

CAHIER DE RECOMMANDATIONS

Projet Health Community+

par l'agence OSP

Wissam **Hourieh**
Marie **Pichot**
Nathan **Makouiza**
Pauline **Choquet**
Katileen **Nelson**
Naouel **Zenati**



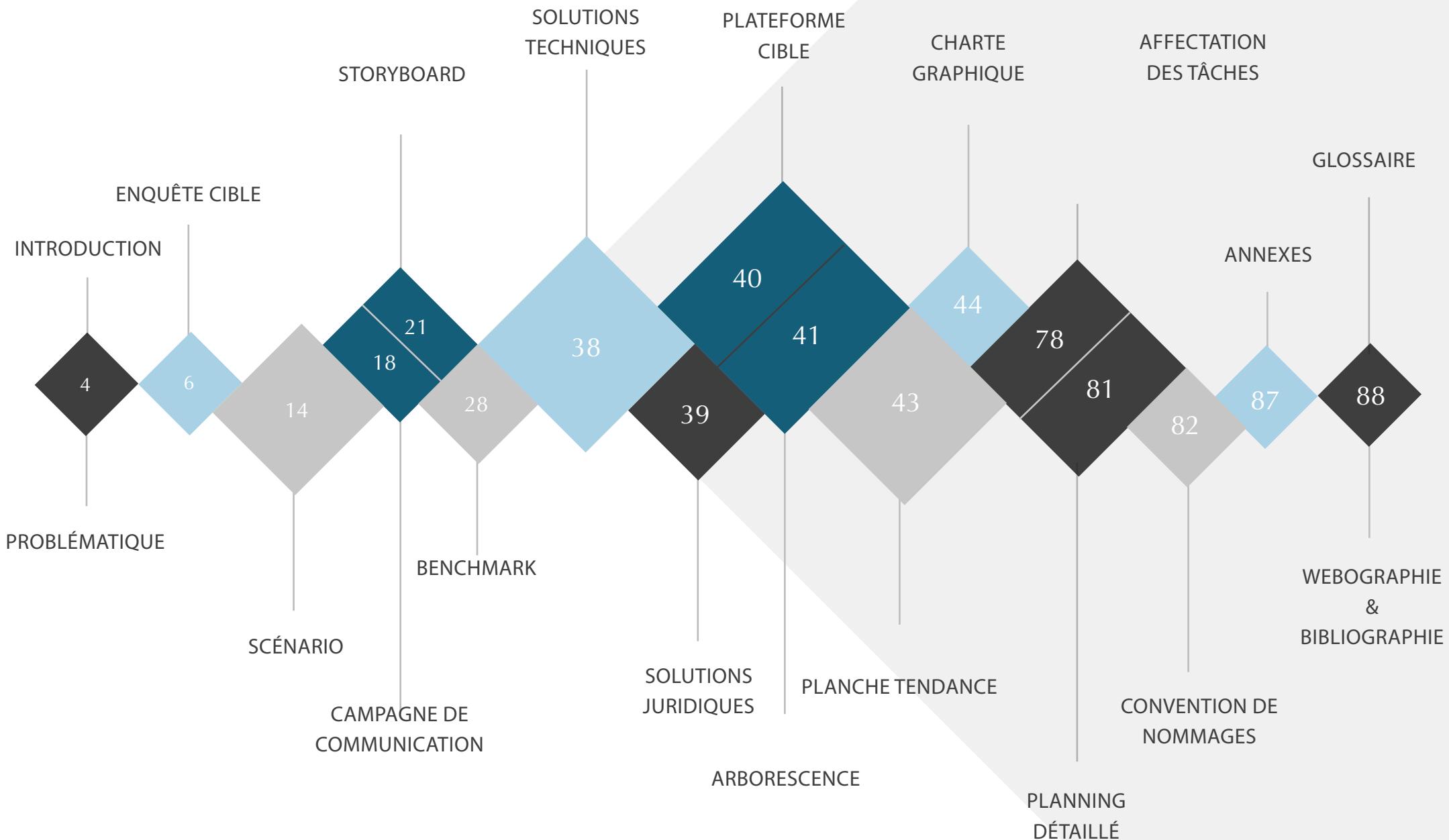
Chef de projet
Communicante
Communicant
Graphiste
Programmeuse
Programmeuse

Tuteur

M. Benchenna

DECEMBRE 2018

SOMMAIRE



INTRODUCTION

Sujet

Le projet proposé est un site Web adaptable en version mobile, qui permettrait d'accompagner et de faciliter le quotidien de personnes en situation de handicap physique. Ce site Web leur proposerait différentes infrastructures et activités adaptées, une possibilité de chat avec les autres utilisateurs ainsi qu'une newsletter.

Le site Web est accessible à plusieurs personnes, dans un premier temps aux personnes atteintes d'un handicap physique ainsi qu'à leurs proches, leurs aides soignants et à des tuteurs. Des professionnels de santé pourront également avoir accès à cette application pour conseiller les personnes à travers le chat.



Problématique :

De quelle manière le site web Health Community+, va permettre de faciliter le quotidien de personnes en situation de handicap physique ?

ENQUETE CIBLE

Sondage et étude du sondage

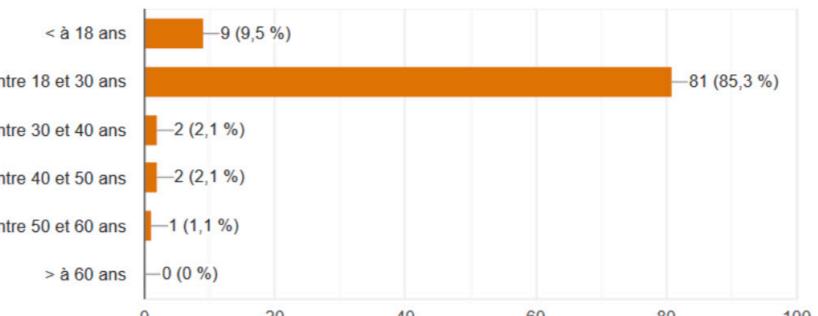
Dans le cadre du lancement du site Health Community+, nous avons mis en place une enquête cible afin de recueillir un avis objectif sur notre projet ainsi qu'un avis objectif sur la question des aides apportées aux personnes en situation de handicap.

Dans un **premier temps**, le sondage porte sur **l'identification de la personne** nous interrogeons sur son âge, son sexe, ainsi que sur son entourage (Avez-vous dans votre entourage une (ou des) personne(s) en situation de handicap physique ?).

Nous voulions savoir si les personnes interrogées ont dans le cercle proche ou lointain une personne en situation de handicap physique. Grâce à ces questions nous pouvons interpréter les résultats du sondage d'une manière plus poussée.

Quel âge avez-vous?

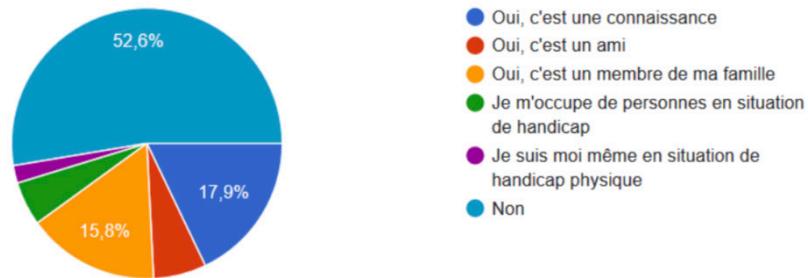
95 réponses



Les réponses du sondage ont été donné par 95 personnes. Les résultats étaient mixtes, 85% des réponses ont été donné par des personnes ayant entre 18 et 30 ans, 9% par des moins de 18 ans, 2% par les 30/40 ans, puis encore 2% pour les 40/50 ans.

Avez-vous dans votre entourage une (ou des) personne(s) en situation de handicap physique?

95 réponses



50% des personnes ayant répondu au sondage ne connaissent aucune personnes en situation de handicap.

Les réponses de ces personnes ont été traitées de manière secondaire car nous avons considéré que ces personnes n'ont probablement jamais été amenées à s'interroger sur l'aide apportée aux personnes en situation de handicap.

Ensuite, 18% des personnes interrogées ont dans leurs connaissances une personne en situation de handicap physique.

23% des personnes interrogées ont dans leur cercle proche (amis/famille) une personne en situation de handicap physique, 5% s'occupent de personnes handicapés et 2 personnes étaient elles-mêmes en situation de handicap physique.

Ces trois derniers profils nous ont particulièrement intéressé car ce sont des personnes qui bénéficient ou qui sont à la recherche d'aide fréquente.

Dans un second temps, le sondage se tourne sur l'avis des personnes face à l'aide qui est proposée aux personnes atteintes d'un handicap physique.

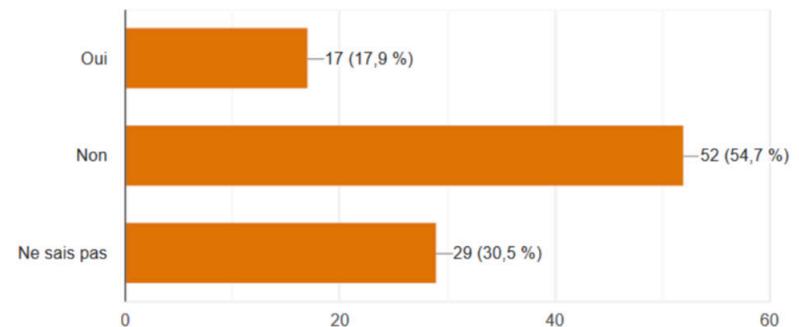
Nous cherchions à savoir **comment les aides pour les personnes handicapées étaient perçues, et si les avis autour de ces dernières étaient plutôt positifs ou négatifs**. Nous avons également posé la question Pourquoi? (non obligatoire), pour avoir plus de précisions sur la réponse.

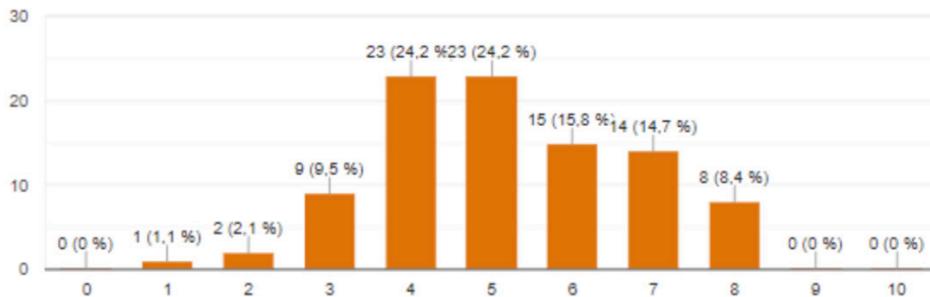
La majorité des personnes ayant répondu à ce sondage pensent qu'il n'y a pas assez d'aide apporté aux personnes en situation de handicap physique (54,7%). Pour la plupart des personnes directement concernées (cercle proche, personnes travaillant avec des handicapés et handicapé eux-mêmes), la réponse à cette question est négative.

La question suivante demande une estimation de ces aides.

Pensez-vous qu'il y ait assez d'aides apportées aux personnes handicapées (physique) en France?

95 réponses





En moyenne les personnes trouvent ces aides plutôt moyenne. On peut retrouver les explications suivante :

"Il y a des aides financières néanmoins les lieux publics ne sont pas aménagés pour accueillir les personnes en situation de handicap."

"L'insertion professionnelle leur est difficile et ils subissent des discriminations importantes."

"Par rapport à d'autres pays on ne peut dénier la volonté de la France à venir en aide aux personnes handicapés, à bien faire et jusqu'à maintenant il ya de très bonnes idées (aides financières, entourage, établissement spécialisés pour eux,etc...) mais cela reste une volonté. Malgré que la loi stipule que "Nul ne peut faire l'objet de discrimination en raison de caractère génétique", les disparités, inégalités et discriminations envers ces personnes restent très présentes. "

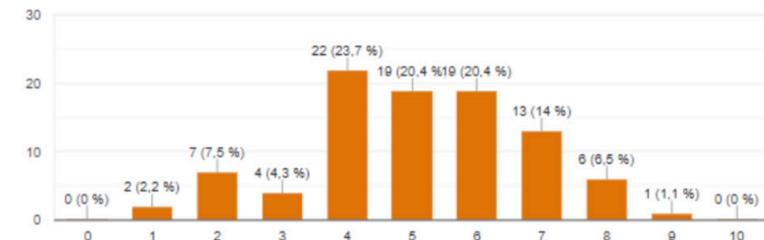
"Parce que certaines personnes handicapées n'arrivent pas à vivre correctement et ne peuvent pas travailler à cause de leur handicap. L'aide financière qu'on leur apporte n'est pas assez forte. Et surtout l'aide morale n'est pas présente. Il faut arrêter de les prendre en pitié et engager des discussions normales, sans se soucier de leur handicap."

Ensuite, nous interrogeons les personnes sur **la présence d'infrastructures et de dispositifs mis en place** pour aider les personnes en situation de handicap physique.

Ici nous pouvons voir que la moyenne est un peu plus haute que pour la question précédente mais dans l'ensemble les personnes trouvent que **la présence d'infrastructures et de dispositifs reste moyenne en France**.

Entre 0 et 10, à combien estimeriez-vous la présence d'infrastructures et de dispositifs mis en place pour aider les personnes en situation de handicap physique? (exemple: rampes, ascenseurs, accès aux transports, etc.)

93 réponses



Nous retrouvons les explications suivantes :

"Tous ces dispositifs, bien que de plus en plus présents, permettent rarement aux personnes en situation de handicap d'être indépendantes pour se déplacer. Exemple: une seule ligne de métro totalement accessible et certaines lignes de bus, dispositifs souvent en panne ..".

"Il y a de nombreux endroit, même dans les grandes villes, où en cas de handicap il est très dur d'y accéder sans aucune aide."

"Souvent les trottoirs sont trop étroits et peu adaptés".

"Les complexes sportifs sont peu accessibles en général pour les personnes atteintes d'handicap. Les bâtiments de fonctions publiques le sont en général mais les lieux de sport, de loisirs, ou les restaurants ne possèdent pas d'infrastructures pour accueillir ces personnes."

Pour la question suivante, nous avons demandé aux personnes s'ils **connaissaient des lieux où les personnes en situation de handicap physique pouvaient exercer un ou des sports.**

Nous voulions dans un premier temps savoir si les personnes étaient informées à ce sujet et nous voulions également pouvoir répertorier ces lieux lors de la création de notre site.

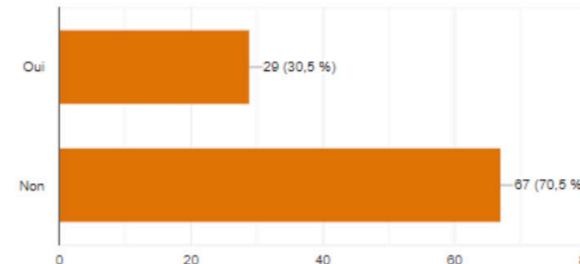
Seulement un peu plus d'un quart des personnes connaissent un lieu où une personne en situation de handicap physique peut exercer un (ou des) sport(s).

Rappellerons que 29.5% des réponses ont été données par les 3 types de profils qui nous intéressent particulièrement pour ce sondage (des personnes en situation de handicap, des proches de personnes en situation de handicap ainsi que des aides soignants). Nous avons remarqué que seulement 58% de ces 29.5% avaient répondu "Oui" à cette question. Cela veut dire que 42% manquent d'informations et que notre projet pourrait les aider à connaître des lieux pour exercer des activités sportives.

Nous avons à la suite de cette question demandé aux personnes de **préciser les types d'établissements et les lieux où ils se situaient**. Puis nous avons demandé à ces personnes **comment elles avaient entendu parler de ces établissements**. Les réponses ont été diverses : (bouche à oreille, internet, journaux, télévision, radio, affiches, observé de leurs propres yeux).

Connaissez-vous des lieux (complexes sportifs, stades, ou autres) qui permettent aux personnes en situation de handicap physique d'exercer un (ou des) sport(s) ?

95 réponses

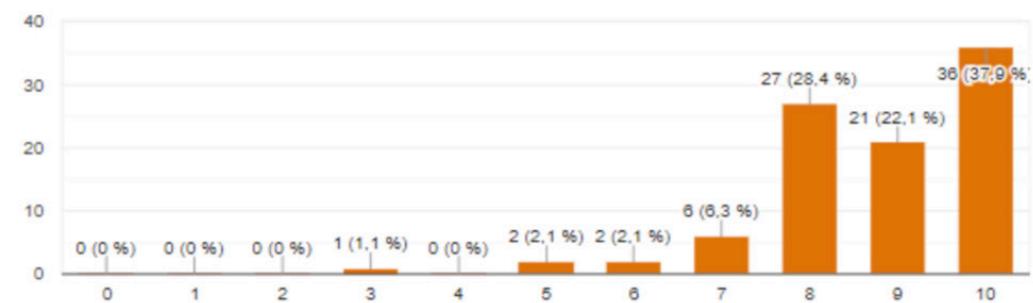


Dans la **troisième partie** du sondage, nous avons **présenté notre projet** dans les grandes lignes, puis demandé si les personnes trouvent cette idée intéressante ou non.

Nous voulions **avoir un avis objectif et extérieur sur notre projet** afin de pouvoir prendre du recul et l'adapter en fonction des réponses précédentes mais

Nous avons un projet de site internet qui proposerait d'accompagner et de faciliter le quotidien de personnes en situation de handicap physique, en listant et géolocalisant des infrastructures sportives, ainsi que de nombreux lieux de soins adaptés aux différents handicaps. De plus, le site proposerait des discussions entre les différents utilisateurs mais aussi avec des médecins spécialisés. Entre 0 et 10, à quel point trouvez-vous le projet intéressant?

95 réponses



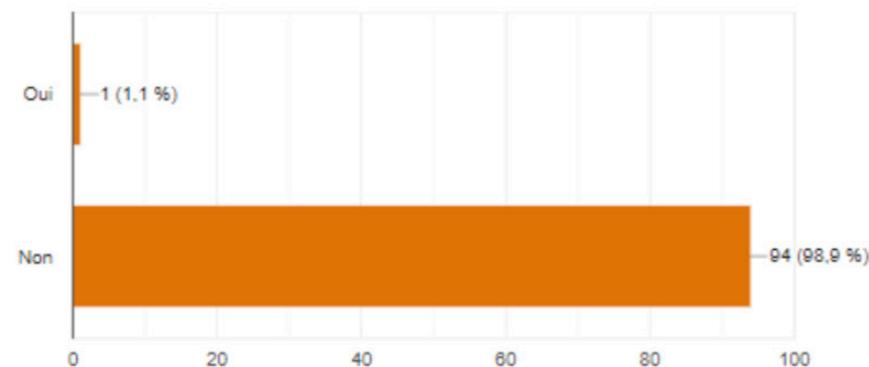
Nous étions soulagés de voir qu'en moyenne, les personnes ayant répondu à notre sondage trouvent notre projet intéressant.

Nous avons ensuite demandé l'avis de chacun en leur proposant de suggérer une fonctionnalité à ajouter à notre projet. Nous avons relevé de nombreuses propositions intéressantes telles qu'un endroit sur le site où nous pourrions proposer des pétitions, un système de notation en dessous des lieux proposés par le site, et biens d'autres.

Nous avons **en dernier lieu** demandé aux personnes **si elles connaissaient un site qui ressemble au nôtre**. Dans la grande majorité les personnes ont répondu non. Les personnes ayant répondu "oui" n'ont pas donné de précision.

Connaissez-vous ou avez-vous entendu parler d'un site ou d'une application similaire à notre projet?

95 réponses



Nous retenons de ce sondage un fort mécontentement en ce qui concerne les aides apportées aux personnes en situation de handicap physique et nous soulignons un manque d'information concernant à la fois les aides ainsi que les lieux de divertissements.

SCÉNARIO

Description du projet

Health Community+ est un projet qui a vu le jour dans le but d'aider les personnes en situation de handicap physique. Nous avons imaginé un lieu où les personnes pourraient retrouver à la fois un soutien moral ainsi que des aides concernant différents lieux adaptés à leurs conditions, tels que des centres sportifs, des cures, des piscines, mais également des aides de tous les jours (transports, accès à certains bâtiments, infrastructures adaptées, etc.).

Les inscriptions sur le site sont ouvertes à différents profils.

Tout d'abord, il est évidemment ouvert aux personnes en situation de handicap physique, quel qu'il soit, et également pour les malentendants et les sourds. Il est aussi ouvert aux proches de ces personnes (conjoint(e), amis, famille), aux aides soignants s'occupant de personnes handicapées (à domicile ou en institut), ainsi qu'aux professionnels de santé.

Pour s'inscrire, la personne devra renseigner un certain nombre d'informations.

Dans un premier temps elle indiquera lequel des quatres profils cités précédemment lui correspond. Ensuite elle indiquera le ou les handicaps relatifs à son profil (que ce soit pour elle-même, pour un proche ou un patient), puis indiquera son nom, son prénom, son lieu de résidence, son numéro de carte vitale, son adresse mail, son numéro de téléphone, et la saisie d'un mot de passe personnel. Pour valider son inscription, il faut également que la personne lise et accepte les conditions d'utilisations propres au site Heath Community+.

Après avoir renseigné ces informations, la personne est bien inscrite sur notre site (après un vérification par mail). Pour se connecter elle devra écrire en identifiant soit son email soit son numéro de carte vitale, puis elle devra saisir son mot de passe.

Il est bien évidemment possible d'accéder au site sans être inscrit mais le contenu auquel on aura accès sera moindre.

Une fois sur le site et connecté en tant que membre, la personne aura la possibilité de compléter son profil en mettant une photo et une description. Pour les professionnels de santé ces options leurs sont obligatoires, pour des questions de professionnalisme, mais aussi pour mettre les patients et leurs proches en confiance.

Une fois l'inscription et le profil terminés, la personne peut accéder pleinement au contenu du site. Nous trouvons dans un premier temps une page d'accueil où les personnes seront informées de l'actualité en rapport avec le handicap (exemple: Téléthon, levées de fonds, courses,etc.) et auront accès à des pétitions.

Ensuite nous trouverons un espace où la personne pourra **rechercher des structures adaptées** au(x) handicap(s) du profil (exemple : terrains de course, piscines, transports, centres de soins, etc) mais également en fonction du lieu de son choix (géolocalisation, nom de ville ou code postal).

Par exemple, si une mère recherche pour son enfant une piscine adaptée, elle n'aura qu'à taper dans la barre de recherche : "piscine" (avec la géolocalisation) ou "piscine paris" (si elle veut choisir la ville).

Health Community+ propose également une option de **chat en ligne** où les utilisateurs pourront parler ensemble mais également avec les professionnels de santé inscrits sur le site. Le site propose pour chaque compte un cercle de profils variés. Après une inscription, le site proposera des contacts à ajouter dans son cercle, que ce soit des personnes dans la même situation ou des professionnels médicaux spécialisés dans le(s) handicap(s) relatifs au profil. Il y aura des **conversations de groupes** (assez restreints), ainsi que des **conversations privées**. Nous voulions fournir cet espace de discussion pour que les utilisateurs puissent se soutenir moralement et se proposer des solutions.

Notons qu'il est possible de signaler un individu tenant des propos discriminants, racistes, homophobes, etc. Après une rapide vérification par un modérateur, cet individu se verra banni du site.

Après y être allé, la personne pourra lui attribuer une **note et un commentaire**, afin de renseigner à l'avance les prochains utilisateurs voulant potentiellement s'y rendre.

Il y aura également une option où une personne peut **renseigner un lieu** qui n'avait pas été enregistré précédemment dans notre site. Nous effectuerons une vérification de la véracité des informations fournies, puis l'ajouterons à notre base de données pour que les membres y aient accès.

CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Description des solutions de communication

L'objectif premier de notre campagne de communication, est de promouvoir le lancement de notre future plate-forme collaborative Health Community+.

En effet, cet objectif reste actuellement majeur en marge du lancement d'Health Community+.

Pour y arriver, nous ferons passer à travers nos différents supports de communication un même message fort et impactant, plein de valeur humaine et morale, dans un soucis de mettre en avant l'intégrité des personnes handicapées.

Pour notre campagne de communication, nous avons misé sur une stratégie qui nous orienterait vers différents réseaux sociaux. Notre agence sera présente sur des réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram ou encore Twitter, pour garantir la promotion ON-Line d'Health Community+.

De plus nous n'avons pas négligé l'intérêt d'une promotion OFF-Line qui nous permettrait d'être d'autant plus en proximité avec nos cibles.

1. Campagne On-Line

a. Réseaux sociaux

Pour notre campagne de communication, nous serons présents à travers plusieurs réseaux sociaux. Notre agence disposera d'un compte professionnel que ce soit sur Instagram mais aussi Facebook.

Sur Instagram et Facebook, notre agence fera la promotion d'Health Community+ grâce à plusieurs publications mettant en avant les valeurs de notre agence. Le contenu sera composé particulièrement de photos qui permettront de mettre en avant notre future plateforme.

Le feed de notre page Instagram pour notre campagne sera bien-sûr en accord avec notre charte graphique, le but étant de donner une empreinte propre et unique à l'agence OSP. A travers certaines publications, nous essayerons aussi de faire ressortir le logo d'Health Community+, élément indispensable à la promotion optimale de cette plateforme communautaire d'aides aux handicapés physiques.

Chacune de nos publications seront composées d'images, qui auront pour but de sensibiliser les personnes se rendant sur notre page vis-à-vis des difficultés et obstacles que peuvent rencontrer les personnes souffrant de handicap physique.

Chacun de nos posts fera l'objet d'une description claire et simple, qui sera accompagnée d'hashtags comme #HealthCommunity+, #HC+ ou encore #AgenceOsp pour accroître la visibilité de ces publications.

Nous aurons pour notre campagne de communication une fréquence de publications assez rythmée, qui sera de l'ordre d'une publication par semaine.

Nous ferons aussi usage du système de stories d'Instagram pour créer plus d'interactivité avec les futurs utilisateurs d'Health Community+. Nous utiliserons les stories plus particulièrement pour informer nos abonnés quant aux caractéristiques et fonctionnalités d'Health Community+. Nous regroupons ces stories autour d'une rubrique que nous appellerons "Health Community+, c'est quoi?".

Chaque semaine au moins une fois, à partir du lancement de la campagne, nous partagerons une story qui permettra d'éclairer l'utilisateur sur notre plateforme. Pour faire interagir notre communauté à travers ceci, nous utiliserons aussi le système de story sondage, ce qui nous permettra de juger si oui ou non ces différentes fonctionnalités sont jugées pertinentes par nos futurs utilisateurs.

Nous publierons aussi que ce soit sur notre page Instagram ou notre page Facebook, une courte vidéo promotionnelle d'environ 20 secondes.

Sur nos différents réseaux, nous pourrons trouver de nombreux moyens de nous contacter tout au long de cette campagne de communication. Que ce soit grâce à notre adresse mail qui sera bien évidemment présente sur toutes nos pages, ou encore par messagerie privée tout simplement, notre communauté pourra assez facilement communiquer avec nous. Nous lui garantissons des réponses claires et rapides à d'éventuelles questions ou remarques.

Via nos réseaux sociaux, nous créerons aussi une interactivité et un certain lien avec notre site. Nous placerons un lien vers ce dernier sur chacune de nos pages. Ce procédé permettra à notre communauté de suivre ou s'informer sur l'avancée du projet Health Community+.

Le choix de ces réseaux est notamment justifié par le sondage que nous avons pu réaliser. Ce sondage fut en particulier réalisé dans le but de recueillir l'intérêt, sur une large palette de personnes, pour notre future plateforme Health Community+. A travers ce sondage nous avons donc pu identifier, sur des critères de tranches d'âges et de catégories socio-professionnelles, nos différentes cibles.

Ces réseaux seraient donc plus adéquats, après étude du sondage, pour communiquer de manière optimale avec notre corps de cibles. Toujours dans l'objectif de sensibiliser le plus grand nombre de personnes sur les valeurs de notre entreprise et de notre future plateforme Health Community+, qui est de mettre en avant les personnes handicapées, les valoriser et les accompagner pour améliorer leur qualité de vie.

b. Site Internet de l'agence

À travers le site internet de l'Agence, nous réalisons aussi la **promotion d'Health Community+**. Pour ce faire nous avons créé une page réservée à nos projets. Dans cette page, l'internaute sera en mesure de suivre l'avancée du projet et les différents acteurs de ce projet. Il sera aussi en mesure de voir une description claire de ce dernier, ce qui lui permettra de s'informer en ce qui s'agit des possibilités et fonctionnalités originales de notre future plate-forme.

The screenshot shows a web browser window with two project pages displayed side-by-side.

Project 1: Health Community+

Image: A woman in a white t-shirt and blue jeans, sitting in a wheelchair, is using a laptop. A person in a white lab coat is standing behind her, pointing at the screen. The background is a clinical or laboratory setting.

Description: OSP AGENCY crée son propre projet ! Un site internet proposant des solutions adaptées selon les besoins de personnes souffrant de handicaps physiques, contenant un système de géolocalisation de lieux possédant des infrastructures adaptées comme des complexes sportifs, centres médicaux, établissements scolaires ou administratifs. Notre motivation pour la réalisation de ce site réside dans notre désir d'aider les personnes ayant des contraintes. Nous souhaitons améliorer leur quotidien en créant un support qui permettrait de rendre plus facile d'accès des lieux indispensables à de nombreuses personnes handicapées. De plus, le support disposera de chats thématiques à travers lesquels les utilisateurs seront amenés à interagir entre eux. Projet 2018-2019.

Date: Publié le 10 septembre 2018

Project 2: Binôme 21 et le lien intergénérationnel

Image: A graphic featuring multiple colorful hands (purple, yellow, green, orange, pink) of various ages reaching upwards.

Description: Binôme 21, c'est quoi ? Une association, née en 2010, qui oeuvre pour une solidarité intergénérationnelle : "une entraide citoyenne pour une meilleure connaissance mutuelle". Leur but est de créer un lien entre les jeunes et les personnes âgées. Elle propose en tout 3 missions : un service civique auprès des personnes âgées, la cohabitation intergénérationnelle et créer du lien intergénérationnel sur les territoires. Le service civique, ça se passe comment ? Il est avant tout volontaire, c'est du bénévolat. Les personnes de 18 à 25 ans peuvent s'y engager à raison de 24h par semaine pendant 6 mois, en accompagnement groupé ou individuel, afin d'aider les seniors qui se sentent seuls, nécessitent un service ou une présence. Aussi, ces jeunes peuvent être un soutien pour les personnes qui s'occupent de ces dits seniors. Le logement intergénérationnel, quoi et où ? Le principe est simple : "loger des jeunes à la recherche d'un logement chez un senior disposant d'une chambre libre" et meublée. Il existe deux type de cohabitation : la solidaire : le jeune doit participer aux charges et rester le soir et la nuit afin de rassurer la personne âgée, ou bien, la conviviale : le jeune paye une indemnité d'occupation. Dans tous les cas, le jeune doit verser une participation à l'association Binôme 21.

Date: Publié le 5 septembre 2018

2. Promotion OFF-Line

L'intérêt pour nous de mettre en place une campagne OFF-line, c'est à dire hors-ligne et sans l'utilisation des outils numériques, n'est pas uniquement d'augmenter notre visibilité. Ce procédé aura pour nous un intérêt quant à l'image que nous véhiculons, car nous avons pour objectif de nous positionner comme une agence active qui va aussi au contact de sa communauté et de ses éventuels partenaires.

a. Affiches

<http://micro-lynx.fr/formats-affiche>

Nous comptons à travers cette campagne de communication réaliser quelques affiches, que nous installerons dans divers lieux :

- Hôpitaux
- Centre hospitaliers
- Enceintes et complexes sportifs
- Lycées/Universités

Ces lieux sont pour nous stratégiques car ils participent grandement à notre projet. Ce procédé a pour but bien sûr d'augmenter la visibilité de notre future plateforme mais aussi de l'entreprise. Ces affiches permettront ainsi de répandre un phénomène de bouche à oreille autour d'Health Community+.

Ces quelques affiches seront toutes au format A1 (60 x 80 cm), un format d'affichage moyen classique. Leur format vont leur permettre de se fixer sur tous types de surfaces, dans de nombreux lieux publics.

3. Événements et salons

<https://www.ciedesequilibres.com/evenements>

Nous avons aussi pour objectif pour cette campagne de communication d'être présents sur quelques évènements en lien direct avec le domaine de la santé ou plus précisément avec celui du handicap physique.

Nous essayerons par exemple d'être présents lors d'un des futurs évènements de la "Compagnie des dé(s) équilibres".

La compagnie Dé(s)équilibres, créée par Magali SABY, danseuse, chorégraphe et comédienne professionnelle en fauteuil roulant a pour intérêt d'éveiller les consciences et de faciliter une meilleure reconnaissance professionnelle des artistes handicapés en France. Cette compagnie réalise divers évènements, stages et ateliers mettant l'accent sur la formation des personnes handicapées. En nous rapprochant de cette compagnie, nous avons pour but d'aller toucher une cible privilégiée par notre future plateforme Health Community+, les personnes handicapées physique.
A travers un ou plusieurs ateliers organisés par cette compagnie, nous prendrons le temps de communiquer et d'informer du lancement d'Health Community+.



4. Ligne éditoriale

Pour cette campagne de communication, il a été intéressant de se pencher au-delà du fond, sur la forme de celle-ci. La ligne éditoriale à adopter a notamment suscité une vive réflexion.

Nous avons jugé qu'il serait plus apte pour cette campagne de communication d'utiliser une ligne éditoriale qui nous permettrait de nous rapprocher de nos cibles, qui sont pour la plupart de tranches d'âges diverses et variées mais avec un constat qui nous amène à affirmer que la majorité d'entre-elles sont des jeunes intéressés par les valeurs communautaires et sociales véhiculés par notre agence.

L'objectif

Nous adopterons cette ligne éditorial en ayant l'objectif de tout simplement créer une proximité avec notre communauté, mais aussi sensibiliser le plus grand nombre face aux actions sociales et sanitaires qui touchent la sphère du handicap physique.

Les cibles de la campagne de communication

Les cibles seront d'âges divers et variés, en les détaillant un peu plus on pourra y trouver les personnes suivantes :

- Personnes handicapées et proches de ces dernières
- Professionnels dans le secteur du sanitaire et social
- Professionnels de la santé

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 plateforme Health Community+.

Règles rédactionnelles

Pour cette campagne de communication, nous adapterons quelques règles rédactionnelles qui nous permettront de garantir une communication optimale à travers nos différents supports de communication.

- Nous adapterons une limitation du nombres de caractères à travers chacune de nos publications, dans le but de privilégier le contenu visuel et interactif.
- Pour favoriser une proximité avec notre communauté, nous adopterons un ton familial et convivial. Quelques fois un ton humoristique en adéquation avec nos cibles en fonction du contenu diffusé.

5. Conclusion

Au final, nous pourrons clairement à travers notre campagne de communication affirmer le besoin d'étendre notre communauté et bien évidemment de promouvoir notre plateforme "Health Community+". Au-delà du fait que notre campagne sera fortement axée sur les outils numériques et les réseaux sociaux, nous mettrons aussi en place diverses solutions dans le but d'optimiser la promotion de cette future plateforme.

Benchmark

Pour l'analyse concurrentiel, nous nous sommes intéressé exclusivement de manière assez approfondie à un seul même site Internet, celui de l'association Handéo.

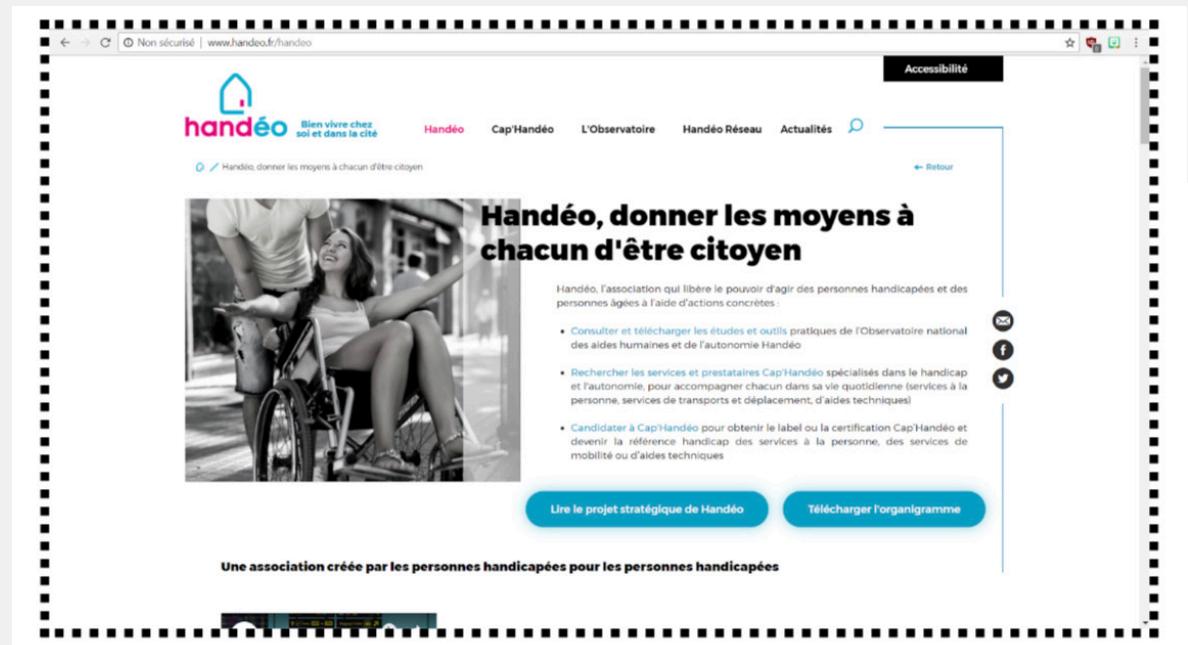
Site N°1 :

<http://www.handeo.fr/>

Handéo est une association qui permet aux personnes handicapées d'agir à travers plusieurs solutions techniques ou d'accompagnements adaptés aux handicapés quelque soit leur type de handicap.

Cette association propose différentes solutions concrètes pour soutenir la cause des personnes handicapées.

Parmis ces solutions on peut retenir la présence de labels, et une certification de service révélant les besoins et attentes essentiels des personnes en situation de handicap, pour que chacun puisse trouver une aide et un accompagnement sur mesure et à proximité, à toutes les étapes de la vie et quelle que soit la cause du handicap. C'est ce qu'ils appellent "Cap'Handéo". Comme autre solution, on peut aussi trouver un espace collaboratif. Cette espace collaboratif, associe les différents acteurs du secteur du handicap pour élaborer collectivement un savoir opérationnel, permettant aux personnes d'agir sur leur environnement. Cet espace collaboratif fut baptisé par l'association sous le nom de "L'Observatoire Nationale des Aides Humaines"



Cap'Handéo, qu'est ce que c'est ?

Cap'Handéo, ce sont des labels et une certification de service. Fondés sur des référentiels **rédigés par les personnes en situation de handicap**, mais aussi par **des professionnels** (des secteurs de l'aide à domicile, des transports, des aides techniques), les labels et certification Cap'Handéo repérent un ensemble d'exigences incontournables.

Dans quel but ? La certification et les labels Cap'Handéo révèlent les besoins et attentes essentiels des personnes en situation de handicap pour que chacun puisse trouver une aide et un accompagnement sur mesure et à proximité, à toutes les étapes de la vie et quelle que soit la cause du handicap.

Cap'Handéo, c'est surtout un réseau national de professionnels à votre service.

Vous intervenez au quotidien auprès de personnes en situation de handicap, de personnes âgées ? Venez vous informer sur les démarches Cap'Handéo. Handéo vous propose des rendez-vous près de chez vous. Découvrez les prochaines dates en cliquant ici.

[Recherchez un service](#) [Candidatez à Cap'Handéo](#)

1. Qualité de la page d'accueil

À travers leur page d'accueil, nous pouvons assez facilement identifier les différents services réalisés par cette association.

Grâce à leur slider qui est l'élément principal de la page, nous pouvons en défilant nous informer sur l'actualité de l'entreprises et à fortiori, les différents services et actions proposés par celle-ci, sans oublier bien-sûr leurs secteurs d'activités.

L'Observatoire national des aides humaines

L'Observatoire est conçu comme un **espace collaboratif**. Il associe les différents acteurs du secteur pour élaborer collectivement un **savoir opérationnel permettant aux personnes d'agir sur leur environnement**. Il comprend deux instances : le **Comité d'orientation** et le **Conseil éthique et scientifique**.

[Téléchargez la plaquette](#)

Pour répondre à ses missions, l'Observatoire national des aides humaines organise les activités suivantes :

- Réalisation d'études-actions, d'études-appliquées, d'études-interventionnelles, d'études-communautaires, d'étude-expérimentales, etc.
- Formalisation de leviers d'action (outils, guides, recommandations, etc.)
- Animation de groupes de travail et de comités de pilotage
- Mise en place d'une veille documentaire
- Appui technique et méthodologique

Ces actions participent à un système plus cohérent et plus inclusif pour les personnes en situation de handicap et leurs proches aidants, en renforçant le savoir de chacun et donc leur pouvoir d'agir.



Après analyse de cette page d'accueil, nous pouvons assez facilement dire qu'elle dispose d'un certain degré de séduction. Une page simple et épurée, qui dispose d'assez d'informations pour guider et informer l'internaute. Les informations présentes sur cette page sont toutes pertinentes, et donnent en sorte une présentation non exhaustive de l'association.

2. Qualité de l'ergonomie et de la navigation

La navigation sur le site Internet de l'association "Handéo" s'effectue de manière très intuitive.

Ce site dispose d'une barre de navigation très facilement repérable, regroupant les grandes parties de leur site. On remarque aussi la présence d'une barre de recherche, qui permet à l'utilisateur d'effectuer une recherche assez facilement en utilisant des mots-clés.

À travers chacune des pages de ce site, on peut également remarquer un bouton "Accessibilité", qui permet de regrouper différentes solutions facilitant l'accessibilité des contenus sur ce site. Ces solutions sont diverses comme un affichage spécial pour les non-voyants ou encore le plan détaillé du site.



Il est de plus très facile de se rediriger vers leur page d'accueil, et ce en cliquant sur le logo de l'association. Le logo de l'association est très facilement repérable sur le header et est présent sur chacune des pages de ce site.

On peut assez facilement se situer sur la page grâce à la barre de navigation principale, qui donne une couleur différente au nom de la page sur lequel se trouve l'internaute.



Ce site dispose aussi d'un footer dans lequel on peut voir de manière plus détaillée les différentes parties du site.

Notons aussi, que dans la rubrique "Actualités" il est possible de filtrer et trier les différentes actualités présentes. Nous pouvons filtrer ces dernières selon le type de handicap concerné ou encore par catégories, grâce à des catégories pré-définies.

3. Qualités des contenus

On peut assez facilement souligner une adéquation avec les cibles de cette association.

Que ce soit à travers le contenu rédigé, ou encore les images, on peut clairement voir que l'objectif est ici de communiquer et d'informer leur communauté qui est majoritairement composé de personnes handicapées ou de personnes qui se soucient du bien-être de ces derniers. On peut par exemple voir, grâce à leur slider, de nombreuses promotions d'évènements en lien avec le secteur du handicap, toujours dans la sphère de leur association. Les images utilisées sont pertinentes et cohérentes avec les actions et valeurs de cette association.

Cette association a également réalisé un contenu original, qui n'est autre qu'une courte vidéo de présentation de l'association et de leurs actions.

Cette vidéo est présente à travers la rubrique "Handéo", rubrique qui présente très clairement cette association.

Cette vidéo a été réalisée en motion design. On remarque une fluidité au niveau des différents éléments visuels.

Le contenu rédactionnel présent sur ce site est clair et détaillé. Le ton utilisé est en adéquation avec les cibles. On soulève aussi une réelle homogénéité rédactionnelle sur ce site, les sujets traités ont toujours un lien entre eux.



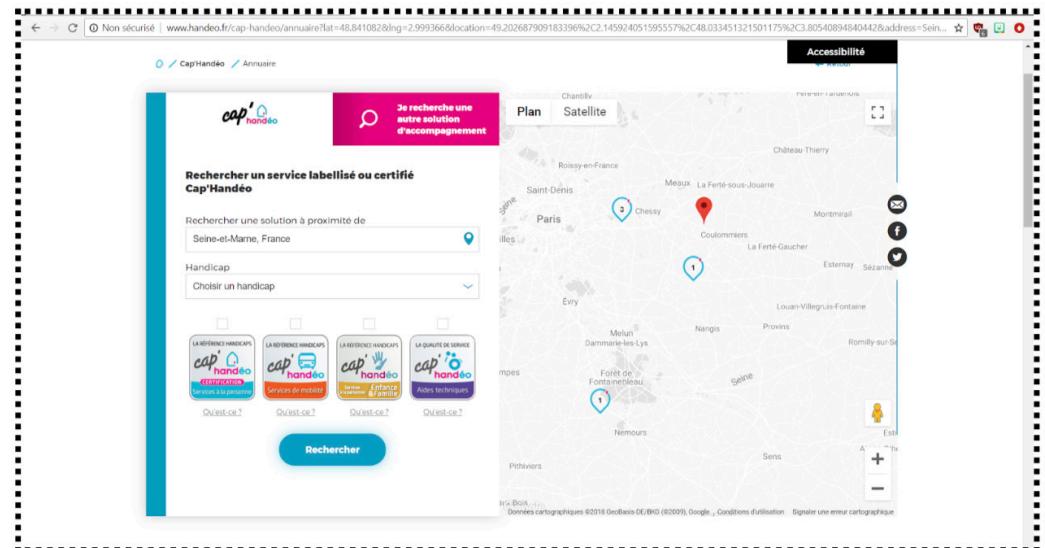
4. Outils et fonctionnalités

Sur le site de cette association, on peut observer différentes fonctionnalités proposées à l'utilisateur et ce à travers les différentes rubriques.

La fonctionnalité la plus remarquable à travers ce site n'est d'autre que le système de géolocalisation des différents services labellisés ou certifiés Cap'Handéo.

L'association donne aussi la possibilité aux personnes le désirant, de devenir correspondant Handéo. Ceci est possible simplement en remplissant un formulaire et en le soumettant. En devenant correspondant Handéo, on devient acteur de proximité et intermédiaire de l'entreprise.

Parallèlement à cette fonctionnalité, le site propose également de géolocaliser l'ensemble des correspondants à travers le monde.



Ces différents outils sont ici très pertinents et en adéquation avec le ton et les services proposés par cette association.

On peut aussi voir comme autres fonctionnalités très intéressantes, un moyen d'adapter l'affichage aux personnes malvoyantes. Cette fonctionnalité est en parfaite harmonie avec les valeurs diffusées par cette association et leurs différentes cibles.



5. Découpage et organisation du contenu

Les différentes pages qui composent ce site sont bien découpées et segmentées, de manière à faire ressortir les différents contenus en fonction de leur importance par rapport aux autres.

On peut assez facilement se repérer à travers les nombreuses rubriques. Le contenu textuel et le contenu visuel sont bien harmonisés entre eux, ce qui permet une meilleure lecture du site et garantie une organisation claire et détaillée.

On peut voir ceci en s'intéressant par exemple à la page "Actualités" et en réalisant le zoning de celle-ci.

L'arborescence du site, quant à elle est très simple et synthétique, ce qui contribue aussi à l'organisation de qualités des différents éléments entre eux sur ce site.

The screenshot shows the 'Actualités' (News) section of the Handéo website. At the top, there is a header with the Handéo logo, a search bar, and navigation links for 'Actualités'. Below the header, the word 'CONTENU' is written in bold capital letters. The main content area is titled 'Actualités' and features a large image of a person holding a magazine titled 'Cap'Info'. To the right of the image, the text reads 'Lire le Cap'Info n°33 : dossier spécial Vote et Handicap' and 'Le 07/10/2018'. A blue line connects the 'Actualités' header to the main content area. Below this, there is a grid of news items, each with a thumbnail image, the title 'ÉLÉMENT PRINCIPAL', and a date. Red lines and boxes are overlaid on this grid to show the zoning: a large red rectangle covers the entire grid, and smaller red boxes highlight specific elements like the first news item and the search bar. At the bottom of the page, there is a footer with links to various Handéo services and a newsletter sign-up form. A blue line connects the 'Actualités' header to the footer.

6. Accès et fidélisation

On peut assez facilement avoir accès aux différentes pages que possède l'association sur les réseaux sociaux. Sur la majorité des pages qui composent ce site, on peut trouver des liens vers leurs différents réseaux sociaux. Il est également possible pour les personnes se rendant sur leur site de contacter l'association par mail. Ce site dispose aussi d'un moyen de s'abonner assez facilement à leur newsletter, en entrant son adresse mail dans un formulaire présent dans le footer de la page.

Le chargement des différentes pages s'effectue, aucune page n'est surchargée en terme de contenu ce qui facilite le chargement.

Conclusion :

Ce site permettra en quelque sorte de nous inspirer, en ce qui concerne le lancement et l'élaboration de notre plateforme "Health Community+". Le but étant de se différencier en apportant une certaine valeur ajoutée, avec l'intégration d'un espace communautaire de discussions et d'échange, entre les différents utilisateurs de notre plateforme.

SOLUTIONS TECHNIQUES

Mise en oeuvre du projet base de données

Afin de réaliser notre projet, nous aurons besoin de différents outils. Notre projet Health community+ est un site web responsive comportant une base de donnée, une newsletter, un chat et une cartographie avec un système de géolocalisation.

Pour la programmation de ce site web, nous aurons besoin d'outils tels qu'un éditeur de texte pour écrire le code source du programme comme par exemple Notepad++, Geany, Gedit, etc, qui sont des logiciels gratuits et disponibles sur tous types d'ordinateurs. Le site sera réalisé en plusieurs langages de programmation différents. Une partie sera réalisée en HTML5, langage de base permettant de créer un site internet tout en structurant notre contenu. De plus l'HTML5 est un langage qui peut fonctionner avec un autre langage de programmation que nous allons utiliser : le JavaScript, qui nous sera utile pour animer notre site. Le langage que nous allons surtout utilisé est le PHP (notamment pour créer la chatbox).

Les éléments graphiques tels que les logos ou encore la charte graphique seront réalisés à l'aide des logiciels de la suite Adobe comme Photoshop, Illustrator et InDesign.

SOLUTIONS JURIDIQUES

<https://www.facebook.com/policies/cookies/>

Au moment de l'inscription sur notre site, les personnes devront fournir des informations personnelles les concernant telles que leur nom, prénom, ville de résidence, le ou les handicaps physique qui les concernent ainsi que d'autres informations telles que le numéro de carte vitale, numéro de téléphone, etc..

Garder ces informations signifie que nous devons nous constituer une base de données.

Les bases de données sont protégées au titre du droit d'auteur conformément aux dispositions des articles L.112-3 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Lors de l'inscription sur le site il sera demandé à l'utilisateur de lire les conditions d'utilisation où il sera stipulé que leurs informations personnelles seront stockées dans notre base de données. Dans ces conditions d'utilisation nous demanderons également à l'utilisateur d'accepter les cookies qui permettent de vérifier et sécuriser le compte ainsi que de déterminer les moments où la personne est connectée.

Dans les conditions d'utilisations il sera stipulé que les informations données peuvent être partagées avec les autres utilisateurs et avec des organismes partenaires de santé publique.

PLATEFORME CIBLE

Nous avons décidé de créer un site web adaptable sur mobile, nous voulions que le projet soit accessible facilement car il a pour but d'aider un maximum de personnes.

Pourquoi avoir fait un site plutôt qu'une application?

Nous voulions dans un premier temps avoir un public le plus large possible. Nous voulions pouvoir atteindre également les personnes qui ne possèdent pas de smartphone. De plus nous nous sommes dit que se créer une notoriété aurait été compliqué si nous avions commencé par une application. En effet les personnes à la recherche d'informations ou d'aide vont les chercher en premier lieu sur des moteurs de recherche plutôt que sur l'AppStore ou le Play Store. Si leur recherche correspond aux fonctionnalités de notre site, alors les potentiels utilisateurs trouveront Health community+ et s'inscriront si le site leur plaît.

Afin de pouvoir accéder à notre projet l'utilisateur aura simplement besoin d'un ordinateur, d'un smartphone ou d'une tablette ainsi qu'une connexion Internet.

ARBORESCENCE

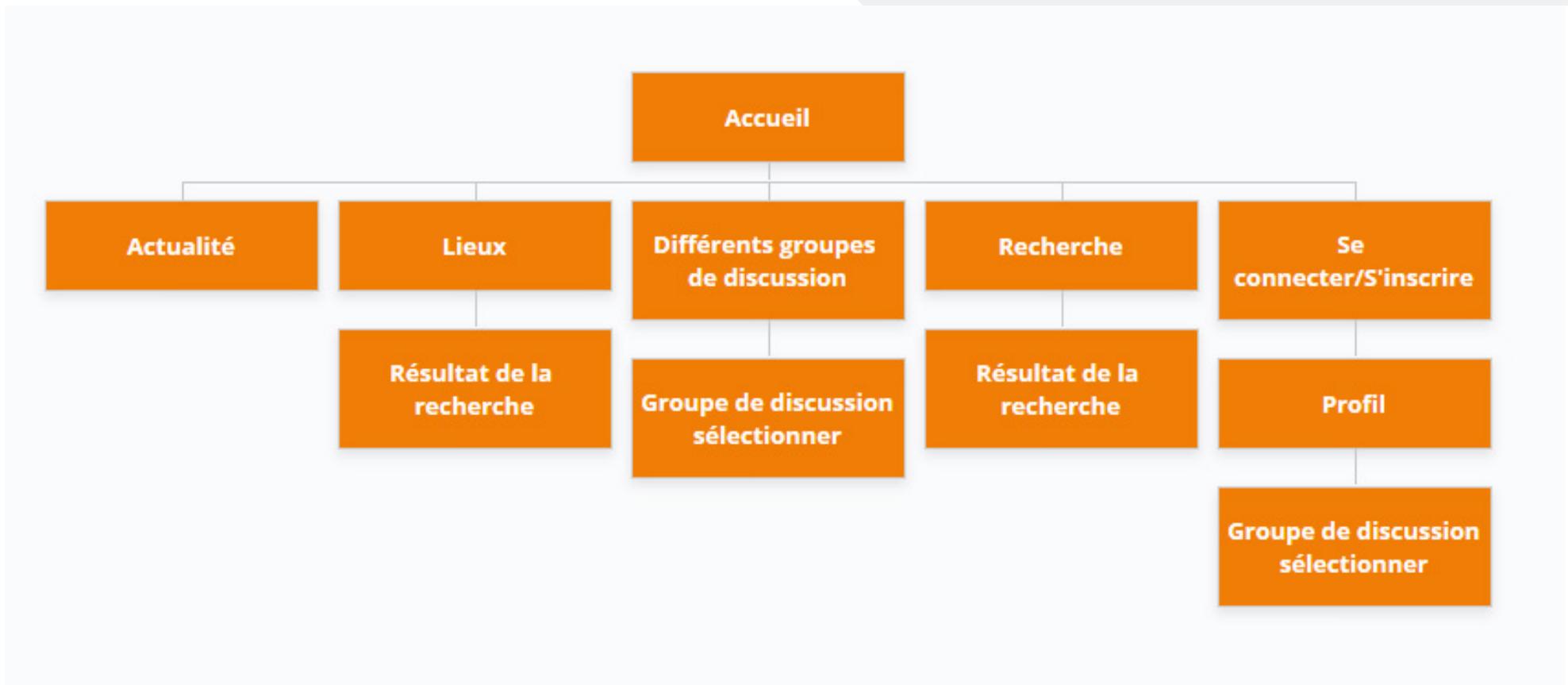
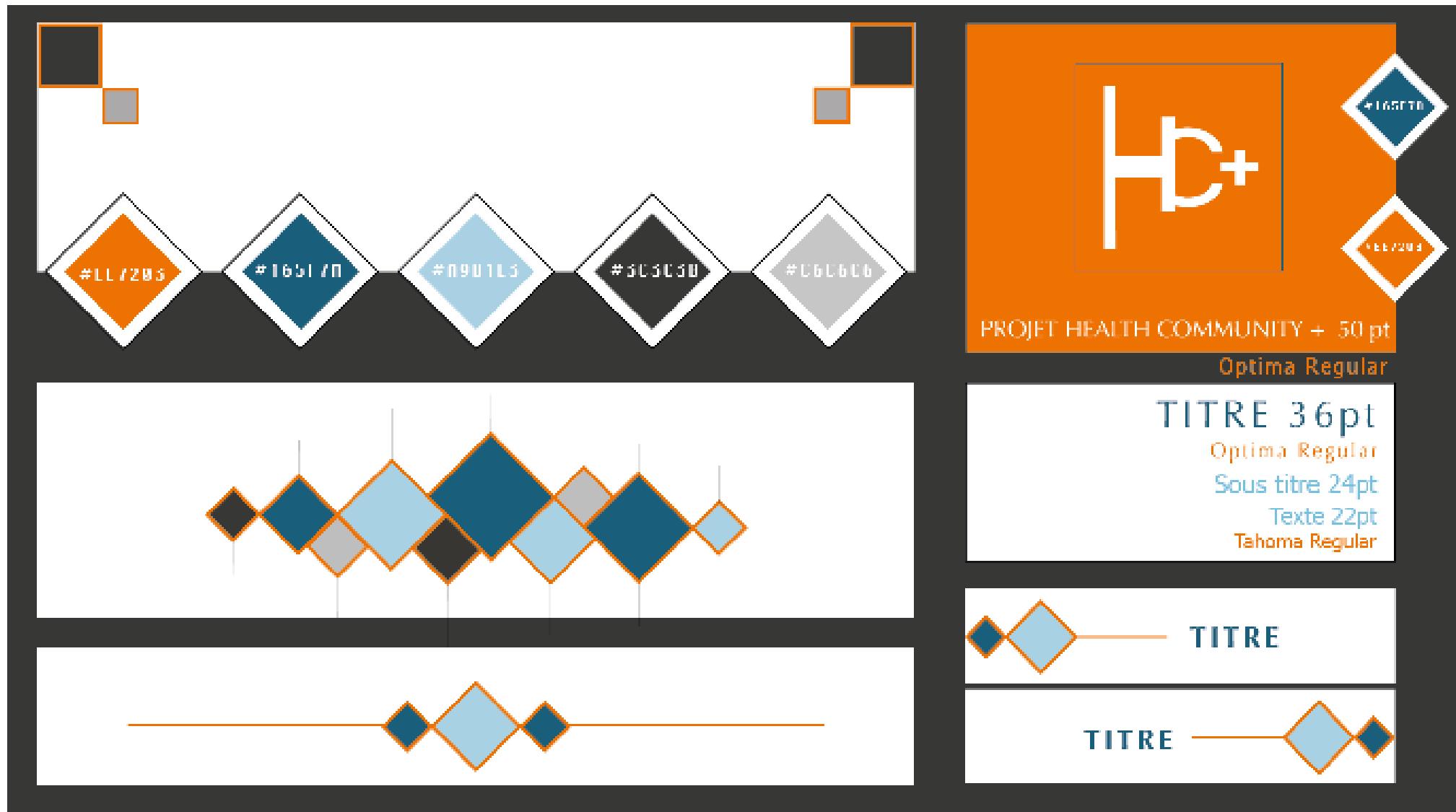


PLANCHE TENDANCE

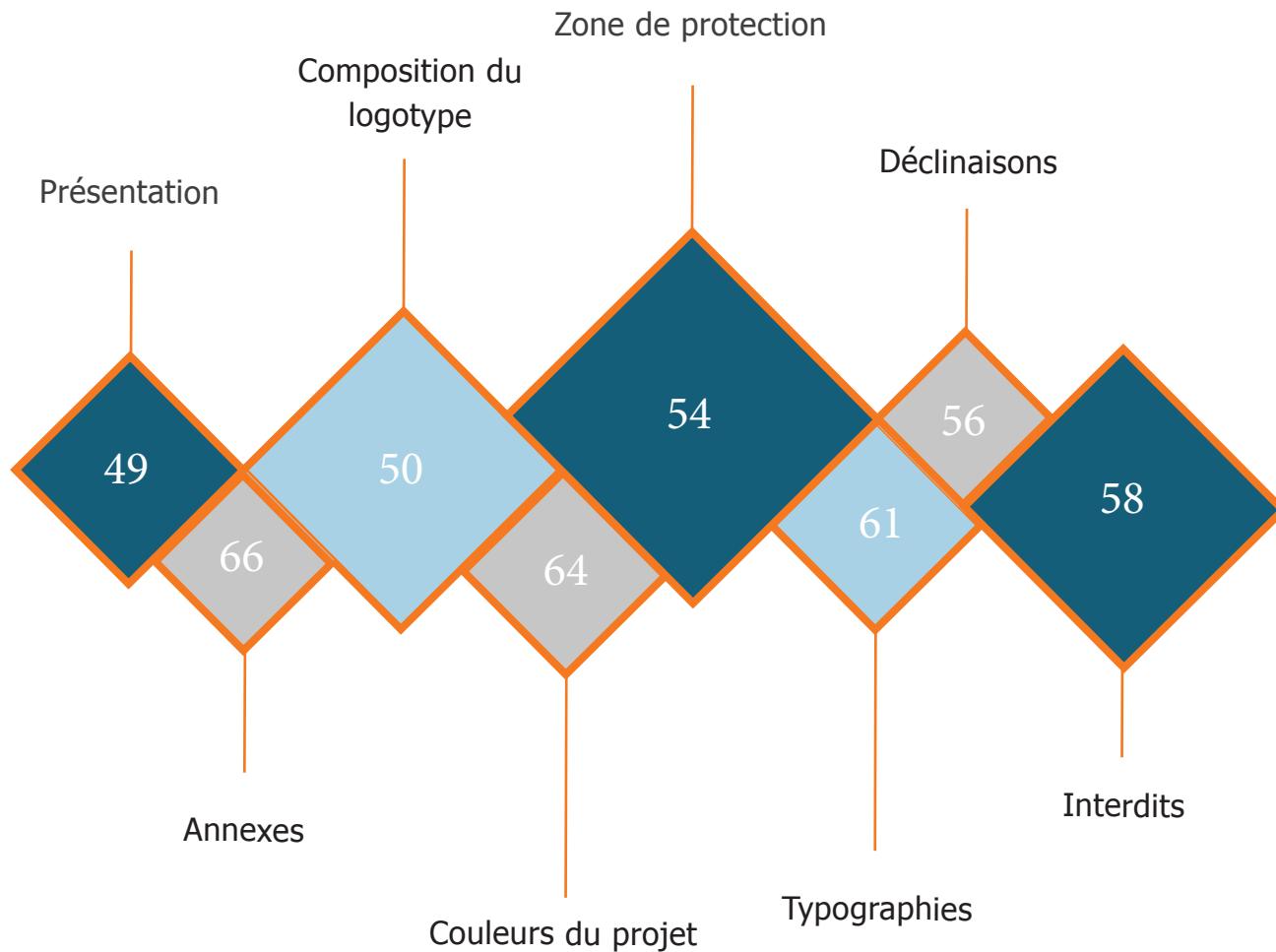


CHARTE GRAPHIQUE



PROJET HEALTH COMMUNITY +

SOMMAIRE

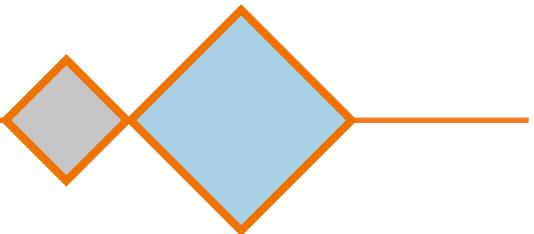


PRÉSENTATION

PROJET HEALTH COMMUNITY +

Notre Projet Health Community+ a pour vocation de devenir une plateforme incontournable pour les personnes touchées personnellement ou professionnellement par le handicap. Elle regroupera des informations sur les lieux accessibles et adaptés à un handicap x ainsi que sur les avancées médicales et technologiques. Aussi, elle permettra la mise en relation des différents utilisateurs de la plateforme (professionnels, personnes atteintes de handicap, proches ...etc).



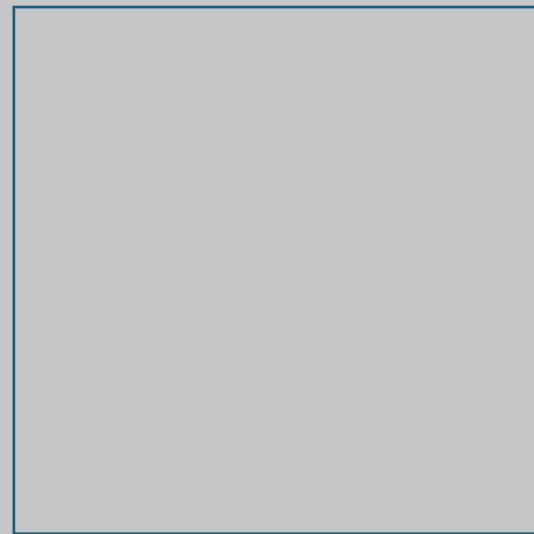


COMPOSITION DU LOGOTYPE



Les initiales « HC + » du projet sont toujours en blanc de dimension 56 mm sur 56 mm*.

Elles peuvent être sur 3 couleurs de fond strictement : orange, bleu foncé ou gris.



Un carré fond transparent de 70 mm sur 70 mm*, et au contour de 1pt doit encadrer le monogramme.

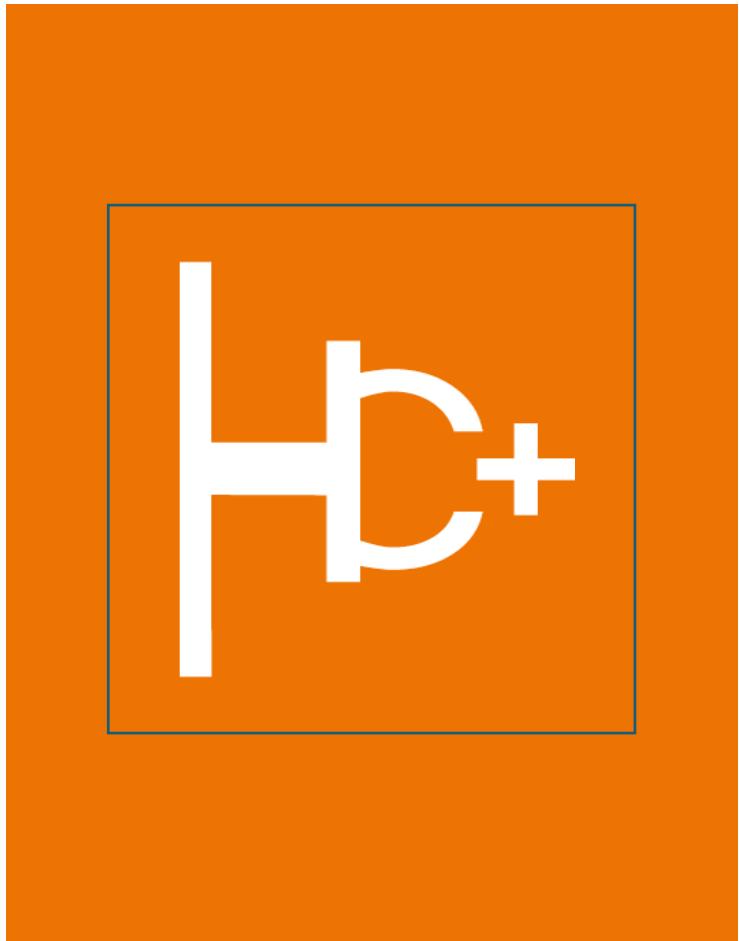
Son contour peut être soit gris soit bleu foncé.
Le cadre est gris sur fond bleu foncé et bleu foncé quand le fond est soit gris



Le fond est un carré de 80 mm sur 80 mm*, soit avec un espace de 8 mm tout autour du cadre.

Il peut être de 3 couleurs différentes : généralement orange, sinon bleu foncé ou gris, sans contour.

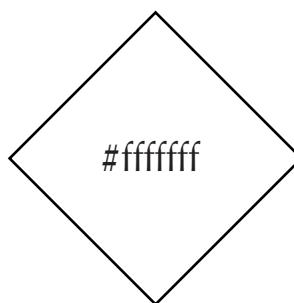
* dimensions pour ce cas-ci.



C	0	R	238
M	65	V	114
J	100	B	3
N	0		



C	89	R	21
M	50	V	44
J	34	B	121
N	20		

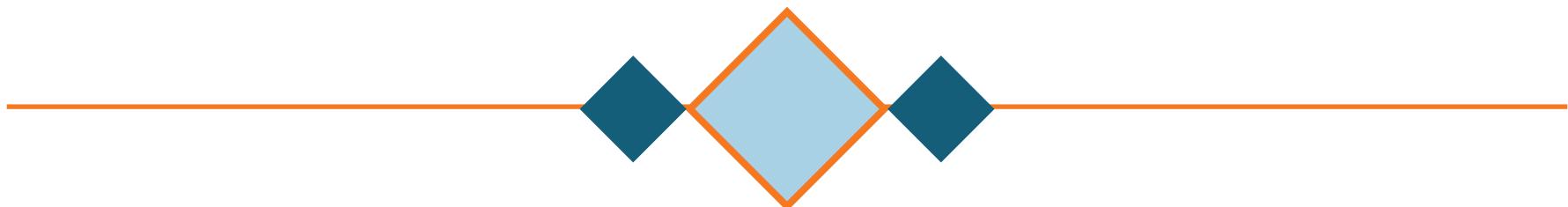


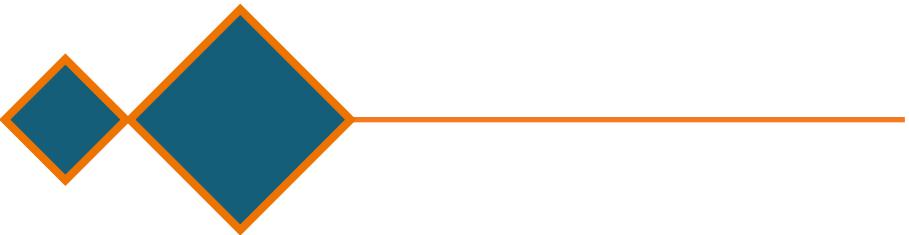
C	0	R	255
M	0	V	255
J	0	B	255
N	0		

ANALYSE

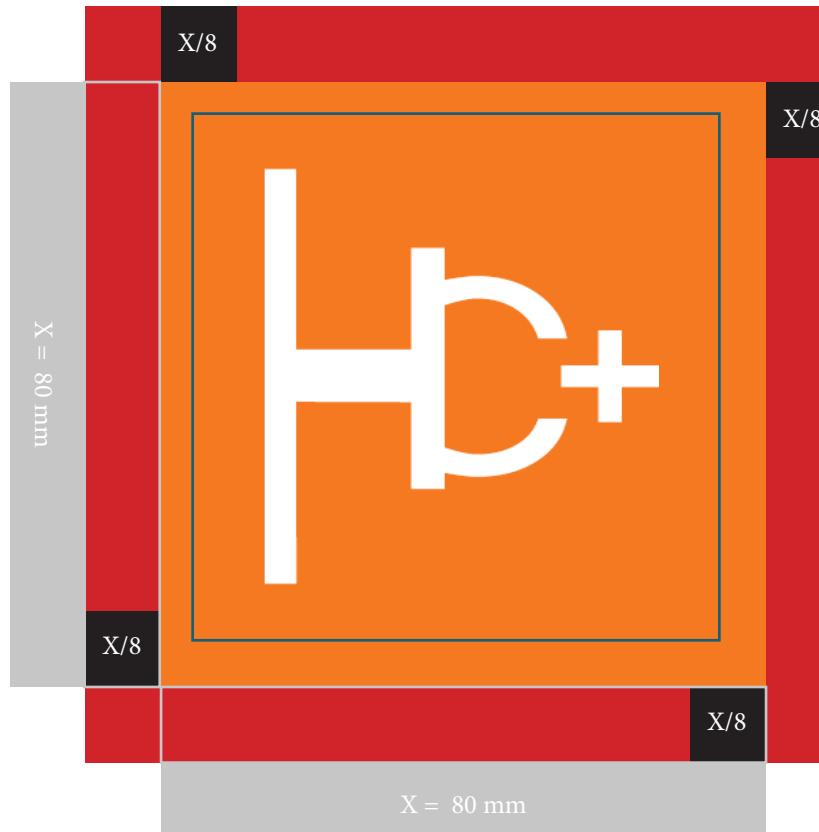
LOGO HEALTH COMMUNITY+

Le logo du projet Health Community+ est un monogramme reprenant les initiales du projet « HC+ » en blanc sur fond orange et encadré d'un bleu foncé. Ces 3 couleurs portent sens et représentent les valeurs et ambitions du projet. La couleur orange, pour la vitalité et la force, a pour but de montrer notre volonté de transmettre et de partager de la joie, du plaisir et de l'optimisme. Sur ce fond, le blanc du logo brille. Il met en avant notre franchise et rappelle le domaine touché par le projet : le domaine médicale. Enfin, le bleu foncé dégage la confiance, la vérité, et la sécurité. Ce cadre est ce qui donne la structure et du sens au logo, pour ainsi dire il est le représentant de nos valeurs les plus importantes.





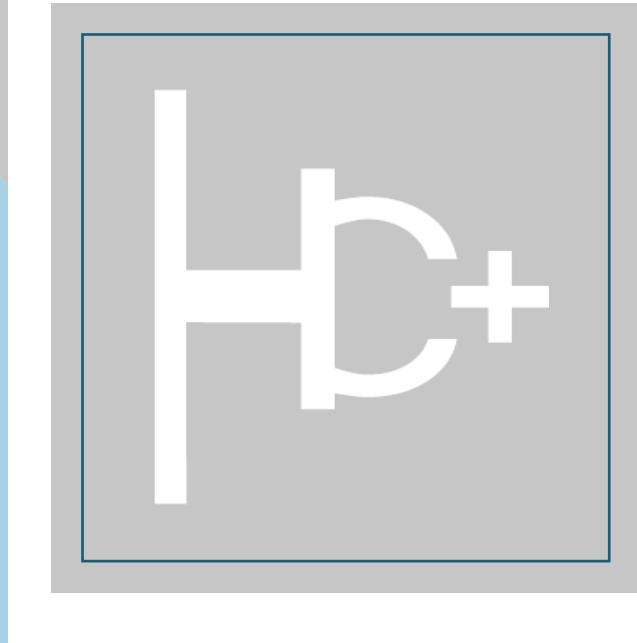
ZONE DE PROTECTION



AUCUN TEXTE OU IMAGES NE DOIVENT EMPIÉTER SUR LA ZONE DE PROTECTION DU LOGO.



DÉCLINAISONS

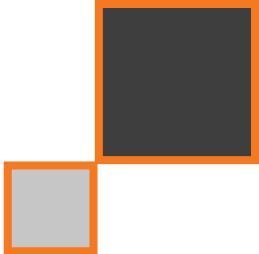
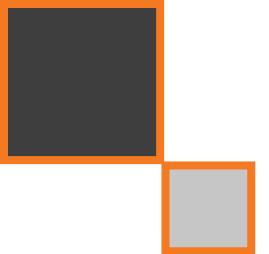


Fond gris clair et cadre bleu foncé :
Ce logo est une déclinaison pour des produits dérivés tels que des t-shirts ou des tasses.

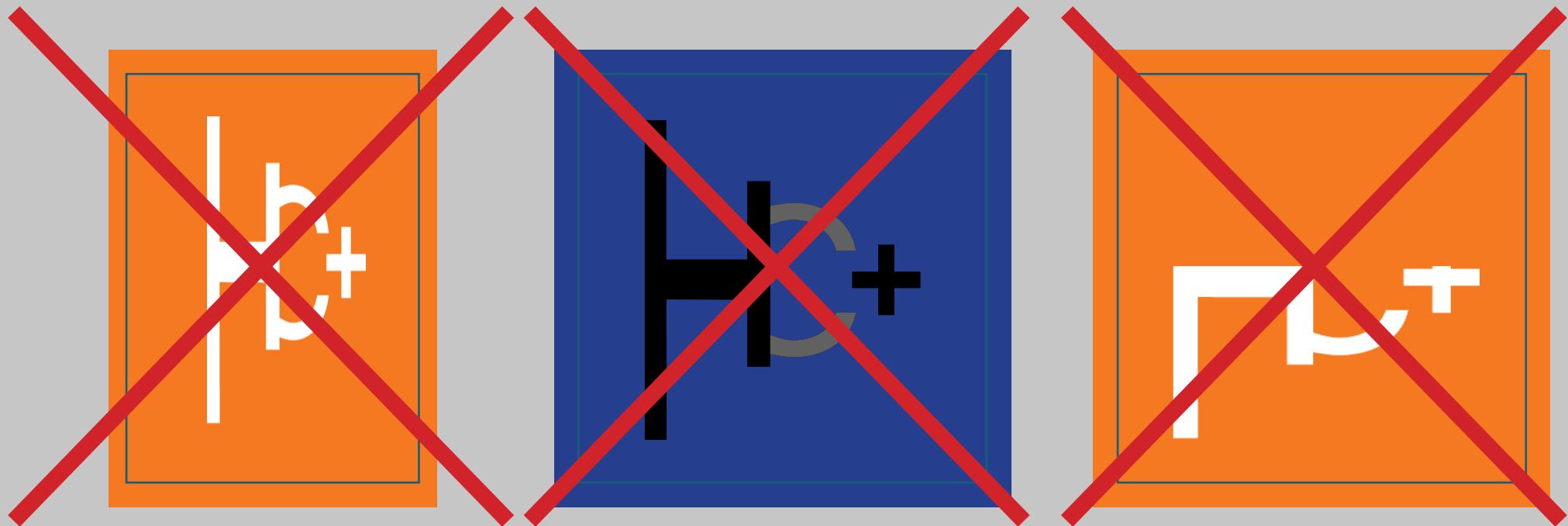


Fond bleu foncé et cadre gris clair :
Ce logo est une version sobre du logo initial qui sert pour les produits médicaux ou autres éléments professionnels.

Dans les deux cas, il peut y avoir écrit «Health Community+» avec la typographie «Optima Regular» en dessous du logo, tant que la zone de protection est respectée.



INTERDITS

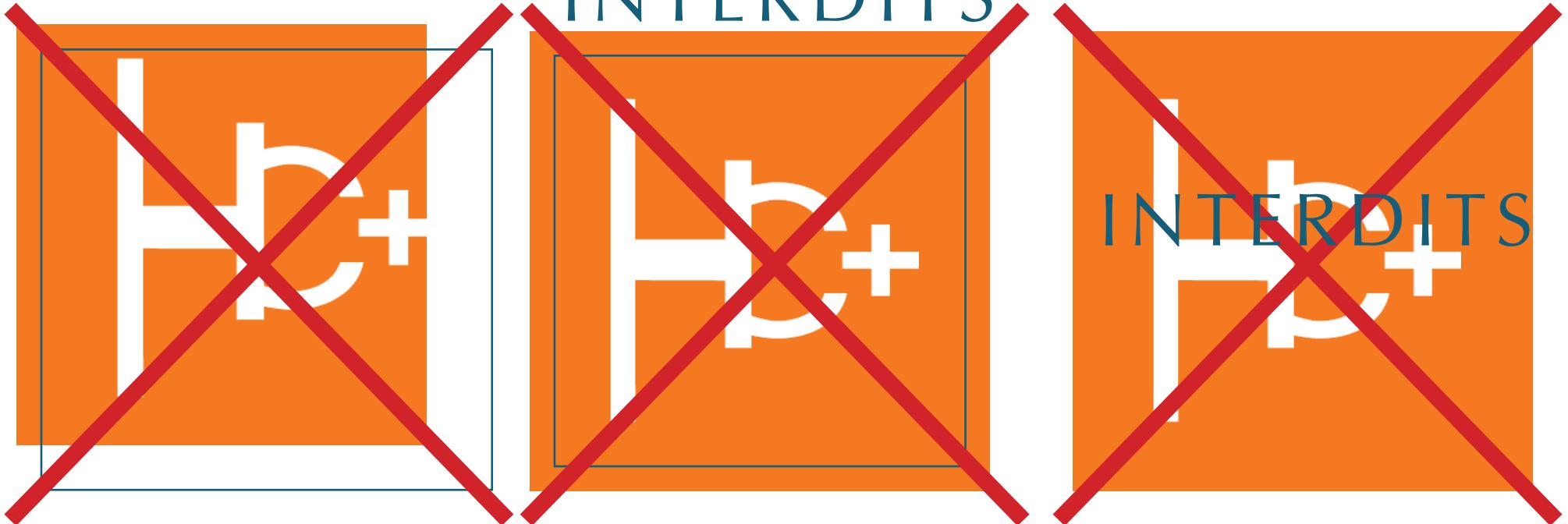


Ne pas déformer

Ne pas changer les couleurs
sans que ce soit des couleurs
autorisées par la charte

Ne pas couper le logo

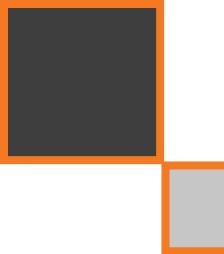
INTERDITS



Ne pas modifier
le placement de
chaque élément

Respecter les zones de
protection

Ne pas mettre de texte sur le
logo



TYPOGRAPHIE

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Tahoma Regular

Utilisée pour les sous - titres en bleu clair et le texte strictement en gris

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Tahoma Bold

Utilisée pour les éléments importants ou à mettre en avant (ex : nom de famille, postes, problématiques, annexe ...etc).

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Optima Regular

Utilisée pour les titres en bleu foncé et nombres en blanc sur fond coloré ou en gris foncé sur fond blanc sauf pour

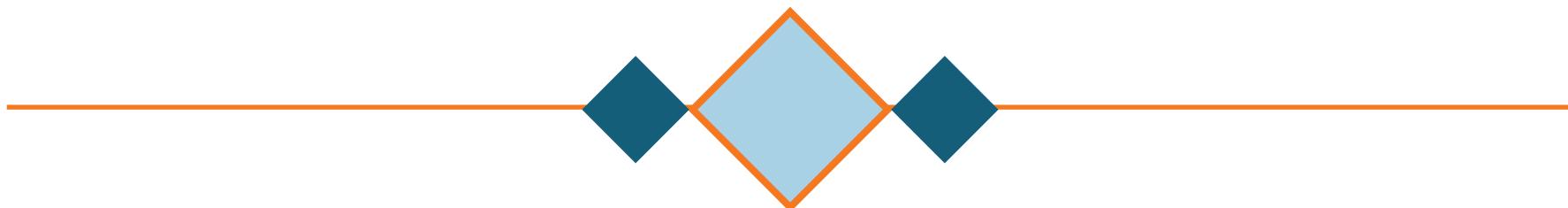
Règles d'utilisations

Typographies

Les typographies choisies sont fines, simples et claires. La tahoma est la typographie phare de l'agence OSP, tandis que l'optima et le tahoma gras sont propre au projet Health Community+.

Le **corps des typographies** doit être dimensionner entre 12 pt et 100 pt pour un format A4 format paysage.

Pour les **couleurs**, il est strictement interdits d'utiliser le orange pour les typographies, et le blanc doit être utilisé seulement sur fond coloré hormis le fond gris clair pour lequel on utilisera la couleur gris foncé. Par ailleurs, si le fond est orange la typographie est obligatoirement en blanc.





COULEURS DU PROJET

Fond
Contour
Formes
Logo

page entière
décoration graphique
sous - titres
fond

#ed7102

C	0	R	238
M	65	V	114
J	100	B	3
N	0		

Fond
Formes
Typographies
Logo

page entière
décorations graphiques
sous - titres
cadre et fond

#c6c6c6

C	26	R	198
M	19	V	198
J	20	B	198
N	2		

Fond
Contour
Formes
Typographies

page entière
décorations graphiques
décorations graphiques
sous - titres

#a8d1e5

C	38	R	168
M	7	V	209
J	8	B	229
N	0		

Contour
Formes
Typographies
Logo

décorations graphiques
décorations graphiques
titres
cadre et fond

#155e79

C	89	R	21
M	50	V	94
J	34	B	121
N	20		

Contour
Formes
Typographies

décorations graphiques
sous - titres
texte

#3c3c3b

C	0	R	60
M	0	V	60
J	0	B	59
N	90		

ANNEXE

LA MISE EN PAGE :



Cas a : 4 bandes de couleurs

Pour les éléments répétitifs.

Typographies strictement en blanc ou rajout d'un fond balnc en accord avec la forme du corps sur la page



Cas b : centré

Pour les analyses, règles ou définitions.

Le texte est centré, de couleur gris foncé. Le titre est bleu foncé et le sous - titre bleu clair

La décoration graphique est dans l'alignement du texte, titre et sous - titre.



Cas c : fond coloré

Pour le parties à part ou les pages avec peu d'éléments textuels.

Peut-être de toutes les couleurs données dans la charte



Cas d : page à titre

En contient que les éléments suivant : décoration graphiques et titre.

La couleur du losange bleu change selon la couleur attribué à la partie dans le sommaire.

MESURES CAS a

Texte entre 18 pt et 36 pt

LES PAVÉS DE TEXTE SEULS SUR UNE PAGE SONT CENTRÉS D'UNE LARGEUR DE 243 mm.

LES BANDES NE DOIVENT PAS ÊTRE MODIFIÉES

RESPECTER LE Y = 208, 75 mm POUR SAVOIR LA FAÇON DE PLACER LA PIÈCE

NE JAMAIS UTILISÉ DE TYPOGRAPHIES COLORÉES DIRECTEMENT SUR LA PIÈCE

MESURES CAS b

hauteur : 18,75 mm

distance entre le sous - titre et le texte

hauteur : 12,377 mm

distance entre le sous - titre et le texte

TITRE

SOUS - titre

hauteur : 5 mm

distance entre le titre et le texte

**longueur : 31,3 mm
hauteur : 32,917 mm**

*

**longueur : 31,3 mm
hauteur : 32,917 mm**

*dimension minimale pour l'espace entre les bords de page et le texte central

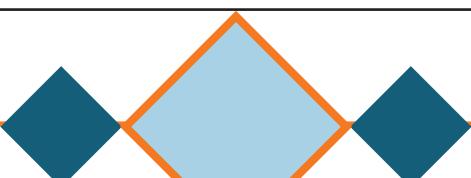
TEXTE

hauteur : 9,95 mm

hauteur du nombre
le croisement du haut et
du bas donne l'ampliement du bas droit du nombre

hauteur : 2,6 mm

distance entre la décoration graphique et le bas



hauteur : 14,995 mm
distance entre le texte et la décoration graphique

hauteur : 9,95 mm
bas de page

de la page

hauteur : 3,302 mm
bas du nombre

X

MESURES CAS c

**longueur : 23,847 mm
hauteur : 32,917 mm**

*

**longueur : 23,847 mm
hauteur : 32,917 mm**

*dimension minimale pour l'espace entre les bords de page et le texte central

**longueur : 23,847 mm
hauteur : 32,917 mm**

*

LE RESTE DE LA PAGE DE CAS C EST LIBRE (TOUT EN RESPECANT LA CHARTE PRÉ-ÉTABLIE)

**longueur : 21, 039 mm
hauteur : 21, 706 mm**

**longueur : 13, 015 mm
hauteur : 13, 695 mm**

dimension nécessaire pour placer la pagination

MESURES CAS d

longueur : 21 , 706 mm
hauteur : 21 , 706 mm

dimension de la décoration graphique de droite

longueur : 12,405 mm
hauteur : 12,405 mm

dimension de la décoration graphique de gauche

longueur : 21,706 mm
hauteur : 21,706 mm

dimension de la décoration graphique de droite

longueur : 12,405 mm
hauteur : 12,405 mm

dimension de la décoration graphique de gauche

IL N'Y A RIEN DE PLUS

longueur : 12 , 405 mm
hauteur : 12 , 405 mm

dimension de la décoration graphique de gauche

longueur : 21 , 706 mm
hauteur : 21 , 706 mm

dimension de la décoration graphique de droite

longueur : 12 , 347 mm

*distance entre le titre est le trait orange

ici, longueur : 161 , 045 mm

facteur variable

I : 12 , 347 mm

*

COULEURS DU PROJET

longueur : 297 mm
hauteur : 21 , 706 mm

distance entre le bas de la page et les décorations graphiques de gauche

LOGO :

On partait sur un logo intégralement écrit, mais afin d'avoir un logo simple et efficace on a repris le H de «Health», le «C» de community et le «+» afin de faire un **monogramme**.

De ce fait, il peut être un logo qui se place n'importe où (feuille administrative, publicité, goodies ...etc).



AFFECTATION DES TÂCHES

Tâches	Description	Responsable(s)
Création d'un suivi d'activités	Mise en place d'un tableau permettant de dater les tâches que chaque membre de l'équipe a effectué.	Chef de projet
Planning GANTT	Mise en place d'un diagramme de GANTT qui permet au groupe de rester dans les temps.	Chef de projet
Comptes-rendus réguliers	Rédaction d'une synthèse du travail effectué par le groupe chaque mois.	Chef de projet
Compte rendu à notre tuteur tous les 15 jours	Petite réunion avec notre tuteur, mise au point.	Chef de projet
Réflexions, recherches, et démarches de groupe	Travail de réflexion et de recherche.	Équipe entière
Réflexion sur le choix du sujet	Définition d'une problématique.	Équipe entière
Contextualisation et délimitations du projet	Réflexion sur les limites et restrictions du sujet.	Équipe entière
Rédaction du pitch	Rédaction d'un premier jet concernant le scénario de notre sujet.	Équipe entière
Répartition des tâches aux membres du groupe	Découpage du travail et définition des rôles.	Équipe entière
Réflexion sur les supports utilisés	Réflexion sur les éléments visuels pour nos campagnes de communication.	Équipe entière
Appeler et démarcher différents organismes liés à notre projet	Appels, mails, visites à différents organismes relatifs à la santé	Équipe entière
Elaboration et diffusion de l'enquête cible	Création d'une enquête cible en rapport avec notre projet, diffusion	Chef de projet Communicant (Marie Pichot)
Analyse de l'enquête cible	Récolte des résultats de l'enquête cible, analyse des réponses et conclusion	Communicant (Marie Pichot)

Création du logo de l'agence	Réflexion et création numérique du logo de l'agence.	Communicant (Marie Pichot) Graphiste
Elaboration de la charte graphique de l'agence	Réflexion et création numérique de la charte graphique de l'agence.	Communicant (Marie Pichot) Graphiste
Elaboration du cahier des charges	Réflexion et rédaction du cahier des charges.	Chef de projet Communicants
Elaboration du logo du projet	Réflexion et création numérique du logo du projet.	Graphiste
Elaboration de la charte graphique du projet	Réflexion et création numérique de la charte graphique du projet.	Graphiste
Elaboration du dossier de recommandations	Réflexion et rédaction du cahier de recommandation.	Chef de projet Communicants
Réalisation d'un teaser de présentation d'agence	Faire un montage vidéo associant vidéo et motion design pour présenter notre agence.	Équipe entière
Création des éléments visuels pour l'agence et pour le projet	Réflexion et création d'éléments visuels.	Graphiste Communicant (Marie Pichot)

Site de l'agence		
Gabarits/Maquettes	Dessins et réalisation numérique des différents gabarits et maquettes du site de l'agence	Développeurs
Arborescence	Création de l'arborescence finale du site de l'agence	Développeurs Communicant (Nathan <u>Makouiza</u>)
Elaboration des différentes pages + style	Codage du site de l'agence, apport de style au site	Développeurs
Ajout du contenu	Rédaction et ajout des différents textes et images du site	Développeurs
Mise en place de la newsletter	Réflexion et réalisation de la newsletter	Développeurs
Site du projet		
Gabarits/Maquettes	Dessins et réalisation numérique des différents gabarits et maquettes du projet final	Développeurs
Arborescence	Création de l'arborescence finale du projet final	Développeurs
Création du site (codage + style + contenu)	Travail final apporté au projet de site, codage du site, apporter du style et du dynamisme, ajout de contenu	Développeurs



G

A

N

T

T

CONVENTION DE NOMMAGE DES DOSSIERS ET DES FICHIERS :

Tout d'abord, pour organiser notre projet et son avancée, nous avons décidé de regrouper tous nos documents dans un espace de partage en ligne (Google Drive), pour que chacun des membres du groupe puisse y avoir accès depuis n'importe quel appareil et n'importe quand.

Pour notre projet, nous avons regroupé tous nos fichiers et sous-dossiers dans un gros dossier nommé "Projet Tuteuré". Dans celui-ci nous retrouvons 9 sous-dossiers différents.

Dossiers	Nom
 Agence OSP	
 Compte-rendus	
 Méthodologie	
 Programmation	
 Projet HC+	
 Sources	
 Soutenances	
 Tâches et planning	

Le dossier “**Tâches et planning**” comporte le diagramme de Gantt en extension Excel (.xlsx) pour que les membres du groupe puisse s'y référer afin de savoir quelles tâches ils ont à réaliser en fonction du temps restant. On y retrouve également un fichier texte appelé “Tâches” dans lequel chaque membres indique les tâches qu'il a réalisé, avec la date de début et la date de fin, pour que nous puissions avoir une idée du respect du diagramme de Gantt préétabli.

Le dossier “**Soutenances**” comporte les présentations en format PowerPoint (.ppt) et PDF (.pdf) pour préparer les passages à l'oral des soutenances.

Le dossier “**Méthodologie**” regroupe les cours, nos notes, les documents d'aide et de direction fournis par les professeurs, et tous les documents qui nous aideront à mener à bien notre projet. Ils sont soit en fichier texte (.docx) soit en PDF (.pdf).

Le dossier “**Sources**” est composé de deux dossiers texte (.docx). Le premier regroupe les sites web et se nomme “Webographie”, l'autre regroupe les ouvrages et se nomme “Bibliographie”.

Le dossier “**Compte-rendus**” possède des fichiers texte (.docx) et PDF (.pdf). C'est fichiers sont nommés selon le mois à la fin duquel il faut envoyer le compte-rendu. Par exemple pour le mois de novembre, on retrouvera un fichier “Compte-rendu régulier novembre 2018.docx” et un fichier “Compte-rendu régulier novembre 2018.pdf”.
g .jpg), le dossier /css contient les fichiers (.css) pour le style des pages, et le dossier /js contient les scripts JavaScript incorporés aux pages HTML.

Le dossier “**Agence OSP**” contient un sous-dossier “Cahier des charges” qui comporte le cahier des charges en extension InDesign (.indd) et PDF (.pdf), un dossier “Design” qui comporte tous les éléments visuels relatifs au cahier des charges (moodboard, logos, maquettes, gabarits) ainsi que la charte graphique de l’agence (.indd .pdf). On retrouve également dans “Agence OSP” un dossier “Images” qui comporte toutes nos images en format JPEG ou PNG (.jpg .png), ainsi qu’un dossier “Film” dans lequel nous trouvons le film de présentation d’agence en format d’enregistrement Premiere Pro et en format MP4 (.mp4) après exportation, avec un sous-dossier “Medias” qui comportera à son tour les sous-dossiers “Rushs”, “Sons” et “Animations”.

Le dossier “**Projet HC+**” contient un sous-dossier “Cahier de recommandations”, un sous-dossier “Design” et un dossier “Images” qui comporte toutes nos images en format JPEG ou PNG (.jpg .png). “Cahier de recommandations” comporte le cahier de recommandations en extension InDesign (.indd) et PDF (.pdf), ainsi que des fichiers en .docx pour chaque partie rédigée du cahier de recommandations (exemple: benchmark.docx). La rédaction finale est écrite dans un fichier texte (.docx) que l’on met en page sur InDesign.

Le dossier “**Programmation**” est divisé en deux sous-dossiers “HC+” et “OSP”. Dans chaque dossier, la hiérarchie se présente de la manière suivante :

Les fichiers HTML et PHP (.html .php)
/img
/css
/js

Noter que : “/” représente un sous-dossier, le dossier /img contient les images utilisées dans le site en PNG ou JPEG (.pn

Conclusion :

Pour résumer, Heath Community+ est un site web adaptable sur mobile qui a été créé dans le but d'aider les personnes en situation de handicap physique.

Ces personnes trouveront sur notre site des solutions pour faciliter leur quotidien (comme des structures adaptées à leur handicap), mais également un espace de discussion où les personnes pourront trouver du soutien.

Pour mener à bien ce projet nous avons étudié la concurrence, mis en place une campagne de communication puis trouver des solutions techniques et juridiques pour mener à bien sa réalisation.

ANNEXES

WEBOGRAPHIE ET BIBLIOGRAPHIE :

<https://www.seton.fr/infographie-handicap-france.html>

Chiffres : handicaps en France

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

Analyse concurrentielle : site association "Comme les autres"

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

Analyse concurrentielle : site "Union Nationale de l'Aide, des Soins et des Services aux Domiciles"

http://invs.santepubliquefrance.fr/publications/etat_sante_2017/ESP2017_Ouvrage_complet_vdef.pdf

Bases de données :

<https://www.cnil.fr/fr/principes-cles/rgpd-se-preparer-en-6-etapes>

GLOSSAIRE :

HTML5 : Le HTML5 est un langage de base pour la création de site internet, il sert à structurer votre site. D'autres langages peuvent s'ajouter lors de la conception, mais tous les sites web contiennent du HTML.

JavaScript : Le JavaScript est un langage informatique utilisé sur les pages web. Ce langage à la particularité de s'activer sur le poste client, en d'autres mots c'est votre ordinateur qui va recevoir le code et qui devra l'exécuter.

Footer : Un footer ou pied de page désigne la partie basse d'une page web qu'on retrouve en général sur toutes les pages d'un site web.

Storyboard : Un storyboard est une représentation visuelle de ce que sera un spot ou une vidéo et qui prend la forme de différents croquis accompagnés éventuellement de bulles de dialogues et de notes concernant les plans et différents éléments d'accompagnement.