positionné.

Optimisation du référencement dans Wordpress

Les balises métas

Les balises métas sont au nombre de trois : balise title, balise description, balise mots clés.

Par exemple, sur la requête « carte des forêts d'île de france » dans Google...



...un des résultats ramenés est :

[L'Île de France : balades, randonnées, découverte autour de Paris ... Ifweb.chez.com/idf.html](#)

La Forêt domaniale de Fontainebleau ... Carte d'Île de France, L'Île de France est composée de 8 départements : Paris (75), les Yvelines (78), l'Essonne (91), ...

La page d'accueil du site ainsi que chaque article commis devront avoir leurs propres balises meta. Les balises title et description doivent être uniques.

Les plugins

All in one SEO : plugin wordpress qui permet d'améliorer le référencement des pages sous Wordpress. Il permet de renseigner les balises d'en-tête telles que <title>, <meta name=>description</>, <meta name=>keywords</> etc, qui sont des balises pris en compte par les moteurs de recherche.

Ce plugin sera intégré au site de la carte.

Suggestions de liens sortants

- ◆ site d'écoles forestières ([http://www.institut-mesnieres-76.com/...](http://www.institut-mesnieres-76.com/)), de lycées horticoles, BTS gestion et protection de la nature,
- ◆ de groupes de passionnés (GHFF : [http://www.ghff.ens.fr/...](http://www.ghff.ens.fr/)),
- ◆ de revues en ligne (La revue forestière française : <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/4752,...>)
- ◆ Sciences et avenir – Nature et environnement : <http://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/>
- ◆ Agence science presse : alimente divers médias en nouvelles sur la science - <http://www.sciencepresse.qc.ca/>



En matière de
référencement,
la veille s'impose



www.abondance.com

Veille et outils d'aide au maintien d'un bon positionnement

Les algorithmes des moteurs de recherche sont en constante évolution et mesurent plusieurs centaines de facteurs. La politique d'un jour n'est certainement plus valable le lendemain et il convient de se tenir au courant de ces évolutions.

Une veille est donc recommandée en suivant notamment le site Abondance : www.abondance.com.

50 astuces pour augmenter le trafic de votre site Internet²

1. Ajoutez un blog à votre site Internet si ce n'est pas déjà fait
2. Écrivez souvent
3. Optimisez l'heure de la publication de vos articles
4. Soignez le titre de vos billets.
5. Ajoutez des images à vos articles.
6. Publiez un article sur un événement important qui vient tout juste d'arriver.
7. Proposez des articles qui résolvent des problèmes.
8. Proposez des articles qui créent la controverse
9. Écrivez un article sous la forme d'une liste
10. Pensez à écrire des articles saisonniers (vacances, Saint-Valentin, Noël, etc.)
11. Interviewez une personne importante de votre secteur d'activité

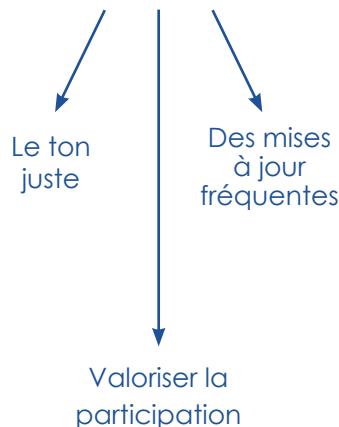
12. Proposez un classement de sites ou de personnes
13. Proposez un concours
14. Éditez une infographie
15. Proposez du contenu multimédia : vidéo, slideshare, podcast
16. Offrez des freebies à vos lecteurs (e-book, aide-mémoire, vidéos, étude etc ...)
17. Optimisez vos articles selon des mots-clés
18. Optimisez la balise « title » de vos articles
19. Ajoutez une description à vos articles
20. Créez du contenu unique
21. Ajoutez un fichier sitemap XML
22. Utilisez les médias sociaux pour relayer vos articles
23. Proposez à vos visiteurs des plugins de partage social
24. Proposez à la fin de vos billets d'autres articles en relation avec le même sujet
25. Proposez un module pour vos articles populaires
26. Ajoutez des liens dans vos articles vers d'autres articles de votre blog
27. Publiez des billets sur d'autres sites Internet
28. Répondez à tous les commentaires de votre blog
29. Participez aux discussions sur d'autres blogs pertinents, apportez de la valeur et indiquez l'URL de votre site Internet dans la rubrique appropriée du formulaire de commentaire
30. Ajoutez un lien vers un de vos articles quand celui-ci est pertinent dans les commentaires d'un autre site Internet

2- Source : le site du emarketinglicious.fr : <http://www.emarketinglicious.fr/marketing-internet/50-astuces-pour-augmenter-le-trafic-de-votre-site-internet>



RÈGLES ÉDITORIALES

Contenu : 3 critères d'efficacité



31. Utilisez la blogroll de votre blog
32. Proposez l'abonnement à votre site par RSS et par E-mail
33. Créez une newsletter
34. Faîtes la promotion de votre site Internet via votre signature e-mail
35. Faîtes la promotion de votre site Internet via vos documents offline (cartes de visite, papier en-tête etc ...)
36. Connectez vos profils sociaux à votre site Internet
37. Proposez une version mobile de votre site Internet
38. Ajoutez un forum sur votre site Internet
39. Ajoutez votre blog sur des sites de classement de blogs (E-buzzing)
40. Utilisez des tags
41. Partagez vos articles sur les sites de bookmarking
42. Dédiez une page de votre site Internet à vos meilleures articles
43. Demandez à vos lecteurs à la fin de vos articles de les partager s'ils les trouvent intéressants
44. Demandez à vos lecteurs de participer à une enquête, un sondage etc ...
45. Créez des backlinks vers vos articles
46. Optimisez la vitesse de chargement des pages de votre site
47. Testez votre site Internet pour les différents navigateurs existants
48. Pensez à l'expérience utilisateur
49. Proposez un design professionnel
50. Soyez consistant

Mesurer l'impact du référencement

Afin de pouvoir se rendre compte de la qualité du référencement du site il existe plusieurs outils permettant d'évaluer sa popularité et sa propagation sur la toile :

- ♦ [Google Analytics](#) : donne des indications précises quant à la fréquentation du site. Concernant le site de la carte, un lien sera fait avec Google Analytics.
- ♦ [Woorank](http://www.woorank.com) : <http://www.woorank.com>. Analyse du trafic, de la popularité et du contenu (devenu payant).

Rédiger du contenu

Ton

Le contenu sera rédigé de manière formelle. Il se doit d'être sérieux et complet. Il y a 2 niveaux de terminologie :

- ♦ un niveau grand public avec une terminologie vulgarisée et accessible au plus grand nombre
- ♦ un niveau expert avec une terminologie d'expert

Fréquence de mise à jour

Afin d'assurer dynamisme et visites fréquentes sur le site, il faudrait idéalement des mises en ligne hebdomadaires. Néanmoins, il faut privilégier la qualité des contenus à la fréquence des mises à jour.

Valorisation des commentaires des internautes

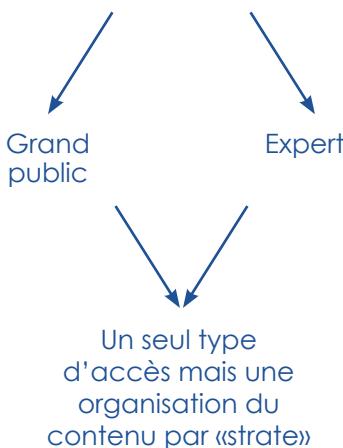
Les associations auront la charge de réagir aux commentaires postés sur les articles qu'elles auront rédigés.

Pour ce faire elles devront vérifier chaque jour les commentaires publiés afin de pouvoir y répondre dans les plus brefs délais. Les associations pourront signaler un commentaire mais seul l'administrateur de la carte pourra les supprimer.



RÈGLES RÉDACTIONNELLES ET D'ILLUSTRATION

Deux niveaux de contenu



Généralité

Il y aura deux niveaux de lecture du contenu du site :

- ♦ **un niveau grand public** avec un registre de vocabulaire standard. Ce niveau se trouvera sur les pages de premier niveau d'information : la page d'accueil, le satellite, les filtres... ainsi que sur les pages d'accueil des rubriques
- ♦ **un niveau expert voire expert++.** Plus l'internaute s'enfonce dans le site et plus l'information y est précise, détaillée et professionnelle. C'est un langage d'expert qui est utilisé à ce niveau. Le néophyte peut se trouver perdu dans la terminologie spécialisée alors que le spécialiste se régalerà des détails qu'il trouve.

Les généralités qui suivent sont valables pour les 2 niveaux de contenu mentionnés ci-dessus, mais doivent être ajustées et modérées selon le registre de spécialisation de l'information.

SIMPLICITÉ

Éviter tout ce qui ne permet pas à l'internaute une compréhension immédiate.

- ♦ Jargon professionnel, et trop technique en premier niveau de lecture (satellite, pages d'accueil des rubriques)
- ♦ Sigles / Acronymes (les pages d'un niveau expert pourront contenir sigles et acronymes si tant est qu'ils soient développés)
- ♦ Anglicismes
- ♦ Néologismes

Précision : les termes techniques et professionnels pourront être présents des les pages profondes (accessibles à partir du 2ème clic).

CONCISION

Aller à l'essentiel car l'internaute passe très peu de temps sur une page, même si le sujet l'intéresse.

La lecture à l'écran n'est pas la même que celle sur support papier. Les phrases courtes seront les meilleures :

- ♦ 10 à 20 mots maximum par phrase. Une idée / information par phrase.
- ♦ Des mots de 2 ou 3 syllabes maximum
- ♦ Des paragraphes brefs (10 à 15 lignes). Une idée par paragraphe. N'hésitez pas à faire respirer les pages avec « des blancs ».
- ♦ Pas de répétition / redondance

Les PDF pourront être plus détaillés et être utilisés pour compléter l'information en ligne.

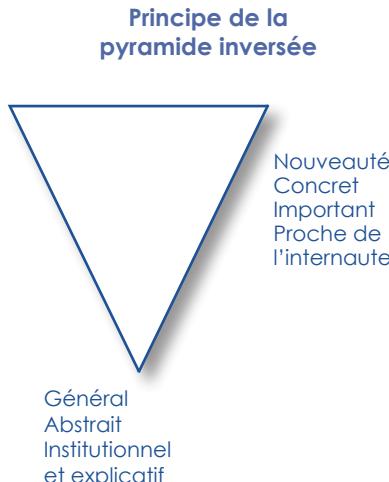
Mise en forme du texte

Le texte doit accompagner l'œil sans l'agresser et doit faciliter un balayage visuel de la page.

- ♦ Éviter les mono-casses (tout en majuscules ou tout en minuscules) et préférez les casses mixtes, mêlant les majuscules en début de phrase et les minuscules pour le reste du texte.
- ♦ Utiliser les majuscules avec parcimonie :
 - uniquement pour attirer l'attention (Titres...)
 - dans des phrases très courtes (pas plus de 5 mots car les majuscules sont plus difficiles à lire que les minuscules)



RÈGLES RÉDACTIONNELLES ET D'ILLUSTRATION



Commencer par ce qui est nouveau, concret, important pour le lecteur et qui le concerne de près.

Terminer par ce qui est général, abstrait, institutionnel et explicatif.
Utiliser de préférence la forme active.

Ne pas dépasser 500 mots par article.

- ◆ Éviter le format italique, difficile à lire à l'écran
- ◆ Découper les idées sous forme de liste à puces
- ◆ Pas de format souligné (le plus souvent réservé au texte cliquable)
- ◆ Préférer l'alignement à gauche (un texte justifié casse le rythme de lecture à l'écran)

Organisation de l'information

Le titre et l'intertitre

2 éléments clés à retenir :

- ◆ Les titres sont 5 fois plus lus que le texte
- ◆ Balayés par les moteurs de recherche

Les titres / intertitres doivent être :

- ◆ Concis (pas plus de 10 mots tenant sur une ligne)
- ◆ Lisibles (sans jargon ni tournure littéraire)
- ◆ Accrocheurs et incitatifs (pour donner envie de lire la suite)
- ◆ Uniques (ne doivent servir qu'une seule fois au sein de TOUT le site)
- ◆ Informatifs (doivent donner une idée du contenu)
- ◆ Riches en mots clés (pour être bien référencés par les moteurs de recherche)

Le corps de l'article

Suivre le principe de la pyramide inversée.

Le début

Si l'article contient plus de 75 lignes, commencer par le chapô / l'accroche : court texte qui suit le titre d'un article et en présente le contenu en 5 ou 6 lignes. C'est le résumé de l'information développée dans l'article. Contient les mots clés et doit planter le décor ou captiver l'internaute d'entrée de jeu. Par exemple pour les infos à la Une, c'est le chapô qui sera remonté sur la page de présentation et à partir duquel l'internaute sera incité à cliquer pour en savoir plus.

Astuce pour aller à l'essentiel : se poser les 5 questions :

- ◆ Qui ?
- ◆ Quoi ?
- ◆ Pour quoi ?
- ◆ Quand ?
- ◆ Où ?
- ◆ Pourquoi ?
- ◆ Comment ? (pour approfondir)

Le milieu

Le contenu doit être utile et utilisable par l'internaute.

- ◆ Un contenu utile répond à un besoin de l'utilisateur : préférer un discours simple dans tous les premiers niveaux de lecture. Le contenu pour les lecteurs plus experts dans les forêts sera accessible au 2ème voire 3ème clic.
- ◆ Un contenu utilisable est :
 - **efficace** : le contenu permet à l'utilisateur d'atteindre son objectif
 - **efficient** : l'utilisateur atteint son objectif avec un effort moindre en un temps minimal
 - **satisfaisant** : la satisfaction fait référence au confort de l'utilisateur
- ◆ Un paragraphe par idée / information

Le milieu

La chute est généralement ce que retiendra l'internaute de l'article. Reprend les principaux développements de l'article, mais elle peut également surprendre le lecteur avec une anecdote, un aparté, une référence vers d'autres sources, un ton plus confidentiel, etc.



RÈGLES RÉDACTIONNELLES ET D'ILLUSTRATION



Documents à télécharger :
des libellés courts et explicites



> Forêt de la Carnelle (PDF, 60 pages, 10Ko)

Autour de l'article

Les liens

- ◆ Taille du lien : assez grand pour qu'il soit visible et facile à cliquer
- ◆ Un lien doit indiquer le plus explicitement possible ce vers quoi il pointe (par exemple : « En savoir plus sur le programme d'action de la forêt de la Carnelle »)
- ◆ En fin d'article si c'est pour compléter l'information essentielle et donner des éclairages différents
- ◆ Pas plus de 5 liens par article

Les documents joints (fichiers en téléchargement)

- ◆ Indiquer le poids (en Octets) et le format (PDF, Excel, etc.) des documents à télécharger
- ◆ Préférer un libellé court et explicite
Exemple : « Forêt de la Carnelle (PDF, 60 pages, 10Ko) »

Les images / illustrations / graphiques

- ◆ Doivent avoir un caractère informatif
- ◆ Mise en relief de l'article
- ◆ La légende doit être explicite (les libellés du type « image 1 » ; « tableau 2 », sont à bannir.) Pour des raisons de référencement et de clarté, préférez des légendes du type « Forêt de La Carnelle en hiver » ; « Forêt de Fontainebleau – Répartition de la flore », etc)
- ◆ Les droits d'auteur : dans le footer, les conditions d'utilisation préciseront que le visiteur renonce à ses droits d'auteur pour les photos qu'il poste sur le site

Réutiliser un texte existant pour le mettre en ligne

Il n'a pas été écrit pour le web, il est conseillé de le retravailler selon les points évoqués dans les parties « Mise en forme du texte » et « Organisation de l'information ».

- ◆ Divisez le texte en plusieurs paragraphes (courts) par page, scindez l'information, une idée par paragraphe
- ◆ Dotez chaque partie d'un intititre court, quelques mots suggérant l'idée principale du paragraphe.
- ◆ Si possible, restructurez le texte en utilisant le principe de la pyramide inversée : votre conclusion, si elle est courte, devient l'introduction, le message essentiel.

Ensuite viendront les infos de fond et les détails :

- ◆ Réduire si possible la longueur du texte : 500 mots par page maximum,
- ◆ Faire des phrases courtes et simples,
- ◆ Éliminer les mots superflus, choisir des mots courts

Ce parti pris n'est pas valable pour les PDF disponibles en téléchargement qui viennent compléter et approfondir les informations du site.



RÈGLES RÉDACTIONNELLES ET D'ILLUSTRATION



Le petit Mémo
qu'il vous faut



Évaluer la qualité d'une page Web

Le contenu

- ♦ Est-il d'actualité ?
- ♦ Est-il exclusif (ou d'autres pages traitent-elles du même sujet) ?
- ♦ Est-il suffisamment mis en contexte ? Sa raison d'être...
- ♦ Présente t-il un intérêt pour l'internaute ?

Les titres / intertitres

- ♦ Courts ?
- ♦ Sur une seule ligne ?
- ♦ Bien visibles ?
- ♦ Explicites et autonomes ?
- ♦ Contiennent les mots clés du texte ?
- ♦ Leurs 1ers mots sont-ils signifiants ?

Le chapô

- ♦ Limité à une brève ?
- ♦ Résume l'essentiel de l'information ?
- ♦ Répond aux questions : Qui ? Quoi ? Pour quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? Comment ?
- ♦ Bien mis(e) en évidence ?

Le corps de l'article

- ♦ Découpé en plusieurs paragraphes et avec des intertitres ?
- ♦ Une seule idée par paragraphe ?
- ♦ Le message essentiel est-il situé dans le 1er paragraphe ?
- ♦ Les informations clés sont-elles mises en évidence ?
- ♦ Phrases courtes ?

- ♦ Si des sigles sont utilisés, sont-ils explicités ?
- ♦ Les repères temporels sont-ils absous ? Exemple : « En avril 2012 » et non pas « le mois prochain »
- ♦ Mise en relief avec des listes à puces ?
- ♦ Article qui ne dépasse pas 500 mots ?

Les liens

- ♦ Nombre limité à 5 par article ?
- ♦ Ni trop courts ni trop longs et explicites ?

Les documents joints (fichiers en téléchargement)

- ♦ Le poids et le format sont-ils indiqués ?
- ♦ Les libellés sont-ils courts et explicites ?

Les images / illustrations / graphiques

- ♦ À caractère purement informatif ?
- ♦ Avec des légendes pertinentes ?



CIRCUIT DE VALIDATION DES CONTENUS

Tableau de synthèse

Fonctionnalités \ Rôles	Front office (FO) – Back office (BO)	Visiteur (sans inscription)	Collaborateur	Partenaire	Administrateur
Sur une fiche forêt, corridor ou point chaud, signaler un contenu posant problème	FO	Oui	Oui	Oui	Oui
Poster des photos sur les fiches forêts	FO	Non	Oui	Oui	Oui
Participer aux discussions relatives aux points chauds	FO	Non	Oui	Oui	Oui
Ajouter, modifier, supprimer les forêts (filtre)	BO	Non	Non	Oui	Oui
Lier des PDFs aux fiches forêts	BO	Non	Non	Oui	Oui
Ajouter, modifier, supprimer les articles relatives aux forêts	BO	Non	Non	Oui	Oui
Proposer un point chaud	FO	Non	Non	Oui	Oui
Modérer les photos	BO	Non	Non	Oui	Oui
Gérer les utilisateurs	BO	Non	Non	Non	Oui
Valider le membre d'une association	BO	Non	Non	Non	Oui
Ajouter, modifier, supprimer ou valider une association	BO	Non	Non	Non	Oui
Ajouter, modifier et supprimer le contenu des filtres, mais ne pourra pas créer de nouveau filtre (par exemple : ajout d'une variété dans le filtre essence)	BO	Non	Non	Non	Oui
Modérer le contenu d'une forêt	BO	Non	Non	Non	Oui
Ajouter, modifier, supprimer ou valider un point chaud	BO	Non	Non	Non	Oui
Voir et modérer un contenu signalé	BO	Non	Non	Non	Oui
Mentions légales : mise à jour	BO	Non	Non	Non	Oui
Conditions d'utilisation : mise à jour	BO	Non	Non	Non	Oui
Manuel de l'utilisateur : mise à jour	BO	Non	Non	Non	Oui
Formulaire de contact : mise à jour	BO	Non	Non	Non	Oui
Plan du site : mise à jour (par le système)	BO	Non	Non	Non	Non
Modifier ou supprimer des PDF de la fiche forêt	BO	Non	Non	Non	Oui



CIRCUIT DE VALISATION DES CONTENUS

Codes des pages types

Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3	Code page	Cardinalité	Modèle de page	Commentaires		
DÉTAIL DES RUBRIQUES								
Carte - Home			HOM	1	Page accueil du site	Lien vers les médoas sociaux (depuis n'importe quelle page du site) Seule page qui contient la carte dans son ensemble		
	Dernières mises à jour		ACC	1	Page accueil d'une rubrique			
	A la Une		ACC	1	Page accueil d'une rubrique			
Forêt			ACC	1	Page accueil d'une rubrique			
	Forêt (Fontainebleau, La Carnelle...)		TIT	n	Page de présentation			
	Forêt 1 - Détail		ART	n	Page article			
Corridors biologiques			ACC	1	Page accueil d'une rubrique			
	Corridor		TIT	n	Page de présentation			
	Corridor 1 - Détail		ART	n	Page article			
Points chauds			ACC	1	Page accueil d'une rubrique			
	Point chaud 1		TIT	n	Page de présentation			
	Point chaud - Détail		ART	n	Page article			
A la Une			ACC	1	Page accueil d'une rubrique			
FOOTER								
	Mentions légales		ART-A	1	Page article administrateur			
	Contact		FOR1	1	Page formulaire			
	Conditions d'utilisation		ART-A	1	Page article			
	Manuel utilisateur				Page article	Contenu téléchargeable au format PDF		
	Plan du site				Page plan			
MON COMPTE								
	Inscription		FOR2	1	Page formulaire			
	Identification		FOR3	1	Page formulaire			



CHARTE DES MÉDIAS SOCIAUX



flickr



Le projet HAYA est un projet communautaire et participatif autour des forêts d'Île-de-France. Être présent sur les réseaux sociaux permet de créer un rapport de proximité entre le projet HAYA, les associations et les internautes.

Choix des réseaux sociaux

Afin de maximiser les relations avec les internautes et de répondre à la demande d'un plus grand nombre le projet HAYA sera présent sur différents réseaux sociaux :

Facebook

C'est l'un des réseaux sociaux les plus importants. Il est incontournable pour un projet comme la carte interactive des forêts d'Île des France. Il permet de toucher un grand nombre d'internautes, d'échanger simplement, de répondre à leurs questions, de les tenir informer des publications du site et des autres réseaux sociaux et permet également de rendre compte des faits importants et marquants concernant les forêts d'Île-de-France.

Twitter

Au travers la rédaction de court billet, Twitter permet aux internautes de suivre l'essentiel de l'actualité du site et des forêts d'Île-de-France et aussi de communiquer autours de sujets communs grâce au hashtag.

Google+

Avec un contenu proche de celui de Facebook, Google+ rend possible le contact entre le projet HAYA et les internautes. Cela permet aussi de donner une image professionnelle, qui est celle véhiculée par Google+.

SlideShare

Les associations sont invitées à y poster des documents, Word, pdf, etc., qu'elles jugeront utiles pour accompagner les articles du site et ainsi en faciliter la compréhension.

Flickr

Il permet de partager simplement des photos. Grâce à Flickr les photos pourront être classées par forêts mais aussi partagées en temps réel sur le site, sur Facebook et Google+.

Planète-Attitude

Créé à l'initiative de la WWF et spécialisé dans la protection de l'environnement, ce réseau social spécialisé permettra d'être encore plus proche des personnes sensibles à l'écologie et à la nature.

Fonctionnement

Les réseaux seront gérés par un community manager choisi par Île-de-France Environnement. Celui-ci devra alimenter les réseaux sociaux avec des actualités concernant le site, les associations et les forêts d'Île-de-France.



CHARTE DES MÉDIAS SOCIAUX

Le community manager
d'IDFE au cœur
du réseau des
forêts d'Île de France



Il aura aussi un rôle de modérateur afin d'assurer de bons échanges sur les différentes pages des réseaux sociaux, en supprimant par exemple tout propos insultant, déplacés et autres commentaires ou photos publiées, sans liens avec le site, les associations ou les forêts.

Il jouera le rôle de lien entre les associations et les internautes, en effet les associations ne seront pas autorisées à publier directement sur les réseaux et devront passer par le community manager. Ce dernier à aussi en charge de leur faire parvenir toutes demandes d'internautes en fonction de la forêt et du domaine (oiseaux, randonnées...).

Ressources

Afin de d'accompagner l'utilisation des différents réseaux sociaux, nous conseillons de lire les différents guides ci-dessous. Leur contenu aura l'avantage d'évoluer avec les fonctionnalités des réseaux sociaux.

Facebook

<http://www.slideshare.net/regisvans/facebook-page-tutoriel?from=embed>

Twitter

<http://www.siteduzero.com/tutoriel-3-232499-petit-guide-d-utilisation-de-twitter.html>

Google+

<http://www.blogdumoderateur.com/9-astuces-google-plus/>

SlideShare

<http://www.slideshare.net/mdariotis/utiliser-slideshare-9266174>

<http://www.slideshare.net/moiraud/utiliser-slideshare>

Flickr

<http://www.slideshare.net/ManonQuellier/tutoriel-flickr-2-fonctionnement-et-fonctionnalits-des-groupes>



Une charte graphique, du sens



Principes et objectifs de la charte graphique de la carte des forêts

LE THÈME

La construction d'une carte des Forêts

LA CARTE DES FORÊTS

Présentation du projet avec ses objectifs



Sommaire

1 L'EMPREINTE

2 LA PALETTE DE COULEURS

3 LE REGISTRE TYPOGRAPHIQUE

4 LA MISE EN SITUATION



1

L'EMPREINTE

1.1 LE LOGOTYPE

1.2 DÉCLINAISONS DE TEINTES

1.3 DÉCLINAISONS CATÉGORIELLES



LE LOGOTYPE

L'EMPREINTE



Le logo CARTE DES FORÊTS utilise le principe graphique de la fleur représentative de l'Ile-de-France.

Il doit être impérativement représenté dans les teintes de référence liées aux déclinaisons de couleurs définies dans cette charte graphique.

Couleurs de référence du logo :



R 147	R 189	R 201	R 236
V 167	V 207	V 237	V 237
B 25	B 52	B 71	B 237



DÉCLINAISON DE TEINTES

L'EMPREINTE



Carte des forêts
Ile-de-France



Carte des forêts
Ile-de-France



Carte des forêts
Ile-de-France



Carte des forêts
Ile-de-France



Carte des forêts
Ile-de-France



Carte des forêts
Ile-de-France



Carte des forêts
Ile-de-France



Carte des forêts
Ile-de-France



DÉCLINAISONS CATÉGORIELLES

L'EMPREINTE

Couleurs de référence du logo :



R 246	R 240	R 26
V 169	V 136	V 23
B 37	B 13	B 27



R 58	R 7	R 26
V 127	V 73	V 23
B 189	B 139	B 27

Le logo CARTE DES FORÊTS utilise le principe graphique de la fleur représentative de l'Ile-de-France.

Il doit être impérativement représenté dans les teintes de référence liées aux déclinaisons de couleurs définies dans cette charte graphique.



2

LA PALETTE DE COULEURS

2.1 LA FONCTION DES COULEURS

2.2 LES TEINTES INSTITUTIONNELLES

2.3 LES TEINTES CATÉGORIELLES



LA FONCTION DES COULEURS

LA PALETTE DE COULEURS

Les teintes INSTITUTIONNELLES



Les teintes SECONDAIRES



La normalisation d'une palette de couleurs permet :

- ♦ de soutenir un positionnement en donnant des teintes cohérentes au sujet traité
- ♦ de distinguer et clarifier le contenu par rapport à tout l'ensemble

Les teintes dédiées à la Carte des forêts s'articulent autour d'une gamme de couleurs principales centrées autour du vert pour représenter la forêt. Le gris clair pourra être utilisée pour former une liaison globale entre toutes les couleurs de la charte.

Pour compléter cette palette principale nous créons une gamme de couleurs secondaires pouvant servir à catégoriser, classifier... des registres différents. Par exemple :

- ♦ documentation technique
- ♦ documentation de communication
- ♦ etc.



LES TEINTES INSTITUTIONNELLES

LA PALETTE DE COULEURS



R 246	R 240	R 147	R 189	R 201	R 236
V 169	V 136	V 167	V 207	V 237	V 237
B 37	B 13	B 25	B 52	B 71	B 237
C 0%	C 78,96%	C 51%	C 35%	C 25,59%	C 0%
M 0%	M 41,13%	M 18%	M 0%	M 0%	M 0%
J 0%	J 100%	J 100%	J 89%	J 86,3%	J 0%
N 100%	N 39,62%	N 1%	N 0%	N 0%	N 10%

La mise en place de ces références sont à utiliser pour respecter la charte graphique globale.
Le code RVB est utilisable sur le support Web. Pour plus de précision au niveau print, utiliser les références de couleurs CMJN.



3

LE REGISTRE TYPOGRAPHIQUE

3.1 LES TYPOGRAPHIES

3.2 LES COULEURS DES TYPOGRAPHIES



LES TYPOGRAPHIES

LE REGISTRE TYPOGRAPHIQUE

LA FONCTION DES TYPOGRAPHIES

Typo-graphie

Identifier & représenter

Placer la carte au coeur du vaste domaine des cartes de l'environnement en respectant une quantité de données importantes.

La mise en place de ce registre typographique permet

- ◆ de se démarquer de la concurrence en se donnant un caractère
- ◆ de donner une hiérarchie de lecture à l'ensemble des informations



LES TYPOGRAPHIES (SUITE)

LE REGISTRE TYPOGRAPHIQUE

LA TYPOGRAPHIE DE CONTENU

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ - 0123456789
~#{[|`^@];!:./*%
~~~~~

---

##### Quelle utilisation ?

Contenu

La typographie employée pour le contenu constitue un second niveau de lecture. Son rôle permet à l'utilisateur de différencier les contenus print de ceux du Web.



# LES COULEURS DES TYPOGRAPHIE



LE REGISTRE TYPOGRAPHIQUE

## LES TEINTES GÉNÉRIQUES & TRANSVERSALES



## LES TEINTES CATÉGORIELLES



Les teintes à employer pour les typographies sont celles de la PALETTE DES COULEURS. **Un gris teinté vient en adjonction pour étoffer les solutions.**





# LE COURRIER

## LA MISE EN SITUATION

Le logotype doit être positionné sur tous les documents d'impression en haut à gauche.

La version utilisée pour représenter l'association est le vert. La déclinaison des autres teintes est possible pour catégoriser ou sectoriser des domaines de compétences.



Carte des forêts  
Ile-de-France

### TITRE LA LETTRE

Ardeo, mihi credite, Patres conscripti (id quod vosmet de me existimatis et facitis ipsi) incredibili quadam amore patriæ, qui me amor et subvenire olim impendentibus periculis maximis cum dimicazione capitatis, et rursus, cum omnia tela undique esse intenta in patriam viderem, subire cogit atque excipere unum pro universis. Hic me meus in rem publicam animus pristinus ac perennis cum C. Caesare reducit, reconciliat, restituit in gratiam.

Horum adventum praedicti speculationibus fidis rectores militum tessera data sollemni armatos omnes celeri eduxere proculs et agiliter praeterito Calycadni fluminis ponte, cuius undarum magnitudo murorum adluit tresses, in speciem locavere pugnandi. neque tamen exiluit quisquam nec permisus est congregari. formidabant enim flagrans vesania manus et superior numero et ruitura sine respectu salutis in ferrum.

Verum ad istam omnem orationem brevis est defensio. Nam quoad aetas M. Caeli dare potuit isti suspicioni locum, fuit primum ipsius pudore, deinde etiam patris diligentia disciplinaque munita. Qui ut huic virilem togam deditisnil dicam hoc loco de me; tantum sit, quantum vos existimatis; hoc dicam, hunc a patre continuo ad me esse deductum; nemo hunc M. Caelium in illo aetatis flore vidit nisi aut cum patre aut mecum aut in M. Crassi castissima domo, cum artibus honestissimis eruditetur.

Et hanc quidem praeter oppida multa duea civitates exornant Seleucia opus Seleuci regis, et Claudiopolis quam deduxit coloniam Claudius Caesar. Isaura enim antehac nimium potens, olim subversa ut rebellatrix internecciva aegre vestigia claritudinis pristinæ monstrat admodum pauca.

Directeur de l'association

25 avenue de la concorde  
97000 Commune

NOM Prénom  
Directeur de l'association  
+33 1 60 87 98 56  
+33 1 60 87 98 56



# DOSSIER/ COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## LA MISE EN SITUATION

Ce dossier est déclinable selon les couleurs catégorielles proposées dans cette charte.

Titre du document

Nom du projet &  
logo de la marque

Communication



Juin 2012

Date de publication

Titre du document



.....

16

Numérotation de page  
Nom du chapitre

Charte graphique



## SIGNATURE MAIL

LA MISE EN SITUATION



### Carte des forêts

Ile-de-France

Nom Prénom  
Poste

Tél  
Portable  
Email



# PROFIL FACEBOOK / TWITTER

## LA MISE EN SITUATION

Les différentes normes à respecter pour ces médias sociaux sont les suivants :

### LOGO

Format > 180X180 pixels

Couleur > Vert. Toute déclinaison de couleurs est acceptée avec les teintes catégorielles proposées dans cette charte.

**ATTENTION**, le logo ne doit pas être rogné. Il doit apparaître entièrement.

### BANNIÈRE

Format > 851×315 pixels

Origine des fichiers > Toute photo provenant de la galerie Flickr (compte appartenant à IDFE).





## PROFIL FACEBOOK / TWITTER (SUITE)

### LA MISE EN SITUATION

Les différentes normes à respecter pour ces médias sociaux sont les suivants :

#### LOGO

Format > 96x96 pixels

Couleur > Vert. toute déclinaison de couleurs est acceptée avec les teintes catégorielles proposées dans cette charte.

**ATTENTION**, le logo ne doit pas être rogné. Il doit apparaître entièrement.

#### BACKGROUND

Format > 1600x1000 pixels

Éléments graphiques > Toute photo provenant de la galerie Flickr (compte appartenant à IDFE).



Communication



# Carte interactive des forêts d'Île de France



## SOMMAIRE

\*\*\*\*\*

|                                   |   |                                                      |    |
|-----------------------------------|---|------------------------------------------------------|----|
| Avant propos                      | 2 | Outils de communication                              | 10 |
| Plan de communication             | 3 | <b>Dossier de presse</b>                             | 10 |
| <b>Stratégie de communication</b> | 3 | Éditorial de Pascal Thoyer                           | 10 |
| Positionnement                    | 3 | Communiqué de synthèse                               | 11 |
| Objectifs de la carte             | 5 | Présentation du projet d'Île de France environnement | 11 |
| Cibles                            | 6 | La carte interactive des forêts d'Île de France      | 12 |
| Concurrence                       | 6 | À qui s'adresse le site de la carte ?                | 12 |
| Contraintes                       | 7 | Participer au projet                                 | 12 |
| <b>Stratégie créative</b>         | 8 | Contact                                              | 13 |
| Plan médias                       | 8 | <b>Exemple d'affiche</b>                             | 14 |
| Planning                          | 9 | <b>Liens vers les différents réseaux sociaux</b>     | 15 |
|                                   |   | <b>Proposition de communication pour la suite</b>    | 16 |



## AVANT PROPOS

---

**CENT@gency**  
communication elegance new technologies augmented

Ce livret de communication est fait dans le cadre de la **Licence professionnelle Communication et Médias de l'Université de Cergy-Pontoise**.

Haya, carte interactive des forêts d'Île-de-France, est un projet tuteuré pour l'association ÎLE-DE-FRANCE ENVIRONNEMENT.

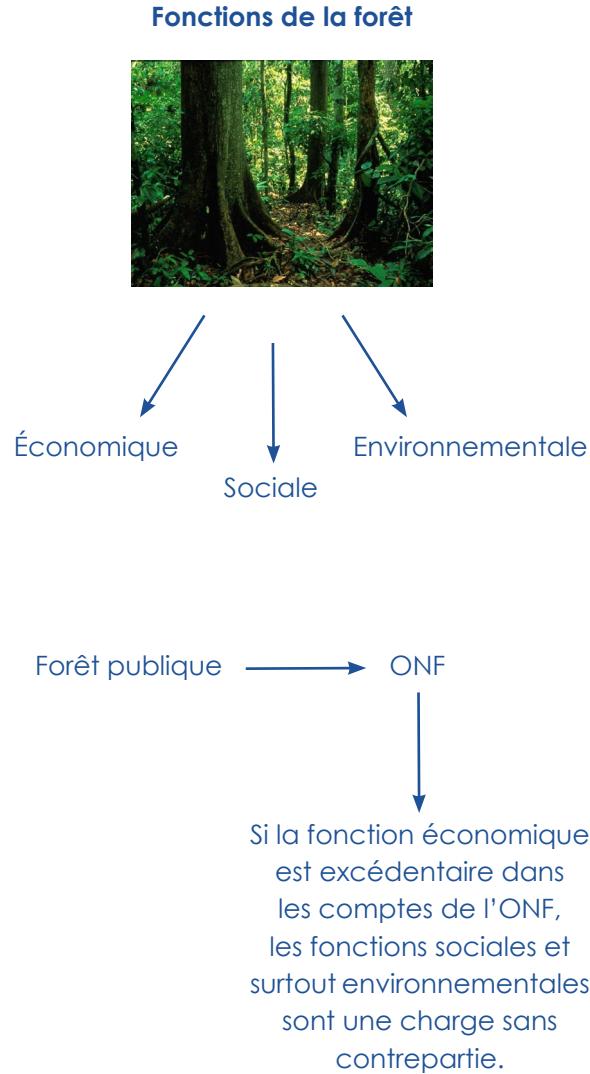
Il est réalisé par l'équipe Cent@gency, composé de :

- ♦ **Aline BLOT**, pour la communication
- ♦ **Nathalie FABBRIS**, pour la gestion de projet et le graphisme
- ♦ **Fanny MENU**, pour le graphisme
- ♦ **Guillaume ROUSSEL** pour le développement
- ♦ **Kora SACCHARIN**, pour le développement



# PLAN DE COMMUNICATION

---



## Stratégie de communication

### Positionnement

L'Île-de-France n'est pas seulement une région urbaine, c'est aussi une région forestière. La forêt recouvre près du quart de son territoire, soit environ 267.000 hectares.

Le code forestier assigne trois fonctions à la forêt :

- ♦ Économique (production de bois) ;
- ♦ Sociale (accueil du public) ;
- ♦ Environnementale (préservation de la biodiversité).

Ces fonctions peuvent facilement devenir incompatibles, puisqu'il s'agit, dans un même espace, de permettre l'exploitation forestière, d'accueillir du public et de défendre la vie sauvage.

En région Île-de-France, la problématique est particulièrement délicate en raison de l'importance de la population et de la pression foncière qui s'exerce sur les forêts.

La forêt publique est gérée par l'Office National des Forêts (ONF), qui doit intégrer ces trois fonctions dans la gestion des forêts, et qui a l'obligation contractuelle (contrat de plan quinquennal entre l'État et l'ONF) d'équilibrer ses comptes. Or, si la fonction économique est excédentaire dans les comptes de l'ONF (les recettes étant supérieures aux dépenses), les fonctions sociales et surtout environnementales sont une charge sans contrepartie.

Depuis quelques années, la gestion des forêts par l'ONF fait l'objet de vifs débats, dans lesquels plusieurs acteurs interviennent :

- ♦ L'ONF, plus ou moins accusé de favoriser la fonction économique (c'est-à-dire l'exploitation des bois) au détriment des autres fonctions ;
- ♦ Les élus locaux et l'opinion publiques, qui s'alarment des modifications de paysage provoqués par les coupes ;
- ♦ Les associations de défense de l'environnement qui s'inquiètent des atteintes portées à la biodiversité.

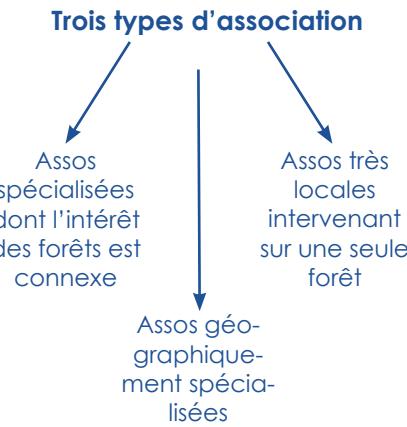


# PLAN DE COMMUNICATION

\*\*\*\*\*



Association membre de  
France Nature Environnement



L'association Île-de-France Environnement (IDFE) est une association membre de France Nature Environnement forêt, qui regroupe actuellement plus de 400 associations de défense de l'environnement. Ces dernières visent à protéger la biodiversité notamment en Île-de-France.

Une étude réalisée par IDFE a montré la diversité des associations du secteur. Elle indique : « plusieurs centaines d'associations sont intéressées, directement ou indirectement, par les forêts en Ile de France ...

Une classification empirique montre trois types d'associations :

1. Des associations spécialisées dans un thème environnemental ou ayant une activité naturellement en rapport avec l'environnement, mais non spécialisées dans le secteur forestier. On peut citer à titre d'exemple des associations ornithologiques ou les randonneurs. Ce groupe est évidemment très hétérogène, avec des effectifs compris entre plusieurs centaines, voire milliers d'adhérents, jusqu'à des associations très confidentielles et spécialisées. Ce sont les associations dont l'intérêt connexe mais non central est la forêt.

2. Des associations géographiquement spécialisées sur un ou plusieurs massifs forestiers, mais sans compétences spécifiquement arrêtées à un domaine d'activité ou de connaissance. Ce sont, en gros, des associations généralistes d'une ou plusieurs forêts. Nous en avons identifié une quinzaine, qui

présente des caractéristiques très voisines les unes des autres.

3. Enfin, on note nombre important d'**associations très locales** intervenant sur une seule forêt, voir même une partie de forêt. Ces associations sont souvent caractérisées par un petit - ou très petit - nombre d'adhérents, et spécialement orientées vers un type de problème. »

L'étude souligne par ailleurs :

- ◆ L'absence de contacts entre les associations, chacune évoluant isolément des autres ;
- ◆ Une grande disparité de compétence et de connaissance entre les associations.

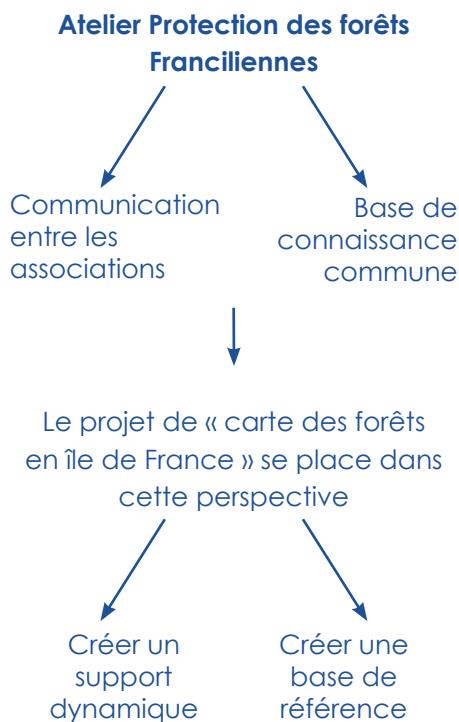
Or la défense de l'environnement requiert une bonne connaissance du terrain et de l'écologie de la forêt.

C'est ce constat qui a conduit Ile de France Environnement à créer un groupe de travail intitulé «**atelier Protection des forêts Franciliennes**».



# PLAN DE COMMUNICATION

.....



Cette initiative entre bien dans la mission d'IDFE, qui est de : «Veiller, en Ile-de-France, à la sauvegarde et la mise en valeur de l'environnement et de la qualité de vie dans tous ses aspects : notamment l'aménagement du territoire, l'urbanisme, la protection des sites naturels et bâties, la protection de la faune et de la flore, la lutte contre les pollutions et les nuisances, afin de permettre un développement soutenable, faire comprendre aux décideurs franciliens qu'il est urgent et indispensable, comme le réclament les citoyens, d'améliorer concrètement la qualité de la vie dans la région et exprimer aux autorités régionales – politiques et administratives – une forte volonté collective de maîtriser le développement économique et démographique de l'agglomération et son extension en périphérie, de préserver la qualité de l'air, des rivières, des sols, des espaces naturels ... »

L'objectif de l'atelier Protection des forêts Franciliennes est donc :

- ♦ De permettre la communication entre les associations
- ♦ De leur donner une base de connaissances commune et partant, de leur permettre de tenir un langage cohérent.

La perspective est à la fois interne aux associations, mais également externe : vis-à-vis du grand public et des responsables locaux, notamment les élus.

Le projet de « carte des forêts en île de France » se place dans cette perspective. La carte doit présenter

non seulement les forêts, les corridors biologiques (milieux reliant entre eux différents habitats naturels) mais aussi les points chauds (lieux touchés par un projet mettant en danger les forêts et/ou les corridors biologiques) et servir de lien entre les différentes associations.

## Objectifs de la carte

L'objectif de la carte est de **créer un support dynamique permettant de regrouper différentes informations**. Le but final étant de pouvoir rassembler les différentes associations concernées par les forêts d'Ile-de-France autour d'un même projet.

Les informations ainsi recueillies seront accessibles au plus grand nombre. Elles formeront une base de données complète, permettant de répondre aux questions que tout un chacun pourrait se poser sur ces forêts.

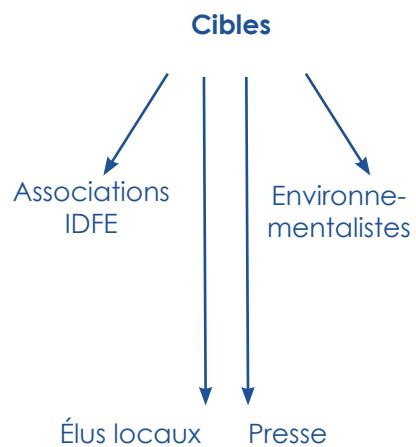
Le site a ainsi pour rôle de sensibiliser le grand public sur l'état actuel des forêts d'Ile-de-France. Pour ce faire, il contient des informations sur les corridors biologiques et les « points chauds ».

C'est en affichant ces corridors et points chauds et en les accompagnants d'articles explicatifs, que les internautes pourront se rendre compte de l'étendue des pertes et prendre conscience de l'importance de protéger la moindre zone boisée.



# PLAN DE COMMUNICATION

---



## Cibles

### LES CIBLES INTRA IDFE

**Les associations** : afin qu'elles travaillent toutes ensemble sur le même projet, ce qui permet une mise en commun des informations, un éventuel partage des tâches et la création d'une importante base de données qui leur permettra, à terme, de mieux connaître l'environnement dans lequel elles évoluent, de pouvoir communiquer entre elles et de s'allier à des associations similaires afin d'avoir plus de poids auprès des pouvoirs publics.

### LES CIBLES EXTRA IDFE

**Les personnes qui s'intéressent à l'environnement** : le site leur permettra de trouver les informations qu'ils recherchent sur n'importe quelle forêt et dans n'importe quel domaine (faune, flore ...) et de partager leur passion, leur intérêt autour d'un sujet tout en les sensibilisant aux dangers affectant les forêts.

**Les élus locaux** à l'échelle communale, départementale et régionale : doivent être informés, la carte créant un lien entre les associations rassemblées et les autorités local.

**La presse** : l'information sera également relayée auprès des journaux locaux (payants et gratuits), des magazines spécialisés et des sites internet d'information générale afin que cet événement soit diffusé au grand public.

## Concurrence

Il existe un nombre conséquent de sites Web de cartes interactives. En effet rechercher les mots clés « carte interactive » donne plus de 6 200 000 résultats dans Google.

Après avoir analysé ces résultats, nous remarquons que très peu sont spécialisés dans l'écologie.

La majorité sont des sites gouvernementaux, d'ONG ou d'associations influentes. Il y a des sites d'entreprises, comme ceux de la RATP ou de la SNCF. Il y a aussi quelques sites éducatifs. Parmi ceux-là, les mieux référencés sont les sites utilitaires, c'est-à-dire ceux qui répondent à un besoin d'information quotidien.

Les cartes du site Geoportail et du site de l'IFN présentent des fonctionnalités similaires à la carte du projet. En effet, l'affichage des données sur ces cartes est gérée par des filtres qui laissent libre choix aux utilisateurs d'afficher les informations qu'ils désirent. Ces filtres permettent, entre autre, de visualiser sur la carte les parcelles du cadastre, les sites protégés et les espaces naturels mais aussi les réseaux de transport, l'hydrographie, les unités administratives...

Geoportail et la carte de l'IFN sont des concurrents indirectes du projet car même si les systèmes de fonctionnement sont similaires sur les différentes cartes, les données, les ressources et les possibilités d'interaction mises à la disposition des utilisateurs sont quant à elles différentes.



# PLAN DE COMMUNICATION

---

## Contraintes

### GRAPHIQUES

IDEF laisse à Cent@gency la liberté de s'émanciper de l'ambiance graphique de son site (<http://www.idfe.eu/>) ainsi que de celui du site et du logo de la région Île-de-France.

Les éléments graphiques (gamme colorimétrique, pictogrammes, logotype,...) feront l'objet de plusieurs propositions et seront regroupés dans une charte graphique.

### TECHNIQUES

IDFE dispose d'un serveur dédié au projet, de type « green 13 ». Ce serveur est géré par un administrateur système. Un espace de stockage de 500Go est consacré au projet. Cent@gency est libre d'installer et de mettre à jour les logiciels nécessaires au bon déroulement du projet.

### FINANCIÈRES

À l'heure actuelle IDFE ne peut mettre à disposition du projet une centaine d'euros. Si la carte suscite un engouement particulier, cela pourra attirer des subventions de l'État ou de partenaires, mais cela se fera à posteriori du lancement de la carte.

Cent@gency ne peut pas compter sur de quelconques subsides dans la gestion de ce projet.



# PLAN DE COMMUNICATION

.....

## Stratégie créative

La communication de la carte se fera sur un ton décalé et original afin d'éviter de tomber dans le « trop sérieux », ce qui conférera à la carte une image accessible à tous sans être moralisatrice.

La carte offrira assurément un contenu le plus riche et le plus complet qui soit sur les forêts d'Île-de-France. Cette offre s'appuiera sur la collaboration de l'internaute, grand public passionné ou membre d'une association d>IDFE, qui viendra enrichir le contenu du site.

Les usagers pourront ainsi trouver des informations tout en apportant leur pierre à l'édifice.

## Plan média

Compte tenu des contraintes financières, Centa@gency privilégie des moyens de relayer l'information à moindre coût. Nous avons donc éliminé les médias trop coûteux ou inadaptés au projet : la radio, la télé, l'achat d'espace publicitaire.

Nous informerons les différentes cibles de l'existence du projet par l'envoi de dossiers de presse (à destination des journaux locaux gratuits et payants, des magazines spécialisés et des sites internet d'information) et de dossiers de communication (à l'attention des associations, des élus locaux).

Ces différents dossiers détailleront la démarche et les objectifs de la carte ainsi que son utilité et son fonctionnement. Pour les associations, un guide d'administration de la carte sera ajouté. L'envoi de ces dossiers sera réalisé par le client.

Des communiqués de presse et d'information seront envoyés à aux mêmes destinataires que les dossiers, ainsi qu'à l'ONF et à l'Agence des Espace Verts (AEV).

Des affiches A4 seront réalisées par Centa@gency et diffusées par IDFE afin d'informer le grand public de l'existence de la carte et de son utilité.

Nous donnerons ensuite de la visibilité au site en créant des pages dédiées sur différents réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Google+, SlideShare et Planet Attitude). L'objectif sera de créer une communauté autour du projet.

Des préconisations seront fournis d'ici la livraison afin de proposer différents projets autours de la carte de le but de populariser celle-ci auprès du public.



# PLAN DE COMMUNICATION

\*\*\*\*\*

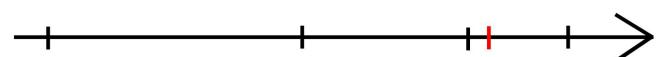
## Planning

J-60 : Un mois avant la livraison du projet, seront envoyés les dossiers de presse et d'information afin de communiquer sur l'existence du projet.

J-20 : Les pages sur les réseaux sociaux seront créées deux à trois semaines avant la livraison du projet, afin de créer un effet de suspens.

J-3 : Deux à trois jours avant la livraison du projet, les communiqués seront envoyés afin de rappeler aux journalistes, associations et élus l'existence de la carte, sa mise en ligne imminente et de leurs laisser le temps de s'y préparer, pour la rédaction d'articles par exemple.

J+x : Après la livraison, IDFE devra assurer elle même le dynamisme des réseaux sociaux et continuer à susciter la participation des associations pour mettre à jour le site.



J0 : Le jour J, les affiches devront être accrochées afin d'informer le public présent en forêt de l'existence de la carte. En effet l'affichage ne doit pas se faire avant car les utilisateurs ne trouveront aucun site avant le jour J et cela discréditerait le professionnalisme du site. Des événements seront aussi créés sur les réseaux sociaux ce même jour.

*A la demande du client, le planning ne prendra effet dans un premier temps qu'auprès des associations afin que celles-ci renseignent le site et la carte.*

*La communication envers les autres cibles sera lancé 6 mois après le lancement du site afin que lors de sa présentation aux publics la carte soit déjà en partie remplie.*



# OUTILS DE COMMUNICATION

## Dossier de presse

Contact presse : M.Pascal Thoyer (Animateur du projet « Carte des Forêts d'Île-de-France »)  
carte.foret.idf@gmail.com  
06.98.18.02.20

### Éditorial de Pascal Thoyer

La forêt couvre un quart de la superficie de l'Île-de-France. Elle est, à peu de chose près, le seul espace de nature accessible aux 12.000.000 de franciliens. Pourtant, elle est mal connue, et bien trop souvent maltraitée.

Notre rapport à la nature, et à la forêt en particulier, a considérablement évolué lors des dernières décennies. Il y a un siècle encore, la forêt était un espace très fréquenté, pour la subsistance, le travail ou la détente. Bûcherons, scieurs, une foule de petits métiers liés à l'exploitation du bois peuplaient les forêts, où souvent les ouvriers habitaient, plus ou moins régulièrement.

Le pâturage des animaux, le ramassage du bois, des champignons et des fruits étaient également une occasion de séjour en forêt. Sans oublier les loisirs des adultes, avec la chasse, et des enfants, avec les escapades après école en forêt. Il y avaient donc une connaissance culturelle de la forêt, faite de sa fréquentation et de son utilisation, transmise de génération en génération.

Aujourd'hui, il ne reste pratiquement plus que deux types de fréquentation de la forêt :

- ♦ une fréquentation professionnelle - celle des agents de l'ONF ou des entreprises d'exploitation forestière -,
- ♦ et une fréquentation de loisir.

Les premiers, c'est-à-dire quelques centaines de personnes, ont une compétence technique incontestable, orientée vers la production sylvicole<sup>1</sup>. Les autres sont essentiellement des promeneurs, qui le plus souvent ne s'éloignent pas de plus de 300 mètres de leur voiture.

Ils seraient plusieurs millions en Île-de-France. Ils portent un regard souvent poétique, passionné, sur leur forêt, mais au fond, bien peu d'entre eux la connaissent réellement.

Il y a pourtant une autre approche de la forêt : c'est celle des associations, qui s'appuient sur les connaissances et les compétences de milliers d'adhérents. Leur intérêt peut être direct, comme c'est le cas des associations de défense, ou indirect, avec les innombrables randonneurs, botanistes, ornithologues, etc. Ils expriment également une autre sensibilité de la forêt, qui n'est ni économique, ni simplement paysagère. C'est une sensibilité de protecteur de la nature et de la biodiversité.

Les associations tentent de réagir en essayant de mieux faire connaître la forêt, de défendre les corridors biologiques<sup>2</sup>, d'alerter la population ou les pouvoirs publics. Une de leurs difficultés tient à leur isolement : les associations communiquent peu entre elles. C'est à la suite de ce constat Île-de-France Environnement a pris l'initiative de constituer un groupe de travail « Défense des forêts péri-urbaines » pour réunir et coordonner les associations vers des objectifs communs.

1- Culture des arbres, entretien et exploitation des forêts

2- Les corridors biologiques sont des corridors permettant les échanges entre différentes forêts



# OUTILS DE COMMUNICATION

## Dossier de presse (suite)

### Communiqué de synthèse

#### LE WEB AU SERVICE DES FORÊTS D'ÎLE-DE-FRANCE

L'air du tout numérique et la protection de l'environnement ne sont pas deux choses opposées, c'est que démontre l'association Île-de-France Environnement au travers de son projet de Carte Interactive des Forêts d'Île-de-France.

Membre de France Nature Environnement, l'association Île-de-France Environnement (IDFE) regroupe actuellement plus de 400 associations liés à la nature (protection, randonnée, ect). Ces associations détiennent de nombreuses connaissances sur les forêts d'Île-de-France, mais il existe un manque d'échange entre elles et avec le public. C'est pourquoi il fut décidé de créer un projet web permettant aux associations de regrouper leurs informations sur un même support tout en les rendant accessible au grand public.

Ce projet est celui de la Carte Interactive des Forêts d'Île-de-France. Ce projet se présente sous forme d'une carte interactive intégrer dans un site web. La carte permet d'afficher différentes informations comme les points chauds (zones forestières menacées), les corridors biologiques ou encore une synthèse des informations concernant une forêt sélectionnée. Le site dans lequel est intégrée la carte permet de la compléter avec des articles plus complets et détaillés en fonction de la forêt choisie et du domaine d'informations désiré (faune, flore, etc).

La Carte a pour objectif de faire prendre conscience de la richesse de la biodiversité en Île-de-France mais aussi des dangers qui la guettent et de l'importance de la protéger. Elle s'adresse à tous, particuliers comme professionnels, pour resserrer les liens entre les hommes et la nature.

Pour cela, la Carte Interactive des Forêts d'Île-de-France est aussi, et surtout, un projet communautaire. En plus d'être présent sur différents réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Google+, SlideShare et Planète-Attitude) afin d'échanger plus facilement avec les internautes, il est donné à tous la possibilité de participer à ce grand projet. Il suffit de s'inscrire sur le site et les utilisateurs peuvent ainsi poster ou éditer des articles (qui seront publiés après validation) et partager des photos.

### Présentation du projet d'Île de France environnement

Fondée en 1993, l'association Île-de-France Environnement (IDFE) a pour objectif de « veiller, en Île-de-France, à la sauvegarde et la mise en valeur de l'environnement et de la qualité de vie dans tous ses aspects : notamment ... la protection du patrimoine, la protection des sites naturels et bâties, la protection de la faune et de la flore ». Membre de France Nature Environnement, elle regroupe actuellement plus de 400 associations.

Le projet de « Carte interactive » d'IDFE consiste à mettre à la disposition de ses associations adhérentes un outil collaboratif leur permettant de mettre en commun leurs connaissances et leurs préoccupations. A terme, ce travail devrait conduire à la création d'une grande base d'informations sur les forêts d'Île-de-France.

Le travail commun de ces associations contribuera à la sensibilisation de la population et des pouvoirs publics à la richesse de la biodiversité en Île-de-France, mais aussi à sa fragilité, abordée par deux axes : les menaces sur l'intégrité des forêts, par la déforestation, et les ruptures de corridors biologiques.



# OUTILS DE COMMUNICATION

## Dossier de presse (suite)

### La carte interactive des forêts d'Île de France

Toutes les informations recueillies par les associations seront mises à disposition sur un site web tout public, comportant une carte interactive des forêts d'Île-de-France.

Cette carte est ajustable à l'échelle souhaitée (la plus grande étant l'Île-de-France et la plus petite, la parcelle). En cliquant sur la forêt de son choix s'affiche alors une liste des informations concernant cette forêt (histoire, géologie, essences, faune, flore, etc.) en fonction des informations recueillies jusqu'à présent sur cette forêt. Un lien en dessous de ces informations permet d'aller plus loin en accédant à des articles complets sur cette forêt. Une mini-carte intégrée à l'article permet de connaître facilement les informations des parcelles alentours.

La carte a aussi pour but de sensibiliser le grand public à l'état actuel des forêts. Pour ce faire, elle contient des informations sur les corridors biologiques, accompagnées d'articles expliquant les caractéristiques et le rôle précis de chacun des corridors.

Les endroits où la forêt est en danger sont aussi représentés sur la carte. Cliquer sur une « zone rouge » de la carte conduit vers un article expliquant le danger qui menace cette zone, les causes et les conséquences qui y sont liés. Il n'y a plus aujourd'hui de grands projets de déforestation qui soulevait l'indignation générale. Les zones menacées sont à présent plus petites et font de ce fait moins parler d'elles, mais elles sont bien plus nombreuses et à l'échelle de l'Île-de-France représentent un véritable danger. C'est en affichant en différents points de la carte ces zones que l'on peut se rendre compte de l'étendue des pertes et faire prendre conscience de l'importance de protéger la moindre zone boisée.

### À qui s'adresse le site de la carte ?

La Carte des Forêts d'Île-de-France est un projet polyvalent, il ne s'adresse pas qu'à un certain type de personnes en particulier, chacun est libre de l'utiliser à son grès. Que l'on soit expert en environnement ou simple curieux, l'utilisation est adaptée à tous.

Elle peut être, par exemple, utilisée dans certains cadres particulier :

- ◆ Auprès des enfants : elle peut servir, dans le cadre scolaire, à sensibiliser les plus jeunes sur la nature, simplement en navigant sur la carte ou afin de préparer une sortie scolaire.
- ◆ Auprès de professionnels : la carte peut être un atout pour différentes professions, au-delà des professions liées directement à l'environnement.
- ◆ Auprès des familles : les informations et les photos leur permettront de trouver l'endroit le plus agréable pour se promener.

Il existe mille et une façons de mettre à profit le site de la Carte des Forêts d'Île-de-France. La richesse des informations renseignées permet une large utilisation, libre à chacun d'en faire bonne usage.

### Participer au projet

La carte des forêts d'Île-de-France est avant tout un projet communautaire. Chacun est invité à venir partager ses connaissances sur les forêts, qu'elles soient générales ou spécialisées dans un domaine. À condition de s'inscrire sur le site, vous serez libre de rédiger ou modifier n'importe quel article.



## OUTILS DE COMMUNICATION

### Dossier de presse (suite)

Afin d'être plus proche des utilisateurs, la Carte des Forêts d'Île-de-France sera présente sur différents réseaux sociaux :

- ◆ [Twitter](#) permettra d'annoncer en temps réel les nouveaux ajouts réalisés sur le site et de communiquer sur des faits bien précis.
- ◆ [Facebook](#) invitera les internautes à venir partager et discuter autour des forêts d'Île-de-France. C'est aussi le moyen le plus simple pour poser des questions sur un grand nombre de sujets (promenades en forêt, zones protégées, etc). Des réponses y seront données rapidement.
- ◆ [Google+](#) aura le même usage que Facebook, permettant à une plus large communauté d'être informée.
- ◆ [SlideShare](#) permettra aux associations de partager des contenus pouvant illustrer un article publié sur le site (coupures de presse, présentations Powerpoint, etc).
- ◆ [Flickr](#) permettra à tous de partager sur le site des photos classées par forêts.
- ◆ [Planète-Attitude](#) est un réseau social fondé par la WWF et spécialisé dans la protection de l'environnement. La présence sur ce réseau permettra d'être plus proche des personnes sensibles à l'écologie.

### Contact

Pour toute information, s'adresser à :

**Pascal Thoyer**

[carte.foret.idf@gmail.com](mailto:carte.foret.idf@gmail.com)

06.98.18.02.20



## OUTILS DE COMMUNICATION

### Exemple d'affiche

#### La Carte des Forêts d'Île-de-France

Curieux ou passionnés, nous vous invitons à venir partager autour des forêts d'Île-de-France !

##### La Carte des Forêts d'Île-de-France, qu'est ce que c'est ?

La Carte des Forêts d'Île-de-France est un projet à l'origine de l'association d'Île-de-France Environnement, regroupant plus de 400 associations liées aux forêts d'Île-de-France. La Carte des Forêts d'Île-de-France donne la possibilité par un simple clic d'accéder à de nombreuses informations concernant les forêts d'Île-de-France et notamment les zones où les forêts sont en danger. Ces informations, présentées sous forme d'articles, seront renseignées par les associations adhérentes d'Île-de-France Environnement.

##### Tout le monde peut y participer !

La Carte des Forêts d'Île-de-France est avant tout un projet communautaire. Cela signifie que vous pouvez vous aussi rédiger et modifier des articles présents sur le site (qui seront validé par les associations), mais pas seulement ! Nous vous invitons aussi à participer sur différents réseaux sociaux afin de partager vos connaissances, votre passion ou tout simplement poser vos questions ou poster vos photos des forêts franciliennes.

[www.sitedelacarte.com](http://www.sitedelacarte.com)





## OUTILS DE COMMUNICATION

### Liens vers les différents réseaux sociaux

Mêmes identifiants et mots de passe pour tous :

Identifiant : carte.forets.idf@gmail.com

Mot de passe : carteforests

#### **Facebook**

<https://www.facebook.com/pages/Carte-des-For%C3%AAts-d%C3%8Ele-de-France/395589940491719#>

#### **Twitter**

[https://twitter.com/carteforests\\_idf](https://twitter.com/carteforests_idf)

#### **Google+**

<https://plus.google.com/111682674700114314361/posts?hl=fr>

#### **SlideShare**

[http://www.slideshare.net/Carte\\_Forets\\_IDF](http://www.slideshare.net/Carte_Forets_IDF)

#### **Flickr**

[http://www.flickr.com/people/carte\\_forets\\_idf/](http://www.flickr.com/people/carte_forets_idf/)

#### **Planète-Attitude**

<http://www.planete-attitude.fr/profiles/profile/show?id=CartedesForetsdIledeFrance>



## OUTILS DE COMMUNICATION

### Proposition de communication pour la suite

#### Introduction

Afin d'améliorer la visibilité de la Carte, nous proposons différents moyens visant à multiplier les contacts et l'interactivité avec les personnes.

Pour ces différentes suggestions il faut que le choix des partenaires, associés, autres personnes ou structures avec qui travailler se fasse en prenant compte de l'image et des spécialités de ceux-ci.

Afin de renforcer l'image de la carte dans son rôle de sensibilisateur à l'environnement, il est indispensable qu'il existe un lien entre les partenaires et le projet environnemental de la Carte.

Nous déconseillons fortement de s'associer à des groupes qui ne présentent aucun lien avec la nature ou la défense de l'environnement. Cela risquerait de discréditer la Carte et pourrait porter à confusion sur les motivations réelles de ses administrateurs.

#### Partenariat

Le partenariat pourrait apporter de la visibilité et du crédit à la Carte en proposant par des échanges de liens. De plus certains partenaires seraient à même de compléter l'information de la carte, augmentant ainsi sa qualité. Cela conférait également aux partenaires un moyen simple et visible de montrer leur implication dans la protection de l'environnement.

#### Événements

Avec la page Facebook il est simple pour la Carte d'organiser des événements avec des associations adhérentes Île-de-France Environnement, tels que :

- ♦ randonnées en forêts
- ♦ ou réunions d'informations

Ceci permettra de créer un lien non seulement plus fort au sein de la communauté mais aussi plus humain et plus proche des forêts d'Île-de-France.

#### Concours

L'organisation de concours sur le site ou sur la page facebook permettraient de populariser la carte auprès d'un plus large public. De plus l'organisation de concours photos, de chasses aux trésors sur la carte ou de concours en partenariats avec d'autres structures dynamisera la carte et mettra en valeur le côté participatif.

Spécifications fonctionnelles



# Carte interactive des forêts d'Île de France



## SOMMAIRE

---

### Mockups

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Page d'accueil avec les filtres (Code HOM)                                             | 3  |
| Page d'accueil sans les filtres (Code HOM)                                             | 3  |
| Forêts – Page accueil (Code ACC)                                                       | 4  |
| Forêts – Page de présentation d'une forêt (Code TIT)                                   | 5  |
| Forêts – Page de détail (Code ART)                                                     | 6  |
| Forêts – Page de détail+ (Code ART)                                                    | 7  |
| Corridors biologiques – Page accueil (Code ACC)                                        | 8  |
| Corridors biologiques – Page de titre (Code TIT)                                       | 9  |
| Points chauds – Page accueil (Code ACC)                                                | 10 |
| Points chauds – Page de titre (Code TIT)                                               | 11 |
| À la une – Page accueil (Code ACC)                                                     | 12 |
| À la une – Page de titre (Code TIT)                                                    | 13 |
| Footer – Mentions légales / Conditions d'utilisation / Manuel utilisateur (Code ART-A) | 14 |
| Footer – Contact (Code FOR1)                                                           | 15 |
| Footer – Plan du site (Code PLA)                                                       | 16 |
| Mon compte – Inscription                                                               | 17 |
| Mon compte – Identification                                                            | 18 |

### La carte

|              |    |
|--------------|----|
| Accueil      | 19 |
| Les filtres  | 20 |
| Le satellite | 21 |

### Le site

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Arborescence                               | 22 |
| Les types de pages : tableaux synthétiques | 23 |
| Les types de pages du front office         | 25 |

### Fonctionnalités du back office

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| Tableau de synthèse               | 28 |
| Les types de pages du back office | 29 |
| Fonctionnalités transversales     | 30 |



## AVANT PROPOS

---

**CENT@gency**  
communication elegance new technologies augmented

Ce dossier est fait dans le cadre de la **Licence professionnelle Communication et Médias de l'Université de Cergy-Pontoise.**

Haya, carte interactive des forêts d'Île-de-France, est un projet tuteuré pour l'association ÎLE-DE-FRANCE ENVIRONNEMENT.

Il est réalisé par l'équipe Cent@gency, composé de :

- ♦ **Aline BLOT**, pour la communication
- ♦ **Nathalie FABBRIS**, pour la gestion de projet et le graphisme
- ♦ **Fanny MENU**, pour le graphisme
- ♦ **Guillaume ROUSSEL** pour le développement
- ♦ **Kora SACCHARIN**, pour le développement



# MOCKUPS

## Page d'accueil avec les filtres (code HOM)

The page features a top navigation bar with a logo, account links ('Mon compte'), and a search bar. Below is a horizontal menu with tabs: Carte, Forêts, Corridors biologiques, Points chauds, and A la Une. The main content area contains a map with a green shaded region labeled 'Forêt de Carnelle'. To the left is a sidebar with filtering options for Type (Forests, Biological corridors, Hotspots), Status (Open, Restricted, Public), Population (Leafy, Resinous), Regime (Futura, Tallis, Tallis & futao), and Species (Châtaigner, Chêne, Hêtre, Remarkable trees, None). A legend at the bottom shows icons for items 1 through 10. The right sidebar displays detailed information for 'Forêt de Carnelle' including Type, Nature, Surface, GPS coordinates, Manager, Visit status, Population, Present tree species, Management regime, Reference associations, Collected information, and Last update date.

## Page d'accueil sans les filtres (code HOM)

This version of the homepage lacks the detailed filtering sidebar seen in the first mockup. The rest of the layout is identical, featuring a top navigation bar, a horizontal menu, and a central map with a green shaded region labeled 'Forêt de Carnelle'. The right sidebar continues to provide detailed information for 'Forêt de Carnelle'.

3

Spécifications fonctionnelles



# MOCKUPS

## Forêt - Page d'accueil (code ACC)

Mon compte | [Identification](#) | [Inscription](#)

rechercher

Carte Forêts Corridors biologiques Points chauds A la Une

Accueil > Forêts

1 A B C D E..... X Y Z

2 Rechercher OK ?

3

Nom de la forêt

1  
On met tout l'alphabet  
-Les lettres clicables : il y a des forêts  
-Les lettres non clicables : il n'y a pas de forêt

2  
Champ avec paramètres d'autocomplétion

3  
Aide dans une fenêtre pop-up qui précise l'usage :  
-recherche par nom de commune ou par code postal

4

Spécifications fonctionnelles

Nous rejoindre



[Mentions légales](#) | [Contact](#) | [Conditions d'utilisation](#) | [Manuel utilisateur](#) | [Plan du site](#)



# MOCKUPS

## Forêt - Page de présentation d'une forêt (code TIT)

Logo

Carte Forêts Corridors biologiques Points chauds A la Une

Mon compte > Identification > Inscription rechercher

Accueil > Forêts > Carnelle

### Forêt de la Carnelle

Télécharger le dossier complet de la forêt de Carnelle :  
[Forêt de la Carnelle \(PDF, 60 pages, 10 Ko\)](#)

#### Vos photos sur la forêt de la Carnelle



Altitude supérieure 210 m  
moyenne 130 m  
inférieure 50 m

| Essences            | % en surface couverte |
|---------------------|-----------------------|
| Chêne sessile       | 36 %                  |
| Chêne pédonculé     | 22 %                  |
| Hêtre               | 11 %                  |
| Châtaigne           | 12 %                  |
| Autres feuillus     | 5 %                   |
| Résineux            | 9 %                   |
| Vides non boisables | 2 %                   |
|                     | 3 %                   |
|                     | 100 %                 |

#### Généralités

Désignation et situation de la forêt  
Surface  
Procès verbaux de délimitation ou de bornage  
Parcelaire

[En savoir+ sur les généralités de la forêt de Carnelle](#)

#### Analyse du milieu

Facteurs écologiques  
Habitats naturels  
Flore  
Peuplement  
Faune  
Risques

[En savoir+ sur l'analyse du milieu de la forêt de Carnelle](#)

#### Besoins économiques et sociaux

Production ligneuse  
Autres productions  
Activités  
Accès du public  
Paysages  
Richesses culturelles  
Sujétions  
Activités piscicoles

[En savoir+ sur les besoins de la forêt de Carnelle](#)

#### Gestion passée

Traitements sylvicoles  
Traitements des autres éléments du milieu  
Etat des limites et équipements

[En savoir+ sur la gestion passée de la forêt de Carnelle](#)

#### Synthèse

Exposé concis des PB posés  
Définition des objectifs principaux  
Décisions fondamentales relatives à la série unique

[En savoir+ sur la synthèse de la forêt de Carnelle](#)

#### Programme d'actions

Dispositions concernant le  
Programme d'actions relatif à la série  
Dispositions concernant l'équipement général  
Actions de communication

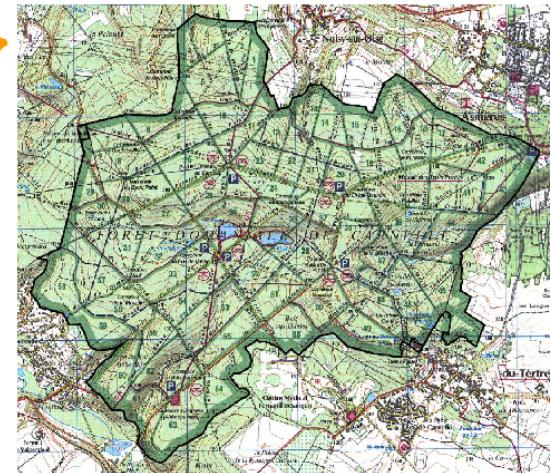
[En savoir+ sur le progr. d'actions de la forêt de Carnelle](#)

Forêt de la Carnelle



Auteur : Martine Dupont  
Date de prise de vue : 29/3/2010

J'aime



Nous rejoindre



Mentions légales

Contact

Conditions d'utilisation

Manuel utilisateur

Plan du site



# MOCKUPS

## Forêt - Page de détail (code ART)

Logo

Mon compte | > Identification | > Inscription | rechercher

Carte Forêts Corridors biologiques Points chauds A la Une

Accueil > Forêts > Carnelle > Analyse du milieu

### Forêt de la Carnelle : analyse du milieu

Vos photos sur la forêt de la Carnelle

Télécharger le dossier complet de la forêt de Carnelle :

[Forêt de la Carnelle \(PDF, 60 pages, 10 Ko\)](#)

**Facteurs écologiques**

**Topographie et hydrographie**

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus. Lorem ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra.

**Climat**

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus. Lorem ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra.

**Géologie, pédologie, synthèse des facteurs écologiques**

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

[Voir le tableau des stations](#)

**Habitats naturels**

**Groupement des végétaux**

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra.

**ZNIEFF et ZICO\***

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

**Flore**

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

**Description des peuplements forestiers**

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

[En savoir+](#)

Laisser un commentaire / Signaler une erreur

Vous voulez donner votre avis sur cet article ? Amener une information complémentaire ? Remettre en question un fait ? Exprimez-vous !

Votre message sera lu et une réponse vous sera faite dans les plus brefs délais

Envoyer

\*Définition du terme

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra.

[Voir le tableau des stations](#)

| Forêt de la Carnelle - Tableau des stations |                                                         |         |        |                                                     |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------|--------|-----------------------------------------------------|
| Code                                        | Station                                                 | Surface | %      | Essences les mieux adaptées                         |
| 0                                           | Milieu tourbeux ou toujours enjambé                     | 1.79    | 0.18%  | <small>Forêt éphémère pouvant être maladive</small> |
| 1                                           | Hêtre calcicole                                         | 66.32   | 6.9%   | Hêtre                                               |
| 2                                           | Chênaie ou chênoie-clérénie neutrocalcicole             | 432.89  | 44.53% | Chêne sessile, Châtaignier                          |
| 3                                           | Chênaie de plateau à engorgement permanent peu aride    | 35.63   | 3.75%  | Aulne glutineux, hêtre, chêne pédonculé             |
| 9                                           | Chênaie sessile/hêtre à aridité moyenne ou hydronormale | 187.88  | 19.24% | Chêne sessile                                       |
| 10                                          | Chênaie sessile/hêtre à aridité élevée ou peu podzolisé | 98.29   | 10.18% | Châtaignier, Chêne sessile                          |
| 11                                          | Chênaie sessile/hêtre sur matériau sablon               | 152.8   | 15.65% | Chêne sessile                                       |

[En savoir+](#)

Voir mockups "Forêt-Carnelle-Détail-Plus"

Nous rejoindre



Mentions légales

Contact

Conditions d'utilisation

Manuel utilisateur

Plan du site



# MOCKUPS

Forêt - Page de détail+ (code ART)

**Titre 1**

**Titre 1**  
Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

**Titre 2**

**Sous-titre 1**

Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

**Laisser un commentaire / Signaler une erreur**

**Envoyer**

**Vous voulez donner votre avis sur cet article ? Amener une information complémentaire ? Remettre en question un fait ? Exprimez-vous !**

**Votre message sera lu et une réponse vous sera faite dans les plus brefs délais**

**Graphique : Température et précipitation**

| Mois | Température (°C) | Précipitation (mm) |
|------|------------------|--------------------|
| JAN  | 12               | 50                 |
| FÉV  | 15               | 60                 |
| MARS | 18               | 70                 |
| AVR  | 20               | 80                 |
| MAY  | 22               | 90                 |
| JUN  | 24               | 100                |
| JUL  | 25               | 90                 |
| AUG  | 23               | 80                 |
| SEPT | 20               | 70                 |
| OCT  | 18               | 60                 |
| NOV  | 15               | 50                 |
| DÉC  | 12               | 40                 |



# MOCKUPS

oooooooooooo

Corridors biologiques - Page accueil (code ACC)

Logo

Mon compte | > Identification  
> Inscription

rechercher

Carte Forêts Corridors biologiques Points chauds A la Une

Accueil > Corridors biologiques

+1 J'aime

Corridor 1 Corridor 2 Corridor 3 Corridor 4

Corridor 5 Corridor 6 Corridor 7 Corridor 8

Corridor 9 Corridor 10 Corridor 11 Corridor 12

Nous rejoindre

Mentions légales | Contact | Conditions d'utilisation | Manuel utilisateur | Plan du site



# MOCKUPS

◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆

## Corridors biologiques - Page de titre (code TIT)

**Logo**

Mon compte | > Identification | > Inscription

rechercher

[Carte](#) [Forêts](#) [Corridors biologiques](#) [Points chauds](#) [A la Une](#)

[Accueil](#) > [Corridors biologiques](#) > Corridor 1

**Corridor 1**

Télécharger le dossier complet du corridor 1 :  
[Corridor 1 \(PDF, 25 pages, 8 Ko\)](#)

**Titre 1**

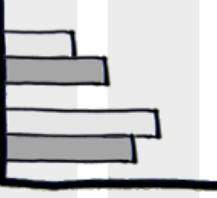
Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra.



Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

**Titre 2**

Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.




Laisser un commentaire / Signaler une erreur

Vous voulez donner votre avis sur cet article ? Amener une information complémentaire ? Remettre en question un fait ? Exprimez-vous !

Votre message sera lu et une réponse vous sera faite dans les plus brefs délais

Nous rejoindre



[Mentions légales](#)

[Contact](#)

[Conditions d'utilisation](#)

[Manuel utilisateur](#)

[Plan du site](#)





# MOCKUPS

---

## Points chauds - Page de titre (code TIT)

**Logo**

**Mon compte** | [> Identification](#) [> Inscription](#)

**rechercher**

**Carte** **Forêts** **Corridors biologiques** **Points chauds** **A la Une**

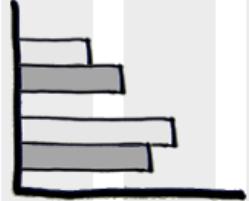
[Accueil](#) > [Points chauds](#) > Point chaud 1

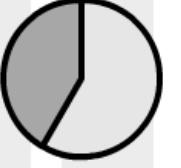
**Point chaud 1**  
Télécharger le dossier complet du Point chaud 1 :  
[Point chaud 1 \(PDF, 25 pages, 8 Ko\)](#)

**Titre 1**  
Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum?  
Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum.  
Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in,  
egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue  
adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus. Lorem  
Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean  
non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam  
lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed  
ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing



**Titre 2**  
Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem.  
Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas  
sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices  
tellus. Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Lorem Ipsum? Aenean non sapien  
sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in,  
egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel  
ultrices tellus.





**Laisser un commentaire / Signaler une erreur**

**Envoyer**

Vous voulez donner votre avis sur cet article ? Amener une information complémentaire ? Remettre en question un fait ? Exprimez-vous !

Votre message sera lu et une réponse vous sera faite dans les plus brefs délais

Nous rejoindre



[Mentions légales](#)

[Contact](#)

[Conditions d'utilisation](#)

[Manuel utilisateur](#)

[Plan du site](#)



# MOCKUPS

## A la Une - Page d'accueil (code ACC)

**Header:**

- Logo (envelope icon)
- Mon compte (with links to Identification and Inscription)
- rechercher (search bar)

**Navigation Bar:**

- Carte
- Forêts
- Corridors biologiques
- Points chauds
- A la Une (highlighted in blue)

**Breadcrumbs:** Accueil > A la Une

**A la Une Section:**

**Row 1:**

- Titre 1:** Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta.
- Titre 2:** Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta.
- Titre 3:** Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta.

**Row 2:**

- Titre 4:** Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta.
- Titre 5:** Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta.
- Titre 6:** Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta.

**Footer:**

- Nous rejoindre (Facebook and Twitter icons)
- Mentions légales | Contact | Conditions d'utilisation | Manuel utilisateur | Plan du site



# MOCKUPS

## A la Une - Page de titre (code TIT)

The screenshot shows the "A la Une" (Home) page of a website. The top navigation bar includes a logo, user account links ("Mon compte" with "Identification" and "Inscription"), and a search bar. Below the navigation is a horizontal menu bar with tabs: "Carte", "Forêts", "Corridors biologiques", "Points chauds", and "A la Une". The "A la Une" tab is highlighted.

The main content area features two large columns. The left column is titled "Titre 1" and contains a placeholder icon with an "X" and placeholder text. The right column is titled "Titre 2" and contains a placeholder icon with a line graph and placeholder text. At the bottom of each column is a chart showing temperature and precipitation data for the period from July 1971 to December 2000.

Below the main content is a comment section with a form and a "Envoyer" button. To the right of the form is a call-to-action for leaving a review or adding information.

**Navigation:** Accueil > A la Une > Titre 1

**Placeholder Content (Left Column):**

### Titre 1

Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

**Placeholder Content (Right Column):**

### Titre 2

#### Sous-titre 1

Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.

**Bottom Section:**

Laisser un commentaire / Signaler une erreur

Envoyer

Vous voulez donner votre avis sur cet article ? Amener une information complémentaire ? Remettre en question un fait ? Exprimez-vous !

Votre message sera lu et une réponse vous sera faite dans les plus brefs délais

Nous rejoindre



[Mentions légales](#)

[Contact](#)

[Conditions d'utilisation](#)

[Manuel utilisateur](#)

[Plan du site](#)



# MOCKUPS

Footer – Mentions légales/Conditions d'utilisation/Manuel utilisateur (Code ART-A)

The footer consists of several main sections:

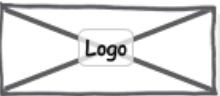
- Top Bar:** Contains a placeholder for a logo icon labeled "Logo", a search input field with a magnifying glass icon labeled "rechercher", and a "Mon compte" dropdown menu with links for "Identification" and "Inscription".
- Navigation Links:** A horizontal row with five items: "Carte", "Forêts", "Corridors biologiques" (highlighted with a black border), "Points chauds", and "A la Une".
- Breadcrumb Trail:** "Accueil > Mentions légales".
- Title Section:** A green header "Mentions légales" above a title "Titre 1".
- Text Content:** A text block with a placeholder icon and placeholder text: "Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus". Below it is a shorter excerpt: "Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta".
- Second Title Section:** A title "Titre 2" with a placeholder icon and placeholder text: "Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus.". Below it is another excerpt: "Do your layouts deserve better than Lorem Ipsum? Aenean non sapien sem. Suspendisse eu urna ipsum. Etiam lorem sem, porta sit amet accumsan in, egestas sed ipsum. Aliquam rhoncus est quis augue adipiscing viverra. Vivamus vel ultrices tellus."
- Bottom Row:** "Nous rejoindre" with social media icons for Facebook and Twitter, and links to "Mentions légales", "Contact", "Conditions d'utilisation", "Manuel utilisateur", and "Plan du site".



## MOCKUPS

\*\*\*\*\*

### Footer – Contact (Code FOR1)



[Mon compte](#)

[> Identification](#)  
[> Inscription](#)

[Carte](#)
[Forêts](#)
[Corridors biologiques](#)
[Points chauds](#)
[A la Une](#)

[Accueil](#) > [Contact](#)

#### Contactez-nous

Envoyer un message

Nom\*

Prénom\*

Mail\*

Association concernée par votre message

Votre message (<500 caractères)

\*Information requise

Trouver les coordonnées d'une association

Choisissez dans la liste

---

[Nous rejoindre](#)



[Mentions légales](#) | 
[Contact](#) | 
[Conditions d'utilisation](#) | 
[Manuel utilisateur](#) | 
[Plan du site](#)



# MOCKUPS

## Footer – Plan du site (Code PLA)

Logo

Mon compte | > Identification  
> Inscription

rechercher

[Carte](#) [Forêts](#) [Corridors biologiques](#) [Points chauds](#) [A la Une](#)

[Accueil](#) > Plan du site

### Plan du site

Corridors

- Corridor
- Corridor
- Corridor
- Corridor
- Corridor
- Corridor

Forêts

- Forêt

Points chauds

- Corridor
- Corridor
- Corridor
- Corridor
- Corridor
- Corridor

A la Une

- Titre
- Titre
- Titre
- Titre
- Titre

Nous rejoindre

[Mentions légales](#) | [Contact](#) | [Conditions d'utilisation](#) | [Manuel utilisateur](#) | [Plan du site](#)



## MOCKUPS

\*\*\*\*\*

### Mon compte – Inscription

Logo

Mon compte > Identification  
Mon compte > Inscription

rechercher

Carte Forêts Corridors biologiques Points chauds A la Une

Accueil > Mon compte > Inscription

### Inscription

Vous désirez participer au contenu de ce site ? Faites-en la demande en précisant le registre sur lequel vous aimerez intervenir

Nom\*

Prénom\*

Mail\*

Mot de passe\*

Confirmation mot de passe\*

Votre message (<100 caractères)

Envoyer

Attention, votre inscription ne sera effective qu'après validation de l'administrateur du site

\*Information requise

Nous rejoindre

[Mentions légales](#) | [Contact](#) | [Conditions d'utilisation](#) | [Manuel utilisateur](#) | [Plan du site](#)

Copyright © 2013. Tous droits réservés.



# MOCKUPS

\*\*\*\*\*

## Mon compte – Identification

The mockup shows a web page layout for account identification. At the top left is a logo icon. To its right is the text 'Mon compte' with links to 'Identification' and 'Inscription'. A search bar labeled 'rechercher' is also present. Below this is a navigation bar with categories: 'Carte', 'Forêts', 'Corridors biologiques', 'Points chauds', and 'A la Une'. The main content area displays the title 'Identification' and a sub-link 'Accéder à mon compte et mettre mes informations à jour'. Below this are two input fields: 'Mail\*' and 'Mot de passe\*', each with a required asterisk. A central button labeled 'Envoyer' (Send) is positioned between the input fields. At the bottom of the page are links for social media ('Nous rejoindre' with icons for Facebook and Twitter), and legal links: 'Mentions légales', 'Contact', 'Conditions d'utilisation', 'Manuel utilisateur', and 'Plan du site'.

Carte      Forêts      Corridors biologiques      Points chauds      A la Une

Accueil > Mon compte > Identification

### Identification

> Accéder à mon compte et mettre mes informations à jour

Mail\*

Mot de passe\*

Envoyer

Nous rejoindre

[Mentions légales](#) | [Contact](#) | [Conditions d'utilisation](#) | [Manuel utilisateur](#) | [Plan du site](#)



# LA CARTE

Accueil

Une navigation similaire à celle utilisée sur les autres cartes interactives

## La navigation

Notre navigation reprendra la navigation généralement utilisée sur toutes les cartes interactives actuellement en ligne. Et cela pour deux raisons :

- ♦ Rester proche de ce que l'internaute connaît et utilise,
- ♦ De nombreuses fonctionnalités de navigation nous seront fournies par l'API.

### Liste des fonctionnalités :

- ♦ Zoom grâce à la roulette de la souris, grâce au touch « écartement » et « réduction » et enfin grâce à la barre de navigation située dans le coin supérieur gauche de l'écran (cf Page d'accueil avec ou sans filtre).



- ♦ Le déplacement à l'intérieur de la carte se fera par cliquez-glissez ou via les flèches de navigation situées sous la barre de contrôle du zoom.  
--> Pour les terminaux mobiles les flèches de navigation ne seront pas disponibles.
- ♦ Lors du survol les surfaces cliquables seront mises en surbrillance.  
--> Pour les terminaux mobiles, pas d'effet de survol



- ♦ Lors du clic sur les surfaces réactives, les informations de cette forêt/parcelle s'afficheront dans le satellite.

Le système fera la différence entre un clic sur une surface réactive d'un clic cliquer-glisser.



# LA CARTE

## Les filtres

Options d'affichage ▾

Type

- Forêts domaniales
- Forêts de collectivité
- Forêts privées
- Corridors biologiques
- Points chauds

Statut des visites

- Ouvertes
- Interdites au public

Peuplement

- Feuillus
- Résineux

Régime

- Futaie
- Taillis
- Taillis & futaie

Essences

- Châtaigner
- Charme
- Chêne
- Hêtre
- Arbres remarquable
- Vide, non boisable

Les filtres permettront à l'internaute de choisir les éléments à afficher;

Ils seront présentés sous la forme d'une arborescence comprenant :

- ◆ Des dossiers, qui regroupent les filtres par type
- ◆ Dans ces dossiers se trouveront des checkboxes. Celle-ci permettant d'activer ou de désactiver les filtres.

Il sera possible d'activer plusieurs filtres à la fois.

Un bouton de remise à zéro des filtres (désactivation des checkboxes) sera disponible dans la partie inférieure du module de contrôle des filtres.

Liste des catégories des filtres :

- ◆ Type (forêt, corridor biologique, points chauds)
- ◆ Nature (domaniale, de collectivité, privée)
- ◆ Statut des visites (ouvertes/interdites au public)
- ◆ Peuplement (feuillus, résineux)
- ◆ Essence d'arbres (chêne, hêtre, châtaignier)
- ◆ Régime (taillis, taillis sous futaie, futaie)

Dans un premier temps, seul le filtre «type» sera mis en place.



# LA CARTE

## Le satellite

### Forêt de Carnelle

Type

Nature

Surface

Coordonnées GPS

Gestionnaire

Statut des visites

Peuplement

Essences d'arbres présente

Régime

Association(s) de référence

Informations recueillies pa

Date de la dernière mise à

[> Tout savoir sur la forêt de Carnelle](#)

Nous rejoindre



Le satellite apparaîtra lors d'un double clic (ou long touch) sur une forêt/parcelle, un corridor biologique ou un point chaud.

Ces informations sont **succinctes** au niveau du satellite. Le détail relatif à une forêt/parcelle/corridor/point chaud est accessible au clic en bas à droite du satellite.

Le clic amène à la page titre de la fiche forêt/corridor/point chaud ou bien à l'endroit qui traite de la parcelle au sein de la fiche forêt (Une page de type TIT ou ART<sup>1</sup>).

### LES INFORMATIONS

Le satellite sera un récapitulatif des informations les plus importantes de l'élément sélectionné.

#### Pour les forêts/parcelles :

- ◆ Son type
- ◆ Sa nature
- ◆ Ses coordonnées GPS
- ◆ Le statut des visites
- ◆ Le peuplement
- ◆ Les essences d'arbres qui la compose
- ◆ Son régime
- ◆ Son/ses associations
- ◆ Un lien vers la fiche forêt correspondante

Son contenu est fait de textes et d'images. Il est possible de lui attacher des pdfs, qui seront fournis par M Thoyer.

#### Pour les corridors biologiques :

- ◆ Sa largeur (-10m, 10-40m, 40-100m, + de 100m)
- ◆ Sa nature (naturel ou artificiel)
- ◆ Son état (sauvegardé, en danger)
- ◆ Faune présente
- ◆ Lien vers la fiche corridor correspondante

#### Pour les points chauds :

- ◆ Ses coordonnées GPS
- ◆ Le danger (construction, déforestation, rupture des corridors biologiques)
- ◆ Un lien vers la fiche point chaud
- ◆ Son association de référence
- ◆ La dernière date de mise à jour des informations

La fiche point chaud présentera globalement les dangers de ce point chaud. Son but n'est pas d'être exhaustive, mais de créer un débat et une discussion des internautes.

Son contenu est fait de textes et d'images et est limité à 500 mots.

### LA NAVIGATION

À la livraison de la carte, seul sera présent l'option «type» (forêt, corridors, points chauds). Au développement des autres options (nature, statut...), nous préconisons que l'information soit catégorisée. et se fasse à travers un **menu en accordéon**.

Pour chaque tab, dans le coin supérieur droit, on trouverait une flèche qui indique l'**état de la catégorie** (collapsée ou dépliée).

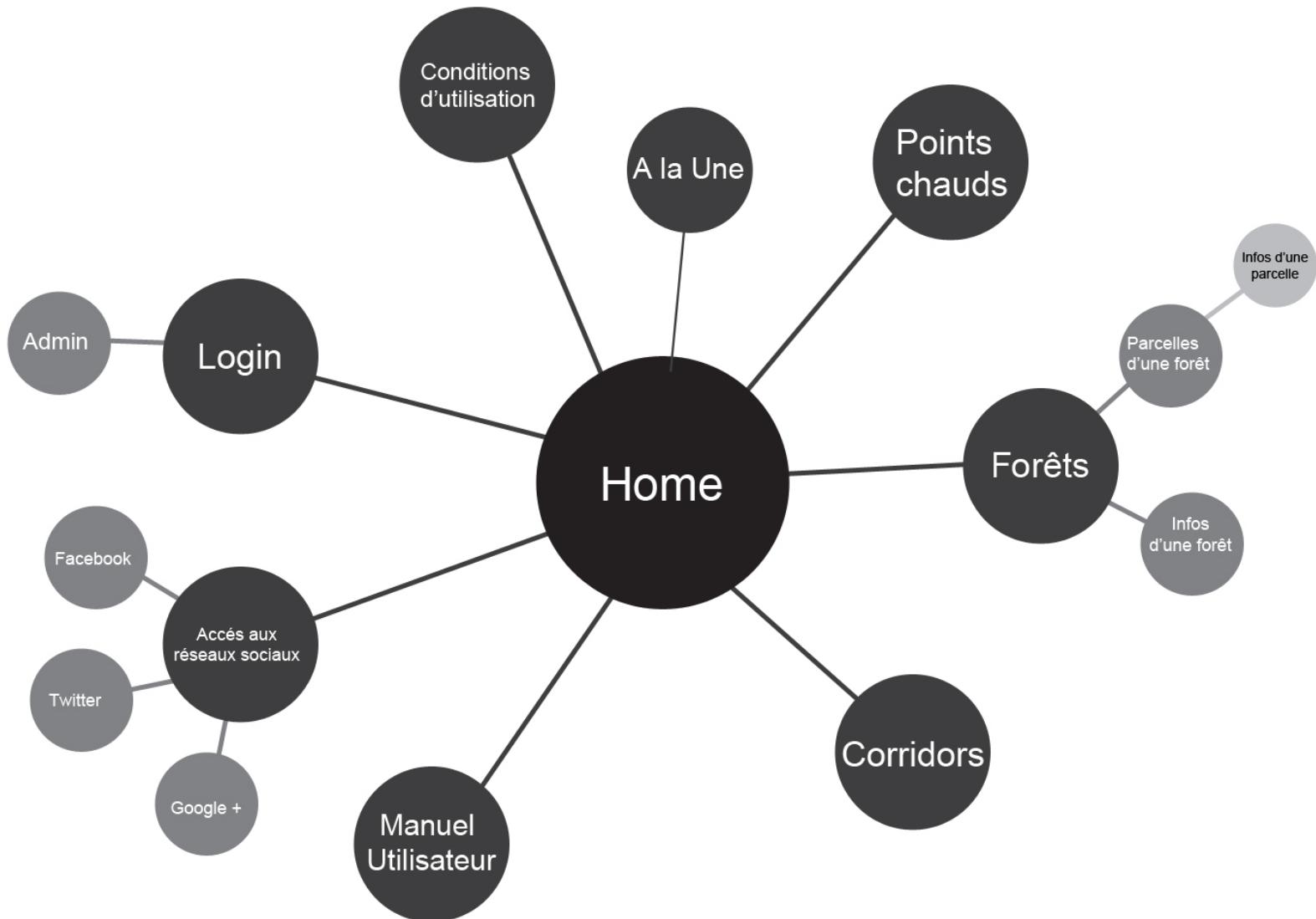
L'intégralité de la **barre est cliquable**.

Pour chaque catégorie, un **lien**, qui renvoie vers la page de la forêt ainsi que l'ancre de la catégorie, est disponible.



## LE SITE

Arborescence





## LE SITE

---

### Les types de pages : tableaux synthétiques

| Niveau 1                     | Niveau 2                              | Niveau 3 | Code page | Cardinalité | Modèle de page              | Commentaires                                                                                                           |  |  |
|------------------------------|---------------------------------------|----------|-----------|-------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| DÉTAIL DES RUBRIQUES         |                                       |          |           |             |                             |                                                                                                                        |  |  |
| <b>Carte - Home</b>          |                                       |          | HOM       | 1           | Page accueil du site        | Lien vers les médoas sociaux (depuis n'importe quelle page du site) Seule page qui contient la carte dans son ensemble |  |  |
|                              | Dernières mises à jour                |          | ACC       | 1           | Page accueil d'une rubrique |                                                                                                                        |  |  |
|                              | A la Une                              |          | ACC       | 1           | Page accueil d'une rubrique |                                                                                                                        |  |  |
| <b>Forêt</b>                 |                                       |          | ACC       | 1           | Page accueil d'une rubrique |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Forêt (Fontainebleau, La Carnelle...) |          | TIT       | n           | Page de présentation        |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Forêt 1 - Détail                      |          | ART       | n           | Page article                |                                                                                                                        |  |  |
| <b>Corridors biologiques</b> |                                       |          | ACC       | 1           | Page accueil d'une rubrique |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Corridor                              |          | TIT       | n           | Page de présentation        |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Corridor 1 - Détail                   |          | ART       | n           | Page article                |                                                                                                                        |  |  |
| <b>Points chauds</b>         |                                       |          | ACC       | 1           | Page accueil d'une rubrique |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Point chaud 1                         |          | TIT       | n           | Page de présentation        |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Point chaud - Détail                  |          | ART       | n           | Page article                |                                                                                                                        |  |  |
| <b>A la Une</b>              |                                       |          | ACC       | 1           | Page accueil d'une rubrique |                                                                                                                        |  |  |
| FOOTER                       |                                       |          |           |             |                             |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Mentions légales                      |          | ART-A     | 1           | Page article administrateur |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Contact                               |          | FOR1      | 1           | Page formulaire             |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Conditions d'utilisation              |          | ART-A     | 1           | Page article                |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Manuel utilisateur                    |          |           |             | Page article                | Contenu téléchargeable au format PDF                                                                                   |  |  |
|                              | Plan du site                          |          |           |             | Page plan                   |                                                                                                                        |  |  |
| MON COMPTE                   |                                       |          |           |             |                             |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Inscription                           |          | FOR2      | 1           | Page formulaire             |                                                                                                                        |  |  |
|                              | Identification                        |          | FOR3      | 1           | Page formulaire             |                                                                                                                        |  |  |



## LE SITE

---

### Les types de pages : tableaux synthétiques (suite)

| Fonctionnalités \ Rôles                                                                                                                                      | Front office (FO)<br>– Back office (BO) | Visiteur (sans inscription) | Collaborateur | Partenaire | Administrateur |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------|---------------|------------|----------------|
| Sur une fiche forêt, corridor ou point chaud, signaler un contenu posant problème                                                                            | FO                                      | Oui                         | Oui           | Oui        | Oui            |
| Poster des photos sur les fiches forêts                                                                                                                      | FO                                      | Non                         | Oui           | Oui        | Oui            |
| Participer aux discussions relatives aux points chauds                                                                                                       | FO                                      | Non                         | Oui           | Oui        | Oui            |
| Ajouter, modifier, supprimer les forêts (filtre)                                                                                                             | BO                                      | Non                         | Non           | Oui        | Oui            |
| Lier des PDFs aux fiches forêts                                                                                                                              | BO                                      | Non                         | Non           | Oui        | Oui            |
| Ajouter, modifier, supprimer les articles relatives aux forêts                                                                                               | BO                                      | Non                         | Non           | Oui        | Oui            |
| Proposer un point chaud                                                                                                                                      | FO                                      | Non                         | Non           | Oui        | Oui            |
| Modérer les photos                                                                                                                                           | BO                                      | Non                         | Non           | Oui        | Oui            |
| Gérer les utilisateurs                                                                                                                                       | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Valider le membre d'une association                                                                                                                          | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Ajouter, modifier, supprimer ou valider une association                                                                                                      | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Ajouter, modifier et supprimer le contenu des filtres, mais ne pourra pas créer de nouveau filtre (par exemple : ajout d'une variété dans le filtre essence) | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Modérer le contenu d'une forêt                                                                                                                               | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Ajouter, modifier, supprimer ou valider un point chaud                                                                                                       | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Voir et modérer un contenu signalé                                                                                                                           | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Mentions légales : mise à jour                                                                                                                               | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Conditions d'utilisation : mise à jour                                                                                                                       | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Manuel de l'utilisateur : mise à jour                                                                                                                        | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Formulaire de contact : mise à jour                                                                                                                          | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |
| Plan du site : mise à jour (par le système)                                                                                                                  | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Non            |
| Modifier ou supprimer des PDF de la fiche forêt                                                                                                              | BO                                      | Non                         | Non           | Non        | Oui            |



## LE SITE

---

### Les types de pages du front office

#### Page d'accueil du site-HOM (intitulée « Carte »)

A partir de la page d'accueil, il sera possible d'accéder aux fonctionnalités transversales (cf plus bas) et :

- ♦ aux dernières mises à jour (à valider par client)
- ♦ aux articles « A la Une » (à valider par client)

#### Page accueil des rubriques (ACC)

**Liste des rubriques :** Carte (Home) – Forêts – Corridors biologiques – Points chauds – A la Une

Ce sont des pages de présentation, dont la synthèse apparaît dans le satellite.

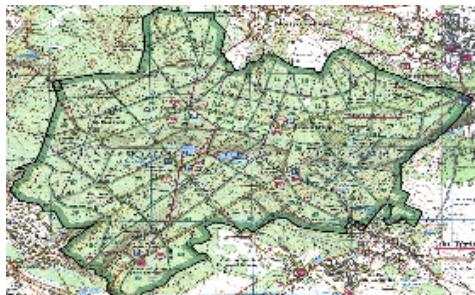
Ces fiches seront accessibles depuis le satellite et à partir des onglets pour les forêts, corridors biologiques et points chauds (Pages de type TIT<sup>2</sup>).

#### LA PAGE FORÊTS (DE TYPE ACC)

Son contenu sera fait de texte et d'images. Il est possible de lui attacher des pdfs, qui seront fournis par M Thoyers.

La page d'accueil général donne accès au détail de chaque forêt (page de type ART).

Chaque page détaillera l'historique, la faune, la flore et les essences qu'il s'agisse de la forêt ou de ses parcelles.



Un encart visuel contenant la partie zoomée de la forêt permettra de sélectionner une des parcelles de la forêt.  
Cet encart permettra de passer d'une parcelle à l'autre.

La fiche donnera les informations contextuelles liées au positionnement du curseur sur la carte.

Si des points doivent être détaillés – par exemple sur une essence – alors l'information est accessible au clic vers une fiche article (par ancre ou par lien).

Exemple : pour la forêt domaniale de la Carnelle > Parcelle 1 > Châtaigner.

A tout moment, le visiteur peut savoir à quel niveau de l'arborescence il se trouve grâce au fil d'Ariane.

#### LA PAGE CORRIDORS BIOLOGIQUES (DE TYPE ACC)

Page qui présentera de façon synthétique chaque corridor biologique.

Cette page donnera accès aux détails de chaque corridor (page de type ART). Ce type de page tendra vers l'exhaustivité et sera fait de textes et d'images.

Si le corridor en question est menacé d'une façon ou d'une autre, celui-ci est signalé comme étant un point chaud (lien vers la page Points chauds à l'endroit où est décrit le point sensible en question).

#### LA PAGE POINT CHAUDS (DE TYPE ACC)

Page qui présentera de façon générale tous les points chauds qui seront détaillés dans des pages de types ART (à partir du second clic). Les détails porteront sur les dangers encourus par un corridor biologique, par une espèces, une type de faune ou de flore...

La page de type ART tendra vers l'exhaustivité et sera faite de textes et d'images<sup>3</sup>.

2- Cf le tableau des types de pages plus haut

3- Pour plus de détail sur le contenu rédactionnel des pages, se reporter au document «Charte rédactionnelle»



## LE SITE

---

### Les types de pages du front office (suite)

#### Page de titre (TIT)

Page d'information de premier niveau. Présente un des sujets de la rubrique (Forêt de la Carnelle pour la rubrique Forêts par exemple) de manière générale. Cette page est faite de visuels, de textes et de diagrammes. On pourra y trouver un ou plusieurs liens vers des PDF dont le contenu sera un détail exhaustif de ce qui est présenté. Si un sujet doit être détaillé, un lien sera fait vers une autre page de type TIT afin de ne pas alourdir la lecture à l'écran<sup>4</sup>.

**\*Définition du terme**

← Certains mots pourront être accompagnés de leur définition (dans une fenêtre pop up au survol de la souris).

Ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

↓ Certains mots pourront être accompagnés de leur définition (dans une fenêtre pop up au survol de la souris).

Laisser un commentaire / Signaler une erreur

Vous voulez donner votre avis sur cet article ? Amener une information complémentaire ? Remettre en question un fait ? Exprimez-vous !

Votre message sera lu et une réponse vous sera faite dans les plus brefs délais

**Envoyer**

4- Pour plus de détail sur le contenu rédactionnel des pages, se reporter au document «Charte rédactionnelle»



## LE SITE

---

### Les types de pages du front office (suite)

#### **Page article (ART)**

C'est une page d'informations complémentaires d'une page Titre. Par exemple, au sein d'une page forêt, on détaille les éléments relatifs à la flore : un article sur « Luzule des bois » au sein de la flore de la forêt de Carnelle.

Si l'internaute le désire, il peut laisser un commentaire, signaler une erreur ou préciser un point. Son commentaire sera soumis à validation de l'administrateur.

#### **Page article (ART-A)**

C'est une page article du footer (Mentions légales, Conditions d'utilisation, Manuel utilisateur). Ces pages contiendront essentiellement du texte excepté pour le Manuel utilisateur qui sera plus visuel et pédagogique. Ces pages articles n'ont pas tout à fait le même format ni les mêmes fonctions que les pages articles internes aux rubriques. Les pages de type ART-A ne sont accessibles en back office que par l'administrateur du site.

#### **Page formulaire (FOR)**

C'est une page pour recueillir des informations relatives à l'internaute ou pour se loguer (page Contact – Mon compte-inscription et Mon compte-identification). Ces pages sont faites de champs de saisie de texte.

Les pages de type FOR ne sont accessibles en back office que par l'administrateur du site.

#### **Page Plan du site (PLA)**

C'est une page dont le contenu est généré par le système à partir de son arborescence. Elle est exclusivement faite de texte.



## FONCTIONNALITÉS DU BACK OFFICE

Tableau de synthèse

| Fonctionnalités <sup>5</sup>                                                                              | Membre association<br>(partenaire) | Admin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------|
| SITE - Ajouter, modifier, supprimer une fiche accueil (ACC), titre (TIT), article (ART)                   | Oui                                | Oui   |
| SITE - Lier des PDF aux fiches forêts                                                                     | Oui                                | Oui   |
| SITE - Ajouter, modifier, supprimer une fiche formulaire (FOR1 à 3)                                       | Non                                | Oui   |
| SITE - Supprimer des PDF liés aux fiches forêts                                                           | Non                                | Oui   |
| CARTE – Ajouter, modifier, supprimer le contenu des filtres (sans possibilité de créer un nouveau filtre) | Non                                | Oui   |
| CARTE – Ajouter, modifier, supprimer ou valider un point chaud                                            | Non                                | Oui   |
| CARTE - Ajouter, modifier, supprimer ou valider une association                                           | Non                                | Oui   |
| CARTE – Valider le membre d'une association                                                               | Non                                | Oui   |
| CARTE – Gérer les utilisateurs                                                                            | Non                                | Oui   |
| CARTE – Modérer les photos                                                                                | Non                                | Oui   |
| CARTE – Proposer un point chaud                                                                           | Oui                                | Oui   |
| Voir et modérer un contenu signalé                                                                        | Oui                                | Oui   |

5- Quand il n'y a pas de précision, la fonctionnalité concerne la carte ET le site



## FONCTIONNALITÉS DU BACK OFFICE

---

### Les types de pages du back office

#### PAGE DE SAISIE / CORRECTION D'UNE PAGE DE TYPE ACC, TIT ET ART

Les fonctionnalités de saisie différeront selon le profil de l'utilisateur.

Il y aura quatre profils utilisateurs dont 2 seulement pourront agir dans le back office :

- ◆ visiteur (pas d'action possible)
- ◆ collaborateur (pas d'action possible)
- ◆ partenaire/membre d'une association (certaines actions possibles)
- ◆ administrateur (toutes les actions possibles)

Tous les internautes peuvent s'inscrire à la carte et ainsi devenir collaborateur de la carte.

Pour obtenir le statut de « collaborateur », l'internaute devra s'inscrire. Un mail de confirmation lui sera envoyé et il devra valider son compte.

Les statuts de « membre d'une association » et « administrateur » nécessitent en plus de la confirmation par mail une validation de l'administrateur.

Les différentes fonctionnalités accessibles aux utilisateurs sont détaillées ci-dessous.

À chaque connexion l'administrateur sera notifié de toute information ajoutée ou modifiée sur la carte.

Par exemple, « L'utilisateur Dobby, de l'association Val-d'Oise Environnement, a ajouté des informations relatives à la forêt de Rambouillet. Cliquez-ici pour voir la forêt de Rambouillet. »

Les fonctionnalités disponibles apparaîtront en clair et les fonctionnalités indisponibles apparaîtront en grisé.



# FONCTIONNALITÉS TRANSVERSALES

---

## Moteur de recherche

Toutes les pages du site disposent d'une barre de recherche. La recherche est multi-critère. Elle se fait sur les forêts avec les critères suivants :

- ◆ son nom
- ◆ sa nature
- ◆ ses essences d'arbres

Il n'est pas possible de faire une recherche sur les corridors biologiques ou sur les points chauds.

La recherche n'est pas une fonctionnalité prioritaire du site Internet.

## Fil d'Ariane

Pour faciliter la navigation dans la hiérarchie du site, l'internaute saura toujours où il se trouve grâce au fil d'Ariane, qui lui indiquera l'endroit où il se situe à l'intérieur du site.

Parfois appelé **breadcrumb** (terme anglais signifiant «miette de pain»), cet élément se situera entre la bannière du site et le contenu. Il sera ainsi très facile de savoir à quel niveau on se situe ou de revenir dans une catégorie précédente dans la hiérarchie du site.

## Footer

### CONDITIONS D'UTILISATION (ART-A)

Information placée dans le footer. Donnera toutes les conditions d'utilisation du site, de la carte et des données afférentes.

Cent@gency préconise à IDFE de s'allouer les compétences d'un juriste pour rédiger cette partie

### MANUEL UTILISATEUR (ART-A)

Cent@gency réalisera un manuel d'utilisation au format du site et de la carte qui sera disponible en permanence au clic. Ce manuel sera disponible au format HTML et éditable en PDF.

### RÉSEAUX SOCIAUX (ART-A)

L'internaute peut choisir de rejoindre les pages des réseaux sociaux de la carte depuis n'importe où sur le site.

## Onglets<sup>6</sup>

**CARTE** : onglet qui permet de revenir à la page d'accueil où la carte est présente.

**FORÊTS (ACC)** : page d'accès aux fiches descriptives par le nom des forêts. Classement alphabétique avec un accès permanent aux lettres de l'alphabet en haut de la page : A-D ; E-H ; I-L ; M-P ; Q-T ; U-Z. Pour accéder à la fiche d'une forêt, il suffira de cliquer sur l'image qui la représente.

**CORRIDORS BIOLOGIQUES (ACC)** : les corridors biologiques étant l'un des points d'intérêt centraux des forêts, une place prépondérante leur sont faites. Chaque corridor y sera décrit en détail.

**POINTS CHAUDS (ACC)** : visuels, texte, pdf, décriront avec précision les menaces qui pèsent sur la forêt.

## Compte utilisateur (FOR)

Le visiteur pourra à tout moment choisir de se créer un compte ou de se loguer.

L'encart « Mon compte » sera visible de n'importe où dans le site en haut à droite.

Spécifications techniques



# Carte interactive des forêts d'Île de France



## SOMMAIRE

---

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Terminologie                   | 3 |
| La carte                       | 4 |
| <b>Architecture</b>            | 4 |
| Côté serveur                   | 4 |
| Côté client                    | 5 |
| <b>Édition</b>                 | 7 |
| Paramètres de l'url            | 7 |
| Contrôleur                     | 7 |
| Enregistrement des coordonnées | 7 |
| Écriture du JSON               | 7 |
| Fonctionnalités Transversales  | 8 |



## AVANT PROPOS

---

**CENT@gency**  
communication elegance new technologies augmented

Ce livret est fait dans le cadre de la **Licence professionnelle Communication et Médias de l'Université de Cergy-Pontoise.**

Haya, carte interactive des forêts d'Île-de-France, est un projet tuteuré pour l'association ÎLE-DE-FRANCE ENVIRONNEMENT.

Il est réalisé par l'équipe Cent@gency, composé de :

- ♦ **Aline BLOT**, pour la communication
- ♦ **Nathalie FABBRIS**, pour la gestion de projet et le graphisme
- ♦ **Fanny MENU**, pour le graphisme
- ♦ **Guillaume ROUSSEL** pour le développement
- ♦ **Kora SACCHARIN**, pour le développement



## TERMINOLOGIE

---

**API** (Application Programming Interface) : interface fournie par un programme informatique, qui permet l'interopérabilité entre différents programmes.

**Feature** : forme réactive disposée sur la carte. Exemple : une parcelle

**Layer** : calque disposé sur la carte. Il peut contenir un ensemble de features (layer des parcelles), un fond de carte, une image, etc.

**Projection cartographique** : ensemble de techniques géodésiques permettant de représenter la surface de la Terre dans son ensemble ou en partie sur la surface plane d'une carte.

Le projet se divise en deux grandes parties : la [carte interactive](#) et les [fonctionnalités transverses](#) au WordPress.



# LA CARTE

La carte interactive s'intègre à WordPress en tant que plugin, conçu spécialement pour le projet d'Île-de-France Environnement.

## Architecture

L'architecture du plugin est disponible en annexe dans le fichier « Architecture du plugin de la carte ».

## Côté serveur

### CLASSE MÈRE

La classe mère est disponible dans index.php. Il s'agit de la classe Haya.

Sa responsabilité est de connecter la boîte noire qu'est le plugin au fonctionnement de WordPress. Elle appelle les contrôleurs, les lient à des actions des utilisateurs, ajoute dans le CMS les rôles et les permissions de chaque utilisateur.

### BASE DE DONNÉES

Vous pourrez trouver la modélisation de la base de données en annexe dans le fichier « Modèle de données.png »

### LE CONTRÔLEUR AU COEUR DU PLUGIN

Le cœur du plugin fonctionne avec les classes présentes dans core/. Il y a là un dossier contrôleur et un dossier modèle. Le dossier contrôleur contient la classe de base de tous les contrôleurs du plugin.

WordPress ne peut créer une action que si elle est associée à une vue. Il ne peut donc pas y avoir d'action « delete » ou « trash » qui supprime un élément, ou une action « create » qui reçoit tous les données d'un formulaire. La classe de base d'un contrôleur permet de contourner cette limitation.

Elle dispose d'un routeur (méthode public **route()**) qui redirige les actions en fonction du paramètre « action » passé dans l'URL. Elle permet d'avoir une application pseudo-Rest.

Elle dispose également d'une méthode **trash()** générique à tous les contrôleurs. Cette méthode appelle la méthode **delete()** d'un objet en fonction du type d'objet et de l'ID, ces deux arguments étant passés dans l'URL.

La méthode la plus importante du base contrôleur est le **render()**. Cette méthode prend un chemin absolu vers un fichier, une liste de variables et en retourne le contenu avec les variables interprétées. Cette méthode à l'application d'adopter une architecture MVC, ce que WordPress ne permet pas nativement.

### LES DONNÉES AU COEUR DU PLUGIN

Le dossier model/ contient quatre classes :

- ♦ le base model, dont hérite tous les modèles de l'application ;
- ♦ le field, qui est la représentation objet de la colonne en base de donnée ;
- ♦ la classe Hayalterator, qui est une implémentation d'un itérateur interne ;
- ♦ la classe relation, qui représente une jointure de la base de donnée. Elle répond à l'interface Hayalterator, ce qui lui permet d'itérer comme si elle était un tableau de valeurs.

Cette architecture répond au modèle de conception ActiveRecord. Elle est entièrement tournée autour du base model.

Cette classe répond à l'interface publique suivante :

- ♦ find(ID)
- ♦ findAll()
- ♦ where(conditions\_as\_array)
- ♦ save()



# LA CARTE

---

- ◆ count()
- ◆ is\_new\_record()
- ◆ delete
- ◆ updateAttributes()

Cette interface lui permet d'interagir de manière très intuitive avec les contrôleurs. Par exemple, pour créer une essence d'arbre :

- ◆ essence = new Essence() ;
- ◆ essence->name = 'chêne' ;
- ◆ essence->save()

Concrètement, linstanciation va peupler la nouvelle classe avec les colonnes disponibles dans la base de données.

Les relations ne sont chargées que si elles sont demandées par les contrôleurs. Grâce à ce système, les modèles du projet sont très courts et n'embarquent que les méthodes qui leur sont spécifiques.

Étant entièrement conçue pour être la plus modulable possible, le base model est facilement évolutif.

## LES CONTRÔLEURS DU PLUGIN

Tous les contrôleurs répondent à une méthode **index()**. Cette méthode est appelée au chargement de ladministration par la classe mère. Ces méthodes appellent les vues admin\_NOM\_DU CONTRÔLER.php

Le contrôleur MapController a en plus la responsabilité de l'affichage de la carte sur la page d'accueil, des customs boxes dans l'édition d'une page et de l'import des données. Ces trois fonctionnalités sont respectivement gérées par render\_map(), render\_custom\_boxes() et import().

## Côté client

Il y a trois cartes différentes, chacune d'elle possédant un fichier JavaScript spécifique :

- ◆ la carte classique (page d'accueil) : map.js
- ◆ la mini carte (carte en widget) : mapMini.js
- ◆ la carte éditable (dans le backoffice) : mapEdit.js

Les scripts qui permettent d'afficher les cartes se basent sur lAPI OpenLayer, qui est une API extrêmement puissante de manipulation de carte et de données géolocalisées.

## INITIALISATION

Linitialisation de la carte se fait grâce à la méthode **init()**.

Cette méthode ajoute le système de carte à une balise id donnée (ici « map »), puis ajoute le fond de carte, les layers forêts, parcelles, points chauds et corridors. Enfin on charge les styles, les contrôleurs et les features, après avoir initialisé le centre de la carte ainsi que le zoom par défaut.

Le fond de carte est mis à disposition par OpenStreetMap (<http://openstreetmap.fr>). Les suggestions concernant cette méthode sont en fin de document.

La carte est bornée sur lÎle-de-France.

Nous avons utilisé une projection EPSG:900913 dite **Spherical mercator**.

## RÉPARTITION DES ÉLÉMENTS

Ce JavaScript permet de contrôler et d'afficher les éléments de la carte. Il repartit les features entre les différents layers.



## LA CARTE

---

Cette répartition se fait suivant le niveau de zoom et est assurée par les méthodes :

- ♦ **selectFeaturesForestWithZoom()** pour le layer des forêts
- ♦ **selectFeaturesHotPointWithZoom()** pour le layer des points chauds
- ♦ **selectFeaturesCorridorWithZoom()** pour le layer des corridors
- ♦ **selectFeaturesParcelleWithZoom()** pour le layer des parcelles

Pour les forêts, les points chauds et les corridors le système sélectionne un des fichiers de features pour l'afficher.

En revanche pour les parcelles, la méthode `selectFeaturesParcelleWithZoom()` ne fait qu'activer la checkbox à partir d'un certain niveau de zoom et une autre méthode : `displayNearParcelle()`.

**displayNearParcelle()** est en fait un écouteur. Elle se déclenche lors d'un déplacement sur la carte ou bien un changement de niveau de zoom. Cette méthode demande au serveur de lui renvoyer les coordonnées des parcelles les plus proches du centre de la carte.

### CUSTOMISATION

L'interface se compose de l'étoile de navigation ainsi que de la barre de zoom. Ces éléments sont en fait des images, il suffit donc de les remplacer dans le dossier :

**plugins/haya\_map/app/assets/javascript/openlayer/img**

Et modifier les tailles d'images au besoin dans le fichier `openlayer.js` (cette opération est déconseillée, aucun hook n'est possible).

Les styles des layers sont modifiés par la méthode **loadStyle()**.

Chaque layer possède trois état : défaut, survol et sélection ("default", "temporary", "select"). Lors du survol ou bien lors de la sélection on change la forme du curseur.

### CHARGEMENT DES DONNÉES

Le chargement des données est un système important de notre plugin. En effet, le volume de données à afficher étant extrêmement important, il a fallu trouver un mécanisme de chargement.

Ces mécanismes sont assurés par plusieurs méthodes, `loadAsyncJSON()` et `loadSyncJSON()`, ainsi que tous les systèmes de contrôle d'affichage suivant le niveau de zoom.

Le système va en premier lieu charger les données des niveaux de zoom les plus grand. Cela correspond aux fichiers :

- ♦ `generatedFileForestXL.json`
- ♦ `generatedFileHotPointXL.json`
- ♦ `generatedFileCorridorXL.json`

Les premières données sont chargées par la méthode `loadSyncJSON()` et sont donc récupérées par un système synchrone. Une fois les données chargées si le navigateur n'a rien d'autre à faire, les autres données sont chargées en asynchrone. Cependant dans le cas, exceptionnel, où les données ne seraient pas encore chargées mais réclamées par un changement de zoom, alors elles chargées en synchrone en priorité afin d'être disponibles le plus rapidement possible.

Le chargement des données des parcelles se fait différemment grâce à la méthode **displayNearParcelle(*latitude, longitude*)**. Cette méthode se charge de demander au serveur (asynchrone) les parcelles à proximité du centre de la vue. Puis elle les affiche sur le layer.



# LA CARTE

---

## CONTRÔLEUR

Les contrôleurs/écouteurs sont déclarés dans la méthode `loadController()`. Il y a trois types d'écouteur :

- ♦ les contrôleurs de feature : affichage d'un effet au survol et affichage du satellite lors du click (le satellite est gérée par la méthode `satellite()`) ;
- ♦ le contrôleur du zoom : il se déclenche lors d'un changement de zoom. Il fait donc appel aux méthodes de gestion d'affichage des éléments :
  - `selectFeaturesForestWithZoom()`
  - `selectFeaturesParcelleWithZoom()`
  - `selectFeaturesHotPointWithZoom()`
  - `selectFeaturesCorridorWithZoom()`
- ♦ le contrôleur du déplacement : cette méthode est activée lorsque l'utilisateur se déplace sur la carte ou bien change le niveau de zoom. Elle vérifie que les parcelles sont disponibles (suivant le niveau de zoom). Si c'est le cas, elle fait appel à la méthode `displayNearParcelle()`, sinon elle supprime les éléments du layer les parcelles.

## Édition

Le système d'édition disponible dans le back-office s'appuie sur plusieurs mécanismes. L'édition dispose d'un layer spécifique : `draw_layer`

### Paramètres de l'url

Il est important de savoir dans quel page du back-office (gestion des parcelles, des forêts, des corridors ou bien des points chauds) afin de savoir à quoi ajouter les coordonnées dessinées.

Ce traitement est effectué par la méthode : `extractUrlParams()`

### Contrôleur

Pour l'édition il y a un nouveau contrôleur qui a été rajouté. Il permet de choisir la méthode de dessin utilisé (par exemple : pour une forêt ou une parcelle, il dessine un polygone).

Il rajoute aussi l'appel à la méthode `saveFeatureInsert()` lorsque le feature est inséré dans le drawlayer.

Les contrôleurs pour le survol et la sélection des features ont été supprimés.

### Enregistrement des coordonnées

Les coordonnées sont sauvegardées dans la variable « `saved_feature` ». Cette méthode permet aussi de remplir les informations de la combobox box « niveau d'apparition »

### Écriture du JSON

Lors de la soumission du formulaire la méthode `saveFeature()` est appelée. Celle-ci permet de sauvegarder les données JSON du feature inséré dans un champ caché (`hidden`) afin d'être traité par WordPress.



## LA CARTE

---

### Fonctionnalités transversales

Le WordPress utilise seize plugins à l'heure actuelle. Nous avons installé :

- ♦ All in SEO Pack, qui ajoute des champs spécifiques au référencement naturel ;
- ♦ le Breadcrumb NavXT, pour la gestion du fil d'Ariane ;
- ♦ Capability manager, qui intègre les rôles et les permissions définies par WordPress et définit par le plugin de la carte ;
- ♦ CMS Page Tree View, qui permet de voir les pages dans leur arborescence ;
- ♦ Microkid's Related Posts, qui permet de mettre en relation des articles et des pages grâce à des custom boxes
- ♦ TinyMCE Advanced, que nous permet de configurer l'édition des posts ;

Nous avons développé :

- ♦ Flickr gallery as widget
- ♦ Twitter for WordPress
- ♦ Recents posts, pour l'affichage et la configuration des articles récents
- ♦ Companies, qui étend l'utilisateur pour lui ajouter une organisation