



CAHIER DES CHARGES

Project Ste@kCyber



Sommaire

SERVICES.....	3
CONTEXTE.....	3
INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES.....	3
OBJECTIFS.....	4
CLIENTS CIBLES.....	4
ANALYSE MARKETING DU SITE.....	5
UX / UI DESIGN.....	6
MAQUETTAGE.....	8
Deux versions ont été proposés :.....	8
La version finale finale adoptée est la suivante :.....	8
ENONCE DES BESOINS.....	9
LIVRABLES ATTENDUS.....	9



SERVICES

Vous nous avez contacté à des fins de conseil, de réalisation et d'expertise pour la réalisation d'un site web pour votre commerce. Les services demandés sont :

- La réalisation d'un cahier des charges
- Création d'un devis

CONTEXTE

L'entreprise [Ste@kCyber](#) est une entreprise déployée sur le territoire gersois depuis 2022. Elle élève plus de 250 vaches, toutes nomées « Mégane » en clin d'œil à la zone où ils se sont installés qui était précédemment un garage Renault qui réparait majoritairement des voitures du groupe du type Mégane. Elle s'occupe du cycle entier de la vie de leur vache de manière éthique et responsable, de la reproduction à la préparation des carcasses, disposants de leur propre abattoir agréementé ainsi qu'un laboratoire de boucherie jusqu'à leur boutique dans laquelle ils vendent leur viande en circuit court, de manière locale.

L'importance est donc mise sur : -Le respect des animaux -Le suivi et la transparence de l'élevage -Le circuit court et la fraîcheur des produits -La vente directe

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Entreprise [Ste@kCyber](#) Située à Sembouès, GERS, 32230

SARL de 4 employés : PDG : [M@x1me](#) (gère la boîte et décisionnaire) [Maitre de ferme / maitre : Th0m@s](#) [Maitre boucher/maitre financier : w1lfr1ed](#) [Maitre connecter/maitre vendeur : v1ct0r](#)



OBJECTIFS

L'entreprise a pour but de créer une présence en ligne et ce en proposant un système révolutionnaire de « streaming » de leur bêtes afin de promouvoir la proximité avec le client, la transparence et l'éthique. La création du site veut booster leur chiffre d'affaire en leur permettant d'étendre leur marché à des clients ne connaissant pas encore leurs services à cause de leur publicité en local limitée, à chercher de potentiels clients habitants plus loin que leur municipalité d'origine et de peut-être toucher un public plus jeune par le biais d'un tel support numérique.

CLIENTS CIBLES

Le site ciblerait en priorité des personnes Végétariennes, Végans et amateurs de viande.

Portefeuille visé :



Julien



Âge

35 ans

Niveau d'études

bac+2

Réseaux sociaux



Saisissez un texte

- Julien aime le jardinage, les balades en nature. Participe souvent à des événements locaux comme les marchés fermiers ou les foires gastronomiques. Intéressé par le bricolage et la rénovation.

Saisissez un texte

- Julien utilise régulièrement internet pour faire ses courses, comparer les prix et lire des avis. Très actif sur les réseaux sociaux, il privilégie les sites simples, fiables et bien référencés.

Saisissez un texte

- Passionné par la cuisine faite maison, les barbecues entre amis et les produits du terroir. Aime découvrir de nouvelles recettes, souvent inspirées par la tradition ou la gastronomie régionale. Il privilégie la qualité à la quantité, il recherche des produits locaux, traçables et issus d'une agriculture respectueuse. Mange de la viande plusieurs fois par semaine.



ANALYSE MARKETING DU SITE

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">- Traçabilité totale de l'animal (confiance et transparence)- Lien émotionnel fort avec l'éleveur et l'animal- Positionnement éthique et local- Concept original et différenciant (storytelling)- Préfinancement partiel pour les éleveurs	<ul style="list-style-type: none">- Délai entre parrainage et « livraison »- Risque d'attachement émotionnel difficile à gérer- Logistique complexe (tracking, découpe, achat)- Coût de développement élevé- Marché restreint (niche engagée)
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">- Tendance forte vers une consommation responsable et locale- Partenariats avec des éleveurs locaux- Sensibilisation du grand public (éducation, transparence)- Personnalisation de l'expérience client- Extension du modèle à d'autres produits (porc, poulet, fromage, etc.)	<ul style="list-style-type: none">- Risque d'indignation éthique ou de bad buzz- Concurrence des circuits courts traditionnels (AMAP, boucheries)- Règlementations sanitaires contraignantes- Défaillances logistiques ou techniques- Instabilité des coûts agricoles



UX / UI DESIGN

Les différents médias qui pourront apparaître sur le site sera fournis par l'entreprise.

Le logo de l'entreprise :

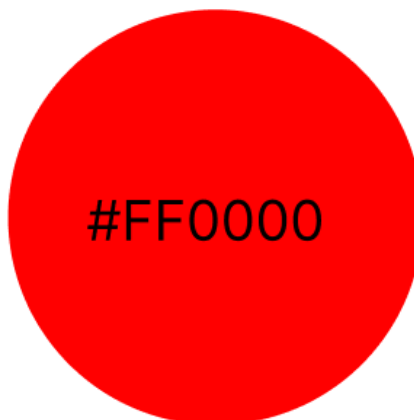


Palette de couleurs :

Une palette de trois couleurs à été choisie, une couleur dite chartreuse, une rouge et une jaune delavée, après plusieurs propositions l'accord a été trouvé pour la palette suivante :



#7FFF00



#FF0000



#F1DB4A



Polices choisies :

Londrina Solid (bold400/900 :google font)

**Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore et dolore
magna aliqua.**

pp neue monreal

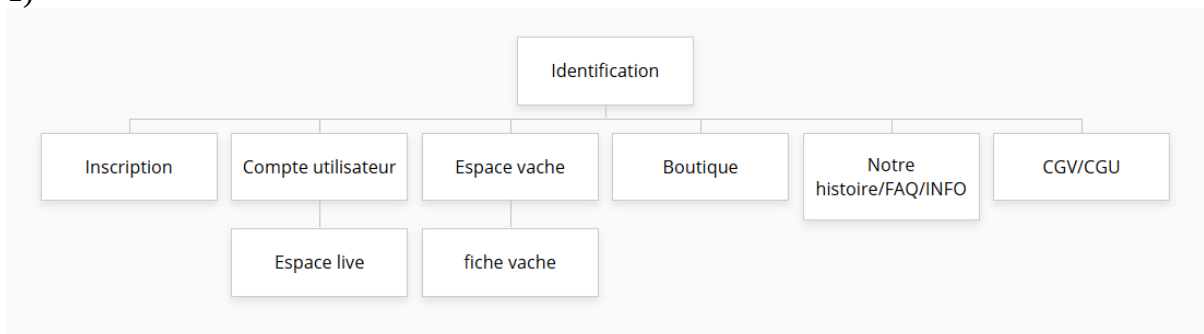
Sed ut perspiciatis unde omnis
iste natus error sit voluptatem.
PP Neue Montreal



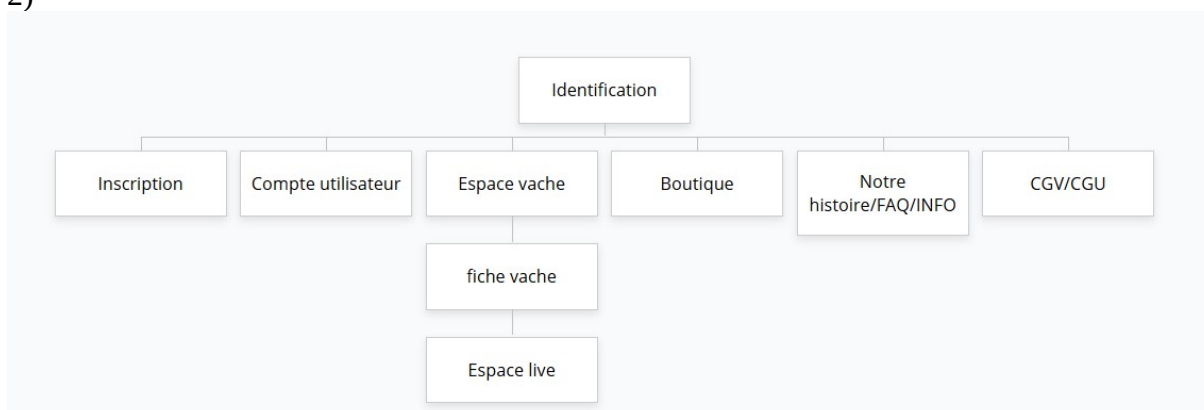
MAQUETTAGE

Deux versions ont été proposés :

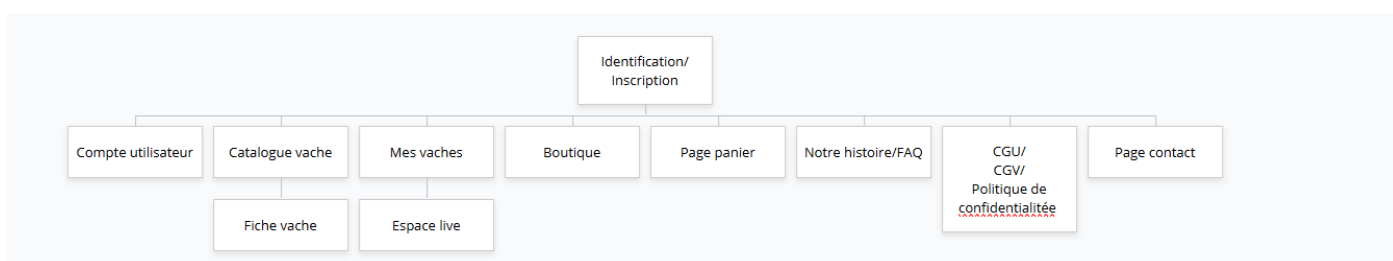
1)



2)



La version finale finale adoptée est la suivante :





ENONCE DES BESOINS

- Gestion des utilisateurs – Gestion des produits disponibles – Gestion du catalogue des vaches – Diffusion en direct des champs (Qualité 4K exigée)
- Gestion des paiements en carte bancaire, hypothèque, crypto-monnaies
- Notification/newsletter pour les nouveautés/naissances, opportunités

LIVRABLES ATTENDUS

NOM	DATE ATTENDUE	IMPORTANCE
Cahier des charges	01/07/2025	***
DEVIS	01/07/2025	***
SQUELETTE DU FRONT-END	18/07/2025	***
FRONT-END	13/09/2025	***
BASE DE DONNEE	13/09/2025	***
BACK-END	28/09/2025	***
DOCUMENTATION SITE	30/09/2025	**
HEBERGEMENT	28/09/2025	***
PLAN DE MAINTENANCE	10/10/2025	**



Team générique de web dev

FAIT PAR:

-EMILIE DERIEN
-STEVEN RAISON
-LISA DELBES
-NICOLAS KNITTEL

LE 01/07/2025 à RAMONVILLE
Signature du client: