# Sommaire

# Introduction

**Mes missions**

* Participer aux comités éditoriaux, pour obtenir la matière, les informations nécessaires à la création de contenus : textes, vidéos, visuels, podcasts, données contextuelles pour le référencement naturel de Google et données contextuelles pour les réseaux sociaux.
* Intégrer ces contenus dans l’outil de gestion de contenus
* Rédiger des documents (Word ou PowerPoint) d’expression de besoins métier à destination de l’équipe UX / UI et de la Digital Factory.

# Présentation de l’entreprise

# L’entreprise en général

« L’assureur d’un monde qui change » : tel est le slogan du leadeur mondial en assurance des emprunteurs. Cardif du groupe BNP Parisbas est donc leader mondial des partenariats en bancassurance et en assurance emprunteur. En offrant la meilleure assurance a ses clients, BNP Parisbas Cardif va donc permettre à ceux-ci de réaliser leurs projets tout en se prémunissant des aléas de la vie tel que : le décès, l'invalidité, l'incapacité de travail et/ou de perte d’emploi. Cardif ne va pas se limiter aux assurances de prêt, elle va cocréer avec ses partenaires des offres qui correspondent à l’évolution et aux changements dans le monde. Ces offres sont diverses. On pourra noter les secteurs suivants : assurance, épargne, prévoyance, retraite, assurance-crédit, assurance emprunteurs, assurance moyens de paiement et bien d’autres. Les principales seront donc l’assurance emprunteur (ADE), l’assurance habitation, assurance prévoyance, épargne et retraite.

Les chiffres clés de Cardif sont les suivants :

Tableau 1: chiffres clés de Cardif

|  |  |
| --- | --- |
| N°1 | MONDIAL EN ASSURANCE DES EMPRUNTEURS |
| 500 | PARTENAIRES DISTRIBUTEURS |
| 8000 | COLLABORATEURS DANS LE MONDE |
| 32.6 | MD€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2021 |
| 33 | PAYS |

# Présentation de la Digital Factory

# Description du stage

# Déroulement du stage

Pendant mon stage, j’ai été amené à travailler sur différents univers plus précisément sur différents sites web. Il s’agit du site cardif.fr qui se divise en deux grands sites : Cardif Particulier et Cardif Partenaire. Puis sur le site Finagora auquel on accède grâce à un lien sur l’espace Partenaire. Pour toute la suite, on va designer les différents sites comme suit :

* Cardif Partenaire 🡪 B2B (Business to Business)
* Cardif Particulier 🡪 B2C (Business to Consumer)
* Finagora 🡪sites des courtiers

Tous ces sites web ont été conçu à partir d’un **Système** de **Gestion** de **Contenu** (SGC) en anglais Content Management System (CMS). Un CMS va permettre la création et l’administration d’un site web. Dans notre cas, le CMS qui a été utilisé est Liferay.

# Présentation de Liferay

Liferay est un éditeur de logiciels open source permettant à ses clients de créer des portails, intranets et des sites web. Il est tout aussi un éditeur indépendant de solutions de portail open source, de gestion de contenu, de collaboration sociale et de commerce en ligne B2B, en langage Java. La première version de Liferay est apparue en 2004, puis d’autres version ont vu le jours et aujourd’hui nous sommes à la version 7.

Pour la suite, nous allons limiter Liferay a sa fonction de CMS. Les fonctionnalités de celui-ci qui vont nous intéresser sont les suivantes :

* Il permet de hiérarchiser les utilisateurs en leur attribuant des rôles, des droits d’accès et/ou des permissions.
* Il permet de structurer les contenus qui peut être du contenu web ou des documents et médias.
* Il inclut la gestion des versions.
* Il inclut la planification des publications.
* Il va inclure le référencement SEO

Liferay se compose de 3 principaux produits :

* Liferay Analytics Cloud est un outil d'analyse web
* Liferay Commerce est une solution pour créer des sites web dédiés au B2B.
* Liferay Digital Expérience Platform (DXP) qui est ici une plateforme numérique pour la création des portails clients, des intranets et des sites web ouverts au public.

Ce dernier produit comporte deux versions différentes :

* + Community Edition (CE) qu’on va designer comme une version moins stable aux mises a jours mais elle reste tout de même fonctionnelle.
  + Enterprise Edition (EE ou DXP) qui est comme son nom l’indique une version faite pour les portails d’entreprises. Elle va être payante mais néanmoins, elle est plus stable, sécurisé et en même temps elle va garantir la disponibilité des données en cas de bug avéré.

Au sein de Cardif, nous allons utiliser la version Enterprise Edition de Liferay car elle offre un grand nombre de Portlets, une meilleure sécurité des données pour le passage à la version la plus récente et elle permet également de créer et synchroniser plusieurs sites.

# Gestion du site Finagora

Finagora est le site web des partenaires et des courtiers en assurance de Cardif. Sur ce site web, les partenaires de Cardif vont trouver une partie de l’actualité de Cardif, mais aussi et surtout les différents éléments nécessaires au bon fonctionnement de leur activité. Ils vont retrouver :

* Les **produits de la gamme Cardif** dont les plus importants sont : Cardif Libertés Emprunteur, Cardif Elite, Cardif Elite Retraite, Cardif élite Capitalisation…
* L’**actualité de Cardif** et des autres partenaires.
* La **Gamme Financière** qui a son tour est divisée en plusieurs sous parties :
  + **La vie des supports** qui comprend : les Mandats de gestion Cardif Elite, la Gestion pilotée/Gestion Horizon, les Fonds euro et les supports structurées. Nous citons ici les plus importants sur lesquels nous sommes très souvent être amené à travailler.
  + Les **Opérations sur titre**
  + Les **Partenaires Gold** et les **Partenaires Privilégiés**
  + L’**Actualité des partenaires Gold**
  + Les **nouveaux OPC de la gamme Cardif**

Nous allons revenir plus en détail sur les différents points.

* **Juridique et fiscal** où on va notamment retrouver l’actualité contenant des points juridiques et tous les documents juridiques.

Mon rôle en tant que membre de la Digital Factory va être de gérer le back office du site web Finagora. Gérer ce site va revenir à : mettre à jour les différents fichiers devenus obsolète, mettre à jours les actualités et le contenu web de tout le site, publier de nouveau article dans les différentes rubriques et section qui les concerne. Pour faire simple, sur Finagora, les éléments qu’on va être appelé à modifier serons soit su contenu web, soit des documents et médias.

Pour la suite, nous allons designer par **contribution** toute opération visant à apporter une modification au site web Finagora.

Les différentes missions sur Finagora qui parviennent à la digital DF (Digital Factory) sont confiés par la Digital Courtage.

### Contribution Finagora

Comme nous l’avons dit précédemment, la contribution va être centré sur la création, la modification, la suppression, la dépréciation et la planification des contenus web et des document & médias. Cette contribution va donc s’appliquer sur les différentes rubriques du site citées ci-dessus, allant ainsi de la rubrique « produits Cardif » à la rubrique « Juridique et fiscal ».

* **Contribution d’une actualité**

Une actualité c’est une page web qui aura un contenu web et/ou un onglet avec des documents à télécharger. Le contenu quant a lui aura un titre, un sommaire ou non, un résumé ou non et enfin un corps de l’actualité.

Pour la contribution du contenu web, il faut dans un premier temps formatter le contenu de l’actualité en html. Nous allons prendre en compte ici les entêtes, les paragraphes, la police, les images, les icones, le format du texte et toutes autre élément nécessaires au passage su contenu en une page web. Nous allons particulièrement faire attention aux accents, aux apostrophes et aux points de suspensions car ceux-ci sont susceptible de ne pas présenter comme on l’aurait souhaité dans la page web.

Ensuite, il faut prendre en compte les catégorisations. En d’autres termes, il faut savoir quelles sont les pages qui ont le droit d’afficher l’actualité (‘a la une’, ‘first page’…). Donner les droits d’accès en lectures aux utilisateurs.

# Gestion du site Cardif B2B & B2C

# Gestion des différents projets

## **Projet Priips**

## **Project d’accessibilité numérique**

D’après l’article 47 de la loi n°2005-102 du 11 février 2005 pour l’égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, article que je paraphrase en disant : tous les services numériques publiques doivent être accessible à tous et surtout aux personnes handicapées. Ainsi donc, Les recommandations internationales pour l'accessibilité de l'internet doivent être appliquées pour les services de communication publique en ligne quel que soit le contenu, le mode de d’accès et ou de consultation. Les règles relatives à l’accessibilité numérique sont fixées, les délais d’adaptation et les sanctions encourues par les organismes qui ne la respecteront pas sont aussi fixés.

Un site web ouvert au public va donc être un site web permettre aux personnes handicapées d’accéder à son contenu sans avoir de difficulté. Pour dire d’un site qui est accessible, on peut par exemple vérifier les éléments suivants :

* Toutes les informations sont reportées lorsqu’on navigue à l’aide d’un outil de synthèse vocale. Si oui on est certain qu’un mal voyant peut avoir accès à notre site sans soucis,
* La navigation au clavier permet d’atteindre toutes les informations pertinentes,
* Le site web reste correct peu importe la taille de l’écran sur lequel on le consulte, peu importe l’agrandissement et l’espacement qu’on lui applique,
* Le contraste de couleur (couleur du texte / couleur de fond) doit être supérieur à 4.5,
* Chaque image porteuse d’information doit avoir un texte alternatif,
* Il n’existe pas des balises utilisées juste à des fins de décoration,
* Les pseudo-classes (hover, focus…) sont bien définies sur les éléments interactifs,

La liste reste non exhaustive. Lors de la création et/ou des modifications d’un site web, on doit prendre en compte les éléments d’accessibilité de la norme en vigueur. Pour cela, il existe des référentiels comme le RGAA (Référentiel Général d’Amélioration de l’Accessibilité) pour mettre en conformité les applications numériques créés.

Afin de se conformer au décret d’application de la loi (2019) de l’article 45 de la loi handicap de 2005, Cardif a décidé de faire un audit de ses applications web et de les rendre accessible au besoin. D’après le document d’information de Cardif qu’on peut consulter sur le lien 2 en annexe, il est marqué :

« BNP Paribas Cardif s’engage à rendre accessibles ses sites web (internet, intranet et extranet), ses applications mobiles, ses progiciels et son mobilier urbain numérique conformément à l’article 47 de la loi n°2005-102 du 11 février 2005.

[…] Nous présentons nos excuses à toutes celles et ceux qui ne pourraient pas, à ce jour, accéder de manière simple et complète à l'ensemble du contenu proposé. »

Ils informent également que l’audit du site a révélé un niveau faible d’accessibilité. C’est de là que vient le projet « d’accessibilité numérique » chez Cardif, projet sur lequel j’ai eu le plaisir de travailler avec l’équipe en charge.

NB : Cardif dispose d’un site de recette pour faire les tests avant publication et d’un site en production pour le code final à destination des internautes. Nous avons effectué toutes nos modifications d’accessibilité sur le site en recette. Ces modifications ne seront portés en production qu’une fois que l’accessibilité aura atteint un taux convenable.

Afin de rendre accessible le site de Cardif, nous sommes intervenus à plusieurs niveau :

#### Identification et modification des balises de décoration

Sur le site en production aujourd’hui, il existe plusieurs balises de décoration. C’est le cas de :

* La balise **‘span’** et/ou **‘i’**. Cette basile est souvent utilisée pour ajouter des icônes à l’aide des classes Css. Comme on peut le voir sur la figure ci-dessous, en 2 on peut voir la balise qui sert à obtenir l’icône 1. Mais cette balise ne vérifie pas les critères d’accessibilité car elle est vide. Un lecteur d’écran qui parcours cette balise de restituera rien. Pour résoudre ce souci, nous devons dire au lecteur d’écran de ne pas prendre en compte ce balise. Ceci se fait à l’aide de l’attribut ‘**aria-hidden’** qui prend la valeur ‘**true’**.

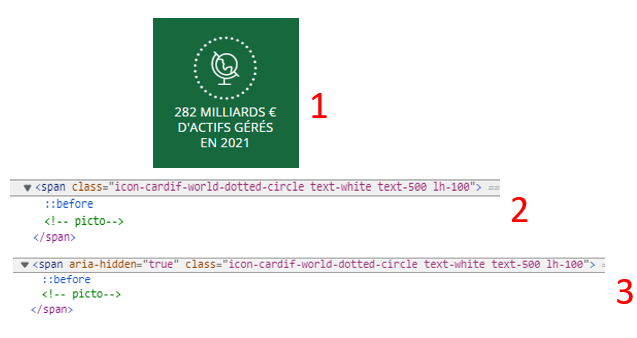


Figure 1: accessibilité sur la balise 'span’ de décoration.

1. La balise **‘hr’.** Sur le site de la production, la balise hr est souvent utilisé pour faire office de soulignement comme on peut voir sur le 1 et 2 de la figure 2. Son avantage est que l’on peut définir la taille du trait. L’équipe UI/UX avoir le trait a un niveau bien précis du texte donc impossible d’utiliser un soulignement classique. Par contre pour des raison d’accessibilité nous ne pouvons pas utiliser une balise <hr> Car d’après la documentation html elle est doit être utilisé pour un changement de thématique (voir lien 1 en annexe).

Pour résoudre ces soucis, nous avons opté pour l’ajout d’une bordure à partir du pseudo élément ‘ **::before**’ et l’ajout de certaines classes comme on peut le voir en 3 sur la figure 2.

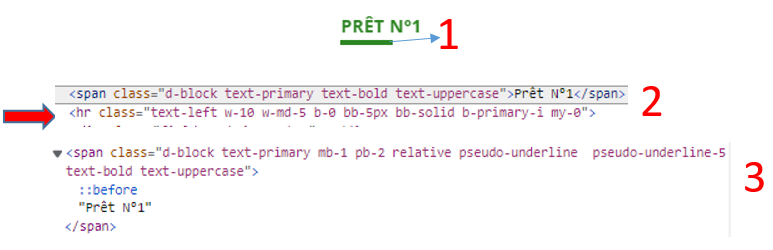


Figure 2: accessibilité sur la balise ‘hr’ de décoration.

En 3, nous ajoutons :

* La classe **relative** pour donner la position relative à l’élément qui est le **span** dans ce cas.
* La classe ‘**pseudo-underline**’ qui s’applique sur le pseudo-élément before va créer un nouveau contenu vide, le placer en position absolu par rapport au premier parent qui est en position relative (notre span), placer ce contenu en bas à droite, lui appliquer une bordure de ‘Solid’ en bas uniquement avec une épaisseur de 5px, et lui donner une taille par default de 13% de la longueur de l’élément **span.**
* La classe ‘**pseudo underline-5**’va permettre de modifier à 5% la taille qui avait été fixé à 13% précédemment.

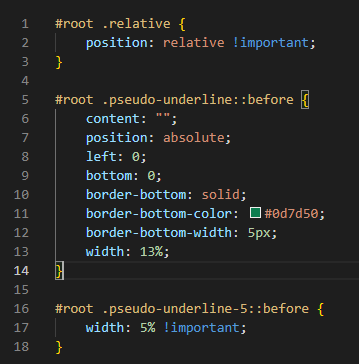


Figure 3 : classes nécessaires pour corriger l'accessibilité des balises ‘hr'

Ayant remarqué que c’est un problème qui revient souvent et dont la taille de la bordure n’est pas toujours pareille, nous avons décidé d’inclure dans le Css du site web un ensemble de classe qui feront varier cette taille et aussi nous avons tenu compte du fait que la bordure puisse être à gauche et pas à droite.

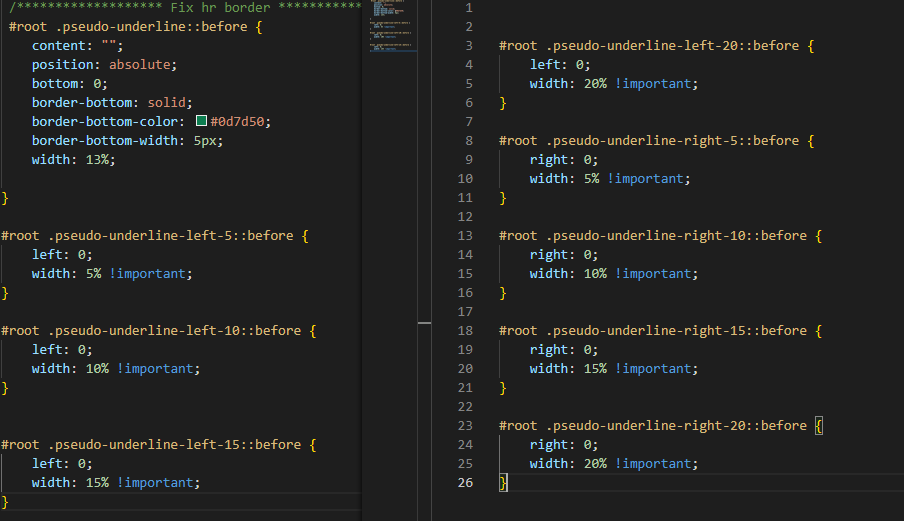


Figure 4: ensemble de classes pour rendre accessible le soulignement

1. **Accessibilité sur le images**
2. **Accessibilité sur le carrousel**
3. **Accessibilité sur les accordéons**
4. **Accessibilité sur les modales**

## **Projet d’optimisation du temps de formatage**

# Difficultés rencontrées et solutions proposées

# Difficultés rencontrées

# Solution proposée

# Les acquis au terme du stage

Au terme de ce stage j’ai pu :

* Découvrir ce qu’est le métier de Content Manager dans la vie d’un site web.
* Travailler avec tous les profils métiers du digital autour de la vie d’un site : webmasters, chef de projet digital, UX designers, rédacteurs de contenus.
* Comprendre comment fonctionne le métier de téléconseiller et celui d’experts en acquisition de trafic au sein de Cardif.
* Apprendre à intégrer des contenus digitaux dans différents outils de gestion de contenus.
* Acquérir de nombreuses notions comme le SEO (référencement naturel Google).
* Acquérir de nombreuses notions de base du Framework React JS, de la bibliothèque jQuery.
* Améliorer grandement mes connaissances de Html, Css et Bootstrap autant globalement que sur des notions particulières.
* Monter en compétente de façon fulgurance sur le concept qu’est l’accessibilité web

# Conclusion

Bibliographie :

[Accueil - RGAA | numerique.gouv.fr](https://www.numerique.gouv.fr/publications/rgaa-accessibilite/#contenu) ou on peut télécharger les deux document d’accessibilité.

Lien 1 : https://document-information-cle.cardif.fr/accessibilite

Lien 2 : https://