

## FESTIVAL D'AIX-EN-PROVENCE

Place des Martyrs de la Résistance  
13100 Aix-en-Provence

Marseille, le 27 octobre 2010

---

### REFONTE DU SITE INTERNET DU FESTIVAL D'AIX-EN-PROVENCE

Ce document présente le dossier de candidature de Fiat Lux en réponse à la consultation du Festival d'Aix-en-Provence pour la refonte de son site internet.

---

1. Votre projet .....	2
2. Les points forts de notre candidature .....	2
3. Proposition fonctionnelle et graphique .....	4
4. Proposition technique .....	7
5. Hébergement .....	13
6. Transfert des données .....	14
7. Formation .....	14
8. Garantie et maintenance .....	14
9. Méthodologie .....	15
10. Equipe de réalisation .....	17
11. Planning .....	19
12. Budget .....	20
13. Conditions financières .....	20
14. Références .....	21

## 1. Votre projet

### 1.1. Son contexte

Le site internet du Festival d'Aix-en-Provence est un support incontournable du Festival d'Aix-en-Provence. Ses objectifs sont multiples :

- Contribuer à la notoriété et l'image de marque du festival et à la promotion de ses mécènes ;
- Diffuser l'informations sur les multiples activités du Festival tout au long de l'année ;
- Vendre des billets en ligne ;
- Simplifier la relation avec les artistes via l'inscription en ligne à l'académie.

Depuis sa création, les contenus du site ont évolué à l'image de l'ouverture du festival vers de nouveaux publics, de nouveaux territoires artistiques, de nouvelles activités.

### 1.2. Sa philosophie et ses objectifs

Votre cahier des charges nous a permis de comprendre la philosophie du projet et sa stratégie globale qui s'appuie sur quatre objectifs principaux :

- **graphique** : allier l'univers visuel de la communication générale du Festival aux tendances contemporaines du graphisme web
- **technologique** : redévelopper le site sur un socle technologique puissant et évolutif afin de répondre aux besoins actuels et à venir de la diffusion d'information et de services du festival vers ses publics (et en particulier à la diffusion sur du multi supports –Iphone, Android, Ipad, ... )
- **ergonomique**: le site doit permettre aux différents publics d'accéder aisément à l'information qui les concerne : le public traditionnel du festival, le jeune public, les publics de l'académie, les mécènes et donateurs, la presse.
- **éditorial** : privilégier l'interactivité par la mise en valeur des médias, le décloisonnement des contenus, l'ouverture du site vers les sites de partage (flux RSS, liens Facebook, ...).

## 2. Les points forts de notre candidature

### 2.1. Nos cœurs de métier : conseil et production

Les agences web Fiat Lux et Antipole ont mis en commun leur savoir-faire multimédia et leur expertise dans le domaine du conseil et du développement pour répondre à la consultation de réalisation du site internet du Festival d'Aix-en-Provence.

### *Une vision commune : conseil, technicité et flexibilité*

La mise en commun de l'expertise de nos équipes, alliée à notre expérience, nous permet d'avoir une vision transversale du web, d'identifier vite les solutions à vos besoins et d'y répondre de façon ciblée et adaptée. Les solutions que nous proposons sont performantes, conçues sur mesure en fonction de vos besoins et contraintes.

La collaboration de nos deux agences c'est apporter au projet des préconisations stratégiques, fonctionnelles et graphiques assurées de leur faisabilité technique. Notre méthodologie de gestion prévoit une grande réactivité et s'adapte aux inévitables évolutions de votre projet dans un souci d'efficacité et de rentabilité.

## 2.2. Fiat Lux, agence conseil en communication interactive

Depuis 2005 l'agence Fiat Lux accompagne ses clients dans la mise en œuvre de leur stratégie de communication multimédia.

Nous intervenons sur des missions d'assistance à maîtrise d'ouvrage (audit de sites, rédaction de cahier des charges, ...) et de conception fonctionnelle, ergonomique, graphique et technique. Nous assurons la gestion des projets réalisés par nos partenaires de production.

### *Son approche projet : vous écouter, vous proposer*

Pour chaque projet, nous cherchons à créer une collaboration étroite avec notre client, gage de qualité et de pérennité. Prendre le temps d'affiner notre compréhension de vos atouts, de votre culture, de vos besoins, de vos contraintes, c'est l'étape préalable essentielle pour vous proposer des solutions qui vous ressemblent.

### *Ses clients et son équipe*

Spécialisée dans les projets culturels (Grand Théâtre de Provence, Marseille-Provence 2013, ...) Fiat Lux intervient dans tous les domaines économiques (Dexia, Bazile Telecom, ...). Pour répondre à cette diversité de projets, nous travaillons en collaboration avec notre réseau de prestataires de production. Ce mode d'organisation nous donne toute la souplesse nécessaire pour proposer à nos clients des compétences et des solutions techniques adaptés à chaque projet.

Fiat Lux est membre du conseil d'administration de Medmultimed, association qui regroupe plus de 100 entreprises multimédia de la région PACA

## 2.3. Antipole, agence de production multimédia

**Agence de production multimédia, Antipole est un partenaire privilégié de Fiat Lux** pour la qualité de ses production graphique et technique. Les deux agences ont travaillé de concert sur des projets similaires à celui du Festival (Grand Théâtre de Provence, Théâtre du Jeu de Paume et du Gymnase). Nous partageons les mêmes bureaux sur Marseille.

## 2.4. Notre choix technique : le CMS Drupal

En prenant connaissance de votre appel d'offre, le CMS Drupal s'est immédiatement imposé. Drupal combine le meilleur des langages open-source du web : XHTML/CSS, PHP/MySQL, Ajax et Javascript. Côté usage, ce CMS concilie simplicité d'utilisation et autonomie totale en administration, à une robustesse, une qualité technique et une évolutivité inégalée. Des millions de sites web lui ont déjà fait confiance, parmi eux les plus grands : La Maison Blanche, Amnesty international, unicef.fr, l'Institut du monde arabe, Cap Gemini...

*Zoom sur les avantages majeurs de Drupal:*

- Environnement évolutif : son système de modules complémentaires standards, constamment renouvelés par la communauté internationale de développeurs, garantit la pérennité de la solution face aux évolutions des usages et des technologies
- Qualité et robustesse du code
- Optimisé pour l'indexation des contenus
- Création de plusieurs rôles d'administration (gestion des droits d'accès)
- Mode WYSIWYG (What You See Is What You Get) pour l'édition et la mise en page de contenu par des personnes n'ayant aucune connaissance en HTML.

## 3. Proposition fonctionnelle et graphique

### 3.1. Notre approche

Tout au long du projet et particulièrement dans la phase de conception, deux objectifs guideront nos préconisations graphiques, fonctionnelles et techniques :

- **Ergonomie / visiteurs** : les questions ergonomiques concernent à la fois les aspects graphiques, lexicaux, fonctionnels et techniques du site. Une seule préconisation générale prévaut : conjuguer la lisibilité de la structure et la facilité d'accès pour une efficacité maximale.
- **Ergonomie / administrateurs** : parce qu'il arrive que de bonnes solutions pour le visiteur deviennent lourdes à gérer pour les administrateurs, nous prenons soin de proposer des solutions graphiques, fonctionnelles et techniques simples à administrer dans le back office.

### 3.2. Proposition graphique

Nous avons pris la liberté de rejouter des fonctionnalités du futur afin de rendre compte de leur traitement graphique (fonctionnalités des réseaux sociaux, éléments liés, médias).

La proposition graphique est accessible à l'adresse suivante : <http://fiatlux.fr/fest-art-lyr/> ainsi que dans le fichier joint à ce dossier *FiatLux\_Design\_festival.zip*

L'identité visuelle est en continuité avec l'univers graphique du Festival, élément identitaire essentiel de votre image : sobriété et élégance des couleurs et de la typographie, aération des contenus.

Les images de lieux (Aix-en-Provence), les images de scènes (les scènes du Festival), de spectacles (les opéras) parlent d'elles-mêmes... il ne nous reste plus qu'à les mettre en avant au sein d'un webdesign épuré. C'est pourquoi nous avons choisi de mettre de grandes images en bandeau (environ 1400 px de large) de manière à mettre en valeur les médias (le même sort sera réservé aux vidéos). Toutefois la gestion technique de ces images nous permettra d'adapter le site à des configurations minimales (de 1024px de large).

La navigation : le menu de 1er niveau est toujours visible. Celui de second niveau se déploie sur toute la largeur de l'écran et s'incorpore au logo. Cela permet de contextualiser la navigation tout en mettant en valeur votre charte graphique. De la même manière, le pied de page s'étend sur toute la largeur de l'écran. Détail des fonctionnalités du front office

### 3.3. Proposition fonctionnelle

#### 3.3.1. Arborescence et principes de navigation

En nous appuyant sur la méthode des "parcours d'usages", nous réagencerons l'arborescence du site en vue de faciliter l'accès aux informations, de clarifier la navigation, et de mettre en valeur les contenus clés.

#### 3.3.2. Détail des fonctionnalités

**Gabarit général** : afin de faciliter l'utilisation du site, le logo, les zones de navigation, le pied de page, les partenaires et les sites associés sont positionnés dans des emplacements stables sur l'ensemble des pages du site.

**Page d'accueil** : La page d'accueil communique sur l'actualité du Festival dont le contenu évolue au fil des quatre temps forts de l'année. Sa conception fonctionnelle, graphique et technique permettra de poser un principe d'architecture de l'information qui laissera au Festival une grande souplesse dans l'animation de cette page clé du site.

Temps 1 : focus sur l'annonce de la nouvelle édition du Festival et de l'ouverture de la billetterie. Mise en avant des concerts et opéras, liens directs vers des informations pratiques (calendrier, tarifs, réservation en ligne, ...)

Temps 2 : communication pré-festival. Même contenu que "temps 1" avec ajout de bloc d'informations sur les rendez-vous et activités (pédagogiques, autres) autour du festival et de l'académie.

Temps 3 : festival en direct. Les contenus de la page d'accueil changent toute les semaines voire quotidiennement. Le calendrier hebdomadaire des activités est mis

particulièrement en avant. Des médias sonores, vidéos, photos sont proposés pour rendre compte e l'actualités.

Temps 4 : la page d'accueil présente "les moments forts" du festival sous forme de médias ou de liens vers des pages internes au site. Une sélection d'activités hors saison et hors les murs sont proposées. Un encart met en avant l'appel à candidature pour les sessions de l'académie.

**Espaces privés** : 4 espaces seront réservés à des profils d'internautes spécifiques : journalistes, intervenants éducation et sociaux artistiques, mécènes, contacts de l'académie. Ces 4 espaces dédiés, accessible depuis un code d'accès générique unique pour chacun d'entre eux permettront de visualiser et de télécharger des documents (images hautes et basse définition, pdf, vidéo, extraits sonores).

Les administrateurs auront la possibilité de modifier les codes d'accès à ces espaces.

**Inscription à l'académie** : environ 4 à 5 formulaires d'inscription sont disponibles sur le site pendant une durée limitée. L'internaute a la possibilité de vérifier les informations saisies avant envoi. Certains formulaires sont reliés au module de paiement de Sirius. Un document Excel récapitulant le détail des inscriptions est téléchargeable à tout moment depuis l'interface d'administration du site.

**page contact** : les internautes peuvent envoyer au Festival un message via le formulaire de contact. Les messages sont redirigés vers une adresse e-mail. Cette page liste également les coordonnées et les liens directs vers les services du Festival.

**recherche** : le moteur sera paramétré pour effectuer la recherche sur les médias (articles, vidéos, ...) et les champs (mots-clés, titre, textes...) définis dans la phase de conception. La recherche fonctionnera en mode "flou" tel que décrit dans votre cahier des charges.

**éléments liés / tags** : de manière général, il sera possible d'associer à un contenu principal des contenus connexes : lier un événement à un article éditorial, une un article à un autre article, ... Nous approfondirons avec vous cet aspect important de la refonte du site pour proposer une scénarisation et une solution technique qui prenne en compte autant l'intérêt de l'utilisateur final que la facilité de création et de maintenance de ces associations de contenus. Les relations entre les éléments pourront être gérés par des "tags" (mots-clés) mais d'autres solutions pourront être envisagées. C'est typiquement dans ce type d'approche que le choix du CMS Drupal trouve tout son intérêt. Conçu pour le web 2.0, c'est certainement le meilleur outil pour répondre à ce type de problématique.

Un nuage de tags pourra également être proposé. Les tags seront administrables dans l'interface d'administration.

**éditorial** : le nouveau site permettra d'intégrer dans les pages des médias (diaporamas, de vidéo en ligne, enregistrements sonores).

**outils viraux et réseaux** : les pages de contenus articles et événements et les médias pourront :

- être imprimées (avec une mise en forme graphique spécifique, débarrassées de la navigation et/ou autre éléments secondaires),
- envoyées à un ami,
- partagées sur les réseaux sociaux du type Facebook ou Twitter.

**agenda** : les contenus liés à la programmation (liste d'événement, détail d'événement) feront l'objet d'un travail de conception ergonomique particulier afin d'en faciliter l'accès et la lisibilité. Chaque événement aura les attributs suivants : typologie, lieu, titre, date ou période, texte descriptif, médias (photos, sons, vidéos, diaporama), prix/tarif, offre spéciale, url pour affichage d'un flux externe (retransmission média), lien "réserver/acheter".

**bannière d'autopromotion** : de 0 à 2 bannières selon l'activité du Festival sous forme d'animation Flash, d'images animées, autres.

**flux RSS** : Le site proposera l'abonnement à des flux RSS thématiques accessible depuis une page générique et/ou depuis des pages dont le contenu sous forme de liste est régulièrement renouvelés telles la programmation du festival ou encore les événements liés à l'académie.

**multilinguisme** : le site sera bilingue anglais/français.

## 4. Proposition technique

### 4.1. Choix du CMS

Nous vous proposons Drupal comme technologie pour développer votre nouveau site. Côté technique, Drupal combine le meilleur des langages open-source du web : XHTML/CSS, PHP/MySQL, Ajax et Javascript. Côté usage, ce CMS concilie simplicité d'utilisation et autonomie totale en administration, à une robustesse, une qualité technique et une évolutivité inégalée. Au vu des fonctionnalités définies dans votre cahier des charges nous sommes convaincus que c'est l'outil idéal pour votre projet.

### 4.2. Navigateurs

L'ensemble des développements seront optimisés pour les navigateurs récents :

- Internet explorer 7 et suivants;
- Safari 5 et suivants;
- Firefox 3.6 et suivants;
- Chrome 5 et suivants;
- Opera 10.6 et suivants;

## 4.3. Réponses aux spécifications

### 4.3.1. gestion de l'arborescence

La gestion native des menus et des "taxonomies" dans Drupal répond à une grande partie de vos attentes notamment :

- créer des rubriques et mots-clefs sans limite ;
- modifier ou supprimer tout ou partie des rubriques et mots-clefs ;
- placer un article dans plusieurs rubriques ;
- déplacer un article ou une branche d'arborescence avec l'ensemble de ses contenus sans duplication.

Le reste des fonctionnalités sera assuré via des modules complémentaires standards :

- génération automatique d'un « sitemap » en XML et d'un plan du site consultable par les utilisateurs : Module XML sitemap
- protéger l'accès de certaines rubriques par un mot de passe modifiable par les administrateurs : Module Content Access

### 4.3.2. moteur de recherche

Le module Fuzzy search sera utilisé pour gérer une recherche "floue".

### 4.3.3. croisement des informations

L'architecture de Drupal et son principe d'abstraction des contenus est particulièrement adapté à cette problématique. Une fois la structure des données et leurs relations définie, toute la puissance du système peut s'exprimer. Il devient alors possible de croiser les informations de manière intuitive, de naviguer dans le contenu de manière simple, le tout sans que la complexité de l'administration n'en pâtisse.

### 4.3.4. gestion des contenus

L'ergonomie du backoffice sera pensée pour faciliter le travail de l'équipe rédactionnelle. Les outils mis en place permettront notamment de :

- éditer le contenu de manière intuitive grâce à l'utilisation d'un éditeur wysiwyg : module wysiwig + Ckeditor ou TinyMCE pour l'intégration de médias au sein des pages;
- prévisualiser les contenus avant leur mise en ligne : fonctionnalité native de Drupal ;
- gérer l'état d'un contenu (en attente de publication, publié, non publié, supprimé) : fonctionnalité native de Drupal ;
- modifier la date de publication (par défaut : date de validation) : fonctionnalité native de Drupal ;



- envoi d'un email au rédacteur de l'article lors de la publication ;
- générer une url optimisée automatiquement qui peut être corrigée manuellement : module Path alias
- modifier arbitrairement le titre de la page. Si l'utilisateur souhaite que le titre de la page (balise "title" soit différent du titre de son article (balise h1), il en aura la possibilité grâce à l'installation du module Page Title.

#### **4.3.5. gestion des articles**

Le principe de gestion des articles du site permettra de :

- structurer le contenu rédactionnel : texte, sous-titre, corps de l'article
- rattacher des médias (images, vidéos, modules de diaporama, enregistrements sonores).
- rattacher des fichiers (.doc, .rtf, .pdf, .csv, .zip, .jpeg ) via l'utilisation native de gestion des contenus attachés de Drupal (module upload) ;
- proposer des liens internes et externes intégrés directement dans l'outil wysiwyg;
- associer des tags à l'article
- associer des articles proches en contenu automatiquement (via des tags identiques) et manuellement (recherche dans le contenu et association via le backoffice) ;
- rédiger un contenu éditorial complémentaire (bloc "en savoir plus) pouvant contenir des liens internes et externes.

#### **4.3.6. gestion des média et médiathèque**

- L'abstraction des contenus propre à Drupal sera ici utilisée. Elle permettra de gérer les média comme tout autre contenu, de les tagger, de les associer à d'autres contenus, de créer des diaporamas multimédias, de leur associer des informations (nom, commentaires, crédits, ...).
- Les médias auront les attributs suivants : titre, copyright, tags, description courte, date ;
- De plus, pour les images, le module "image cache" sera intégré au backoffice afin de générer automatiquement les miniatures.
- La médiathèque proposera une interface de recherche par titre et mots-clés.

#### **4.3.7. outils**

- imprimer : création d'une feuille de style CSS print;
- partager (réseaux sociaux) : barre "Add This" ;
- envoyer à un ami.

#### **4.3.8. flux RSS sortants**

Fonctions standard de génération de flux RSS de Drupal.

#### **4.3.9. formulaires (contacts, inscriptions académie)**

Grâce à l'installation du module WebForms, les champs des formulaires d'inscription à l'académie pourront être facilement modifiés chaque année dans le cadre du contrat de maintenance.

#### **4.3.10. page d'accueil**

Le back office vous permettra de gérer les contenus de la page d'accueil.

#### **4.3.11. gestion du multilinguisme**

Installation du module de multilinguisme (module i18n).

#### **4.3.12. gestion des droits**

La gestion standard des droits sous Drupal sera utilisée. Les rôles seront définis pour chaque catégorie d'utilisateur et permettront de limiter/autoriser l'accès à certaines parties du site ou du backoffice en fonction des prérogatives de l'utilisateur.

La gestion des droits et notamment du process de publication sera affinée lors de la phase de conception du site mais suite à nos échanges téléphoniques, il est probable que 2 types d'utilisateurs soient en charge de la gestion des contenus du site et de son animation.

- Les administrateurs : gestion des comptes (internes et externes), droits d'édition et de publication sur l'ensemble des contenus, gestion de l'arborescence.
- Les rédacteurs : gestion éditoriale restreinte à une partie du site (exemple : presse, services éducatifs, ...)

#### **4.3.13. Interopérabilité avec SI tiers**

##### **Application Iphone**

*Précisions sur le cahier des charges* : M. Fernandez de la société Dualmédia nous a précisé que les données qui devaient être mises à jour depuis le site internet concernaient les contenus de la rubrique Actualités de l'applications Iphone. Les autres contenus de l'application sont en effet intégrés "en dur" dans l'application.

Solution préconisée :

- Interface d'administration : les administrateurs du site pourront indiquer dans l'interface d'administration les contenus "news", vidéos et photos à publier sur l'application Iphone.

- Interfaçage : des fichiers xml, générés dynamiquement, pourront être exploités par le prestataire de l'application Iphone pour mettre à jour les contenus de l'application.

### **Application Sirius**

L'architecture sera également conçue pour intégrer les champs nécessaires au transfert d'information vers la base de données de votre partenaire Alcion (billetterie en ligne, dons, frais d'inscription à l'académie).

#### **4.3.14. lettre d'information**

Nous préconisons l'utilisation de Campaign Monitor, outil de gestion et d'édition de newsletter puissant et modulaire, reconnu comme l'un des plus complets du marché. Cette solution vous permet d'actualiser vous-même les lettres d'information, d'en gérer les envois, et d'en analyser les résultats (informations statistiques et nominatives sur les taux d'ouverture, de clic, etc.)

Cette solution vous donne toute autonomie pour gérer la création, l'envoi et la gestion de vos lettres d'information :

- Une plate-forme complète de gestion de la base de données des destinataires (import et export de la base, dédoublonnage, vérification de la validité des emails, optin/optout, test de rendu dans les divers outils de lecture de mail, segmentation de votre fichier contact...)
- Des outils de tracking (qui a vu, édité, cliqué, quand comment, combien de fois, et plus encore...)
- Un accès via l'extranet

Nous prenons en charge:

- Maquette du gabarit de la lettre d'information généraliste et de sa déclinaison thématique.
- Création, installation et intégration html/css/php du gabarit (designé par la maquette fournie par le graphiste)
- Installation, développement et paramétrage du module vous permettant d'actualiser vous-même vos lettres d'information selon votre gabarit (Template)
- Intégration des formulaires d'abonnement / désabonnement sur le site web

Coût par envoi :

- Le coût d'envoi est payable mensuellement. Il est révisé automatiquement chaque mois en fonction du volume de votre liste de contacts. Le nombre de campagne par mois est illimité.
- Nous suggérons que Campaign Monitor soit votre prestataire direct. Les tarifs sont basés sur un abonnement mensuel qui s'adapte chaque mois au volume de votre liste d'abonnés. Le nombre de campagne mensuel est illimité.

- Tarifs de Campaign Monitor :

Nombre d'abonnés	0 - 500	501 - 2 500	2 501 - 5 000	5001 - 10 000	10 001 - 25 000
Abonnement mensuel	12 €	24 €	44 €	80 €	200 €

#### 4.3.15. référencement

- Une attention particulière sera apportée à l'optimisation du site pour les moteurs de recherche.
- Un module permettra de générer automatiquement des urls optimisées (Path Auto).
- Les balises méta seront générées automatiquement. L'administrateur des contenus pourra à tout moment prendre la main si il le désire (notamment pour les balises "title", "description" et "keyword").
- Un fichier sitemap.xml sera généré automatiquement et soumis aux principaux moteurs de recherche de manière périodique.

#### 4.3.16. accessibilité et respect des normes W3C

Les normes W3C, que nous respectons dans la réalisation de tous nos sites Internet, visent à garantir l'accès au contenu des sites web, en particulier :

- permettre que les textes et leur nature (titre, lien, texte) soient correctement identifiés et interprétés par tous les traducteurs destinés aux personnes handicapées;
- permettre que les images et leurs descriptions soient correctement identifiées et interprétées par tous les traducteurs destinés aux personnes handicapées (balise ALT);
- offrir un équivalent texte à chaque titre mis en place sous forme d'image, pour la même raison (logo par exemple);
- baliser le HTML en fonction du sens (selon un système de hiérarchie sémantique), pour les traducteurs, mais aussi pour les robots d'indexation des grands moteurs web (Google, Yahoo, etc.), ce qui optimise le référencement.

Notre préconisation est de réaliser le nouveau site en respectant le niveau XHTML 1.0 transitionnel. Le code HTML sera développé pour correspondre aux niveaux sémantiques d'information et toute la mise en forme graphique sera gérée exclusivement dans la feuille de style (fichier CSS).

Soulignons que l'usage du HTML sémantique permet d'envisager la complète modification graphique d'une page (ou d'un site entier) en ne modifiant que la feuille de style (c'est-à-dire que le code CSS). A ce titre, le site Cszengarden est une bonne référence : la page d'accueil visible à l'adresse <http://www.csszengarden.com/> est

présentée avec le même code HTML mais d'autres feuilles de styles (accessibles dans la liste à gauche).

#### **4.3.17. Statistiques**

Les statistiques du site seront collectées via google analytics (utilisation du module GA pour drupal).

#### **4.3.18. Sécurité**

Drupal a fait ses preuves au niveau sécurité. Il a été choisi pour des sites particulièrement sensibles (celui de la maison blanche par exemple) pour la qualité de son code et sa robustesse face aux attaques. Pour les développements spécifiques, l'agence Fiat Lux, bien consciente de l'importance de cet aspect, mettra son expérience à profit dans l'écriture de code respectant les standards en la matière (prévention des attaques "sql injection", cross site scripting, ...)

## **5. Hébergement**

Pour l'hébergement nous travaillons avec des spécialistes dont c'est le premier métier. D'après nos échanges téléphoniques, il semble que votre solution actuelle d'hébergement chez OVH correspondent à vos besoins. A priori, l'environnement technique de cet hébergement devrait être adapté à la solution Drupal. Au cas où la phase d'analyse en début de projet ferait révélerait la nécessité de travailler avec une solution, nous préconiserions notre partenaire Nexen Services (<http://www.nexenservices.com>), dont l'offre répond au cahier des charges et en particulier aux contraintes de sécurité, de sauvegarde/restauration et d'infogérance.

#### *Nexen service*

Nous suggérons qu'il soit votre prestataire direct, tandis que nous interviendrons auprès de lui en tant que représentant technique. A ce titre, nous nous occuperons de l'installation complète de la plateforme ainsi que de la gestion de vos DNS. Cette répartition des rôles permet au CNAP d'être libre à tout moment de changer de prestataire, sans dépendre d'un seul qui centralise toutes les fonctions. C'est aussi l'approche la plus économique.

Si Nexen Services n'est pas l'hébergeur le moins cher de la place, en revanche il propose un service personnalisé très pointu en configurant des serveurs selon les demandes particulières de ses clients avec le meilleur rapport qualité/prix. Il excelle en particulier dans la maîtrise des serveurs Linux-php et se comporte en authentique collaborateur technique, avec des équipes compétentes et joignables facilement (par mail et par téléphone).

Nous avons fait deviser à Nexen Services un hébergement sur un serveur dédié virtuel.

Par rapport à un serveur mutualisé simple, le serveur dédié-virtuel apporte l'assurance de :

- Disposer d'un paramétrage spécifique pour les besoins du site,
- Bénéficier de garantie de disponibilité,
- Mutualiser le hardware et d'optimiser ainsi les coûts de possession.

En terme de sécurité, une option de mises à jour de sécurité est proposée, la manipulation consiste à appliquer les patchs de sécurité préalablement testés.

Une solution de sauvegarde quotidienne est proposée par Nexen au Festival, celle-ci pouvant se faire tous les jours ou toutes les semaines. Seront sauvegardés : les fichiers de configurations, les bases de données et les fichiers Web.

## 6. Transfert des données

L'écriture d'un script d'import spécifique permettra d'importer les contacts de la base d'e-mailing à partir d'un fichier .csv transmis par le Festival (ce fichier devrait être récupérable auprès de l'agence en charge de votre base d'e-mailing).

## 7. Formation

Une formation sur site au Festival permettra aux intervenants de s'approprier les outils d'édition. Nous dispenserons deux formations :

- Une formation d'une journée pour les administrateurs.
- Une formation d'une demi journée pour les rédacteurs.

En tout, nous comptons 1,5 journées de formation et une demi journée pour la préparation et le déplacement sur place. Une notice d'utilisation sera remise aux utilisateurs.

## 8. Garantie et maintenance

### 8.1. Garantie

- ⇒ Nous assurerons la maintenance corrective sur 12 mois à partir de la clôture de la procédure de recette de la solution technique. La garantie porte sur toute anomalie décelée sur le site internet. Par anomalie, il est entendu tout élément ou incident qui gêne le fonctionnement du site internet en conformité avec les fonctionnalités requises par le client.

## 8.2. Maintenance corrective et évolutive

- ⇒ Durée : 1 an. A l'issue de la période de garantie le Festival peut reconduire pour une période de 12 mois supplémentaires.
- ⇒ Etendue des prestations dans le cadre du contrat de maintenance :
  - corrections d'anomalie
  - évolutions mineures graphiques, fonctionnelles, techniques (ex : évolution des formulaires de l'académie). Si des besoins d'évolution plus importants sont mis à jour (plus de 5 jours/hommes), nous ferons une proposition tarifaire spécifique.
  - hotline annuelle pour la soirée d'ouverture de la billetterie
- ⇒ Tarif : nous proposons un forfait moyen annuel de 1 jour par mois (500 € HT / jour). En cas de dépassement du nombre de jour en cours d'année, un nouveau crédit correspondant au nombre de mois restants sur l'année sera ouvert sur le compte du client.
- ⇒ Modalité de paiement : paiement semestriel ; 50 % en début de contrat, 50 % tous les six mois.

Un outil de suivi de forfait de maintenance vous permet d'accéder à :

- Historique des opérations de maintenance réalisée (détail de la prestation, date de l'opération, durée)
- Historique des paiement (date, nombre d'heure achetée, montant, numéro de facture associé)
- Un écran de synthèse avec le nombre d'heures consommées, le nombre d'heures achetées et le crédit temps restant

## 9. Méthodologie

Nous savons que la qualité de notre travail tient en grande partie à la rigueur de son organisation. Nous avons ainsi des formalismes servant à décrire les étapes principales des projets.

Nous travaillons toujours dans le souci d'assurer une bonne communication entre le maître d'ouvrage et l'équipe de production. Chaque étape fait l'objet de livrables validés par le client. Dans la phase de conception, une série d'allers-retours entre Fiat Lux et la maîtrise d'ouvrage aura lieu afin de valider les documents proposés.

## 9.1. Etape 1 : conception fonctionnelle et charte graphique

### *Spécifications fonctionnelles :*

Via le recueil de l'expression de vos besoins et leur analyse, les principaux objectifs de la conception seront décrits dans **le document des spécifications fonctionnelles détaillées**. Il proposera notamment :

- une description détaillée des modules fonctionnels
- un recadrage de l'arborescence des contenus
- un scénario fonctionnel pour définir l'organisation des entités informationnelles dans les pages types du site ainsi que les principes ergonomiques et navigationnels. Ce document servira de base de travail pour la réalisation de la charte graphique.

### *Charte graphique*

Les propositions graphiques seront systématiquement présentées à la maîtrise d'ouvrage pour validation.

Cette étape sera réalisée en collaboration avec notre chef de projet technique afin de proposer une solution fonctionnelle, ergonomique et graphique en cohérence avec les solutions techniques.

## 9.2. Etape 2 : développement du site (front et back office)

Le site sera développé sur un serveur de production.

Pour garantir la transparence générale de la production, le Festival pourra tester le calage des écrans en front et back office au fur et à mesure du développement en se connectant via un login et mot de passe.

En fin de production, une version bêta (quasi-finale) du site servira à la fois à la mise en place des contenus par l'équipe du Festival et aux tests et corrections des anomalies. Elle sera installée sur le serveur définitif.

## 9.3. Etape 3 : formation des administrateurs et rédacteurs

## 9.4. Etape 4 : tests et recette

Avant la mise en ligne publique, une période de test et de contrôle qualité permettra de s'assurer de la résolution des anomalies et du bon fonctionnement du site sur le serveur de production. Le recettage final se fera en coordination avec le Festival.



## 9.5. Etape 5 : lancement et maintenance corrective

A la mise en ligne du site, nous remettrons au Festival l'ensemble des documents réalisés au cours du projet, notamment les fichiers source du site, la notice d'utilisation et la notice technique.

Nous assurerons la maintenance corrective du site pendant 12 mois après recettage.

## 9.6. Etape 6 : maintenance corrective et évolutive

La maintenance corrective et évolutive débute 12 mois après la date de recette du site pour une durée d'un an reconductible.

# 10. Equipe de réalisation

Afin de garantir la fluidité des échanges entre nos équipes de production et le CNAP, Fiat Lux, représentée par Magali Guyon, sera votre interlocuteur tout au long du projet.

L'équipe envisagée pour la production comprendra :

- **un chef de projet** garant de la cohérence entre la mise en œuvre interactive et les recommandations issues de la phase d'analyse et des enjeux ergonomiques et éditoriaux. Il est responsable du bon déroulement du projet dans le cadre du budget et du planning.
- **un directeur artistique**, responsable de l'aspect esthétique de la réalisation et du compromis à trouver pour satisfaire les impératifs fonctionnels et techniques (ergonomie, normes W3C).
- **un directeur technique et développeur Drupal** qui analyse les enjeux informatiques du projet, préconise les solutions, réalise les développements Drupal et assure la qualité technique en fin de parcours.
- **Un intégrateur HTML/CSS**

### 10.1. Chef de projet : Magali Guyon

- Fondatrice de Fiat Lux (2005)
- Titulaire d'un master en multimédia (Ecole Nationale Supérieure des Beaux-Arts de Paris), elle a également un DEA d'histoire et sémiologie du texte et de l'image (formation universitaire suivie à Paris, Dublin et Montréal).
- Magali Guyon est chef de projet et ergonome depuis 1999. Avant de s'installer à Marseille en 2003, elle a travaillé pour l'agence web parisienne Himalaya.
- Elle intervient régulièrement dans des masters (HEC, ENST et INA Paris, IEP Lyon, IAE Aix-en-Provence).

- Projets : Grand Théâtre de Provence, Théâtre du Jeu de Paume et du Gymnase, Marseille-Provence 2013, Preljocaj, Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Luminy, Dexia, ...

#### 10.2. Directeur artistique, web designer: Sebastien Cappuccia

- Sébastien a plus de 10 d'expérience en web design et direction artistique sur des projets institutionnels, grands comptes, PME.
- Avant de rejoindre Antipole, il a travaillé pour NetUp, Le Confort Moderne (collectifs de designers freelance, paris), Agence Neo05.
- Projets :Virgin, Clarins, Cacharel, Celine, Eye DC, Bistro Romain, Flo brasseries.

#### 10.3. Directeur technique, développeur Drupal : Julien Moirenc

- Ingénieur en informatique, Julien possède 8 ans d'expérience en développement php/mysql et s'est spécialisé depuis plusieurs années sur les solutions open source CMS (drupal, joomla!, spip) et e-commerce (Prestashop, Magento).
- Projets : Eurocopter Training Service - [www.eurocoptertrainingservices.com](http://www.eurocoptertrainingservices.com), Dormir Hôtrement - [www.dormir-hotrement.fr](http://www.dormir-hotrement.fr), Portail de l'économie sociale et solidaire - [www.essenregion.org](http://www.essenregion.org), Communauté d'agglomération de Montélimar - [www.montelimar-sesame.com](http://www.montelimar-sesame.com)

#### 10.4. Intégrateur XHTML/CSS : Christophe Passet

- Fondateur de l'agence Antipole, Christophe a plus de 8 ans d'expérience dans le développement de solutions online. Aujourd'hui, il intervient en tant que développeur et formateur auprès du secteur privé comme du secteur institutionnel.
- Projets : Grand Théâtre de Provence, Théâtre du Jeu de Paume et du Gymnase, Festival Seconde Nature, la Cite des Arts de la rue, Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Luminy, ...

## 11. Planning

Les grandes lignes du planning se résument ainsi – où la date de lancement est présumée le 15 novembre :

- En cas de décalage de la réunion de lancement, chaque date sera décalée d'autant.
- Chaque tâche pointée d'un astérisque correspond à une validation de la maîtrise d'ouvrage.

Etape	Début	Fin
<b>Pré production</b>		
Réunion de lancement	22-nov.	
Spécifications fonctionnelles détaillées	22-nov.	6-dec.
Validation du cahier des charges fonctionnel détaillé *	6-dec.	13-dec.
Charte graphique	13-dec.	3-janv.
Validation de la charte graphique	3-janv.	10-janv.
<b>Production</b>		
Développement et intégration XHTML/CSS	10-janv.	17-mars
Présentation de la version du site	17-mars	
Validation *	17-mars	
Formation	17-mars	24-mars
Intégration des contenus par le Festival	24-mars	29- avril
Corrections finales	24-mars	29-avril
Recette *	29- avril	
Maintenance corrective	29 avril 2011	29 avril 2012
Maintenance corrective et évolutive	29 avril 2012	29 avril 2013

## 12. Budget

### 12.1. Budget de réalisation du site

Ce tableau présente la ventilation des principaux postes. Le détail du budget par tâches et jours homme est joint en annexes (fichier fiatlux\_budget\_101027.pdf)

Gestion de projet	4 400 € HT
Préproduction (scénario interactif)	3200 € HT
Design	5400 € HT
Développement	6200 € HT
Intégration HTML/CSS €	8700 € HT
Formation	1600 €
<b>Total</b>	<b>29 500 € HT</b>
TVA (19,6%)	5 782,00 €
<b>Total TTC</b>	<b>35 282,00 €</b>

### 12.2. Budget complémentaire

	Prix € HT	TVA (19,6 %)	Prix € TTC
Garantie et maintenance évolutive - 1 an	6 000 €	1 176,00 €	7 176,00 €
Hébergement Nexen - 1 an	4 548,00 €	891,41 €	5 439,41 €
Coût d'envoi newsletter	Dépend du nombre d'abonnés cf. 4.3.14		

## 13. Conditions financières

Le paiement des sommes dues en exécution du présent marché devra intervenir dans un délai de trente jours maximum, à compter de la réception, par la personne responsable du marché, de la facture.

Les prestations seront réglées après service fait.

Les factures sont émises au fur et à mesure de l'exécution du marché, selon les modalités suivantes :

- 20% à l'engagement ;
- 40 % à la remise du cahier des charges fonctionnel détaillé et de la charte graphique ;
- 40 % à la recette.

## 14. Références

### 14.1. Références communes Fiat Lux / Antipole



#### **Théâtre du Jeu de Paume et du Gymnase** 2009

Réalisation du site internet des théâtres du Jeu de Paume et du Gymnase (Aix-en-Provence, Marseille).

Mission : gestion de projet et conception (collaboration : design et développement : Antipole)

<http://www.lestheatres.net>



#### **Le Grand Théâtre de Provence** 2007 (refonte partielle en 2009)

Réalisation du site internet du Grand Théâtre de Provence.

Mission : gestion de projet et conception (collaboration avec : le studio graphique Ich&Kar / développement : Antipole)

<http://www.lestheatres.net>



#### **Festival de musique Météo** 2008

Réalisation du site internet du Festival.

Mission : gestion de projet et conception (collaboration : design et développement : Antipole)

<http://www.festival-meteo.fr>

### 14.2. Références de Fiat Lux



#### **Marseille Provence 2013** 2009

Mission : élaboration de la stratégie multimédia de Marseille Provence capitale européenne 2013 sur les 4 ans à venir.



### **Preljocaj** 2008

Elaboration du cahier des charges du site internet, assistance à la rédaction des contenus, coordination de la production.

<http://www.preljocaj.org/>



### **Plateforme métier Medmultimed** 2010

La plateforme Métier Medmultimed s'adresse aux acteurs de la filière du multimédia en région PACA : organismes de formation, entreprises, formateurs, étudiants, chercheurs d'emploi. Elle propose des services (catalogue des offres de formations, offre d'emploi et de stages, bourses à projets d'entreprise, recherche d'intervenants formateurs), des espaces d'échanges et des ressources documentaires.

Client : Medmultimed

Mission : stabilisation du cahier des charges, conception fonctionnelle et ergonomique, création de l'identité visuelle du site internet de la plateforme métier, suivi de production.

(collaboration : développement : La Souris Verte)

<http://metiers.medmultimed.org>



### **Dexia Crédit Local** 2008

Réalisation du cahier des charges et de l'appel d'offre de la refonte du site internet de Dexia Crédit Local.

*Mission réalisée pour l'agence Supplément d'Ame*

<http://www.dexia-creditlocal.fr>

**Plus d'informations sur :** <http://www.fiatlux.fr>

### 14.3. Références d'antipole



#### Festival Seconde Nature

2008

webdesign, conception et réalisation du site internet du festival.

<http://www.secondenature.org/>



#### Economie sociale et solidaire en région - SFR

2008

Production et développement du portail ess en régions (centre de ressources en ligne sur les politiques régionales au soutien de l'économie sociale et solidaire). Pour le compte de Avise avec le soutien du fond social européen en France.

Mission : Production et développement (collaboration : design & gestion de projet → Agence courant alternatif - Paris)

<http://www.exalight.fr>



#### Exalight - SFR

2008

Production et développement du portail exalight (un jeu de course futuriste massivement multijoueurs en ligne) pour le compte de SFR

Mission : Production et développement (collaboration : design -> Agence Soleil Noir – Paris | gestion de projet → Agence courant alternatif - Paris)

<http://www.essenregion.org>



#### Couffin privé

2009

webdesign, conception et réalisation du site internet de vente privées.

Mission : Gestion de projet, Design & Production (collaboration : développement → Absowebdesign)

<http://www.couffin-privé.com>

Plus d'informations sur <http://www.antipole.fr>