

# Cahier des charges

---

## DUT MMI 2017-2018



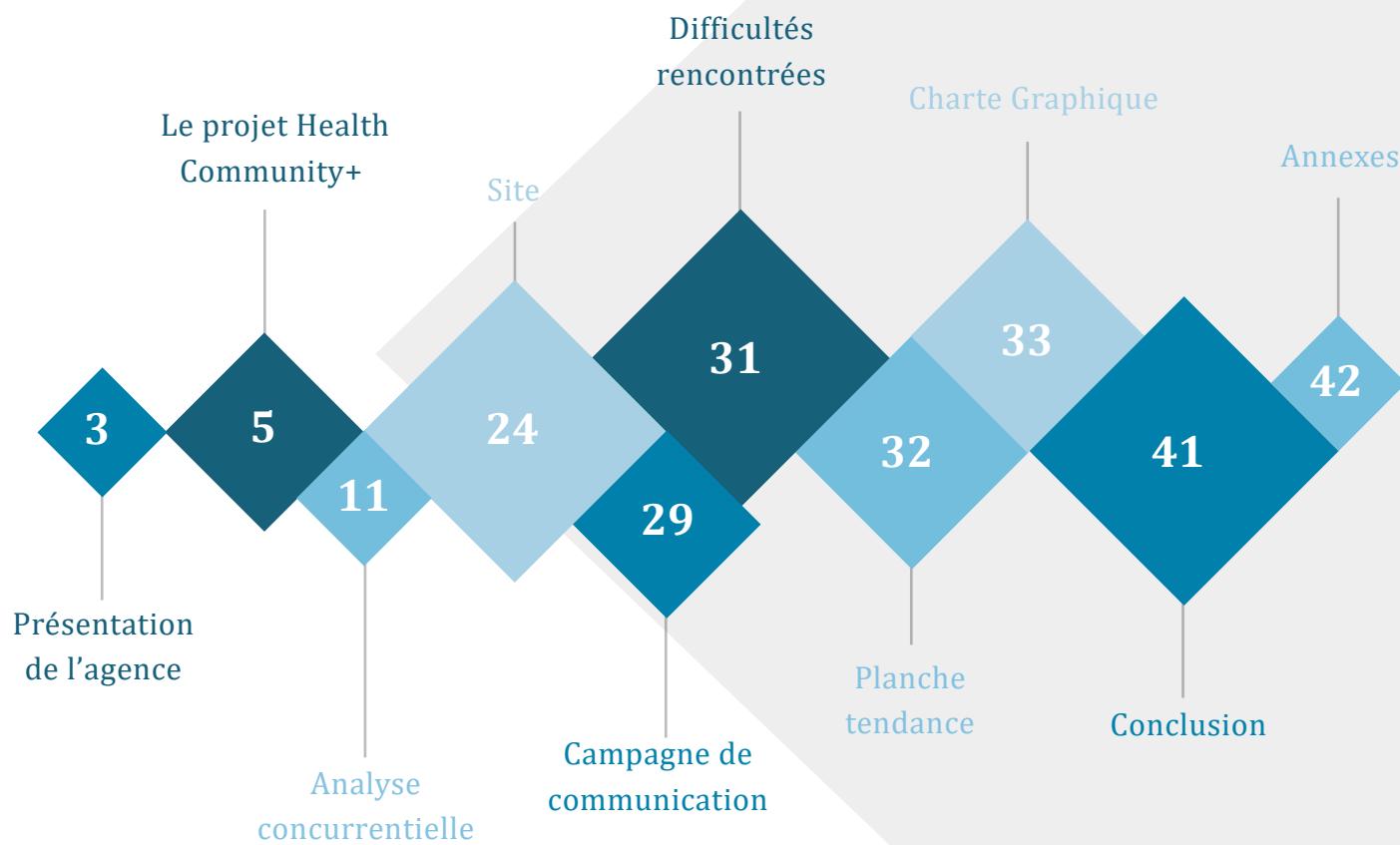
Chef de projet :  
Wissam Hourieh

Communicants :  
Marie Pichot  
Nathan Makouiza

Développeurs :  
Naouel Zenati  
Katileen Nelson

Graphiste :  
Pauline Choquet

# SOMMAIRE



# PRÉSENTATION DE L'AGENCE

---

## OSP

L'agence OSP, est une jeune start-up française fondée en 2017.

Notre spécialité : l'aide et le soin à la personne. A travers notre site internet [www.osp-agency.com](http://www.osp-agency.com), nous proposons divers services et conseils adaptés à de nombreuses personnes souffrant d'un handicap, qu'il soit temporaire ou à vie.

Notre objectif découle d'un désir de faciliter la vie et le quotidien de personnes souffrant d'handicap en complément d'éventuels soins qui leurs sont réservés auprès d'établissements médicaux.

Nous nous engageons auprès d'eux à proposer des aides et des conseils de plus en plus spécifiques au fil du temps, au vu des caractéristiques des différentes personnes susceptibles d'utiliser notre plate-forme.

Grâce à un réseau de professionnels de santé compétent, qui se charge de nous aider dans la rédaction du contenu du site, nous garantissons également la fiabilité des différentes informations, conseils et services présents sur notre plateforme.



## NOTRE EQUIPE



**Wissam Hourieh**  
Chef de projet



**Marie Pichot**  
Communicant



**Pauline Choquet**  
Graphiste



**Katleen Nelson**  
Développeuse



**Naouël Zenati**  
Développeuse



**Nathan Makouiza**  
Communicant

# NOTRE PROJET

---

Health Community+ est un site internet adaptable en version mobile proposant diverses solutions adaptées selon les besoins de personnes souffrant de handicaps.

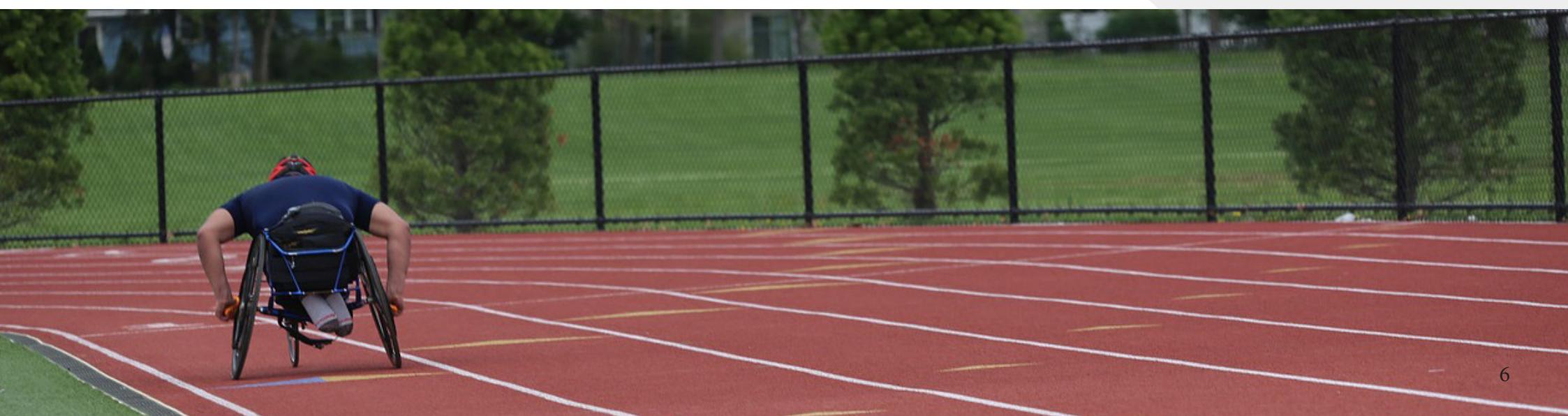
Ce site web dispose d'un système de géolocalisation, qui permettrait de pouvoir trouver en temps réel des infrastructures adaptés selon différents critères et besoins. Sur notre site sont référencés des complexes sportifs, des centres médicaux, des établissements scolaires ou administratifs équipés de dispositifs adaptés pour les personnes handicapées.

Notre principale motivation pour la réalisation de ce site réside dans notre désir d'aider les personnes ayant des contraintes en ce qui concerne l'accès à de nombreux dispositifs et ce à cause de leurs handicaps. Nous avons en effet remarqué que rien qu'en région parisienne, les dispositifs adaptés aux personnes handicapés ont un manque de visibilité. Voilà pourquoi nous voulons changer la donne en créant un support qui permettrait de rendre plus facile d'accès des lieux indispensables à de nombreuses personnes handicapées.

Ce site Internet permettrait, par exemple, à de nombreuses personnes passionnées de sport d'avoir à portée de main des solutions pour faciliter leur pratique sportive selon leur handicap.

Notre support disposera aussi de chats thématiques à travers lesquels les utilisateurs seront amenés à interagir entre eux.

Pour parvenir à réaliser un tel projet, il nous sera nécessaire de mobiliser une équipe de développement aguerrie pour la mise en place du système de géolocalisation. Il faudra également se rapprocher des collectivités locales et mairies de différentes communes, pour pouvoir recenser les divers dispositifs spécialisés et adaptés à des personnes souffrant d'handicap.



## NOS CIBLES

Le contenu que nous proposons peut servir à de nombreux types de personnes. Cependant, nous tenons particulièrement à cibler les trois groupes suivant.

Les personnes handicapées sont nos cibles principales. Ce support est développé avant tout pour les accompagner, leur apporter le soutien nécessaire et aussi répondre à leurs besoins.

Nos cibles secondaires sont leurs proches, famille comme amis, mais aussi le personnel médical qui les accompagne. Les proches sont amenés à avoir besoin de certains renseignements et services, accessibles sur notre site. Le personnel médical sera d'ailleurs capable de les renseigner et de se tenir informé via notre site.

En conclusion, notre outil pourra faciliter la vie, apportant les informations et les aides nécessaires à toutes ces personnes.



## CIBLES PRINCIPALES

### Les personnes handicapées

Un handicap est la limitation des possibilités d'interaction d'un individu avec son environnement menant à des difficultés psychologiques, intellectuelles, sociales, et/ou physiques. Les personnes connaissant ces problèmes sont nos cibles principales. Les différents services proposés sur notre site (chat, contacts, informations, etc.) seront mis à leur disposition pour les soulager et amoindrir leurs difficultés.

Les personnes souffrant d'un handicap forment une partie non négligeable de la démographie française : environ 2,3 millions de personnes qui souffrent à ce jour de handicaps moteurs, 5,2 millions de personnes souffrant de déficience auditives et 1,7 millions de déficiences visuelles.

## CIBLES SECONDAIRES

### Les proches

Le terme "proche" regroupe famille comme amis. Tous sont concernés par notre projet. D'une part, ils peuvent être amenés à rechercher des informations. D'autre part, dans le cas où il n'est physiquement pas possible pour une personne handicapée d'utiliser notre site : un de ses proches s'en chargera pour lui.

### Le personnel médical

Nous avons pensé à établir un lien direct entre le personnel médical et les personnes atteintes d'un handicap. A travers les rubriques d'informations ou bien l'espace de chat par exemple, le personnel médical pourra entrer en contact avec les autres utilisateurs, se renseigner sur d'autres cas ou pratiques, se tenir informer et échanger avec d'autres professionnels du médical.



## PERSONAS

### Portrait : Personne handicapée

Louise, 27 ans vivant actuellement à Paris est une jeune sportive. Passionnée de sport depuis son plus jeune âge, elle pratique l'athlétisme depuis l'âge de 9 ans.

Il y a de cela 5 ans environ, elle a été victime d'un accident de voiture. Louise est maintenant paraplégique, un fauteuil roulant lui est nécessaire pour se déplacer, un diagnostic qui l'a obligée à adapter sa pratique de sport.

Louise serait amenée à utiliser notre site pour trouver des stades, clubs ou complexes sportifs où elle pourra pratiquer sa discipline. Que ce soit durant ses déplacements où pour s'entraîner dans un nouvel environnement, elle sera sans doute amenée à réutiliser notre plateforme.

## Portrait 2: Proche d'une personne handicapé

Jean De Lamotte, 41 ans, est un entrepreneur dans le secteur de la santé. Il est marié et a 2 enfants, Javin et Mathieu.

Javin, âgé de 15 ans, est lui aveugle de naissance et son père s'occupe des différentes démarches concernant son accompagnement pour ses études et ses loisirs.

La famille De Lamotte, s'apprête à déménager en région lyonnaise. Jean aura besoin d'informations sur les dispositifs adaptés à l'épanouissement, la scolarité et aux loisirs de son fils. Il sera donc amené à utiliser notre plateforme pour pouvoir trouver et localiser ces dispositifs et faciliter ses recherches.

## Portrait 3: Aide Soignant

Pierre Marmaud, 29 ans est un aide soignant. Il se déplace chez des patients afin de les aider à effectuer des tâches quotidiennes qu'ils ne peuvent pas réaliser à cause de leur handicap.

Il est souvent amené à s'occuper de personnes souffrant d'handicaps, ce qui l'oblige à chercher des solutions adaptées en fonction des besoins du patient.

Pierre utiliserait notre plateforme comme outil fiable et performant dans sa pratique professionnelle. Grâce à Health Community+, il pourra trouver plus facilement des solutions vis-à-vis de divers situations à travers les chats thématiques ou encore localiser des dispositifs adaptés à son patient.

# Analyse Concurrentielle

## SYNTHESE D'ANALYSE

Site N°1



ACCUEIL

COMME LES AUTRES

NOTRE ACTION

PARTICIPER

NOUS SOUTENIR

Faire un don

Espace personnel



DÉCOUVREZ  
LA BOUTIQUE CLA  
[CLIQUEZ ICI](#)



### COMME LES AUTRES

Comme les Autres (CLA) accompagne des personnes handicapées à la suite d'un accident de la vie dans leur parcours de reconstruction.

L'objectif est de permettre un rebond dynamique vers une vie professionnelle et sociale épanouie à travers un accompagnement global en permanence dynamisé par le sport et les sensations fortes.

CLA a aussi la volonté de contribuer aux changements de regards et de modifier les relations entre « monde du handicap » et « monde valide ».

[Cliquer ici pour en savoir plus ...](#)



## Analyse de la navigation et de l'ergonomie

Il s'agit du site de l'association "Comme les Autres". Cette association accompagne des personnes handicapées à la suite d'un accident de la vie dans leur parcours de reconstruction. L'objectif est de permettre un rebond dynamique vers une vie professionnelle et sociale épanouie à travers un accompagnement global en permanence dynamisé par le sport et les sensations fortes. Cette association a aussi la volonté de contribuer aux changements de regards et de modifier les relations entre « monde du handicap » et « monde valide ».

Ce site est composé d'une barre de navigation dans laquelle on peut trouver différentes rubriques comme notamment "Notre action" ou "Nous soutenir".

La barre de navigation est simple et épurée. Chaque rubrique qui la compose possède différentes sous-rubriques.

Le bouton pour accéder à son espace personnel présent en haut à droite passe quelque peu inaperçu avec le reste de la barre de navigation.

Au centre de la page d'accueil, on trouve une vidéo qui permet de présenter les actions menées par l'association.

Plus bas dans la page, on trouve 3 onglets différents, chacun présentant une manière d'interagir avec leur association.

Le bas de la page dispose d'un bouton nous permettant de revenir vers le haut. Leur site est équipé d'un bouton permettant d'agrandir la taille de la police, ce qui facilite la lisibilité du contenu pour les malvoyants.

# Analyse de la page d'accueil

La page d'accueil possède une bannière, qui redirige vers une boutique en ligne. Ils ont aussi instaurer un système de vente de textiles dans leur modèle économique.

La page d'accueil est simple et espacée, elle possède un court texte de présentation donnant des détails sur leur association et leurs actions.

On remarque tout de même que le logo en haut à droite n'est pas assez contrasté par rapport au reste de l'entête de la page.

La page d'accueil de ce site, est tout de même très limitée en terme de contenu.  
Il dispose également d'un footer qui les redirige vers leurs réseaux sociaux.

The image shows two screenshots of the 'Comme les Autres' website. The left screenshot displays the homepage with three main call-to-action boxes: 'Participez à un séjour-aventure', 'Devenez donneur', and 'Inscrivez-vous à la Newsletter'. Each box includes a small image, a title, a brief description, and a 'Read more' link. The right screenshot shows a donation page titled 'DON À L'ASSOCIATION COMME LES AUTRES'. It features a simulation for tax deduction, a large button for a 50€ donation, and a pie chart showing how donations are used. The top navigation bar is visible on both pages, featuring links for 'ACCUEIL', 'COMME LES AUTRES', 'NOTRE ACTION', 'PARTICIPER', 'NOUS SOUTENIR', 'Faire un don', and 'Espace personnel'.



## Analyse du contenu

Ce site est majoritairement composé de texte, et d'images

On retrouve tout de même une vidéo sur la page d'accueil présentant l'agence.

Les textes sont espacés et délimités par des paragraphes.

La page "Faire un don" dispose d'un formulaire à remplir.

La rubrique "Espace personnel" et la sous-rubrique "Espace participants", dispose également d'un formulaire permettant de se connecter en renseignant son adresse mail et son mot de passe.

# SYNTHESE D'ANALYSE

Site N°2



Union Nationale de l'Aide,  
des Soins et des Services aux Domiciles

> Nous contacter

> Offre d'emploi

> Espace presse



Espace adhérent



ENJEUX DU SECTEUR ▾

QUI SOMMES NOUS ? ▾

ADHÉSION ▾

OFFRES DE SERVICE ▾

EMPLOI ▾

INFOS PRATIQUES ▾



## ■ Actualités

3 octobre 2018

**PLFSS 2019 : vers une solution viable pour la compensation du CICE et du CITS pour le secteur de l'aide à domicile**

PLFSS 2019 : vers une solution viable pour la compensation du CICE et du CITS pour le secteur de l'aide à domicile...

21 septembre 2018

**Encore plus de précarité pour les personnes âgées et en situation de handicap si la non compensation du CICE et du CITS pour les acteurs de l'aide à domicile se confirme**

Encore plus de précarité pour les personnes âgées et en situation de handicap si la non compensation du CICE et du CITS pour les acteurs



► VOUS &  
VOS PROCHES



► VOS  
ENFANTS



► VOTRE  
MAISON



► PROCHE DE  
CHEZ VOUS

Trouvez la structure  
la plus proche de  
chez vous.

■ RECRUTEMENT : TROUVEZ UN EMPLOI  
PRÈS DE CHEZ VOUS

■ UN MÉTIER (PRESQUE) ORDINAIRE -  
PAROLES D'AIDES À DOMICILE

## Site de l'Union Nationale, de l'Aide, et des Services aux Domiciles (UNA)

<http://www.una.fr/accueil.html>

## Analyse de la navigation et de l'ergonomie

L'UNA est un association créée en 1970. Cette fédération professionnelle regroupe 850 structures de l'économie sociale et solidaire et de services publics.

Le site est composé essentiellement de couleurs claires telles que le blanc, le bleu et le vert. Le logo et les gros titres en bleu indiquent directement qu'il s'agit d'une assistance d'aide à la personne. Leur site est composé d'une barre de navigation avec de nombreuses rubriques, telles que "Offre de service" ou encore "Infos pratiques".

La rubrique "Qui sommes nous" présente leurs actions, leurs acteurs et d'autres informations diverses.

A travers la rubrique "Action", ils présentent leurs différentes actions, ainsi que leurs objectifs. Sous cette barre de navigation se succède une animation d'images défilantes qui résume rapidement les différents services et les différentes personnes auxquelles ils apportent leurs aides. Cela apporte un peu de dynamisme au site.

Cependant la page principale concentre à elle seule beaucoup d'informations, ce qui pourrait perdre le lecteur. De plus, ces informations sont trouvables dans les différentes rubriques. Il aurait donc été plus judicieux de faire une sélection des informations à mettre dans cette page d'accueil.

La barre de navigation dispose d'un bouton "Faire un don", cette association base son système économique sur les dons.

## Analyse de la page d'accueil

Ils disposent également d'un footer composé des rubriques de la barre de navigation, de notre point de vue, il n'est pas nécessaire de le répéter, il aurait été plus intéressant qu'il contienne des éléments nouveaux ou complémentaires ainsi que les liens de leurs réseaux sociaux qui, à l'inverse, se trouvent tout en haut de la page et ne sont pas visibles instantanément par le lecteur.

## Analyse du contenu

Le site possède très peu d'images et aucune vidéo, l'essentiel des images se trouvent sur la page d'accueil. Les sous-rubriques possèdent des articles généralement courts.

La rubrique "Enjeux du secteur présentent les actualités des services et des structures du réseau ainsi que les "enjeux du secteur de l'aide à domicile" qui proposent plusieurs images.

La rubrique "Qui sommes nous" qui présente les différents acteurs ainsi que leurs activités avec des images.

- La rubrique "Adhésion" qui explique comment adhérer à leur services.
- La rubrique "Vous et vos proches" qui indique pour qui ils interviennent.
- La rubrique "Emploi" qui présente les différents métiers présents.
- Enfin, la rubrique "Infos pratiques" qui rassemblent toutes les informations complémentaires telles que de la documentation, les partenaires, le lexique et les contacts.

## SYNTHESE D'ANALYSE

Site N°3



Assidom Services Fonctionnement Qualité Tarifs Blog Témoignages Contact

# Personne en situation de handicap

Vous êtes ici : Accueil > Services > Personne en situation de handicap

 Vous êtes atteint d'un handicap. Vous ne pouvez accomplir seul des gestes de la vie quotidienne.

Vous souffrez d'une maladie évolutive et avez besoin d'une aide technique adaptée afin de rester à votre domicile en toute sécurité.

Une assistante de vie spécialisée dans l'aide aux personnes handicapées, vous accompagne dans votre vie quotidienne et vous apporte confort et sécurité, tout en respectant votre autonomie.



 Votre assistante de vie



## Site de l' AssiDom

<https://www.assidom.com/services/aide-domicile-handicap/>

## Analyse de la navigation et de l'ergonomie

AssiDom est un service d'aide à domicile créé en 1993. Il aide les personnes âgées, les personnes handicapées, les enfants malades et les personnes fragiles souhaitant vivre dans de bonnes conditions. Le personnel accompagne les personnes à domicile mais aussi dans les hôpitaux, cliniques, centres de soins, et bien d'autres.

Le site est simple et épuré avec des couleurs claires (blanc, bleu, rose pâle).

Il est composé d'une barre de navigation dans laquelle on peut retrouver les rubriques: "Services", "Fonctionnement", "Témoignages", "Qualité", "Blog", "Contact". Chaque rubrique possède des sous-rubriques.

Il possède une rubrique "Assidom", dans laquelle ils présentent leurs portraits, leurs rôles, mais aussi leurs engagements, toutes les informations permettant de les connaître.

Le logo ne nous permet pas d'identifier instantanément qu'il s'agit d'un service à la personne, cependant les grands titres en bleu en haut de page attirent le regard et permettent de déterminer directement le sujet abordé: "Le professionnel du maintien à domicile" ou encore "Personne en situation de handicap".

Un diaporama en haut de page sous le titre bleu est visible tout de suite après. Il permet la présentation rapide de ses services de manière dynamiques. C'est un site simple dans l'ensemble avec un contenu assez complet et bien réparti. Il donne un grand nombre d'informations et est illustré de quelques images. Leur footer contient des informations complémentaires comme les aides de financement existants, les partenaires, mais aussi des informations sur AssiDom et enfin une partie "Vos questions" dans laquelle il est possible de les contacter et de les suivre sur les réseaux sociaux. De plus, ils présentent une amélioration de l'accessibilité du site web pour les personnes handicapées.

## Analyse du contenu

Le site possède quelques images mais aucune vidéos. Il reste très simple et le contenu des rubriques et des sous-rubriques est composé essentiellement de texte.

La rubrique "Assidom" présente leur concept avec des images, leurs engagements ainsi que leurs zones d'interventions.

La rubrique "Services" qui présente les différents profils qui peuvent bénéficier de leurs services, avec des images et une description ainsi qu'une explication pour chaque profil.

La rubrique "Fonctionnement" qui argumente le choix de leurs services.

La rubrique "Qualité" qui indique que leurs services sont conformes au respect de leurs clients.

La rubrique "Tarifs" qui présente les différents tarifs en fonction des services demandés et des handicaps.

La rubrique "Blog" qui présente les actualités de cette aide.

La rubrique "Témoignage" qui regroupe quelques témoignages, avis d'adhérents.

Enfin, la rubrique "Contact" qui contient un formulaire permettant de contacter ce service d'aide à la personne.

## SYNTHESE D'ANALYSE

Après analyse et comparaison des sites, nous avons pu délimiter quelques idées de base à apporter à notre site Internet.

L'une des premières idées consiste à ce que l'internaute puisse situer le sujet et le domaine de notre agence dès le premier coup d'oeil. Voilà pourquoi, nous apporterons à la page d'accueil un visuel original et épuré dans lequel nous pourrons trouver un texte de présentation de l'agence et également le logo. L'arrière plan de notre page d'accueil sera en harmonie avec son contenu et les valeurs de l'entreprise. On pourra y trouver une image mettant en avant l'aspect médical et l'aspect numérique de notre agence. Nous mettrons en place une barre de navigation simple et intuitive, dans le but de faciliter la navigation sur notre site.

Le pied de page de notre site sera composé des différents liens vers nos réseaux sociaux, pour permettre à l'utilisateur d'accéder facilement à ces derniers. Ils pourront donc, pour ce qui le souhaitent, nous contacter d'autant plus facilement sur nos réseaux ou encore s'abonner à nos pages pour se tenir au courant de notre actualité. Le footer disposera aussi d'un **emplacement à travers lequel l'utilisateur pourra s'inscrire à notre newsletter.**

Nous insérerons aussi sur notre page d'accueil un bouton qui nous emmènera de manière fluide et intuitive vers le centre de notre page, ce dernier sera composé d'un slider présentant nos différentes actions. Nous veillerons à ce que les images utilisées soient libres de droit. Concernant leur format, nous ferons attention à ce qu'elles ne soient pas trop volumineuses pour limiter le temps de chargement des pages. Nous ferons bien-sûr en sorte à ce que le design soit en accord avec notre charte graphique.

Concernant le référencement, nous pourrons grâce aux balises meta (<meta name>, <meta keywords>...), permettre à ce que notre site apparaisse dans les premiers résultats si l'on tape "OSP" ou "OSP Agency" dans une barre de recherche.

## MODELE ECONOMIQUE



Notre agence touche des subventions de la part de ses différents partenaires et investisseurs. Des publicités seront hébergées sur les différents sites liés à notre site d'agence, elles concerneront le domaine médical et social. Certaines serviront à mettre en avant les partenaires avec lesquels nous aurons passé contrat.

Quels que soient ces projets, l'agence n'exigera jamais d'argent de la part de ses visiteurs. Nous tenons à les aider, autant physiquement que moralement à avoir une vie plus simple : tirer nos financements de ces personnes que nous cherchons à aider serait alors contraire à l'éthique et la volonté de notre agence.

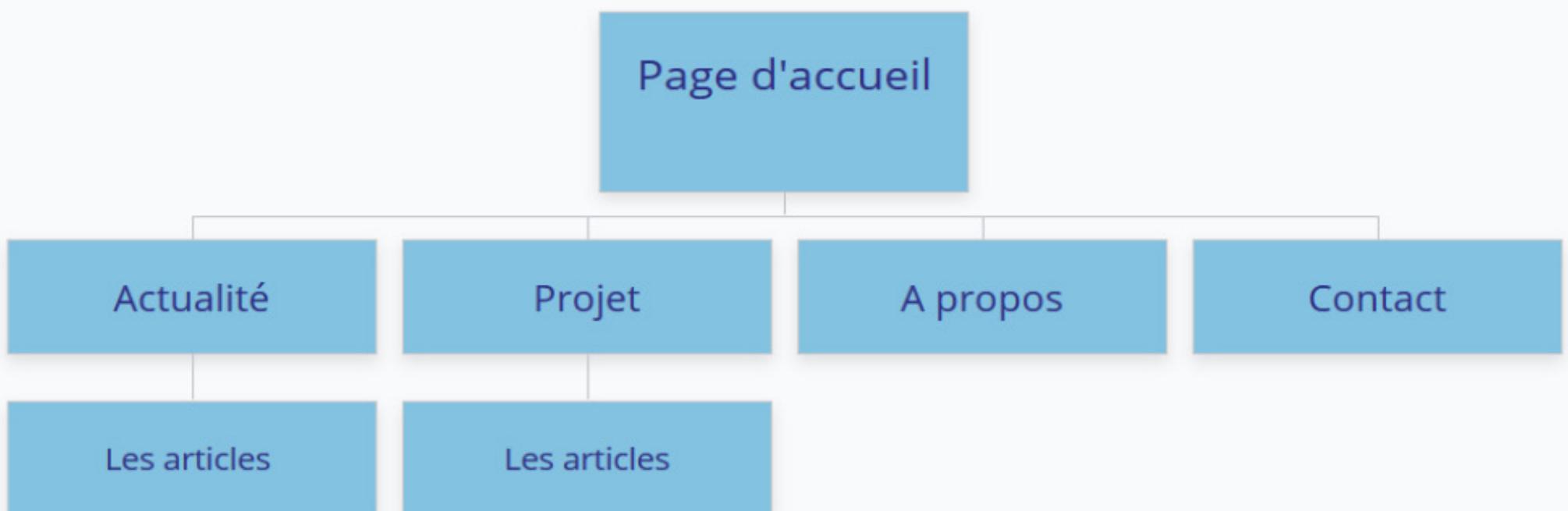
## L'ANALYSE SWOT

	POSITIF	NEGATIF
ORIGINE INTERNE	Forces <ul style="list-style-type: none"><li>- Services proposés non-payants</li><li>- Agence situé en région parisienne</li></ul>	Faiblesses <ul style="list-style-type: none"><li>- Manque de visibilité sur les réseaux sociaux (en cours d'amélioration)</li><li>- Effectif plutôt faible</li></ul>
ORIGINE EXTERNE	Opportunités <ul style="list-style-type: none"><li>- Partenariat avec des hôpitaux et centres médicaux</li><li>- Conseils de spécialistes de santé</li></ul>	Menaces <ul style="list-style-type: none"><li>- Association et organisation concurrentes (Association Comme Les Autres, UNASD...)</li></ul>

# SITE

---

## ARBORESCENCE



LOGO

20 %

EN-TÊTE

MENU

GABARIT

CORPS DU SITE

70%

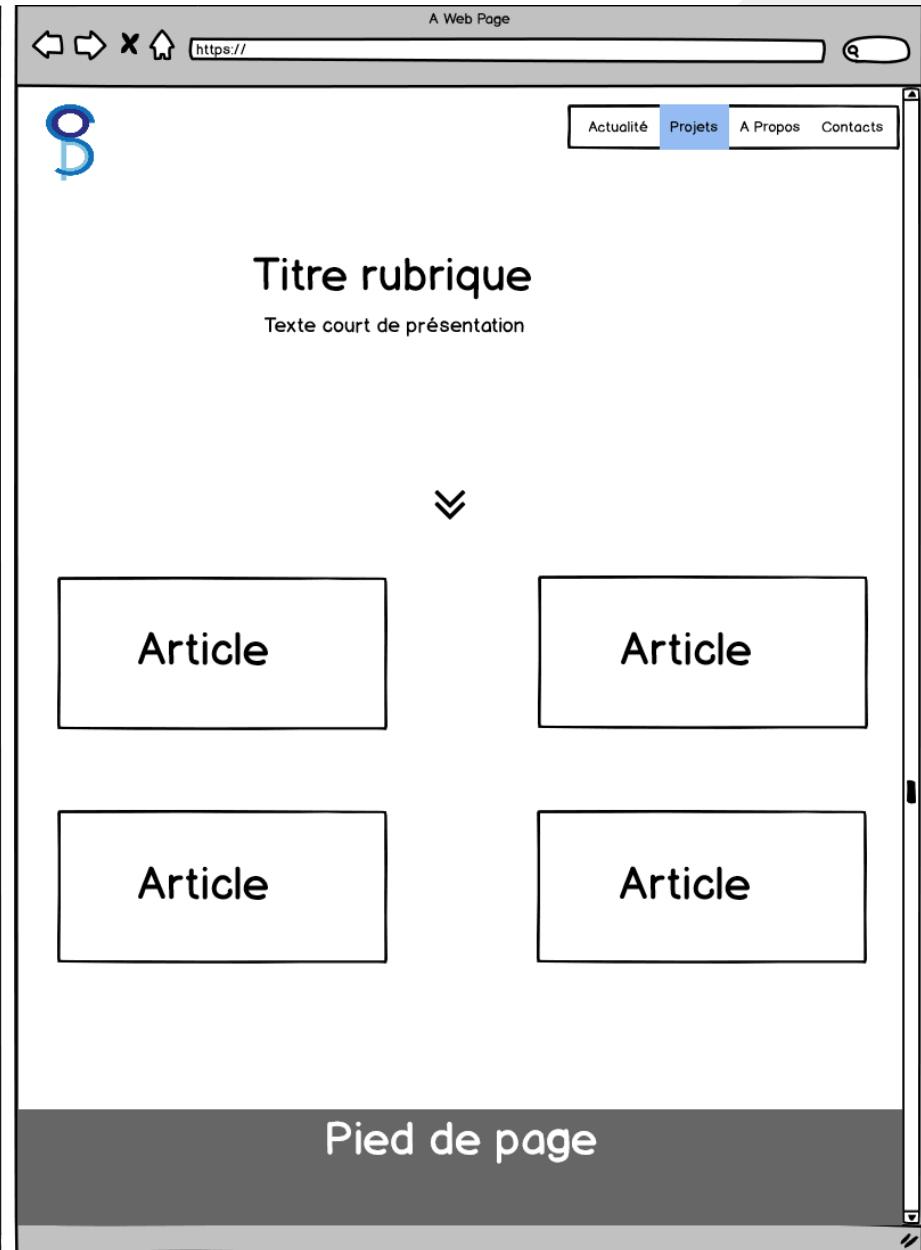
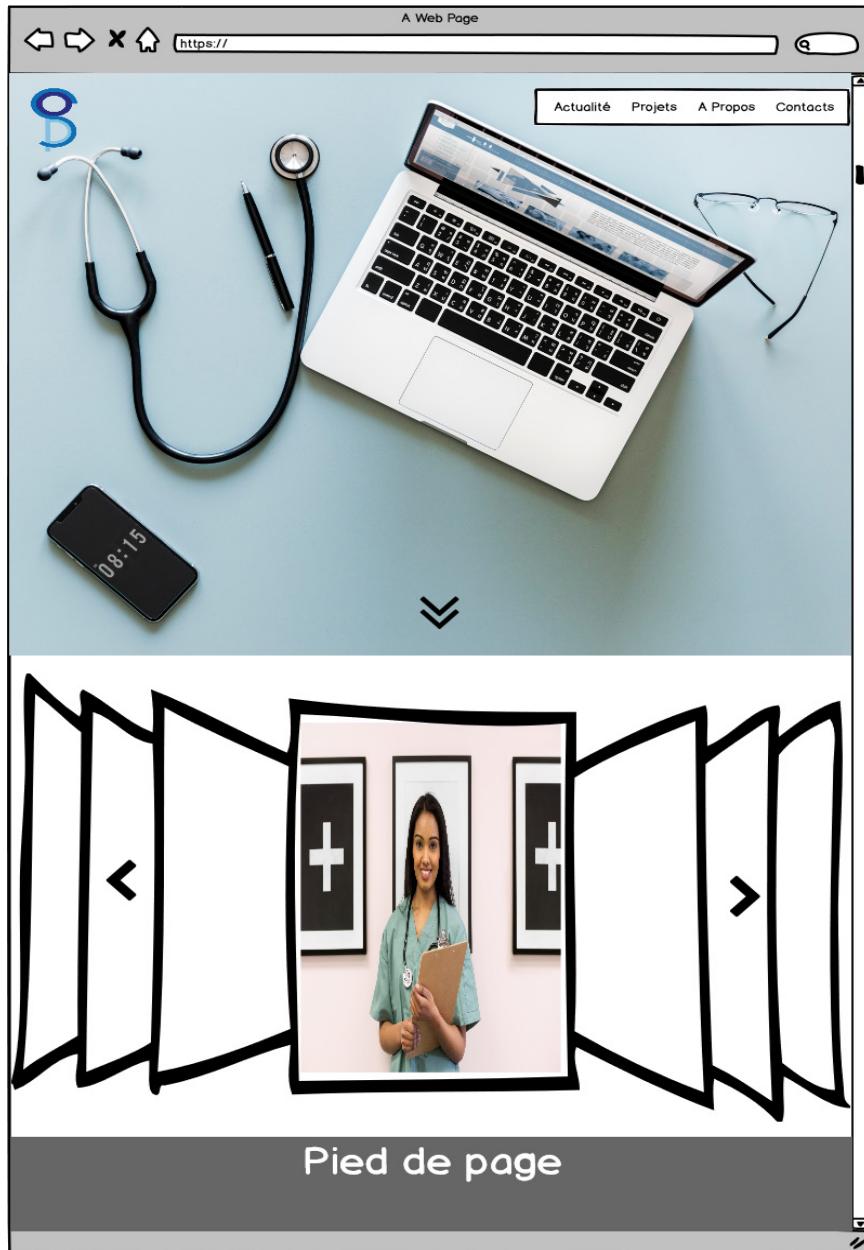
LIGNE DE FLOTTAISON

100%

10%

PIED DE PAGE

# MAQUETTES FONCTIONNELLES



## ADAPTATION POUR MOBILE

Il est dans notre projet de réaliser la version mobile du site de l'agence afin de permettre aux personnes d'accéder à tout moment à notre site sur portable comme sur tablette.

Cela nous permet de créer un template sur mesure et de prendre en compte les spécificités des appareils des utilisateurs en terme de contenu et de fonctionnalités .

Notre site web mobile sera optimisé et affiné spécialement pour les différents mobiles.



## PARCOURS TYPE D'UTILISATEUR



Monsieur X accède au site de notre agence OSP. Il est dirigé sur la page d'accueil où il y trouve un diaporama avec des informations importantes sur l'agence, ainsi qu'un menu constitué de quatres rubriques : "Actualité", "Projet", "A propos", "Contact". En cliquant sur la rubrique Actualité, il peut lire des articles sur les dernières actualités de l'agence (Financement, lancement de projets etc. ).

Si un projet l'intéresse en particulier, il peut se renseigner de manière plus approfondie sur celui-ci en cliquant sur la rubrique "Projet" . Il y trouvera toutes les informations nécessaires. Si Monsieur X est plutôt curieux et veut se renseigner sur les membres de l'agence, ainsi que nos objectifs, il le pourra grâce à la rubrique "A propos". S'il souhaite quelques informations supplémentaires ou encore proposer des suggestions, il peut toujours nous contacter en cliquant sur la rubrique "Contact" et en complétant les informations nécessaires.

# CAMPAGNE DE COMMUNICATION

---

Nous avons pour but de mettre en place une campagne de communication de qualité, à travers laquelle nous pourrons mettre en avant les atouts de notre site et également promouvoir nos différents services proposés.

Voilà pourquoi nous avons décidé d'opter pour une campagne de communication orientée vers les réseaux sociaux.

Nous créerons aussi des affiches que nous pourrons trouver dans les hôpitaux et chez nos partenaires. Grâce à la campagne de communication mise en place à travers nos réseaux sociaux, nous pourrons améliorer l'aspect communautaire de notre agence tout en instaurant un système d'hashtag spécifique.

Nous utiliserons aussi nos réseaux sociaux pour promouvoir la future sortie de notre plateforme Health Community+, à travers différents visuels et affiches.

Nous adopterons une fréquence de publication spécifique, qui nous permettra d'alimenter assez souvent nos pages.

Via Facebook et Twitter, nous pourrons partager du contenu en lien direct avec notre site internet, c'est-à-dire des posts qui contiendront des liens qui redirigent vers des articles particuliers de notre site.

De nos jours, qui dit visibilité d'une agence dit réseaux sociaux. Dans une société où le numérique prend de plus en plus de place, il est nécessaire d'être présent sur au moins un réseau. Une partie de nos utilisateurs sera d'ailleurs plus attirée par ces supports.

Via Facebook et Twitter, nous pourrons partager du contenu en lien direct avec notre site internet, c'est-à-dire des posts qui contiendront des liens qui redirigent vers des articles particuliers de notre site. Tandis que, via notre page Instagram nous partagerons du contenu images et vidéos afin que nos cibles puissent reconnaître l'aspect visuel de notre agence. La plupart des posts seront à dimension humoristiques. L'humour participera à la mise en place d'un esprit de convivialité à notre agence. Cet aspect est d'autant plus important pour le lancement de l'agence compte tenu du fait que nos cibles seront pour la plupart des personnes handicapées. Notre objectif premier étant d'apporter un peu de légèreté à leur vie, utiliser ce procédé serait plus que pertinent. Grâce à nos vidéos ou nos photos, ces réseaux nous aideront à fidéliser nos clients et à les convaincre d'utiliser notre plateforme.

La fidélisation d'une communauté faite, nous nous essayerons aux différents réseaux sur lesquels nous utiliserons aussi une communication basée sur l'humour.

Nous utiliserons aussi nos réseaux sociaux pour promouvoir la future sortie de notre plateforme Health Community+, à travers différents visuels et affiches. De plus, le fait que notre futur projet Health Community+ soit un site Web n'est pas non plus négligeable. En finalité, il paraît logique de se diriger vers les supports web pour notre campagne de communication.



# DIFFICULÉS RENCONTRÉES

L'OSP dans sa finalité se chargera de toutes les personnes atteintes de maladies, infections, handicaps, etc. Ainsi, elle concertera et pourra héberger un très grand nombre de personnes et devra alors répondre au plus grand nombre de problématiques d'utilisations, regrouper un plus large champ d'informations et concevoir de projets de plus en plus ambitieux afin d'aider au mieux ces personnes. Qui plus est, nous aurons une application accompagnant notre site afin d'avoir des performances de navigation plus rapide dues au mode hors connexion et une ergonomie avancée accompagnée des fonctions liées au smartphone (géolocalisation, caméra, empreintes digitales, etc.).

En somme, la contrainte et difficulté principale pour toutes agences est de trouver une valeur ajoutée. Ici, nous sommes une agence d'un secteur important avec un champ d'actions concernant une grosse partie de la population du territoire. C'est pourquoi, il est plus que nécessaire de proposer un service nous différenciant de quelconque concurrence.

Notre agence promet d'être liée à un grand nombre de partenaires afin de proposer un suivi des plus personnalisé.

Pour l'instant par soucis d'organisation et de notoriété, nous avons fait le choix de réduire notre champ d'action aux personnes atteintes d'handicap physique et de faire connaître l'agence avant toute chose.

Refusant de rendre nos services payants pour quasiment l'ensemble de nos cibles, nous sommes dans l'obligation de trouver et nous lier avec des partenaires et locaux médicaux pour que notre agence prospère. Notre campagne publicitaire développera notre visibilité et notre notoriété.

Avec notre agence nous touchons à un domaine spécialisé dans lequel la communication doit être faite avec précaution.

# MOODBOARD N°1

## O rganisation des S oins à la P ersonne

#2d2e86

Tahoma Regular

#1d71b8

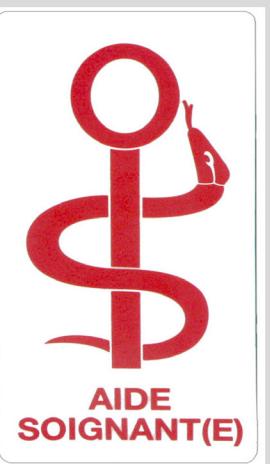
Tahoma bold

#83c2e1

Athelas Bold

#00aeeef

Big Caslon Medium



LES  
CIBLES



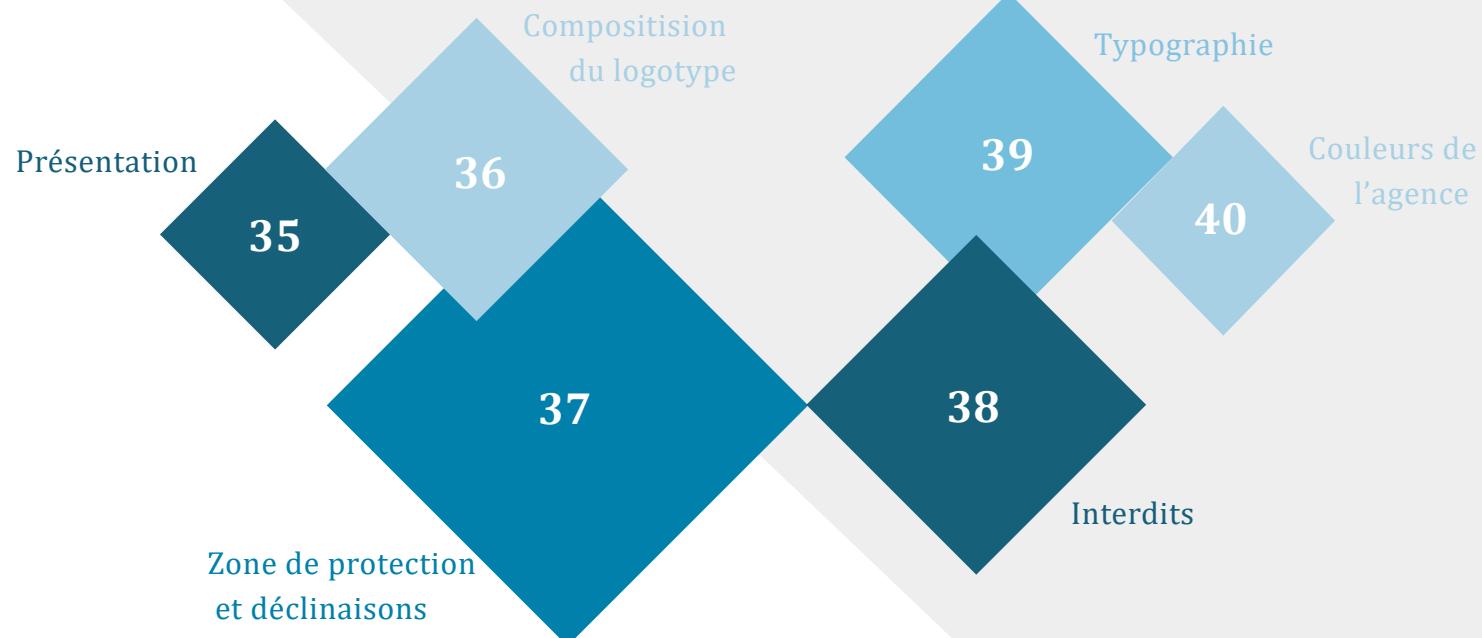
# CHARTE GRAPHIQUE



---

AGENCE OSP

# SOMMAIRE



# PRÉSENTATION

---

## AGENCE OSP

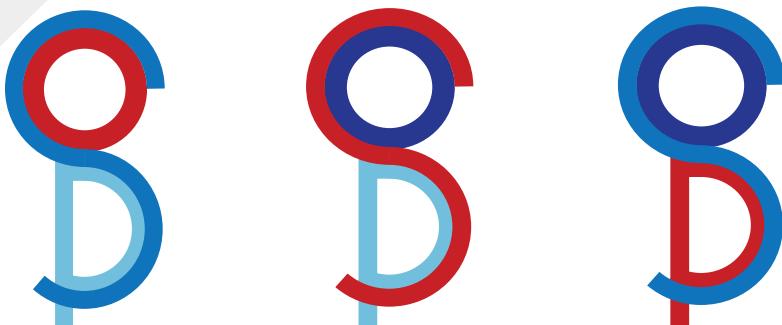


Nous sommes une agence spécialisée dans les soins et aides médicales, touchant principalement au handicap.

Dans notre agence, des médecins spécialisés, des ingénieurs, des auteurs et des intervenants travaillent au quotidien pour venir en aide aux malades. Nous soutenons également divers projets d'aide à la personne, en relation avec d'autres organisations et associations.

# COMPOSITION DU LOGOTYPE

Le logo de notre agence est un monogramme composé de trois lettres O, S et P. Les trois lettres sont les initiales du nom complet de l'agence: Organisation des Soins à la Personne.

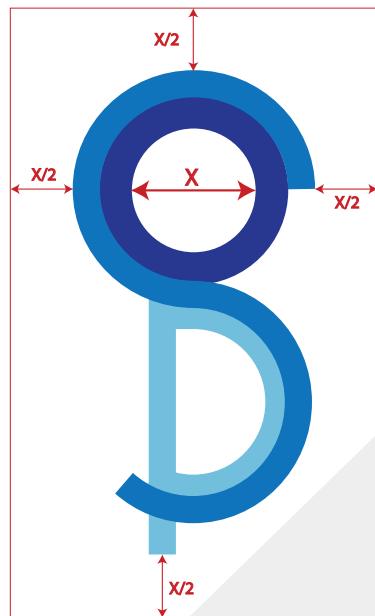


C: 100 R: 43  
M: 92.13 V: 49  
J: 12.71 B: 128  
N: 1.53 #2B3180

C: 84.8 R: 29  
M: 49.61 V: 113  
J: 0.18 B: 184  
N: 0 #1D71B8

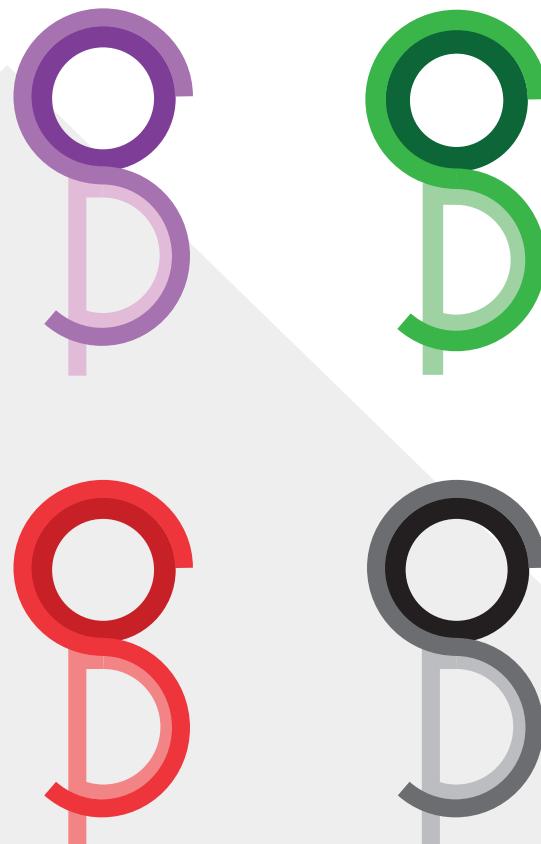
C: 51.23 R: 131  
M: 9 V: 194  
J: 7.16 B: 225  
N: 0 #83C2E1

# ZONE DE PROTECTION



Aucun texte ou image ne peut empiéter sur la zone de protection du logo.

# DÉCLINAISONS

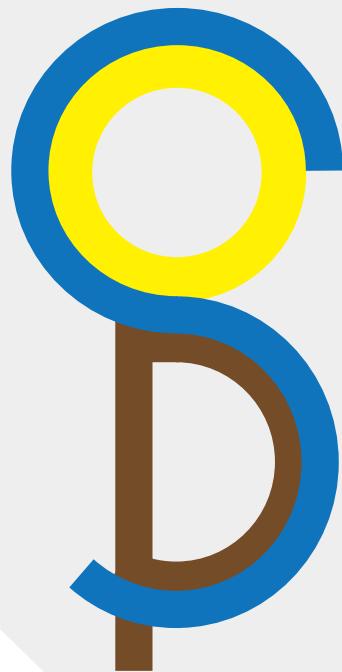


# INTERDITS

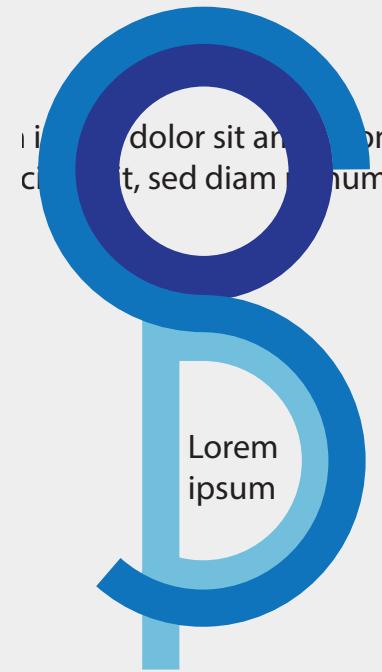
---



Le logo ne doit être déformé.



Les couleurs du logo ne doivent jamais être changées.



Il ne doit pas y avoir de texte derrière ou dans le logo.



Le logo ne doit pas être coupé.



Les lettres ne doivent pas être espacées.

# TYPOGRAPHIE

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Tahoma Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Cambria Regular

Nous avons choisis ces polices d'écriture car elles sont simples et élégantes. On utilisera la Tahoma pour les titres en majuscules, les sous-titres et le texte. Le Cambria sera utilisé pour des petits textes annexes, comme un sommaire.

# COULEURS DE L'AGENCE

C: 50.94      R: 133  
M: 9.25      V: 194  
J: 7.09      B: 225  
N: 0      #85c2e1

C: 100      R: 0  
M: 22      V: 123  
J: 14      B: 170  
N: 14      #007baa

C: 25      R: 187  
M: 0      V: 216  
J: 0      B: 233  
N: 10      #bbd8e9



C: 88.44      R: 22  
M: 49.56      V: 94  
J: 34.06      B: 122  
N: 20.42      #165e7a

C: 0      R: 198  
M: 0      V: 198  
J: 0      B: 198  
N: 30      # c6c6c6  
Opacité: 25%

# CONCLUSION

Pour conclure, nous pouvons dire que les diverses solutions proposées et l'angle pris par notre agence permettront de nous forger une image de marque.

L'agence OSP aura pour but d'accompagner constamment les personnes handicapées, que ce soit à travers notre site Internet ou nos divers projets, comme le projet Health Community+.

L'identité visuelle de notre agence sera bien sûr mise en avant, que ce soit à travers notre campagne de communication, sur nos réseaux sociaux et notre site.

Les valeurs et l'éthique de notre agence seront visibles à travers notre site, qui se voudra simple et convivial, et qui ne contiendra aucun service ou contenu payant.



# ANNEXES

## WEBOGRAPHIE

Seton. Accessibilité. Handicap: Les chiffres [en ligne]. Seton Travailler en sécurité.  
SETON - Une marque de Brady Corporation. 2018.

Dans la rubrique: Nos produits- Accessibilité des personnes handicapés.  
Disponible sur: <https://www.seton.fr/infographie-handicap-france.html>

Comme les Autres. Comme les autres [en ligne].

Comme les autres.

Dans la rubrique: Accueil.

Disponible sur: <https://www.commelesautres-asso.org/>

UNA Union Nationale de l'Aide des Soins et des Services aux Domiciles. Accueil [en ligne].

UNA. Dans la rubrique: Accueil.

Disponible sur: <http://www.una.fr/>

AssiDom. Personne en situation de handicap [en ligne].

AssiDom. 2016. Dans la rubrique: Services.

Disponible sur: <https://www.assidom.com/services/aide-domicile-handicap/>

## SUIVI DES ACTIVITÉS

<b>NOM DATE</b>	<b>Wissam HOURIEH</b>	<b>Marie PICHOT</b>	<b>Nathan MAKOUIZA</b>	<b>Naouel ZENATTI</b>	<b>Pauline CHOQUET</b>	<b>Katleen NELSON</b>
<b>06/09</b>				Choix du sujet		
<b>07/09</b>				Rédaction du pitch		
<b>13/09</b>				Recherche et création de l'agence, de quoi elle est composée, quelles sont ses activités et tout ce qui l'englobe		
<b>14/09</b>	Aide à la recherche du logo + début de site agence	Recherche et essais du logo de l'agence	Positionnement sur le contenu du site. Délimitation des rubriques	Positionnement sur le contenu du site. Délimitation des rubriques	Recherche et essais du logo de l'agence	Positionnement sur le contenu du site. Délimitation des rubriques
<b>18/09</b>	Elaboration d'une liste d'hôpitaux + agences/organisations à contacter en rapport avec notre sujet	Création numérique du logo de l'agence	Création d'une arborescence cohérente pour le site	Mise en place de la page d'accueil du site	Recherche et essais de variation du logo de l'agence	Mise en place de la page d'accueil du site
<b>19/09</b>	Mise en place d'un suivi des activités pour le groupe + aide à la charte graphique	Début d'élaboration de charte graphique pour l'agence	Insertion de divers éléments dans la page d'accueil: barre de navigation, logo, etc.	Insertion de divers éléments dans la page d'accueil: barre de navigation, logo etc.	Appuie à l'élaboration de la charte graphique	Insertion de divers éléments dans la page d'accueil: barre de navigation, logo etc.

## SUIVI DES ACTIVITÉS

<b>NOM DATE</b>	<b>Wissam HOURIEH</b>	<b>Marie PICHOT</b>	<b>Nathan MAKOUIZA</b>	<b>Naouel ZENATI</b>	<b>Pauline CHOQUET</b>	<b>Katleen NELSON</b>
<b>21/06</b>	Début d'élaboration du cahier des charges	Continuité de charte graphique	Suite développement site de l'agence + veille concurrentielle	Mise en place des pages annexes	Appuie à l'élaboration de la charte graphique	Mise en place des pages annexes
<b>25/09</b>	Continuité du cahier des charges	Continuité de la charte graphique	Continuité du cahier des charges	Insertion de différents éléments dans les pages annexes	Recherche du logo HC+ et recherche d'éléments de la moodboard	Insertion de différents éléments dans les pages annexes
<b>28/09</b> <b>(Réunion avec notre tuteur)</b>	Recommencement de la charte graphique qui ne nous plaisait pas	Recommencement de la charte graphique qui ne nous plaisait pas	Amélioration de la page d'accueil du site	Finition de la page annexe: "Actualité"	Fin de la moodboard	Finition de la page annexes: "Projet"
<b>11/10</b>	Compléments et concréétisation du cahier des charges et relecture	Finalisation de la charte graphique	Amélioration du cahier des charges : Analyse concurrentiel	Mise en place page annexe "Contact" et modifications de la page principale	Concrétisation du cahier des charges et relecture	Modification de la page "Projet" et modification page principale