

# Cahier des charges pour la refonte du site du Secours Populaire de la Haute-Vienne



## Sommaire

1. Présentation globale de l'association.....	2
1.1. Présentation de l'association .....	2
1.2. Présence digitale au sein de la structure.....	3
2. L'objet de la refonte .....	4
2.1. Contexte de la refonte.....	4
2.2. Les enjeux et les objectifs de celle-ci .....	5
3. Les prestations attendues .....	5
3.1. Esthétique et aspect visuel du site .....	5
3.1.1. Brief créatif.....	5
3.1.2. Aspects visuels du site .....	6
3.2. Les fonctionnalités et les contenus du site .....	7
4. Les attentes techniques.....	11
5. Les modalités de sélection du prestataire.....	11
5.1. Respect du planning .....	11
5.2. Coût de la prestation .....	12
5.3. Garantie.....	12
6. Les règles de droit qui régissent le contrat .....	12
7. Les annexes .....	12
Annexe 1 : la plaquette bilan du secours populaire de la Haute-Vienne en dernière annexe .....	12
Annexe 2 : les règles du logotype.....	13
Annexe 3 : les typographies de la Fédération de la Haute-Vienne .....	15
Annexe 4 : les visuels des réseaux sociaux .....	17

# 1. Présentation globale de l'association

## 1.1. Présentation de l'association

L'association du Secours Populaire Français est un mouvement populaire de solidarité. Reconnue comme association complémentaire de l'enseignement public et d'utilité publique, elle est indépendante depuis 1945. Ce mouvement **d'éducation populaire**<sup>1</sup> vient en aide aux personnes en situation de précarité.

Pour rendre une solidarité égale et durable sur l'ensemble du territoire, l'association se structure autour de Fédérations, principal organe de décentralisation grâce aux permanences d'accueil dans les antennes notamment, et de Comités, qui sont autonomes dans leurs actions afin de décentraliser les tâches et de maximiser les actions. Cette autonomie mise en place avec des permanences d'accueil et de solidarité, ou des points de libre-service alimentaire permet de transformer la solidarité d'urgence en soutien au quotidien.

Le **16 novembre 1961**, la Fédération du Secours Populaire Français de la Haute-Vienne (Fédération 87) est créée. Elle est déclarée association de type loi 1901. Elle se compose d'un Comité Départemental de bénévoles élus, d'un Secrétariat Départemental et d'une Commission Financière. Le siège de la Fédération 87 se trouve actuellement 6 rue Fulton à Limoges. Au sein de la Fédération, la décentralisation est développée via les permanences des antennes et des comités déployées sur l'ensemble du département. Outre l'aide alimentaire et vestimentaire, les activités de solidarité telles que les vacances, les Pères Noël Verts, l'insertion, le microcrédit etc. y sont implantées.

Les organes de l'association nationale sur l'ensemble du territoire sont majoritairement gérés par des bénévoles. La particularité de la Fédération de la Haute-Vienne est que les effectifs sont composés à la fois de bénévoles et de salariés permanents. Ce ne sont pas moins de 48 salariés embauchés dont 16 personnes en CDI et de nombreux postes d'insertion professionnelle. Les équipes sont au quotidien alimentées par des jeunes en stage ou en Service Civique, afin de favoriser l'insertion des jeunes dans l'organisation de l'association. Parallèlement, le fonctionnement du Secours Populaire ne serait efficace sans l'implication de plus de 800 bénévoles sur l'ensemble du département. L'association déploie ses actions départementales à l'aide de 24 antennes locales, de 2 comités et d'une

---

<sup>1</sup> *Education Populaire : courant de pensée qui vise à améliorer le système social via des structures éducatives différentes de l'enseignement traditionnel. Il s'appuie sur le principe de développer ses propres savoirs pour améliorer sa compréhension du monde.*

permanence mobile : le *solidaribus*<sup>2</sup>. Au quotidien, elle vient en aide à près de 9 500 personnes afin de répondre à l'ensemble de leurs besoins. **(Annexe 1 : bilan 2021)**

En terme de concurrence, le Secours Populaire fait face à deux acteurs de l'économie circulaire autour de son siège à Limoges. La Fédération prône cependant la qualité des produits vendus et à un prix qui doit rester toujours accessible pour des personnes en situation de précarité.

Les points forts de la Fédération 87 restent son réseau déployé sur l'ensemble du département et son engagement dans de nombreux domaines. Cependant, des failles dans leur système notamment en termes de coordination entre les différentes structures et le manque de communication des informations sont à prendre en considération.

## 1.2. Présence digitale au sein de la structure

L'organisation de l'association est complexe, aussi, le siège national développe et conçoit de nombreux outils pour épauler les différentes structures. Cependant, certaines structures importantes peuvent être plus autonomes et notamment en terme de communication. Par exemple, la Fédération de la Haute-Vienne a créé sa propre identité graphique tout en respectant les contraintes nationales. De nombreux comités et fédérations n'ont pas de site internet propre, ils sont hébergés et présents sur le site national sans se distinguer de celui-ci (exemple concret : [lien national](#) / [Fédération de la Corrèze](#)).

Ainsi, la Fédération 87 a imaginé son propre [site internet](#) en collaboration avec un prestataire de communication, L'Agence siégeant à Limoges. Ce site a été conçu sur Wordpress afin qu'un salarié de l'association puisse y faire des modifications sans contacter l'agence. Il a un rôle de vitrine des actions de l'association et de sensibilisation auprès du grand public. La seule vocation « marchande » de celui-ci résulte de la possibilité de faire un don en ligne.

Son niveau d'audience reste très faible à cause d'un manque de dynamisme et de visibilité du site internet. Cependant, les objectifs sont atteints grâce aux rubriques claires et à la mise à jour des informations qui se fait régulièrement.

Actuellement, le site a beaucoup de couleurs pour faire écho à la jeunesse, au partage comme sur la façade du siège :

---

<sup>2</sup> *Solidaribus* : véhicule du Secours Populaire mis en place pour proposer des permanences d'accueil et de solidarité mobiles, afin d'aller à la rencontre d'un public plus isolé.



Elle est également présente sur les Réseaux Sociaux avec sa [page Facebook](#), très dynamique, créée en 2009 et un [compte Instagram](#) depuis 2018. Cependant, leur activité est inégalement répartie. Sur la page Facebook, beaucoup d'informations sont transmises avec de longs textes et il y a peu de publications sur Instagram. Néanmoins, de plus en plus de storys vidéos sont mises en place afin de créer de l'engagement auprès des followers.

Parallèlement, pour répondre aux besoins de communication interne en constante évolution avec la taille de la structure, un projet de newsletter bimensuelle a vu le jour en 2021. Cette même année, une [chaîne Youtube](#) a été créée par un bénévole de la structure.

La Fédération a compris les enjeux digitaux et renforce ses connaissances et son investissement sur le sujet pour informer le plus grand nombre afin qu'ils s'engagent à leurs côtés, ou seulement pour prendre connaissance de la diversité de leurs actions.

## 2. L'objet de la refonte

### 2.1. Contexte de la refonte

La communication de la Fédération n'étant pas structurée, une organisation globale se construit depuis septembre 2021 de la charte graphique à l'identité visuelle dans son ensemble. Aussi, la refonte du site s'inscrit dans ce projet. De plus, la charte éditoriale n'est pas finalisée et le futur site permettra d'avoir une réflexion sur celle-ci afin de l'adapter au mieux à tous les canaux de diffusion.

Le site internet créé depuis 2003, puis mis à jour en 2013 n'est plus moderne et la Fédération 87 souhaite l'actualiser afin de gagner en visibilité et en professionnalisme auprès de ses collaborateurs.

## 2.2. Les enjeux et les objectifs de celle-ci

La refonte du site a pour objectif d'offrir des informations claires et facilement accessibles pour ses internautes car la surexposition de couleurs empêche celle-ci actuellement.

L'objectif est également de faire reconnaître la structure comme une entité à part entière et d'inscrire le site internet dans l'identité graphique globale de la Fédération 87. De plus, cette refonte doit répondre à des objectifs esthétiques pour moderniser le site internet, et techniques, pour améliorer l'expérience utilisateur.

L'un des enjeux est également de faire connaître les actions de solidarité de la structure et de relayer de manière interactive les actualités mises sur les réseaux sociaux et la chaîne Youtube.

Ce futur site s'adresse aux bénéficiaires qui recherchent de l'aide mais également aux personnes qui auraient besoin d'informations et à celles qui souhaitent soutenir l'association. Les usages principaux de celui-ci seront de l'information et de la collecte de dons financiers.

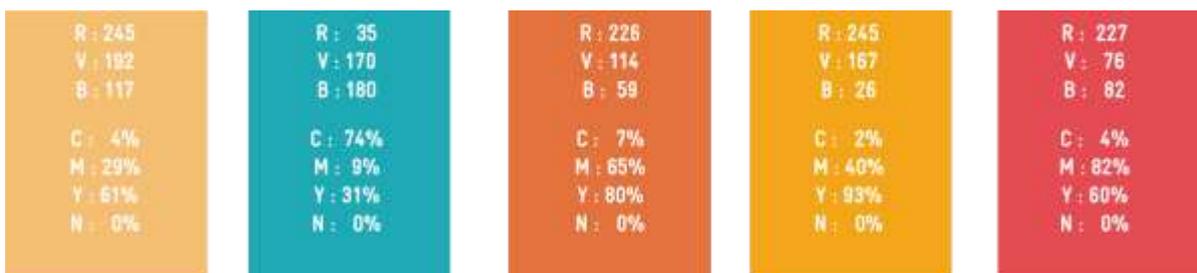
## 3. Les prestations attendues

### 3.1. Esthétique et aspect visuel du site

#### 3.1.1. Brief créatif

En termes de charte graphique, la Fédération 87 possède un logo identique à l'ensemble de l'association nationale, avec un petit rond 87 en bas à droite de celui-ci. Il est régi par des règles d'utilisation strictes (**annexe 2**). Cette fédération a la particularité d'avoir des couleurs identitaires (colorimétrie ci-dessous), choisies durant la construction de la charte graphique. Cependant, nous restons flexibles et ouverts à d'éventuelles pistes d'amélioration. L'objectif à long terme est que la Fédération soit reconnue comme une entité à part entière grâce à ses supports prints présents dans la ville et distribués dans les boutiques de la Fédération. Cette colorimétrie est également mise en place sur les réseaux sociaux afin d'effectuer une mémorisation indirecte auprès de tous les publics (**annexe 3**).

Colorimétrie présente dans la charte graphique :



Colorimétrie de l'association nationale :



En plus de la colorimétrie de la charte graphique, la refonte devra prendre en compte les contraintes typographiques présentes dans la charte graphique (**annexe 4**).

Il est attendu de l'agence une révision de l'arborescence actuelle via la nouvelle version. Toutefois, nous sommes flexibles et ouverts à d'autres propositions du prestataire.

Nous attendons un esthétisme moderne et identitaire qui respect les contraintes de la Fédération 87 et du national.

Les postes précisément attendus sont les suivants :

- Le design du site : esthétique et moderne,
- La création d'une charte éditoriale et graphique adaptée au web, en coopération avec la chargée de communication de l'association,
- Le développement web,
- Formation du gestionnaire du site dans l'association, afin que nous puissions actualiser notre site en toute autonomie,
- Améliorer l'interactivité et le dynamisme via l'activité digitale sur les réseaux sociaux et la page Youtube.

### 3.1.2. Aspects visuels du site

Le site devra s'étendre sur la page entière et aura un fond blanc. De plus, une photographie vitrine de la Fédération de la Haute-Vienne devra apparaître en haut de la page, au-dessus des rubriques du site.

Pour accroître l'interactivité entre les différents réseaux de la Fédération, les icônes des réseaux sociaux ainsi que la page Youtube doivent figurer en bas de page.

Des photographies devront être présentes sur les rubriques « nos missions », « actualités », « faire un don » et « Agir » afin d’humaniser le site vitrine d’une association de solidarité.

Le logo devra figurer en haut à gauche de la page afin qu’il reste visible, tout comme la photographie au-dessus des rubriques tout au long de la visite sur le site.

### 3.2. Les fonctionnalités et les contenus du site

Dans une perspective de modernité, nous cherchons à gagner en lisibilité et notamment en redéfinissant les rubriques du site.

#### Arborescence actuelle :



#### Future Arborescence :



Les rubriques majeures du site :

- La page d'accueil :

En terme de contenus, elle doit comporter toutes les actualités de la Fédération 87 avec des photographies et textes explicatifs. Elle doit également contenir un lien vers la page Youtube et un renvoi vers les actualités de l'association nationale.

La page devra se présenter sous la forme d'un « long scroll » avec un carrousel des actualités comme pour les sites marchands.



- La page des missions :

En terme de contenus, elle doit comporter tous les champs d'action de la Fédération avec un texte explicatif et une photographie.

Sur la forme, la page devra se présenter sous la forme d'un article web. Les éléments qui apparaîtront en premier seront des pictogrammes avec des données chiffrées clés : nombre de bénévoles, de salariés, de personnes aidées sur le département, de boutiques. Il y aura également à la fin des articles un lien vers la page Youtube de la Fédération 87.

## Page des missions



The page features a header with a colorful building facade and a circular logo on the left. On the right, there are two buttons: "Recherche" and "Faire un don". Below the header is a "Barre des menus" containing six icons with corresponding statistics: 340 (partenaires sociaux), 120 (associations), 15 (sites d'intervention), 10 000 (adhésions en France), 11 000 000 (adhésions en France), and 202 423 (adhésions à l'international).

### Nos missions

**Titre de la mission avec un icône représentatif**

Photo de la mission

Lorem ipsum dolor sit amet. Et quas minima et consectetur nobis aut voluptatem sequi qui laboriosam quisquam. Ut officis recusandae ex fugit corrupti in reprehenderit nisi. Ab temporibus voluptas sit sapiente laborum 33 mollitia quia. Qui doloremque iure in excepturi Internos ut placeat aliquam id Quis harum aut voluptas itaque 33 quae dolorem.

- La page sur l'histoire de la Fédération 87 :

En terme de contenus, elle doit rassembler les données historiques de l'actuelle page « à propos de nous ».

Sur la forme, elle sera hiérarchisée sur un « long scroll » avec une fresque historique verticale.

## Page d'histoire



The page features a header with a colorful building facade and a circular logo on the left. On the right, there are two buttons: "Recherche" and "Faire un don". Below the header is a "Barre des menus".

### Notre histoire

Une alliance innovante de partage de compétences

2005

Une volonté d'apporter une réponse complète à nos membres et à nos partenaires.

2000

La création de l'association  
Création par Hervé Dubois et Pierre-Louis de la Fédération + Comité Solitaire.

- La page sur l'agenda

En terme de contenus, elle doit rassembler l'ensemble des dates des braderies, ainsi que les dates des grands évènements de l'association (chasse aux œufs, journée du refus de la misère...).

Sur la forme, elle sera présentée comme lorsque les lecteurs ouvrent leur google agenda sur un ordinateur. Un code couleur clair et distinct devra être mis en place pour différencier les contenus des braderies et les évènements.

Page de l'agenda



- Contenus qui doivent apparaître sur l'ensemble du site :

Une barre de recherche doit être présente en haut à gauche du site afin que les internautes puissent effectuer une recherche par mot clé tout au long de leur visite.

Sous cette barre, un bouton pour faire un don sera toujours présent afin d'inciter à l'action tout au long de la visite sur le site.

Les icônes des réseaux sociaux de la Fédération 87 seront toujours en bas de page avec les informations de contact et l'adresse du siège.

Le logo devra rester apparent tout le temps.

Parallèlement, l'agence devra faire des propositions créatives pour les rubriques « où nous trouver », « nous aider », « contactez-nous » et « liens utiles ».

Quelques sources pour s'inspirer :

- [Solidariteinternationale.org](http://Solidariteinternationale.org)
- Unicef
- Planète urgence

## 4. Les attentes techniques

En terme de Content Management System, nous avons besoin de garder notre Opensource sur Wordpress pour effectuer des modifications en toute autonomie. Il est donc nécessaire d'avoir une interface intuitive et détaillée afin qu'elle puisse être facilement comprise.

Le site devra être responsif afin de s'adapter à tous les appareils. Un menu hamburger sera à concevoir pour la lecture sur mobile ou tablette. Les icônes des réseaux sociaux devront être bien visible et la page Youtube accessible à plusieurs endroits du site.

La navigation sur le site devra être fluide et les fichiers à télécharger (tout format confondu) devront être facilement visibles avec un faible délai de chargement.

Le parcours utilisateur souhaité est que l'internaute reste sur la page d'actualité à lire les titres, puis qu'il aille sur l'information qu'il recherche en ayant cliqué qu'une fois sur la rubrique qu'il souhaite découvrir.

En termes de référencement, le Secours Populaire doit être l'un des acteurs présents sur la première page. Toutefois, étant une association qui vit sur la générosité des donateurs, nous ne souhaitons pas, pour le moment, financer un référencement payant. Une liste de mots clés devra être élaborée par l'agence pour améliorer le référencement.

Ayant des transactions financières pour les dons, il est primordial d'ajouter une sécurité supplémentaire pour protéger les données bancaires et instaurer un lien de confiance entre le donateur et notre structure.

L'hébergement se trouve dans un hébergeur de l'association nationale.

## 5. Les modalités de sélection du prestataire

### 5.1. Respect du planning

Les interlocuteurs du projet seront, le secrétaire général de la Fédération M.Mazabraud, le gestionnaire du site au sein de la structure M.Forestier et l'apprentie en communication Mme. Chevalier.

Etape 1 : Elaboration du planning en accord avec l'agence. Il doit regrouper l'ensemble des étapes de la refonte, de la phase de réflexion, à la date de mise en ligne du site.

Etape 2 : Recherches de l'arborescence et des propositions graphiques de l'agence de manière à construire une première proposition

Etape 3 : Validation de l'arborescence et des créations graphiques finales.

Etape 4 : Réunion de formation pour le gestionnaire du site avec l'agence.

Etape 5 : Actualiser les derniers contenus manquants.

Etape 6 : Lancement du site mis à jour.

## 5.2. Coût de la prestation

Prévoir une grille tarifaire dans le devis contenant la marge de retouches autorisée après validation d'une étape.

Respect du devis prévisionnel et nous prévenir au fur et à mesure en cas d'un risque de dépassement.

## 5.3. Garantie

A compter de la date de livraison du site, le prestataire s'engage à respecter une garantie de 12 mois.

La garantie englobe tous vices, défauts de fonctionnement ou de conception. L'agence s'engage à réparer tout préjudice sans contrepartie financière si l'erreur est due à leurs actions.

Pendant la période de garantie, l'agence s'engage à assurer un suivi de l'efficacité du projet et des mesures correctives que le gestionnaire de la structure ne saurait modifier.

Tout signalement doit être communiqué par téléphone puis par mail afin de garder une trace écrite de tous les échanges autour des anomalies.

## 6. Les règles de droit qui régissent le contrat

A compter de la mise en ligne du site, l'agence s'engage à céder l'entièreté des droits au Secours Populaire Français de la Haute-Vienne.

## 7. Les annexes

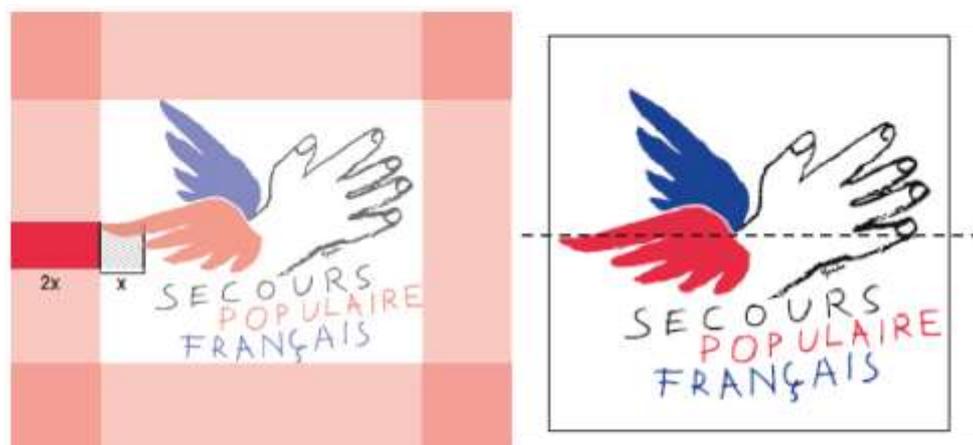
Annexe 1 : la plaquette bilan du secours populaire de la Haute-Vienne en dernière annexe

## Annexe 2 : les règles du logotype

### Le Logo

Prendre les conditions imposées dans la charte graphique de l'association nationale :

**Avoir une zone de sécurité :**



Les seules couleurs autorisées sont celles du logo traditionnel, logo noir sur fond clair et logo clair sur fond foncé. L'utilisation du cartouche est recommandée.

**Colorimétrie de l'utilisation du logo :**

 noir 50%	 noir 50%			
✓ Afin d'optimiser sa lisibilité vous pouvez l'utiliser dans une couleur plus claire que le fond.	✓ Ou bien utiliser son cartouche en veillant à respecter l'espace du logo (Voir la section Le Cartouche)	✓	✓	✓
 noir 50%	 noir 50%		 noir 50%	
✗ Contraste insuffisant essayez en ajoutant un peu de rouge ou bien du bleu	✗ Ne pas changer la bichromie du logo		✗ Ici le contraste entre les couleurs du logo et le fond n'est pas suffisant pour permettre une bonne lisibilité	

## ATTENTION

Pour les visuels du SPF 87 toujours utiliser le logo de cette fédération ci-dessous :



**Le positionnement du logo sur les documents:**



Annexe 3 : visuels des réseaux sociaux

Communication de Fulton :

Vente-écosolidaires

Ouvert à tous

9h-17h

**vente éco-solidaire**

Samedi 20 novembre  
au Secours Populaire

28 rue Henri Giffard - Limoges.  
Bricolage, objets d'occasion  
8 rue Fulton: vêtements, jouets,  
vaisselle, produits secs.

Entrée libre

Collectes Intermarché

**Collecte**  
vêtements, jouets,  
livres, vaisselle -

Vendredi 5 novembre 2021  
de 09h00 à 19h00  
et le 1er vendredi de chaque mois

Camion stationné sur le parking

**Intermarché**  
LIMOGES VENTADOUR

De compte sur vous !  
MERCI POUR VOTRE GÉNÉROSITÉ !

Braderie Parc des Expositions

9h-12h  
13h30-17h

**Braderies du Secours Populaire**

Samedi 06/11/2021  
Samedi 27/11/2021

Jouets d'occasion,  
Livres,  
Vaisselle,  
Vêtements,  
Décorations de Noël

Parc des Expositions  
Limoges

Braderie jouets et décors de Noël

**Braderies**  
de jouets et décorations de Noël

Entrée libre

Ouvert à tous

23-24-25 NOVEMBRE 2021  
7-8-9 DÉCEMBRE 2021

DE 13H30 À 17H00

au Secours Populaire  
Espace Julien Loubère  
28 rue Henri Giffard

0166  
Secours Populaire  
05 55 04 20 08  
www.sp17.org

Au profit de la campagne  
de solidarité  
« Noël 2021 » organisée  
par le Secours Populaire

## Communication pour les antennes :

Braderies Antennes



A poster for a 'Braderie' (charity sale) for the 'Secours Populaire' (Red Cross). The title 'Braderie' is in a red script font. Below it, 'Au profit du Secours Populaire' is written in a smaller font. A yellow arrow points to the word 'HORAIRES' (hours). The central image shows various toys and household items. At the bottom, it lists 'vêtements, jouets, livres, vaisselle -' (clothing, toys, books, dishes) and provides contact information: 'Tel : 05 55 04 20 00', 'www.sp87.org', and 'FB : @secourspop87'.

HORAIRES

*Braderie*

Au profit du Secours Populaire

vêtements, jouets, livres, vaisselle -

Tel : 05 55 04 20 00  
www.sp87.org  
FB : @secourspop87

Collectes Antennes



A poster for a 'Collecte' (collection) for the 'Secours Populaire' (Red Cross). The title 'Collecte' is in a red script font. Below it, 'Au profit du Secours Populaire' is written. A yellow arrow points to the word 'HORAIRES' (hours). The central image shows various toys and household items. At the bottom, it lists 'vêtements, jouets, livres, vaisselle -' (clothing, toys, books, dishes) and provides contact information: 'Tel : 05 55 04 20 00', 'www.sp87.org', and 'FB : @secourspop87'.

HORAIRES

*Collecte*

Au profit du Secours Populaire

Informations particulières de l'antenne

vêtements, jouets, livres, vaisselle -

Tel : 05 55 04 20 00  
www.sp87.org  
FB : @secourspop87

Bric à Brac Antennes



A poster for a 'Bric à Brac' (junk sale) for the 'Secours Populaire' (Red Cross). The title 'Bric à Brac' is in a red script font. Below it, 'Outillage, Electroménager neufs, Objets divers, Vêtements' (tools, new household appliances, various objects, clothing) is listed. The date 'Samedi 30 Octobre' is highlighted in a blue banner. The hours '9H' to '17H' are shown in a yellow box. The location is 'Locaux Secours Populaire, Rue des Grammonts, PEYRAT LE CHATEAU'. At the bottom, it provides contact information: 'Tel : 05 55 04 20 00', 'www.sp87.org', and 'FB : @secourspop87'.

*Bric à Brac*

Outillage, Electroménager neufs  
Objets divers, Vêtements

**Samedi 30 Octobre**

9H  
17H

Locaux Secours Populaire  
Rue des Grammonts  
PEYRAT LE CHATEAU

Tel : 05 55 04 20 00  
www.sp87.org  
FB : @secourspop87

## Annexe 4 : les typographies de la Fédération de la Haute-Vienne

2 typographies sont dominantes :

**Gravur Condensed** : Utilisée pour les titres, les dates et les chiffres clés.

Quelques nuances sont possibles :

**gravur condensed  
BLACK**

Utiliser pour les titres principaux

**gravur condensed  
BOLD**

Utiliser pour les sous-titres

**Calibri** : Utilisée pour les textes rédactionnelles, voir pour le titre sur dossier pour la lisibilité.

**calibri BOLD**

Utiliser pour les informations importantes au sein d'un paragraphe (ou exception pour titres si plus adaptée)

calibri REGULAR

Utiliser pour les paragraphes/textes

*calibri ITALIC*

Utiliser pour les sources dans les paragraphes

Gravur condensed  
BLACK

# COUVERTURE

Gravur  
condensed BOLD



sous-titre de couverture

**Titre de paragraphe**



Gravur  
condensed BOLD

Sous-titre d'une partie



Gravur condensed  
REGULAR

Paragraphe test : «Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure pidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.»

Source : [http/...](#)



Calibri  
ITALIC



Calibri REGULAR