



CAHIER DES CHARGES DE LA MAISON D'ÉDITION CARIBOU

▪

20 JANVIER

▪

Oumar DIALLO

Loïc EKOUE KOVI

Matys BONALDI--DOHMANN

Clément SIRDEY

Groupe 1C

TABLE DES MATIERES

Introduction	3
Caractéristiques de l'organisation « maison d'Édition du Détour » par Oumar et Loic	3
Micro et Macro-Environnement d'une maison d'édition par Loic	5
Micro-Environnement :	5
Macro-Environnement :	6
Analyse comparative des besoins (sites des maisons d'édition <i>Editions du Détour</i> et <i>Economica</i>) par Clément et Oumar	7
Points communs entre les deux sites	7
Différences entre les deux sites	7
Liste des fonctionnalités par Clément et Matys	8
Fonctionnalités présentes sur toutes les pages du site	8
Fonctionnalités présentes sur la page « actualité »	9
Fonctionnalités présentes sur la page « livres de la librairie »	10
Fonctionnalités présentes sur la page « livre »	10
Fonctionnalités présentes sur la page « les auteurs »	11
Fonctionnalités présentes sur la page « auteur »	11
Fonctionnalités présentes sur la page « Maison d'édition CARIBOU »	11
Diagramme des interactions par Oumar et Loic	13
Organigramme technique par Matys	14
Conclusion	15
Répartition du travail	15

INTRODUCTION

Ce cahier des charges a été créé dans le but de réaliser un site internet pour la maison d'édition Caribou.

Nous avons réalisé une analyse détaillée des besoins du client dans le but d'avoir des fonctionnalités répondant à toutes ses attentes.

Pour cela, nous commençons par présenter les différentes caractéristiques d'une maison d'édition, et nous définissons ensuite les différents besoins que notre client pourrait avoir. Après avoir présenté les besoins de la maison d'édition Caribou, nous avons réalisé une liste des fonctionnalités regroupant tout ce que le site internet devra contenir. Après la liste des fonctionnalités, nous présenterons aussi un diagramme pieuvre des interactions et un organigramme technique produit par fonction de la maison d'édition Caribou.

CARACTERISTIQUES DE L'ORGANISATION « MAISON D'ÉDITION DU DETOUR »

CARACTERISTIQUES	DEFINITIONS
Présentation	La maison d'édition du Détour est une entreprise privée à but lucratif qui produit des biens et services marchands. Elle a été fondée par Bertrand Bernard et Juliette Mathieu en 2016. Leur siège social est basé à Bordeaux. Elle a pour activité principale l'édition et la promotion des livres.
Type	Entreprise privée à but lucratif
Statut Juridique	C'est une Société par actions simplifiée au capital 3 000 €
Finalité (but)	Elle a une finalité marchande car elle cherche à faire du profit en proposant des

	produits (livres) et services (éditeurs de différents livres) marchands.
Ressources	<p>Les ressources sont essentielles pour la production de biens et services marchands.</p> <p>*Matérielles : Ses ressources matérielles sont les machines, les imprimantes, les bureaux etc ...</p> <p>*Immatérielles : Ses ressources immatérielles sont leurs images de marques, leur notoriété, leur site internet leurs logiciels, etc...</p> <p>*Financières : Elle a un capital minimum de 300€</p> <p>*Humaines : le facteur humain est essentiel pour l'entreprise, le facteur humain de l'entreprise est composé des éditeurs, des auteurs, les responsables marketing et administratifs et les employés.</p>
Champ d'action	Elle a un champ d'action géographique régional voire national puisqu'elle a aussi des bureaux ailleurs qu'à Bordeaux, notamment à Paris.
Nature de l'activité	La maison d'édition du Détour.
Répartition du pouvoir	Bertrand Bernard , l'un des cofondateurs et PDG de la maison d'édition, est historien de formation et éditeur de sciences humaines depuis

	<p>1995. Il est chargé des publications universitaires.</p> <p>Juliette Mathieu, l'autre cofondatrice et directrice générale (DG) de la maison d'édition, littéraire de formation, est éditrice. Elle a été éditrice des cessions de droits pendant 20 ans.</p> <p>Directeur de la publication du site editionsdudetour.com : Bertrand Bernard</p> <p>Responsable fonctionnel et technique : Bruno Bernard</p>
--	---

MICRO ET MACRO-ENVIRONNEMENT D'UNE MAISON D'ÉDITION

MICRO-ENVIRONNEMENT :

FOURNISSEURS : Auteurs, Imprimeurs

Ils sont choisis et sélectionnés par les éditeurs.

DISTRIBUTEURS : diffuseurs, distributeurs, grossistes

Ce sont des prestataires ou des partenaires des éditeurs.

CLIENTS : Librairies, échoppes, Particuliers, Collectivités.

Les Maisons d'édition leur vendent les livres et ceux-ci les revendent aux lecteurs.

CONCURRENTS : Autres maisons (Hachette-Lagardère, Planeta-Edits, Madrigall-Gallimard)

Éventuellement les autres entreprises qui vendent des biens et services culturels : Cinéma ...

MACRO-ENVIRONNEMENT :

Cela concerne plus les lecteurs.

ÉCONOMIQUE ET DEMOGRAPHIQUE :

L'industrie du livre est la première industrie culturelle en France. Le marché vaut 4.5 Milliards d'euros.

Le prix des livres n'est pas équilibré . Il dépend de la surface de vente (plus élevé en librairie qu'en ligne ou en achat d'occasion).

La part de lecteurs français est grandissante et est actuellement de 91% de la population.

28 % des 15-24 ans lisent des livres aujourd'hui contre 16% il y a 9 ans. Une augmentation qui est plutôt inattendue.

SOCIO-CULTUREL :

La lecture se pratique davantage hors de chez soi, de plus en plus (plus de lecteurs).

Les lecteurs ne sont pas tous intéressés par de la poésie ou de la haute littérature comme des romans. On constate une variété de genres : les livres pour enfants, bande-dessinées, livres de cuisine, décoration ou rangement ont de plus en plus de succès de nos jours.

Beaucoup de lecteurs optent pour des achats d'occasion

D'autres optent pour des abonnements en bibliothèque. C'est pourquoi il y a moins d'achats en librairie.

Mise en place du Pass Culture : notons que tous ceux qui en bénéficient ne l'investissent pas forcément dans des livres et encore moins dans des achats en librairies.

POLITIQUE ET JURIDIQUE :

Droits des maisons d'éditions et auteurs sur les livres

TECHNOLOGIQUE :

De plus en plus d'Ebooks (livres numériques) sont disponibles et de plus en plus de lecteurs les lisent exclusivement.

Développement de logiciels et plateforme numérique (site, apps) pour la promotion des œuvres éditées.

ANALYSE COMPARATIVE DES BESOINS (SITES DES MAISONS D'EDITION *EDITIONS DU DETOUR* ET *ECONOMICA*)

POINTS COMMUNS ENTRE LES DEUX SITES

- Les deux sites affichent en grand le logo de la maison d'édition sur toutes les pages
- Les deux sites utilisent un menu déroulant pour mettre en avant leurs livres
- Boutons pour les réseaux sociaux (3 réseaux pour Editions du détour, 1 seul pour Economica)
- Lien vers une page de contact
- Liens vers des pages contenant des informations légales (Exemple : RGPD, Conditions de vente, etc...)
- Barre de recherche visible sur toutes les pages
- Page pour s'abonner à la newsletter
- Pour chaque livre : Page de présentation donnant des informations telles qu'une image du livre, l'auteur, le prix, etc...
- Page qui présente tous les livres de la maison d'édition

DIFFERENCES ENTRE LES DEUX SITES

- Lien vers une page pour créer un compte sur le site Economica
- Lien vers une page d'informations pour les professionnels sur le site Edition du détour
- Présentation des livres qui ne sont pas encore sortis sur le site Edition du détour
- Bandeau pour trouver des livres d'une certaine catégorie sur le Site Economica
- Zoom avec la souris lorsque on met le curseur sur l'image d'un livre sur le site Economica
- PDF téléchargeable pour voir les premières pages du livres avant d'acheter sur le site Edition du détour
- Page pour chaque auteur sur le site Edition du détour (une biographie est donné à la place sur la page de chaque livre sur le site Economica)

- Page « La maison » présentant l’histoire de la maison d’édition sur le site Edition du Détour (remplacée par un bas de page « Qui sommes-nous » en bas de la page principale du site Economica)
- Sur la page « La maison » du site Edition du Détour il y a le logo des partenaires

LISTE DES FONCTIONNALITES

<i>NOM FONCTIONNALITES</i>	<i>DESCRIPTIF FONCTIONNALITES</i>	<i>DEFINITION DES CRITERES RELATIFS A LA REALISATION DES FONCTIONNALITES</i>
FONCTIONNALITES PRESENTES SUR TOUTES LES PAGES DU SITE		
Logo de la maison d’édition	Chaque page doit contenir le logo de la librairie en grand pour marquer une forte identité visuelle	L’image doit être de bonne résolution (Au moins 1000*1000 pixels). Le logo est présent soit dans le header (en petit), le footer (en petit), soit au début du contenu de la page (en grand). Il peut être aux trois endroits mais doit au moins apparaître une fois par page.
Menu déroulant mettant en avant les livres	Un menu déroulant affichant pour chaque livre mis en avant le titre, une image du livre, le nom de l’auteur et le prix.	Le menu doit être positionné en haut de la page et déroule dans le sens horizontal. Il ne doit pas être trop grand et doit rester fidèle à l’identité visuelle du site (couleurs, etc...)
Informations pour contacter la librairie	Des informations variées telles que l’adresse mail de la librairie, un numéro de téléphone, et un lien vers les réseaux sociaux de l’entreprise	Ces informations doivent être présentes sur le footer de la page. Si le footer est de couleur sombre, le texte doit être de couleur claire. Le bouton pour les réseaux sociaux doit respecter l’identité visuelle du site.
Liens vers des pages contenant des	Liens vers des pages plus simples adressées aux professionnels. Ces pages	Les liens vers ces pages doivent être présents dans le footer, et respectent les mêmes critères que

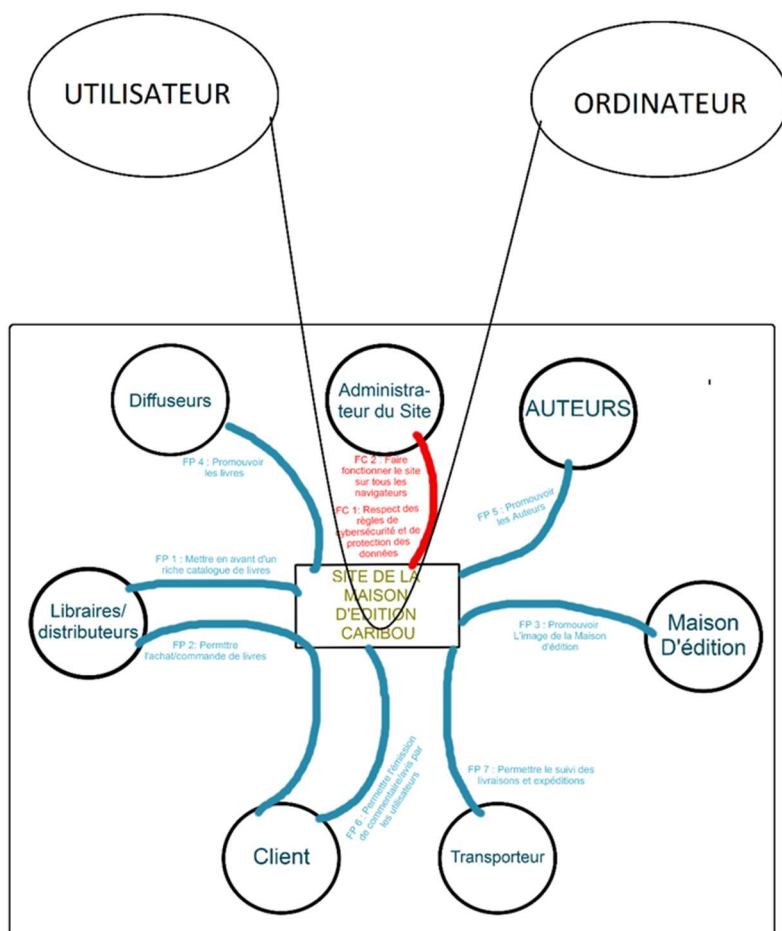
informations plus précises sur la librairie	contiennent des informations pour contacter la librairie en tant que professionnel (en tant que maison d'édition par exemple) ou des informations sur la librairie en tant qu'entreprise (forme juridique, nombre d'employé, etc...)	les informations pour contacter la librairie. Les pages auxquelles les professionnels accèdent peuvent rester simple, par exemple un header, un footer, et le texte contenant les informations. Les pages doivent tout de même garder les couleurs et polices du site original.
Barre de recherche pour trouver les livres	Une barre de recherche. Quand on écrit le nom d'un livre à l'intérieur et que l'on appuie sur entrée, la barre de recherche nous emmène sur la page <i>Livres</i> et montre les résultats qui pourraient correspondre à notre recherche.	La barre doit être assez large pour être facilement visible. Si on appuie sur entrer alors que la barre est vide, elle ne doit pas nous emmener sur la page livre. La barre de recherche doit être en haut de la page pour un accès plus facile.
Formulaire pour s'abonner à la newsletter.	Dans le footer, il faut un dernier bouton qui permet d'accéder à une page de formulaire. L'utilisateur peut remplir ses informations telles que son nom, prénom, date de naissance, adresse, et adresse mail. Il doit ensuite remplir un CAPTCHA.	Le formulaire que l'utilisateur remplit doit garder l'identité visuelle du site, sinon, l'utilisateur pourrait penser qu'il s'agit d'une fraude. Certains champs sont obligatoires : nom, prénom, email. Le logo de la librairie doit aussi être présent sur la page.
FONCTIONNALITES PRESENTES SUR LA PAGE « ACTUALITE »		
Présentation des livres qui sont populaires en ce moment	La page <i>actualité</i> est divisée en deux parties. Les livres populaires et les livres qui vont paraître. La première partie est un ensemble de livres que peut sélectionner le libraire pour les mettre en avant. Chaque livre est présenté par son titre, son auteur, sa date de parution, et une image.	Si on clique sur un des livres, cela doit emmener sur la page du livre correspondant. Les images des livres doivent être large pour qu'ils soient bien mis en avant.

Présentation des livres qui vont paraître	La deuxième partie de la page est une présentation des livres que vont bientôt sortir. Chaque livre est présenté par une image, son titre, l'auteur, et la date de sortie prévue.	En cliquant sur un des livres, on doit aussi arriver sur la page livre correspondante. Le bouton acheter sur cette page sera cependant grisé car le livre n'est pas encore disponible.
FONCTIONNALITES PRESENTES SUR LA PAGE « LIVRES DE LA LIBRAIRIE »		
Présentation de tous les livres de la librairie	Une grande liste de livre contenant pour chaque livre, une image, l'auteur, la date de sortie, une courte description et le prix. Cette liste peut être filtrée avec la barre de recherche	Quand on clique sur un livre, cela doit nous emmener vers la page livre correspondante. Comme la librairie peut contenir de nombreux livres, il faut séparer les résultats de la recherche en plusieurs page si nécessaire. Il doit y avoir assez de livre par page pour remplir tout l'écran. S'il n'y a pas assez de livre, la page doit tout de même atteindre le bas de l'écran.
FONCTIONNALITES PRESENTES SUR LA PAGE « LIVRE »		
Présentation du livre	Une courte présentation du livre. Cela peut être soit le quatrième de couverture, soit une citation d'une revue en ligne, soit un texte écrit par le libraire.	Le texte doit être assez large pour être lisible, mais comme il peut être long, il ne faut pas qu'il soit trop gros non plus. Le texte se trouve sur la droite de la page
Photo des quatre de couverture	Une liste de photo à travers laquelle l'utilisateur peut défiler, contenant : une photo du livre en distance sur un fond blanc. Une photo de la première, deuxième, troisième et quatrième de couverture. Optionnellement, il peut aussi il y avoir un sommaire, ou quelque page d'aperçu pour le livre.	L'image doit couvrir la majorité de l'écran. L'image se trouve vers la gauche. Si on arrive à la dernière image et que l'utilisateur veut défiler vers la droite, alors il faut revenir à la première image, et inversement.
Lien vers la page de l'auteur	Le nom de l'auteur avec un lien caché qui emmène sur sa page.	Le lien vers l'auteur doit avoir une couleur différente du texte pour

		que l'utilisateur se rende compte qu'il s'agisse d'un lien.
Avis des utilisateurs	Un avis sur 5 étoiles calculé à partir des différents retours des clients. Les avis des clients sont écrits en dessous de la page d'achat.	Les avis des clients sont affichés en bas de la page mais doivent être clairement séparés de la partie livre de la page.
Prix et bouton pour acheter, avec livraison optionnelle	Un bouton permettant d'acheter le livre avec un système de livraison optionnel.	Le bouton doit ressortir en avant et doit être clairement visible peu importe la position sur laquelle on se trouve dans la page.
FONCTIONNALITES PRESENTES SUR LA PAGE « LES AUTEURS »		
Présentations de tous les auteurs	Une liste de tous les auteurs qui ont écrits un livre pour la librairie. Chaque élément présente un auteur rapidement avec : son nom, son prénom, sa photo et une courte description.	La photo de l'auteur doit être facilement visible et composer la majorité de l'élément de la liste. Lorsque l'on clique sur un élément, cela nous redirige vers la page de l'auteur correspondant.
FONCTIONNALITES PRESENTES SUR LA PAGE « AUTEUR »		
Présentation de l'auteur	L'auteur est présenté avec son nom, prénom, une image de lui et une courte biographie.	Le nom et prénom servent de titre pour la page et doivent donc être écrits dans une police plus grande.
Lien vers tous les livres qu'il a écrit présent dans la librairie	Une liste de tous les livres que l'auteur a écrits et qui se trouve dans la librairie est présente en bas de la page.	Si on clique sur un livre, on doit être redirigé vers la page du livre correspondant.
FONCTIONNALITES PRESENTES SUR LA PAGE « MAISON D'EDITION CARIBOU »		
Texte qui raconte l'histoire de la librairie	Un texte écrit par le libraire qui raconte l'histoire de la librairie.	Le texte doit prendre la majorité de la page, mais comme il doit être long, la police ne doit pas être trop grande.
Photo des fondateurs	Une photo des fondateurs de la librairie.	La photo avec le texte doit prendre la majorité de la page. Le visage des fondateurs doit être clairement visible dessus. La résolution doit

		être suffisante (1000px*1000px minimum), même s'il s'agit d'une ancienne photo en noir et blanc.
Liens pour contacter les fondateurs	Adresses emails professionnelles et liens vers les réseaux sociaux des fondateurs	Les liens et les adresses emails sont en dessous du texte, mais doivent rester clairement visible. Le style de ces informations doit être distinct de celui du texte.
Logo des partenaires	Images des logos des différents partenaires de la librairie.	Les images doivent être de bonne résolution (500px*500px min), mais pas nécessairement autant que la photo des fondateurs. Ils seront affichés en plus petit en bas de la page.

DIAGRAMME DES INTERACTIONS



ID	FONCTIONS DE SERVICE	Descriptif	Critères	Classes	FLEXIBILITE	Taux d'échange
FP 1	Mettre en avant d'un riche catalogue de livres	Relation Libraires/Distributeurs - Site	Disponibilité du catalogue, rapidité d'affichage	Catalogue de livres	Limites d'acceptation	95
FP 2	Permettre l'achat/commande de livres	Relation Libraires/Distributeurs, Client - Site	Réussite des transactions et temps	Commerce en ligne	Temps de la transaction inférieur à 3 minutes	90
FP 3	Promouvoir l'image de la Maison d'édition	Relation Maison d'Édition - Site	Engagement sur les contenus (clicks, partage)	Notoriété de la Maison d'éditions	Image positive de la maison	80
FP 4	Promouvoir les livres	Relation Diffuseurs - Site	Nombre de visite sur les pages des produits	Livres	Taux de clic supérieur à 15%	85
FP 5	Promouvoir les Auteurs	Relation Auteur - Site	Part de profils avec biographies complète	Créateurs	Tous les profils sont présents	85
FP 6	Permettre l'émission de commentaire/avis par les utilisateurs	Relation Client - Site	Moderation des commentaires	recommandation, Livres, discussion	Publication des avis sous 48h	80
FP 7	Permettre le suivi des livraisons et expéditions	Relation Transporteur - Site	Suivi sans erreur, temps d'actualisation	Suivi colis	Actualisation à chaque étape de livraison	95
FC 1	Respect des règles de cybersécurité et de protection des données	Conformité avec la législation sur Internet	Audit RGPD	Législation	Respect des règles RGPD	100
FC 2	Faire fonctionner le site sur tous les navigateurs	Bonne Implémentation web Html	Résultats des tests sur les navigateurs divers	Navigateurs, Moteurs de recherche	Compatibilité avec 5 navigateurs	98



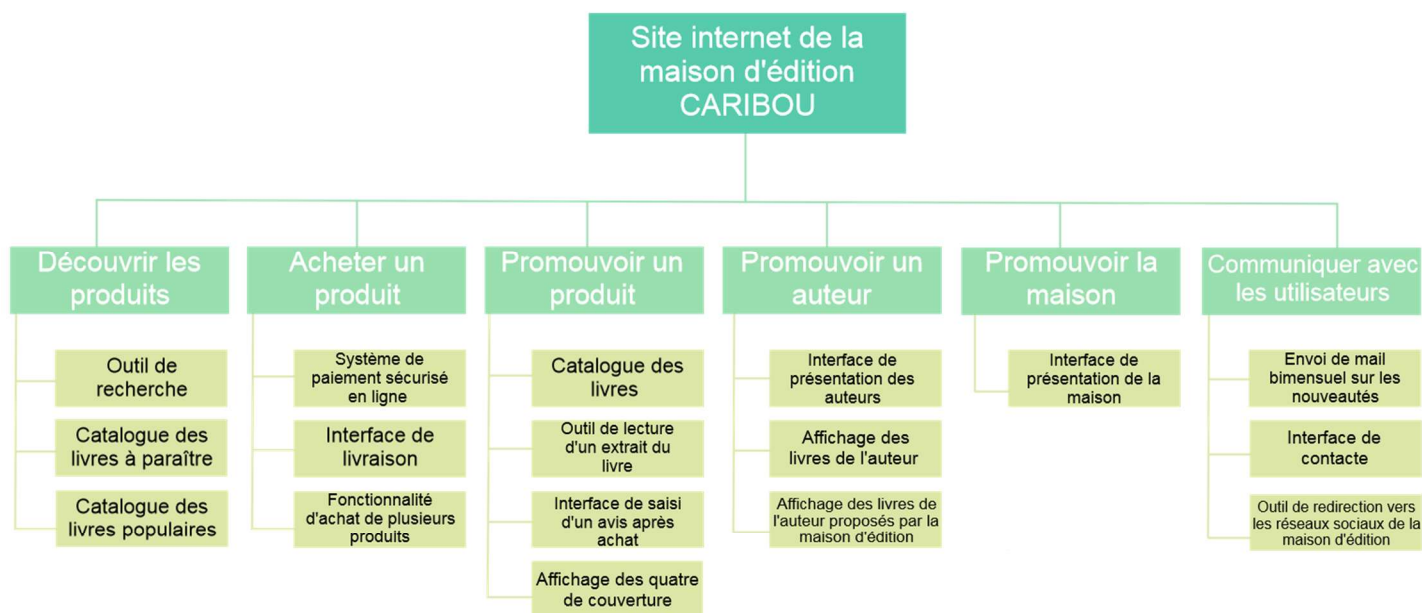
Classeur1.xlsx

Pour accéder au tableau en plus gros, n'hésitez pas à cliquer sur le fichier :

LEGENDE :

- Fiabilité Taux D'échange : 80 à 100
- Classes : relatives aux critères
- Limites d'acceptation : relatives aux critères.

ORGANIGRAMME TECHNIQUE



CONCLUSION

La réalisation de ce cahier des charges nous a permis de définir précisément toutes les fonctionnalités nécessaires au bon fonctionnement d'un site internet pour une maison d'édition. Nous avons aussi appris à faire un diagramme des interactions, un organigramme technique, etc...

Nous nous sommes rendu compte à quel point il était important de prendre en compte et d'analyser en détail les besoins d'un client. Il ne faut pas juste se laisser aller en réalisant un projet, parce qu'à la fin, le client ne sera sûrement pas satisfait. Au contraire, justement, parce que notre travail est la réalisation du site, nous devons en connaître le plus possible sur le client pour réaliser une page à son image, qui respectera bien tous les critères qu'il attend, et qui lui sera utile.

Nous pensions au début que les métiers de l'informatique étaient seulement liés à faire du code, etc..., mais en réalité, nous découvrons que coder implique bien plus que juste taper des lignes sur son ordinateur. Il faut aussi écouter précisément les besoins, et réaliser un produit utile pour les clients, tout en décidant en groupe quelles fonctionnalités nous devons implémenter. Ce projet nous a ouvert les yeux sur une réalité dans le monde de l'informatique à laquelle nous n'avons pas vraiment porté d'attention jusqu'à maintenant.

REPARTITION DU TRAVAIL

- Caractéristiques de l'organisation « maison d'Édition » : Réalisé par Oumar DIALLO et Loïc EKOUE KOVI.
- Micro et macro environnement d'une maison d'édition : Réalisé par Loïc EKOUE KOVI.
- Liste des fonctionnalités : Réalisé par Clément SIRDEY et Matys BONALDI—DOHMANN.
- Analyse comparative des besoins : Réalisé par Clément SIRDEY et Oumar DIALLO.
- Diagramme de interactions : Réalisé par Oumar DIALLO et Loïc EKOUE KOVI.
- Organigramme technique : Réalisé par Matys BONALDI—DOHMANN.
- Rédaction du rapport : Réalisé par Clément SIRDEY.