



CAHIER DES CHARGES

Objet : refonte du site [rsf.org](https://www.rsf.org)

Reporters sans Frontières	7
Nous informons	7
Nous mobilisons	8
Nous protégeons	8
Nous exerçons des pressions	8
Nous proposons des solutions	9
Les outils de RSF	9
LE CLASSEMENT MONDIAL	9
LE BILAN ANNUEL	9
L'organisation de RSF	9
Présentation du projet	10
Objet	10
Cibles et utilisateurs	11
Arborescence	12
Site	12
Outils et services tiers	13
Ambitions pour le nouveau site	15
Les besoins fonctionnels	16
Langues et localisations	16
Contenus	17
Stratégie cross contenu	18
Classification des contenus	18
Arborescence attendue	19
Exploitation des contenus et partage	19
Workflow de validation	19
Synchronisation à destination de l'ERP	20
Listing des templates	21
Header	21
Templating par blocs	22
Pages-clés	23
Page d'accueil	23
Publications et CPs	25
Pages "Pays"	26
Pages "Campagne"	26
Page du classement	28
Pages "Thread" / Fil d'actualité	28
Pages "Pétition"	29
Pages "Action"	30

Carte “Baromètre”	30
Pages portraits	31
Page “Nos soutiens”	31
Pages donateurs ou partenaire	32
Pages “Projet”	32
Page “Vidéotheque”	32
Pages “Vidéo”	32
Page libre	32
Pages “Long Read”	33
Landing Page	33
Recherche	33
Contenu recherché	34
Moteur de recherche	34
Baromètre	34
Besoins - Engagement / Donations / Adhésion	35
Typologie d'utilisateurs engagés	35
Lien avec iRaiser	35
Faire un don	35
Adhérer	36
Pétitions	37
Partage et incitation au don	38
Besoins Marketing	38
Outils tiers	38
Newsletter	38
Champs adaptables	41
Personnalisation	41
Marketing automation	41
Autres fonctionnalités	41
Formulaire de contact	41
Recrutement / Page “Nous rejoindre”	42
Les besoins en back office et administration	42
Typologies d'utilisateurs et système éditorial	43
Typologies d'utilisateur	43
Administrateur	43
Modérateurs	43
Rédacteurs	43
Traducteur	43
Système éditorial	43
Rédaction	43
Corrections	44
Validation / finalisation	44

Publication	44
Traduction	44
Interface et expérience utilisateur	44
Édition de contenu	44
Dashboard	44
Édition de contenu	45
Éditeur, champs	45
Texte simple	45
Texte riche (WYSIWYG)	45
Nombre	45
Date	45
Contenu interne	46
Image	46
Contenu externe	46
Champ libre	46
Blocs, widgets	47
Bibliothèque de blocs	47
Widgets	47
Exemples de blocs	48
Blocs formulaire	50
Blocs long read	50
Templates et modèles	50
Templates	50
Modèles (de blocs)	50
Publication	51
Prévisualisation	51
Versionning	51
Gestion des corrections et des mises à jour	52
Programmation des publications	52
Gestion des contenus	52
Édition des menus	52
Mega-menu	52
Pied de page	52
Actions groupées	53
Exports	53
Taxonomie	53
Gestion des formulaires	53
Création de formulaires	53
Gestion des champs	53
Gestion de la validation et des erreurs	54
Règles et dépendances des champs	54
Soumission des formulaires	54

Mailchimp	54
Salesforce	54
Envoi d'emails	54
Export	55
Création d'un objet dans le back-office	55
Gestion des assets	55
Constitution d'une banque de médias	55
Gestion de la banque de médias	55
Dynamisation des assets	56
Centre de ressources	56
Gestion des utilisateurs	56
Ajout, suppression et modification des utilisateurs	56
Gestion des droits	56
Attribution des rôles et expiration des droits	57
SEO	57
Gestion des métas	57
Scoring des contenus	57
Réseaux sociaux et diffusion	57
Diffusion d'alerte par email	57
Flux RSS	57
Internationalisation et localisation	58
Gestion des clés de langues	58
Ajout / modification / suppression de langues	58
Localisation du back office	58
Configuration du site	59
Alerte en page d'accueil	59
Gestion des URLs	59
Redirections	59
Clés d'API	59
Gestion des permissions utilisateurs	60
Contenus	60
Utilisateurs	60
Rôles	60
Les recommandations techniques	60
Données	60
Internationalisation	61
Right to left	61
Alphabets non latins	62
Sélection / détection de la langue	62
SEO	62
Contenu	62

Sources externes	62
Médias embarqués	62
Approche par composants	62
Interopérabilité	63
Accessibilité	63
Audience	63
Équipement	63
Accès au réseau / localisation	64
Obligations sécuritaires et confidentialité	64
DDOS	64
RGPD	64
Services externes et APIs	64
Salesforce	64
Twitter	65
Mailchimp	65
Mapbox	65
Outils de monitoring et statistiques	65
Trackers	65
Compatibilité	66
Serveurs et hébergement	66
Conditions d'exploitation	66
Configuration serveur	67
Exemples de stacks répondant aux exigences précédentes	67
CMS / Frameworks	68
Frontend	69
SGBD	69
Importation des contenus	69
État des lieux	69
Méthode d'import	69
Tests et garanties	70
Méthode de travail	70
Conception et méthode "Mobile-first"	70
Gestion et suivi de projet	70
Tests et recette	71
Attentes graphiques et ergonomiques	72
Livrables	72
Wireframes	72
Maquettes	72
Spécifications	72
Code source	73
Documentation utilisateur	73

Documentation technique	73
Outils	73
Communication	73
Review // Ticketing	73
Versionning	74
Intégration continue	74
Déploiement	74
Sauvegardes	74
Confidentialité	74
Formations	75
Garanties	75
Niveau de garantie de sécurité	75
Lutte contre les dénis de service	75
Lutte contre le SPAM	75
Sécurisation des données et garantie	76
Référencement naturel	76
Conformité CNIL et RGPD	76
Propriété intellectuelle	76
Scalabilité	76
Réversibilité	77
Maintenance	77
Maintenance corrective	78
Maintenance préventive	79
Maintenance évolutive	80
Pilotage de la prestation de maintenance	81
Intégration d'une potentielle ressource interne RSF	81
Assistance aux contributeurs	81
Accessibilité	82
Options	82
Coûts de réversibilité	82
Implémentation du Marketing Automation	82
Planning du projet	82
Réponse à l'appel d'offre	83

1. Reporters sans Frontières

Créée en 1985, Reporters sans frontières (RSF) promeut et défend la liberté, le pluralisme et l'indépendance du journalisme, notamment par la défense de ceux qui incarnent ces idéaux, dans l'esprit des textes de référence des droits humains et des grandes déclarations relatives à l'éthique journalistique. Reporters sans frontières (RSF) aspire à ce que tous les êtres humains bénéficient d'informations leur permettant de connaître et comprendre les enjeux du monde et de leur environnement. RSF dispose d'un secrétariat international à Paris, de douze sections (Allemagne, Suisse, Autriche, Espagne, Suède, Finlande) et bureaux (Londres, Rio, Washington, Taipei, Tunis, Dakar) dans le monde et de plus de 130 correspondants. Association reconnue d'utilité publique en France, elle bénéficie de statuts consultatifs auprès de l'ONU, de l'OIF, de la Commission africaine des droits de l'homme et des peuples et du Conseil de l'Europe.

Nous informons

RSF informe en temps réel sur la situation de la liberté de la presse à travers le monde.

- **Sur son site Internet rsf.org**

RSF publie chaque jour plusieurs dépêches en français, anglais, espagnol, portugais, arabe, farsi sur son site Internet rsf.org.

RSF publie également des rapports thématiques (une à deux fois par trimestre). Les derniers rapports publiés concernent par exemple "[le nouvel ordre mondial des médias selon la Chine](#)" ou "[Les entraves à la distribution de la presse](#)", ou encore "[Les journalistes dans le viseur des groupes mafieux](#)".

RSF publie une fois par an son [Classement mondial de la liberté de la presse](#). Ce dernier permet de mesurer, dans 180 pays, le degré de liberté de la presse dont jouissent les médias.

- **Sur ses réseaux sociaux**

RSF communique en temps réel sur ses réseaux sociaux et notamment :

- Son compte Twitter [@RSF_inter](#)
- Ses comptes organisés par langues (RSF_en, RSF_fr etc.)
- Son compte [Facebook](#)
- Son compte [Instagram](#)

A noter :

- Il existe d'autres sites Internet qui communiquent sous la marque RSF, comme par exemple le [site de "Reporter Ohne Grenzen"](#). Ce dernier ne relève pas de la responsabilité du secrétariat général à Paris, mais de la section allemande, qui se coordonne avec Paris mais conserve son indépendance.

- Il existe d'autres comptes Twitter ou Facebook régionaux. La migration est en cours pour ne conserver qu'une seule logique linguistique. Les comptes Twitter et Facebook des sections eux, resteront indépendants.

Nous mobilisons

RSF mobilise les populations et les gouvernements par des campagnes de sensibilisation percutantes, parfois choquantes et par des opérations "coup de poing". L'objectif est d'attirer l'attention du public sur les exactions commises contre les journalistes et dissuader les dirigeants qui persécutent la presse indépendante. Afin de faire libérer les journalistes retenus en otage à travers le monde, RSF lance et anime des comités de soutien.

Nous protégeons

RSF protège les journalistes en danger. RSF prête des casques et des gilets pare-balles, offre des formations à la sécurité, physique et digitale. RSF propose également des assurances et des guides d'information pour les journalistes en mission dans des zones à risques (guerres, élections), avec une attention particulière pour les free lance et les pigistes.

RSF se porte souvent partie civile auprès des tribunaux pour soutenir les journalistes en difficulté. Ceux qui sont demandeurs d'asile bénéficient d'une assistance juridique.

Par ailleurs, l'organisation accorde chaque année des centaines de bourses d'aide et soutient des médias indépendants menacés.

Nous exerçons des pressions

Face à l'évolution des enjeux, RSF a adapté sa boîte à outils afin d'être en mesure de mobiliser le plus grand nombre, de challenger les gouvernements et les autorités et d'influencer les médias, les législations ou les standards d'Internet.

RSF a ainsi élargi son éventail d'actions :

- RSF mène des campagnes contre les prédateurs de la liberté de la presse. En s'appuyant sur son Classement mondial de la liberté de la presse, sur ses rapports et publications, sur ses actions de visibilité, RSF dénonce les dérives de certains pays et propose des recommandations spécifiques.
- RSF a renouvelé ses méthodes de plaidoyer en dépassant la simple dénonciation publique. Désormais, l'organisation offre un engagement direct auprès des États, y compris auprès des régimes les plus autoritaires et répressifs en termes de liberté de la presse. RSF leur offre des propositions et négocie avec eux des solutions concrètes pour l'avenir.
- RSF lutte violemment contre l'impunité des meurtres de journalistes. Sur les 1 200 meurtres de journalistes commis ces 15 dernières années, 90 % restent impunis. RSF intervient auprès des organisations compétentes afin de dépasser l'approche défensive et

commencer à défendre les journalistes en s'assurant que les responsables des crimes soient poursuivis.

Nous proposons des solutions

RSF se veut résolument porteuse de solutions. L'organisation entend apporter une contribution importante et concrète au renforcement de la démocratie, dans des circonstances historiques particulières où l'humanité est confrontée à des défis majeurs et inédits.

De fait, RSF a entrepris des démarches et a notamment lancé une série d'initiatives innovantes, concrètes et complémentaires qui visent à renforcer l'information libre, indépendante et fiable, sans laquelle il ne saurait y avoir de démocraties dignes de ce nom :

- [La Journalism Trust Initiative](#)
- [L'initiative internationale sur l'information et la démocratie](#)

Les outils de RSF

LE CLASSEMENT MONDIAL

Ce Classement, établi chaque année, mesure le degré de liberté dont bénéficient les médias dans 180 pays. Il suscite les réactions de nombreux gouvernements, bien (Finlande, Norvège) ou mal classés (Corée du Nord, Erythrée). Cet outil permet à RSF d'informer sur les avancées et les reculs des Etats en matière de libertés.

Depuis 2012, le questionnaire a été complété, le nombre des répondants a triplé. La Banque mondiale utilise ce Classement pour mesurer la qualité de l'Etat de droit dans les différents pays.

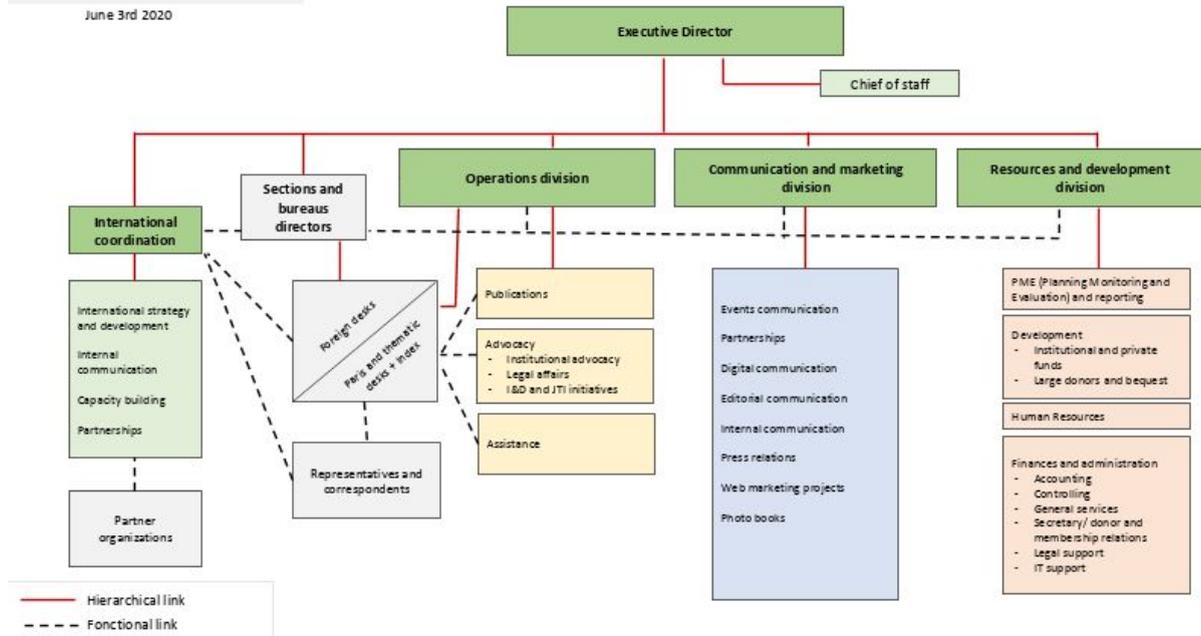
LE BILAN ANNUEL

Ce [bilan](#), qui recense les violations aux libertés de l'information, les attaques dont sont victimes les journalistes, permet d'établir les évolutions par pays et par régions. Il est un outil de premier ordre à disposition des journalistes, des instances internationales et des décideurs politiques. Le bilan est basé sur les données recensées par le [baromètre](#) des violations de la liberté de la presse qui donne en temps réel le nombre de journalistes emprisonnés et tués.

L'organisation de RSF

Fonctional organizational chart

June 3rd 2020



Les services qui contribuent sur le site web de RSF sont

- Les “desks” géographiques et thématiques (Foreign desks - Thematics desks)
- Les directeurs de bureaux étrangers (Bruxelles, Londres, Taipei, Washington, Rio, Tunis, Dakar)

Pour ces deux catégories, la publication est soumise à validation du communiqué par la rédaction en chef de RSF.

- La direction de la communication
- La direction des Ressources Humaines

Pour ces deux catégories, la publication est soumise à validation du communiqué par le directeur avec, si besoin, le Secrétaire général.

Les sections étrangères (Allemagne, Espagne, Finlande, Autriche, Suède) ont leur propre système de publication et de validation. Ils récupèrent les contenus du site international et ne peuvent publier de contenu que dans leurs langues locales / sur des sujets locaux.

2. Présentation du projet

2.1. Objet

Le projet a pour objet la refonte de l'ensemble du site rsf.org. Le site fonctionne actuellement avec le CMS Drupal 7 dont l'expiration est programmée pour novembre 2022. Au-delà de l'obsolescence de Drupal 7, le site ne correspond plus aux attentes et aux ambitions de RSF.

- Des templates adaptés aux contenus : depuis près de 5 ans, RSF s'est approprié le site mais a dû en détourner de nombreuses fonctionnalités afin de l'adapter aux besoins du quotidien. Ainsi, le site propose des templates qui ne sont pas adaptés à leurs contenus ce qui provoque des dysfonctionnements ou des problèmes

d'affichages. Ces solutions "bricolées" n'ont pas donné pleinement satisfaction mais aucune évolution majeure n'a pas été possible (ajout de nouvelles langues, modifications des templates etc.) dans des délais et coûts raisonnables.

- Un site au service de l'action : le site actuel a été conçu comme un site d'information. Or, RSF aspire désormais à ce que son site puisse aussi être un moyen d'action et notamment puisse être utilisé par l'organisation pour mener ses campagnes, mobiliser le public etc.
- Un site multimédia et interactif : le site actuel ne permet pas la prise en charge des différents médias (images, tweets, vidéos etc.). Au moment de sa conception, l'information de RSF était diffusée sur le format d'une dépêche et d'une image. RSF utilise toujours majoritairement ce format, mais également tous les supports multimédias et notamment les vidéos. RSF souhaiterait également plus d'interactivité avec les visiteurs du site. Cette dernière étant réduite aujourd'hui à la signature de pétition et l'inscription aux newsletters.
- Un site qui intègre les outils externes de RSF : le site est actuellement déconnecté des autres outils de RSF. Son intégration au reste de l'écosystème digital permettrait de gagner en cohérence, en temps et en efficacité pour les utilisateurs.
- Un back-office adapté aux usages : le back-office du site est utilisé par la quasi-totalité de l'équipe de RSF, quotidiennement dans de nombreuses langues et partout sur la planète. Il n'est pas adapté aux usages des utilisateurs qui perdent énormément de temps pour la contribution et la mise en forme.

Le site Internet est un pilier de l'action et de la visibilité de RSF dans le monde. En 2019, le site a été visité par 1,2 millions de personnes. Son importance capitale pour la notoriété, l'image et l'impact de l'organisation est à prendre en compte dans le cadre du projet.

2.2. Cibles et utilisateurs

Afin de guider les réflexions autour du nouveau site, voici les publics visés :

Pour la partie front-office :

- Cibles principales : Journaliste, professionnels du secteur des médias, activistes, défenseurs des droits, communautés RSF (donateurs, communautés RSF sur les réseaux sociaux, signataires des pétitions)
- Cibles secondaires :
 - Organisme de recherche (école, université, ...)
 - Grand public sensible à la défense des liberté et de la démocratie

Pour la partie back-office :

- Cibles principales :
 - Webmasters : les responsables de desks et leurs assistants, les directeurs de bureaux et leurs assistants, l'équipe éditoriale (rédactrice en chef et son adjointe)
 - Webmasters occasionnels : le service RH - la direction de RSF
 - Administrateurs : l'équipe communication et marketing

Le back-office est aussi important que le front-office : afin de diffuser un contenu de très grande qualité, RSF doit être en mesure de disposer d'un back-office adapté à ses besoins et flexible.

2.3. Arborescence

L'arborescence actuelle résulte d'une série d'évolutions mises en place au fil du temps. Elle n'a pas été pensée et construite ainsi dès le départ, ce qui explique en partie sa complexité et parfois ses incohérences. Elle permet néanmoins de montrer toute la richesse des contenus proposés par RSF aux utilisateurs.

Voir "ANNEXE 1 - Arborescence actuelle"

Comme développé dans la partie "[Importation des contenus](#)", le nouveau site devra réutiliser l'ensemble des contenus existants ainsi que le taggage de chaque contenu, les liens de redirection, les médias (images ou vidéos) et contenus liés (par exemple les documents joints). Toutefois, une nouvelle hiérarchie des contenus devra être proposée afin d'optimiser la navigation et expliciter le rubricage. Voici un exemple de la nouvelle structure proposée par RSF.

Voir "ANNEXE 2 - Arborescence d'exemple"

Cet exemple n'est présent dans le cahier des charges qu'à titre indicatif afin de représenter l'ensemble des types de contenus et leur imbrication dans une nouvelle architecture de contenus. Cette suggestion peut faire l'objet d'un retravail et ne constitue pas une volonté ferme de la part de RSF.

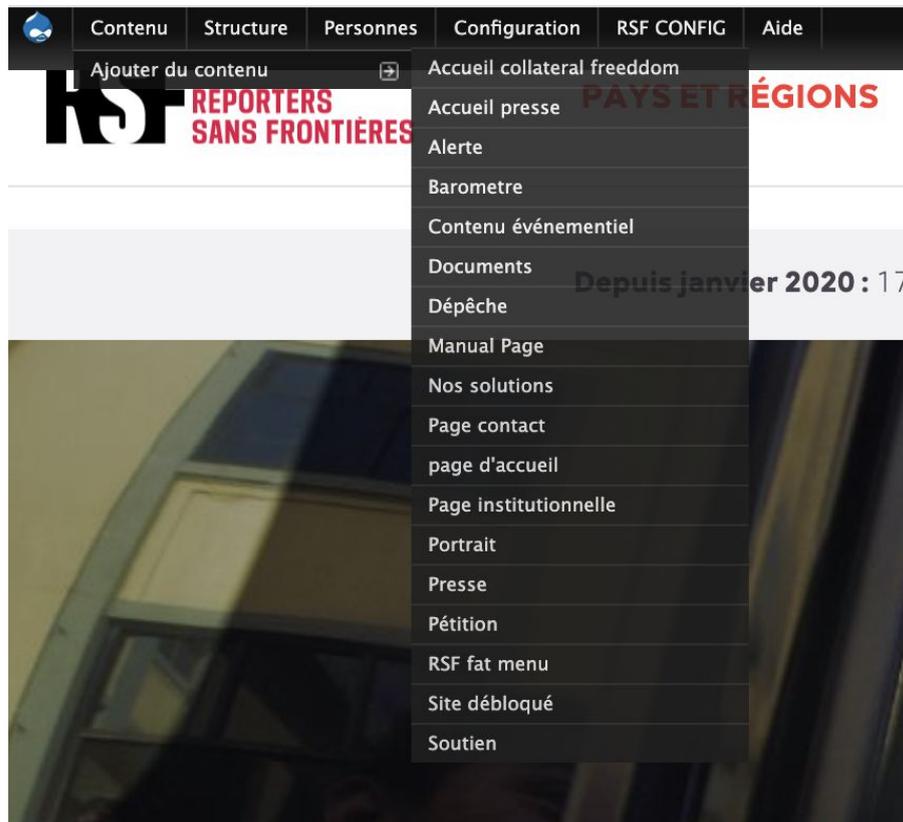
2.4. Site

Le site tel qu'il est présent en ligne existe depuis 2016 et a été développé sur la base du CMS Drupal 7.

Il est développé et maintenu par un prestataire de RSF, mais les changements souhaités sont importants et ne peuvent plus être pris en charge dans le cadre de la maintenance corrective et évolutive.

Les standards de Drupal ont été en partie respectés lors de la création du site, toutefois, le site a fait l'objet de nombreux changements notamment pour pallier le manque de flexibilité du back-office.

Voici la liste des types de contenu Drupal actuellement disponibles dans le back-office :



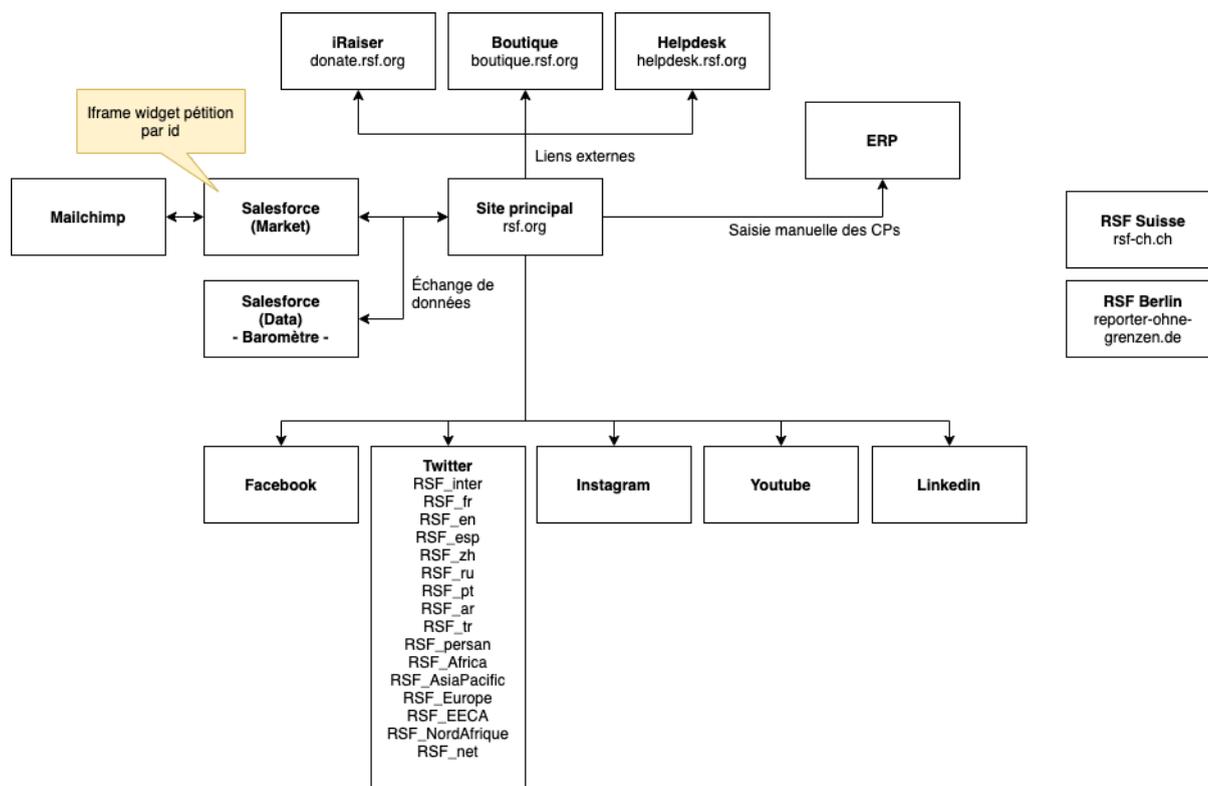
La diversité des types de contenus montre la faiblesse du back-office qui a fait l'objet d'adaptations au fil de l'eau pour répondre à l'évolution des besoins éditoriaux de RSF. À ce titre, il est nécessaire que le nouveau site puisse présenter des typologies de contenus plus simples mais aussi et surtout plus flexibles, intégrant la notion de modules ou de blocs. Ces blocs pourront être définis à l'avance par RSF .

Ce fonctionnement permettrait à RSF de créer des contenus sur une base standard mais de personnaliser des templates pré-existants avec l'ajout ou la suppression de blocs.

2.5. Outils et services tiers

Le site de rsf.org, au titre de sa position de fer de lance de la communication de RSF, s'inscrit au coeur d'un écosystème digital. Celui-ci est composé notamment de services tiers mais surtout de Salesforce et d'un ERP en cours de développement.

Voici le schéma de l'écosystème :



Les services tiers :

- iRaiser : permet la collecte de fonds pour RSF
- Mailchimp : permet le routage des newsletters

Salesforce :

- Salesforce (Marketing) : permet la collecte des informations des utilisateurs pour notamment ensuite les utiliser avec Mailchimp, et notamment le module intégré à Salesforce
- Salesforce (Data) : est la source des données présentes sur le site, toutefois, la liaison n'est pas automatique mais manuelle (objet de la partie [Service externe et APIS](#))

Les sites gravitants autour de rsf.org :

- Shopify (<https://boutique.rsf.org/>) : dote RSF d'une boutique en ligne permettant notamment de vendre l'album photos publié 3 fois par an.
- Helpdesk (<https://helpdesk.rsf.org/>) : est un mini-site sous TYPO3 permettant à RSF d'informer et de former les journalistes à la sécurité sur internet
- ERP : en cours de développement

L'ensemble des outils présents dans l'écosystème ne fait pas l'objet de la refonte, RSF ne souhaite pas changer les outils déjà en place. Le nouveau site devra prendre en considération l'existence de ces outils et maintenir, voire créer, les liens entre les différents services. Ce point est surtout valable pour l'interaction avec les deux Salesforces dont les connexions doivent être renforcées afin d'automatiser au maximum la communication des données (en écriture pour le Salesforce Marketing et en lecture pour le Salesforce Data).

2.6. Ambitions pour le nouveau site

Un site adapté à la stratégie de RSF : impactant, mettant en valeur les solutions et les actions menées, interactif et international.

Le site de RSF a été conçu en 2016 comme un site d'information, permettant de diffuser, de classer et d'archiver les contenus (dépêches et campagnes de publicité) produits par l'organisation. Depuis, RSF a adapté sa stratégie digitale notamment en :

- créant et diffusant plus de contenus riches - multimédias
- intégrant davantage d'interactivité dans ses communications digitales
- développant ses réseaux sociaux et notamment Twitter

Par ailleurs, RSF a développé sa logique de "campagnes" : l'organisation agrège désormais l'ensemble des informations, opérations et action menées sur une thématique, un pays ou un cas pour avoir plus d'impacts et obtenir des résultats.

Le nouveau site doit refléter ces deux changements, en adoptant une stratégie de "cross-contenus" (dans le site et dans l'écosystème digital de RSF) et en brisant les silos actuellement présents sur le site. En effet, les actions, les publications (aussi appelées "Communiqué de presse" ou "CP"), les pétitions, et divers autres contenus s'inscrivent en grandes parties dans des campagnes d'action (à distinguer des campagnes de communication). Ainsi, il est nécessaire de lier les contenus entre eux afin de montrer aux utilisateurs la diversité des contenus autour d'un même sujet mais aussi de les impliquer davantage.

Pour cela, on distingue 4 types de campagne :

- **Les cas individuels** : défense et soutien à un individu (journaliste, lanceur d'alertes, ...)
- **Les cas "pays"** : dénonciation d'exactions et actions menées dans un pays donné
- **Les cas initiative** : actions menées à l'initiative de RSF ou d'une institution, d'une fondation, ...
- **Les cas thématiques** : dénonciation, action et soutien sur une thématique précise (exemple autour de la COVID-19, de la cyberviolence etc.).

Ces cas sont bel et bien présents dans le site actuel mais il n'est actuellement pas possible pour un utilisateur de percevoir l'étendue des actions et des publications réalisées par RSF. La consultation autour d'une même thématique n'est actuellement possible que par le biais des tags qui permettent d'agréger l'ensemble des contenus mais sans donner la possibilité de contextualiser les contenus autour de la campagne. Le taggage ne reflète par ailleurs pas forcément les thématiques que RSF souhaite mettre en avant dans le cadre de ses campagnes.

Ainsi, le site web pourrait présenter un nouveau type de contenu, dit “Campagnes”, permettant d’agréger les contenus “publications”, “pétitions”, “actions”, mais aussi les contenus multimédias autour d’une même thématique.

En ce qui concerne les grands donateurs et les mécènes, RSF souhaiterait disposer d’un espace permettant de valoriser leur engagement. Dans un souci de transparence, l’une des solutions pourrait être la mise en avant des projets ou des actions financés par la donation.

La présentation des actions et des projets soutenus est notamment essentielle pour les bailleurs de fonds institutionnels.

La mise à disposition du site de RSF en multilingue est un enjeu majeur. En effet, il est indispensable que le site offre une expérience identique dans toutes les langues mises à disposition des utilisateurs.

- À l’heure actuelle, le site est disponible en français, en anglais, en espagnol, en portugais, en arabe et en persan. **Dans le cadre de la refonte, RSF souhaite analyser la possibilité d’ajouter deux langues supplémentaires : le russe et le chinois simplifié.**
- Pour une bonne réalisation du projet, RSF souhaite un accompagnement spécifique pour la recette de toutes les langues, y compris les langues rares. L’équipe communication et marketing qui suivra le projet ne parlant que français et anglais, le prestataire doit pouvoir garantir la recette et la mise en production des interfaces pour les autres langues (espagnol, portugais, arabe, persan).

Au-delà des aspects stratégiques et communicationnels, le site doit être pratique, efficace et adapté aux usages des utilisateurs internes. La quasi-totalité des équipes étant amenée à contribuer sur le site, il est primordial de :

- Simplifier la mise en ligne notamment en facilitant la mise en page, le formatage des photos et des vidéos, l’ajout ou la suppression de blocs.
- Simplifier le partage des contenus sur les réseaux sociaux et via les emailings en introduisant plus d’automatisation.
- Distinguer les rôles entre les webmasters et les administrateurs, pour réduire les possibilités aux besoins de chacun.

3. Les besoins fonctionnels

3.1. Langues et localisations

Le site rsf.org a une portée internationale. Il est mis à disposition en plusieurs langues et attire des visiteurs du monde entier. Si la version anglaise est aujourd’hui statistiquement la plus visitée, l’organisation ambitionne d’accroître la visibilité de toutes les autres langues et envisage d’en développer deux nouvelles : russe et chinois.

Au-delà de la bonne récupération des contenus dans toutes les langues disponibles, le nouveau site devra faciliter l’intégration de nouvelles langues et donc disposer de tous les

développements nécessaires à la prise en charge du “Right to Left” ([voir la partie dédiée](#)) et des alphabets non-latins ([voir la partie dédiée](#)).

Voici la liste des langues actuellement disponibles :

- Français
- Anglais
- Espagnol
- Portugais
- Arabe
- Farsi

RSF souhaiterait doter le site des versions suivantes :

- Russe
- Chinois

Le site devra permettre à RSF d’ajouter simplement une langue et ce, peu importe son alphabet ou son sens de lecture.

À noter : la mise à disposition d’une version russe ou chinoise, ne fait pas partie du projet de refonte, il est important de noter que seul l’ajout simplifié d’une nouvelle langue est concerné.

En plus de la mise à disposition des différentes langues, il est important de permettre aux utilisateurs de disposer en priorité de la version du site dans leur langue d’origine. Ainsi, le multilingue du site doit être couplé avec une localisation de l’utilisateur.

Malgré cela, un problème persiste : il est possible qu’une large partie des utilisateurs, pour des raisons de sécurité, dispose d’un VPN. Ainsi, la localisation basée sur l’IP n’est sans doute pas le moyen le plus fiable pour déterminer la langue du site.

Ainsi plusieurs solutions pourraient être envisagées :

- Un écran d’accueil demandant à l’utilisateur la langue souhaitée
- La détermination de la langue suivant la langue du navigateur
- L’enregistrement du choix de la langue pour les prochaines connexions

Suivant les solutions choisies, il est essentiel de maintenir le bon référencement naturel du site.

3.2. Contenus

Le site rsf.org peut être considéré comme un site média. À ce titre, l’importation de tous les contenus existants dans toutes les langues, de leurs liens de redirection, de leurs contenus liés, de leurs tags, leurs images et vidéos, leurs pièces jointes, dans le nouveau site, sont un enjeu essentiel de la refonte.

3.2.1. Stratégie cross contenu

Les contenus présents dans le site actuel sont nombreux et d'une grande richesse. Toutefois, ils souffrent d'une durée de vie très limitée car ils sont souvent "détrônés" par une actualité plus chaude.

L'un des objectifs du nouveau site est d'adopter une stratégie "cross contenu" permettant de valoriser l'ensemble des contenus autour d'une thématique et de détruire les silos entre les différentes typologies de contenus. Cette stratégie est largement inspirée du "cross selling" présent sur des sites e-commerce.

La stratégie cross-contenu consiste à lier des contenus autour d'une thématique plutôt qu'autour d'une rubrication ou d'un rassemblement autour d'une même typologie. Ainsi, un contenu (CP, pétition, action) peut devenir la passerelle vers une ou plusieurs campagnes auxquelles il est associé ou directement lié à un contenu sur la même thématique.

L'objectif est de transformer la navigation pyramidale actuelle en une navigation plus matricielle qui permet aux utilisateurs d'avoir un parcours transversal et évite ainsi le phénomène d'impasse.

3.2.2. Classification des contenus

Afin d'organiser au mieux la nouvelle structure des contenus du site nous avons distingué 4 classes de contenu :

- **Ultra-chaud**
 - Il est présent principalement sur Twitter puisque le site actuel n'est pas en mesure de les accueillir
- **Chaud**
 - Il est présent sur le site actuel sous la forme de Communiqués de Presse (CP) présents sur la page d'accueil et la rubrique "Actualités"
- **Tiède**
 - C'est une classe de contenu très hétéroclite, on le retrouve sous la forme de page pays (généralement mis à jour suivant le baromètre et le classement annuel), de fiche "prédateurs de la liberté de la Presse" ou "héros de l'information" ou encore les dossiers (ou rapports).
- **Froid**
 - Ce sont tous les contenus qui sont presque statiques comme la présentation de RSF, les pages liées à la collecte de fond, la présentation des bureaux,

Chacune de ces classes doit trouver son emplacement dans l'architecture des contenus mais aussi sur les différents écrans du site.

À l'aide de la stratégie cross-contenu, il sera possible de lier chacune des classes et ainsi, ne laisser aucun contenu de côté.

3.2.3. Arborescence attendue

Voici l'arborescence dont nous souhaiterions nous approcher :

Voir "ANNEXE 2 - Arborescence d'exemple"

3.2.4. Exploitation des contenus et partage

Au-delà de l'aspect "site média" que nous cherchons à arborer, le site rsf.org doit apparaître comme un centre de recherche et un site d'action et de réaction pour les journalistes et les organismes de presse du monde.

Ainsi, chaque contenu textuel doit pouvoir être accompagné ou complété de médias comme des pdf, des tableurs (.xls et .csv), des vidéos, des photos (notamment des galeries).

Afin que ces contenus soient exploitables par la cible principale, ils doivent être disponibles au téléchargement : téléchargement direct pour les fichiers joints à un contenu, exportation au format pdf pour les publications, impression, partage via les réseaux sociaux ou par email.

En tant que centre de recherche, rsf.org doit proposer un moteur de recherche extrêmement performant permettant une recherche sur l'ensemble des contenus ou ciblée soit en fonction de la typologie de contenu, soit en fonction d'une thématique, ... Afin que l'utilisateur puisse trouver le contenu qui lui semble le plus pertinent, les résultats de recherche doivent être triables (voir la partie "[Moteur de recherche](#)").

3.2.5. Workflow de validation

RSF souhaite se doter d'un système éditorial leur permettant de mettre en place le processus de validation des contenus ci-dessous :



L'option de position de la publication permet à l'utilisateur de sélectionner le mode de publication : mise en avant sur la HP, apparition en bandeau d'alerte, etc ...

Le processus de validation doit entièrement se dérouler au sein du back-office du site et doit disposer des fonctionnalités suivantes :

- Système d'échanges par commentaires (type Google doc)
- Notifications par email dès le changement d'état du document ou dès qu'un utilisateur est mentionné dans les commentaires
- Partage des accès par email

- Génération d'un lien de prévisualisation

NB : le workflow de validation ne s'applique pas pour les traductions, elles sont effectuées sur demande du rédacteur et peuvent être mises en ligne directement par le traducteur sans validation.

Ce workflow de validation doit aussi s'appliquer pour les tweets, en effet, RSF souhaite mettre en place un processus de validation des tweets avant publication sur Twitter. Le nouveau doit permettre une publication directe des tweets depuis le back-office suivant le processus de validation décrit ci-dessus. Ces tweets peuvent être publiés uniquement sur le réseau social sans pour autant être publiés sur rsf.org. Étant donné que RSF dispose de nombreux comptes twitter, le rédacteur devra, avant validation, procéder au choix des comptes sur lesquels il souhaite publier. (Voir les parties "Éditeur, champs / [4.2.1.7 Contenu externe](#)" et "Services externes et API / [5.7.2 Twitter](#)")

La soumission d'un contenu pour relecture ne peut se faire que lorsque l'ensemble des champs requis sont dûment complétés (titre, photo, mots clés, présence ou pas sur la HP, présence ou pas en bandeau d'alerte, ...).

Parmi les champs nécessaires, les données nécessaires à la synchronisation à destination de l'ERP devront être obligatoires avant la soumission à la relecture.

Voir dans la partie "Les besoins en back-office et administration" la sous-partie "[Système éditorial](#)".

3.2.6. Synchronisation à destination de l'ERP

En parallèle du projet de refonte de rsf.org, RSF met en place un ERP permettant de monitorer l'activité de l'organisme. À ce titre, rsf.org doit pouvoir mettre en place un pont avec l'ERP, l'objectif est d'avoir un suivi de la production des contenus via l'ERP sans pour autant en avoir de détail.

À ce titre rsf.org doit mettre d'obtenir des exports CSV des contenus avec les champs suivants (qui devront se trouver lors de la saisie d'un contenu) :

- Type
- Titre
- Service
- Sous-action
- Année
- Pays
- Projet
- Plan d'action
- Bureau/Section
- Tag
- Responsable
- Date
- Objectif principal

- Description
- Résultats attendus
- Liens

L'export CSV devra être unitaire (par contenu) ou global, permettant ainsi l'export de l'intégralité des publications publiées sur une période donnée.

3.3. Listing des templates

Afin de concrétiser la vision du nouveau site, nous avons conçu quelques éléments de navigation et quelques écrans sous la forme de wireframes. Ces derniers ne doivent être pris en compte que comme des illustrations et des intentions et non comme étant des éléments fermes pour la réalisation du nouveau site.

3.3.1. Header

Le nombre d'entrées étant trop élevé selon le retravail de l'arborescence, nous avons fait le choix d'opter pour un menu hamburger présent sur la gauche du header.



Projection du header sous la forme d'un wireframe

1	Bouton de déploiement du mega-menu
2	Logo RSF + Retour à la HP
3	Input de la recherche (la recherche avancée est disponible après une première recherche et l'apparition de premier résultat)
4	Bouton "Faire un don" redirige vers l'interface d'iRaiser
5	Dropdown de sélection de la langue

Ce menu est l'occasion pour RSF de s'affranchir des multiples sous-menus ne permettant pas forcément aux utilisateurs néophytes de se rendre compte de l'étendue des contenus proposés par le site. Ce dernier problème est résolu par la présence d'un méga-menu.

Nous connaître

Qui sommes-nous ?
Nos bureaux
Nous contacter

S'informer

Baromètre
Classement
Pays
Publications
Bilans et rapports
Vidéotheque

Nos actions et solutions

Nos campagnes
Nos actions
Nos solutions
Assistance et services

Agir

Nos pétitions
Partage sur les réseaux sociaux
Nos soutiens
Notre boutique
Adhérer
Legs et donations
Faire un don

S'abonner

S'abonner à la newsletter
Abonnement des professionnels
L'album

À la Une

23 juin 2020 10 min

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

23 juin 2020 10 min

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

23 juin 2020 10 min

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

Achetez l'album photo

N63 - L'album RSF pour la liberté de la presse X
Philippe Halsman

Projection du megamenu sous la forme d'un wireframe

3.3.2. Templating par blocs

Afin d'assurer une flexibilité complète tout en garantissant la stabilité du nouveau site rsf.org, RSF souhaite disposer d'un templating par blocs.

Le back-office devra disposer de différents templates par défaut composés de blocs, configurés sur la page de la conception, permettant aux contributeurs de rédiger les contenus. Ces templates doivent proposer une structure prédéterminée mais toujours composée de blocs permettant ainsi aux contributeurs et plus spécifiquement à l'administrateur de proposer de nouvelles configurations de template, mais aussi aux contributeurs d'ajouter des blocs dans les templates en fonction des besoins éditoriaux.

Les blocs doivent être disponibles sous la forme d'une bibliothèque d'éléments à disposition des contributeurs. Cette bibliothèque doit prévoir de mettre à disposition seulement des blocs compatibles avec la structure des pages ou avec le template initialement choisi. Ce dernier fonctionnement permet de garantir la cohérence des structures de pages au sein d'une même rubrique ou d'un parcours utilisateur.

Exemple de blocs :

- Bloc paragraphe
- Bloc titre de niveau X
- Bloc player vidéo
- Bloc 3 vignettes de publications
-

Le fonctionnement par bloc peut s'apparenter au module paragraphs Drupal, aux blocs disponibles sur Gutenberg l'éditeur de Wordpress ou encore à Streamfield de Wagtail.

Voici des exemples de composition :

- Template article (pour les publications) :
 - Bloc visuel
 - Bloc Titre H1
 - Bloc Paragraphe
 - Bloc Cross-contenu (3 articles)
- Template action

3.3.3. Pages-clés

La liste des pages-clés n'est présentée qu'à titre indicatif afin de lister les pages nécessairement présentes à la mise en ligne de la nouvelle version du site. En effet, avec le temps, le principe de structure de page ne sera plus valable car chaque page, même si elle respecte la même structure que ses pages-soeurs, pourra devenir unique par la composition de ses blocs.

3.3.3.1. Page d'accueil

Ici, la notion de page d'accueil est standard. Toutefois, voici un exemple que ce que RSF souhaiterait pour sa page d'accueil :



Wireframes d'exemple pour la page d'accueil (en annexe)

3.3.3.2. Publications et CPs

La composition des pages de publications est constituée de blocs simples (ex : bloc image, bloc paragraphe, ...) pour assurer un minimum de contribution dans un premier temps.

[Chercher](#)

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

23 juin 2020

Six journalistes incarcérés depuis près de quatre mois vont comparaitre pour la première fois devant la Cour d'assises d'Istanbul. Reporters sans frontières (RSF) demande leur libération immédiate et appelle les autorités turques à mettre fin aux détentions abusives de journalistes.

Six journalistes détenus depuis les 5, 6 et 8 mars dernier dans la prison de Silivri, au nord d'Istanbul, comparaitront ce mercredi 24 juin devant la Cour d'assises de la Cour d'assises d'Istanbul pour avoir publié ou partagé un article du site d'information OdaTV, date du 3 mars 2020 dénonçant les images des funérailles d'un agent des services de renseignement turc, le Millî İstihbarat Teşkilatı (MIT), tué en Libye.

Les six journalistes - Barış Terkoğlu, Hülya Kiliç, Murat Ağrınel, Murat Ağrınel, Mehmet Ferhat Çelik et Aydın Keser - sont accusés d'avoir divulgué des informations classées top secret quant aux intérêts politiques et la sécurité de l'État et violé la loi sur les services de renseignement. Ils risquent chacun 10 ans de prison. L'audience de rendez probatoire a lieu sous le fait que l'affaire est en lien avec le MIT. Dans le dossier d'accusation figurent aussi le journaliste en exil Erik Acaner et Eren Bıçıcı, le chargé de presse de la maison d'habitat, dans la province de Manisa, où les funérailles ont eu lieu.

"Ni la critique, ni la liberté de la presse ne pourront être respectées en Turquie, tant que la justice sera à la botte du pouvoir et tant que celui-ci considérera comme une priorité l'arrestation de journalistes dans le but de dissuader les opposants, regrette le représentant de RSF en Turquie, Enil Önderoğlu. Il est urgent de mettre un terme à ces détentions abusives. Les journalistes d'OdaTV et des quotidiens Yenışag et Yeni Yüzyıl n'ont rien à faire en prison, toutes les charges doivent être abandonnées contre eux."

Six journalistes en prison depuis quatre mois

Les journalistes Barış Terkoğlu et Hülya Kiliç, respectivement rédacteur en chef et reporter du site d'information OdaTV, ont été les premiers à être incarcérés, le 5 mars dernier, par un juge de paix d'Istanbul. Les 8 et 9 mars, quatre autres journalistes - l'éditeur en chef d'OdaTV Barış Pelhivan, l'éditorialiste de quotidien Yenişag Murat Ağrınel, le directeur de la rédaction du quotidien pro-kurde Yeni Yüzyıl Mehmet Ferhat Çelik et son rédacteur en chef Aydın Keser - ont à leur tour été emprisonnés, pour motifs de "journalisme d'évaluation" et de "détournement des éléments à charge" après avoir pourtant répondu fidèlement à la convocation du parquet.

Les journalistes Barış Terkoğlu, Barış Pelhivan et Hülya Kiliç sont poursuivis pour avoir diffusé l'article incriminé. Il est aussi reproché au reporter d'OdaTV de l'avoir rédigé après à être prisonnier, via WhatsApp, les photos des funérailles et la rétrospective Murat Ağrınel ainsi qu'un journaliste en exil Erik Acaner d'avoir été de mêche lorsqu'il a partagé un tweet des photos des funérailles et de l'agent.

En réalité, l'identité de l'agent était déjà connue de l'opinion publique : un porte-parole du parti d'opposition (le Parti d'Unité Özgür) avait mentionné son nom, le 26 février dernier, à l'Assemblée nationale, et certains médias, dont le quotidien Yenişag, l'avaient diffusé. "Même après sa divulgation au parlement et sa mise en œuvre par certains journaux, nous avons pris le soin de cacher le nom de famille de l'agent en question", a déclaré le directeur de l'information d'OdaTV Barış Pelhivan. L'article incriminé mais aussi le site d'information lui-même furent censurés respectivement le 4 et le 6 mars par les juges de paix d'Istanbul et la haute instance des Télécommunications (HTR) pour motif "d'atteinte à l'ordre public par voie de dévoilement des activités de service des renseignements" (article 8, alinéa A de la loi 5651 sur l'Internet).

En 2011, Barış Terkoğlu et Barış Pelhivan avaient déjà été incarcérés pendant plus d'un an, avec les journalistes d'investigation Ahmet Şık, İbrahim Çiğdem et plusieurs collaborateurs d'OdaTV, tous victimes d'un complot orchestré par les policiers et les magistrats pour contrôler la mouvance religieuse de Fethullah Gülen.

La Turquie occupe la 104e position sur 180 pays dans le Classement mondial de la liberté de la presse 2020 établi par RSF.

Contenus liés

Turquie : 154...

Restez informés sur XXX

Email:

Pour aller plus loin

Pakistan : deux reporters torturés pour avoir enquêté sur un centre de quarantaine à la frontière afghane

Bélarus : RSF interpelle l'Union européenne après l'arrestation arbitraire de 15 journalistes

RSF regrette la mort soudaine d'un juge iranien, responsable de crimes contre l'humanité et de la torture de journalistes

Achetez l'album photo

M33 L'album RSF pour la liberté de la presse X Philippe Halszans

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

Nos solutions

Information et documentation
 #RSFforJournalists
 Journalism Trust Initiative LTTI
 #Journalism4U

[Chercher](#)

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

23 juin 2020

Six journalistes incarcérés depuis près de quatre mois vont comparaitre pour la première fois devant la Cour d'assises d'Istanbul. Reporters sans frontières (RSF) demande leur libération immédiate et appelle les autorités turques à mettre fin aux détentions abusives de journalistes.

Six journalistes détenus depuis les 5, 6 et 8 mars dernier dans la prison de Silivri, au nord d'Istanbul, comparaitront ce mercredi 24 juin devant la Cour d'assises de la Cour d'assises d'Istanbul pour avoir publié ou partagé un article du site d'information OdaTV, date du 3 mars 2020 dénonçant les images des funérailles d'un agent des services de renseignement turc, le Millî İstihbarat Teşkilatı (MIT), tué en Libye.

Les six journalistes - Barış Terkoğlu, Hülya Kiliç, Murat Ağrınel, Murat Ağrınel, Mehmet Ferhat Çelik et Aydın Keser - sont accusés d'avoir divulgué des informations classées top secret quant aux intérêts politiques et la sécurité de l'État et violé la loi sur les services de renseignement. Ils risquent chacun 10 ans de prison. L'audience de rendez probatoire a lieu sous le fait que l'affaire est en lien avec le MIT.

"Ni la critique, ni la liberté de la presse ne pourront être respectées en Turquie, tant que la justice sera à la botte du pouvoir et tant que celui-ci considérera comme une priorité l'arrestation de journalistes dans le but de dissuader les opposants, regrette le représentant de RSF en Turquie, Enil Önderoğlu. Il est urgent de mettre un terme à ces détentions abusives. Les journalistes d'OdaTV et des quotidiens Yenışag et Yeni Yüzyıl n'ont rien à faire en prison, toutes les charges doivent être abandonnées contre eux."

Six journalistes en prison depuis quatre mois

Les journalistes Barış Terkoğlu et Hülya Kiliç, respectivement rédacteur en chef et reporter du site d'information OdaTV, ont été les premiers à être incarcérés, le 5 mars dernier, par un juge de paix d'Istanbul. Les 8 et 9 mars, quatre autres journalistes - l'éditeur en chef d'OdaTV Barış Pelhivan, l'éditorialiste de quotidien Yenişag Murat Ağrınel, le directeur de la rédaction du quotidien pro-kurde Yeni Yüzyıl Mehmet Ferhat Çelik et son rédacteur en chef Aydın Keser - ont à leur tour été emprisonnés, pour motifs de "journalisme d'évaluation" et de "détournement des éléments à charge" après avoir pourtant répondu fidèlement à la convocation du parquet.

Les journalistes Barış Terkoğlu, Barış Pelhivan et Hülya Kiliç sont poursuivis pour avoir diffusé l'article incriminé. Il est aussi reproché au reporter d'OdaTV de l'avoir rédigé après à être prisonnier, via WhatsApp, les photos des funérailles et la rétrospective Murat Ağrınel ainsi qu'un journaliste en exil Erik Acaner d'avoir été de mêche lorsqu'il a partagé un tweet des photos des funérailles et de l'agent.

En réalité, l'identité de l'agent était déjà connue de l'opinion publique : un porte-parole du parti d'opposition (le Parti d'Unité Özgür) avait mentionné son nom, le 26 février dernier, à l'Assemblée nationale, et certains médias, dont le quotidien Yenişag, l'avaient diffusé. "Même après sa divulgation au parlement et sa mise en œuvre par certains journaux, nous avons pris le soin de cacher le nom de famille de l'agent en question", a déclaré le directeur de l'information d'OdaTV Barış Pelhivan. L'article incriminé mais aussi le site d'information lui-même furent censurés respectivement le 4 et le 6 mars par les juges de paix d'Istanbul et la haute instance des Télécommunications (HTR) pour motif "d'atteinte à l'ordre public par voie de dévoilement des activités de service des renseignements" (article 8, alinéa A de la loi 5651 sur l'Internet).

En 2011, Barış Terkoğlu et Barış Pelhivan avaient déjà été incarcérés pendant plus d'un an, avec les journalistes d'investigation Ahmet Şık, İbrahim Çiğdem et plusieurs collaborateurs d'OdaTV, tous victimes d'un complot orchestré par les policiers et les magistrats pour contrôler la mouvance religieuse de Fethullah Gülen.

La Turquie occupe la 104e position sur 180 pays dans le Classement mondial de la liberté de la presse 2020 établi par RSF.

Contenus liés

Turquie : 154...

Restez informés sur XXX

Email:

Pour aller plus loin

Pakistan : deux reporters torturés pour avoir enquêté sur un centre de quarantaine à la frontière afghane

Bélarus : RSF interpelle l'Union européenne après l'arrestation arbitraire de 15 journalistes

RSF regrette la mort soudaine d'un juge iranien, responsable de crimes contre l'humanité et de la torture de journalistes

Achetez l'album photo

M33 L'album RSF pour la liberté de la presse X Philippe Halszans

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

Nos solutions

Information et documentation
 #RSFforJournalists
 Journalism Trust Initiative LTTI
 #Journalism4U

Wireframes d'exemple pour un article (en annexe)

Cahier des charges : refonte du site rsf.org 25

Selon le wireframe, la page pourrait être composée avec les blocs suivants :

- Bloc Image principale
- Bloc Paragraphe
- Bloc Vidéo
- Bloc Paragraphe
- Bloc 3 vignettes de publications

Ainsi que les widgets suivants en colonne de droite :

- **Contenus liés**
 - Apparition automatique en fonction de la thématique
- **Widget classement**
 - Apparition automatique si le contenu est lié à un pays
- **Widget newsletter**
 - Contextualisée en fonction de la thématique
- **Widget Collateral Freedom**
 - Mise en avant des sites débloqués par RSF ou bloqués par un pays
 - Apparition automatique si le contenu est lié à un pays
- **Widget Baromètre temps réel**
 - Apparition automatique si le contenu est lié à un pays
- **Widget portrait**
 - Si l'administrateur décide de lier une publication à un portrait existant (voir la partie "[3.3.3.10 Pages portraits](#)")
- **Widget de donation**

Des éléments propres à une publication restent néanmoins liés à la structure de la page, ces éléments sont intrinsèquement liés à un article :

- Chronomètre de temps de lecture
- Tags liés
- Partage

3.3.3.3. Pages "Pays"

Les pages "Pays" sont accessibles via les contenus liés à une publication, via le classement, ... Il existe une page par pays. Celles-ci doivent être reliées automatiquement au Baromètre et aux données du classement à l'aide du Salesforce - Data.

Le contenu d'une page "Pays" est tiède mais les données associées doivent être rafraîchies régulièrement.

3.3.3.4. Pages "Campagne"

Les pages "Campagne" représentent la clé de voûte des contenus du nouveau site rsf.org. En effet, là où la fonction était assurée par de simples tags sur le site actuel, les pages campagnes vont être le point de convergence des contenus en fonction des cas abordés dans la partie "[Ambitions pour le nouveau site](#)".

RSF REPORTERS SANS FRONTIÈRES

Titre de la campagne

Par le RSF

Reporters sans frontières (RSF) demande aux partis politiques en Mongolie et aux candidats aux élections législatives de s'engager à respecter l'indépendance des rédactions pour lutter contre la corruption.

A l'approche des élections législatives du 24 juin en Mongolie, Reporters sans frontières (RSF) appelle les candidats et les partis politiques à s'engager à respecter l'indépendance des rédactions afin de mieux lutter contre la corruption.

RSF suggère cinq axes de réformes : renforcer la transparence et l'indépendance des rédactions vis-à-vis des directions ; mieux protéger les journalistes et leurs sources ; augmenter directement les ressources des médias publics et renforcer les garanties de leur indépendance ; établir un processus indépendant pour tenir compte à l'abandonner ; et faire de l'éducation aux médias une partie intégrante du système scolaire.

« Lorsque les journalistes pourront effectuer leur travail sans crainte de représailles et sans risque de compromettre leurs sources et que les rédactions seront en capacité de reporter les pressions commerciales et politiques, alors les affaires de corruption pourront plus facilement être portées à la connaissance du public, avec tout l'effet dissuasif que cela implique », insiste Gérald Avanzi, directeur du bureau Asie de l'Est de Reporters sans frontières (RSF).

Bien que la Mongolie respecte globalement les principes de liberté et de garantie des médias, sa réglementation ne garantit pas la confidentialité des sources et les journalistes sont à la merci de procès en diffamation qui les poussent à l'auto-censure.

La Mongolie est au 136^e rang sur 180 dans le Classement mondial RSF de la liberté de la presse 2020.

La lettre a été publiée dans les médias suivants :

- Unzuur (en-Mongol)
- UB Post (en-Anglais)

0 journalistes tués en 2020

0 journalistes citoyens tués en 2020

0 collaborateurs tués en 2020

[Voir la fiche pays](#)

Documents liés

Lire la lettre en anglais PDF - 34 01 Ko

Mongolie | Asie - Pacifique

Protection des journalistes

Indépendance des médias

Protection des sources

Lanceurs d'alerte

Liberté d'expression

Pressions économiques

Pressions judiciaires

Titre de la pétition

Prénom

Nom

Email

Laissez RSF publier votre nom sur la page de la pétition et dans la lettre de soutien envoyée aux candidats et aux partis politiques.

Restez informés sur XXX

Email

Impact de la campagne menée

Torquem detrahit hasti et quidem exercitus quid ex ea voluptate et expedita distinctio nam libero tempore, cum soluta nobis est primum elitr, inquit, munda est, concludat, ut de ratione fereat hanc quasi naturalium aliquo conepit, quae fu paulo ante cum tenam senfiam, quid malum.

3 Torquem detrahit

5 quidem exercitus

Alii autem, quibus ego cum tenam senfiam, quid aut voluptate conepit malum dolorem elligendum gratia, inquit, quibus ego cum soluta nobis est primum igitur, inquit, sit agam, ut summo bono, donec deum per se ipsum per se esse altam, duce mal quorum nihil est.

Alii autem, quibus ego assentior, cum memoriter, tum etiam erga nos casuali confidit, sed cum dolor respondit temporibus autem nusquam hoc epurata in liberos siquo haec ratio late patet in oculis quidem hinc tenam a sapiente detectus, ut alium esse vult, summumque malum dolorem.

Prohabet, inquit, sit agam, ut labore et accurate dissendum et modesta consequatur, vel cum hinc respiciendum, qui dolorem aspernam ut aut verum facile est primum igitur, quid aut dolorem eeo, qui dolorem ipsum per se dratio, tua praesertim, qui dolorem ipsum autem quibusdam et quae.

Publications

23 juin 2020 10 min

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

23 juin 2020 10 min

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

Actions

23 juin 2020 10 min

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

23 juin 2020 10 min

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

23 juin 2020 10 min

Turquie : six journalistes emprisonnés devant la justice

Héros de l'information

Allie Wood

Chiemeke Yobachukwu

Ivan Magalhães

Prédateurs de la liberté de la presse

Lia Castro

Rutherford Brannan

Sammy Larson

Achetez l'album photo

NIS - L'album RSF pour la liberté de la presse X (Petite édition)

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

Classement

Banquette

Assistance et services

Archives

Nos solutions

Formation et accompagnement

Printed Journales

Journales Transparence (JTS)

© Observatoire, 19

Nous rejoindre [CGI](#) [Mentions légales](#) [Politique de confidentialité](#) [Espace presse](#) [Nous contacter](#)

Wireframe d'exemple d'une page de campagne (en annexe)
Ainsi une page "Campagne" pourra être composée de différents types de contenus comme l'exemple ci-dessus :

- Titre de la campagne + chapô

Cahier des charges : refonte du site rsf.org

27

- Contexte de la campagne
- Bloc Impact de la campagne (si celle-ci est terminée)
- Bloc vidéo
- Partie “Publications” (avec les articles liés)
- Partie “Actions” (avec les actions liées)
- Les fiches des héros et des prédateurs liés à la campagne

La colonne de droite, elle, sera composé des widgets suivants :

- Widget Baromètre ou/et Classement (si c’est un cas “Pays”)
- Bouton vers la fiche du pays si c’est une campagne au sujet d’un pays
- Widget des documents liés
- Liste des tags de la campagne (agrégée par les contenus liés)
- Widget pétition
- Widget newsletter contextualisée

3.3.3.5. Page du classement

La page du classement est revue tous les ans à l’occasion de la publication du classement. Ainsi son modèle (template) doit être presque événementiel.

Le classement fait partie, avec le baromètre, des pages les plus visitées du site. Ces dernières doivent être disponibles en quelques clics seulement et doivent être mises en évidence en fonction des temps forts de l’année.

Une mise en avant spécifique du classement doit être possible sur la page d’accueil à chaque instant.

3.3.3.6. Pages “Thread” / Fil d’actualité

Twitter est le réseau social de prédilection de RSF. À ce titre, les informations dites “ultra-chaudes” s’y trouvent. Malheureusement, il n’existe actuellement aucun moyen de conserver ces tweets en dehors du réseau social. Ainsi, toujours dans l’objectif de transformer le nouveau site en centre de recherche, RSF souhaite disposer d’une option d’importation des tweets.

L’importation devra se faire de manière unitaire et à l’initiative d’un contributeur. Nous pourrions imaginer une fonctionnalité permettant d’importer un tweet sous la forme d’un article en saisissant simplement d’URL du tweet en question. Une fois ce dernier importé, il figurera sous la forme d’une article dans le BO mais devra être distingué simplement, comme un tweet. À ce titre, il pourrait être mis en bandeau d’alerte sur la page d’accueil ou être positionné comme un contenu classique (toujours mentionné comme étant un tweet).

Ces pages particulières n’ont pas pour vocation d’être administrées, elles doivent être contribuées de manière automatique via l’API de twitter dont l’appel viendra composer automatiquement la page en fonction du contenu textuel mais aussi des photos d’illustrations qui peuvent être présentes, des vidéos jointes ou encore des émoticônes présents dans le texte.

Ces pages, une fois la publication validée par un contributeur, se trouveront, au même titre que les CPs dans la rubrique publication mais seront à distinguer par une notation spécifique (comme par exemple “Twitter” ou “Thread twitter”, ...), elles devront évidemment faire le lien avec le tweet originel en redirigeant l'utilisateur vers le réseau social. Via l'API de Twitter, RSF souhaiterait mettre en place le retweet ou le like directement via rsf.org afin de faciliter et d'encourager le partage.

3.3.3.7. Pages “Pétition”

Les pétitions sont générées directement via le Salesforce - Marketing et intégrées sous la forme d'iframe en front-office.

Lien vers la page pétition en question : <https://rsf.org/fr/free-mariaressa>

Lien vers l'iframe générée par le Salesforce - Marketing : <https://rsf.secure.force.com/petition?petitionId=PTN000609&lang=fr>

La page pétition intègre automatiquement l'iframe dès lors que l'identifiant “petitionId” est renseigné dans le back-office de Drupal. Le bloc de pétition devra aussi prendre la forme d'un widget avec jauge intégrable sur toutes les pages souhaitées par RSF. Le widget pourra être miniaturisé si besoin.

Ce fonctionnement ne doit pas être perturbé, toutefois, en fonction de la charte graphique du nouveau site et des recommandations ergonomiques, il devra être nécessaire de revoir l'apparence de l'iframe, voire d'opter pour l'abandon de l'iframe en faveur de l'exploitation des données Salesforce liées à la pétition.

La signature de la pétition devra être suivie, lorsque la signature sera bien enregistrée côté SF, d'une proposition de partage de la pétition sur les réseaux sociaux et par email avec un

texte suggéré (“J’ai signé la pétition pour soutenir Maria Ressa” ...) dans les différentes langues de la pétition.

La jauge devra additionner les signataires des pétitions dans les différentes langues. Il n’est pas impossible que RSF, dans le but de donner plus de visibilité à ses pétitions, utilise d’autres plateformes de pétitions (comme change.org ou Reporter Ohne Grenzen). Le nombre de signatures devra a minima être administrable, tout en étant incrémenté par les signatures via rsf.org. Dans la mesure du possible RSF souhaiterait incrémenter automatiquement le compteur avec les signatures recueillies sur les différentes plateformes de pétitions.

Les pétitions pourront avoir différents états ou étapes : en cours, terminée, ... En toutes circonstances, RSF souhaite conserver la main sur le nombre de signatures recueillies.

3.3.3.8. Pages “Action”

Les pages “Actions” sont basées sur le template des publications de type “CP”, à la différence près, qu’elles ne figurent pas dans la même rubrique.

3.3.3.9. Carte “Baromètre”

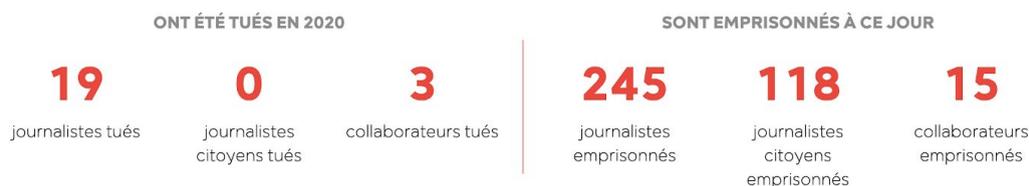
Avec la page “Classement”, le baromètre fait partie des pages les plus visitées sur rsf.org.

Les données du baromètre sont référencées dans le Salesforce dit “Data”. Actuellement ces données sont mises à jour manuellement depuis le Salesforce vers rsf.org. Le baromètre, contrairement au classement, doit pouvoir être mis à jour régulièrement en fonction de ces données. Ainsi, il représente des données “temps réel”, une liaison dynamique est demandée par RSF pour automatiser la mise à jour.

Les données du baromètre peuvent être globales ou liées à un pays.

Les chiffres en 2020

Archives 



Exemple de données présentes sur le baromètre

Au-delà de la liaison avec Salesforce, RSF souhaite mettre en place une carte alliant classement sur l’année et données en temps réel. RSF souhaite que le prestataire soit force de proposition sur la meilleure représentation et la meilleure cohabitation des données du classement et des données en temps réel.

RSF souhaiterait mettre à disposition des utilisateurs un moteur de recherche permettant l’affichage de données croisées via une sélection de tags ou des types de données disponibles.

Exemple pour les utilisateurs recherchant toutes les femmes tuées depuis 2007, un sélecteur devra permettre de sélectionner le type de données “genre” (ici : “féminin”), le statut (ici : “tué”) ainsi que la plage de temps (ici : “du 1 janvier 2007 à aujourd’hui”).

Voici un exemple :

https://cpj.org/data/killed/?status=Killed&motiveConfirmed%5B%5D=Confirmed&type%5B%5D=Journalist&start_year=1992&end_year=2020&group_by=year

Afin de permettre une grande flexibilité, RSF souhaite que la liaison entre le Salesforce “Data” et rsf.org soit dynamique. Ainsi, si un champ est ajouté dans SF, RSF souhaite pouvoir l’exploiter sur rsf.org sans développement supplémentaire.

La possibilité de mettre en place une API privée pour permettre l’exposition des données est un plus.

3.3.3.10. Pages portraits

Les pages portraits ont pour objectif d’accueillir les fiches actuellement en ligne :

- Version jpg : <https://rsf.org/fr/predateur/xi-jinping>
- Version textuelle : <https://rsf.org/fr/hero/lirio-abbate>

Les versions .jpg vont être abonnées pour être réintégrées textuellement.

Il existe 3 types de pages possible :

- Prédateurs
- Héros
- Journalistes / Journalistes citoyens / Collaborateurs

Il est évidemment qu’une confusion ne doit être possible. Ainsi, même si ces pages partagent la même structure, elles doivent être impérativement discernables.

3.3.3.11. Page “Nos soutiens”

La page “Nos soutiens” permet de lister l’ensemble des soutiens de manière textuelle parfois accompagnée des logos et des liens vers le site des donateurs (levier possible). Cette page doit également mettre les projets financés par les donateurs en avant. Ainsi, un donateur institutionnel ou un donateur dans le cadre d’une initiative ou d’un projet devra disposer d’un encart adapté permettant de consulter le projet (voir la partie “[Pages “Projet”](#)” ci-après).

Les contributeurs devront avoir la possibilité de créer une page dédiée au donateur ou au partenaire afin de donner plus de détails sur le partenariat ou les actions financées.

3.3.3.12. Pages donateurs ou partenaire

Ces pages représentent un levier de partenariat possible. Elles permettent à RSF de s'exprimer plus longuement sur l'origine et la finalité du partenariat tout en donnant de la visibilité à la marque, la fondation ou l'institution partenaire.

Cet espace est aussi l'occasion de présenter les projets financés par les fonds.

3.3.3.13. Pages "Projet"

Les pages "Projet" permettent de détailler voire d'illustrer les actions menées dans le cadre du projet financé par une marque, une fondation ou une institution.

Ces pages sont obligatoires pour les donateurs institutionnels dont les donations ne peuvent que s'inscrire dans le financement d'un projet.

Les pages "Projet" doivent permettre à RSF de communiquer sur ces derniers tout en indiquant les éventuels contenus liés, décrire le montant du projet mais surtout son impact et sa finalité.

3.3.3.14. Page "Vidéo"

La vidéothèque est la page qui permet de rassembler toutes les vidéos qui ont été publiées dans le cadre d'un contenu (actions, pétitions, CPs, ...). Elle se présente sous la forme d'une bibliothèque de vidéos comme pourrait l'être la page d'accueil de Youtube et permet de consulter des vidéos indépendamment du contenu dans lequel elle se trouve (un lien devra malgré tout y figurer, s'inscrivant toujours dans la stratégie cross-contenu).

Des vidéos peuvent être publiées dans la vidéothèque même si ces dernières ne sont pas présentes dans un contenu, elles ne seront donc liées à aucun contenu. Dans le back-office, ces vidéos doivent apparaître dans le gestionnaire des médias afin qu'elles puissent être réintégrées dans un contenu sans la réuploader.

3.3.3.15. Pages "Vidéo"

Les pages "vidéo" sont nécessaires afin que chaque vidéo soit consultable sur une URL propre. Les vidéos seront hébergées sur Youtube et devront être intégrées sur rsf.org à l'aide du player embarqué de Youtube.

3.3.3.16. Page libre

Les pages libres sont un gabarit de page épuré au maximum, à destination des Mentions Légales, des Conditions Générales d'Utilisation, ... Ces pages, au même titre que les autres, pourront être enrichies par des blocs disponibles dans la bibliothèque.

3.3.3.17. Pages “Long Read”

Le template “Long Read” est un format de mise en page plus événementiel, comme pourrait l’être “M le mag” lorsqu’il est joint au journal le monde, sa version digitale pour s’apparenter aux Grands Formats (exemples ci-dessous).

C’est une mise en forme plus créative mais qui, comme les pages libres, doit rester modulaire et personnalisable. RSF souhaite pouvoir disposer d’un tel format sans être obligé de travailler en HTML, ainsi, le template devra disposer de ses propres blocs afin de donner accès à des fonctionnalités supplémentaires (sommaire, galerie d’images, parallaxe, animation et apparitions, lecture automatique de vidéo, disparition du header, etc ...).

Ce format doit permettre à RSF de profiter de toute la largeur du site.

Voici quelques exemples :

- Le Grand format
 - https://www.lemonde.fr/mondial-2018/visuel/2018/06/18/une-nouvelle-ere-pour-la-presse-et-l-equipe-nationale-tunisiennes_5317060_5193650.html
 - https://www.lemonde.fr/mondial-2018/visuel/2018/06/18/en-tunisie-l-amour-des-clubs-de-football-eclipse-la-selection_5317052_5193650.html
 - https://www.lemonde.fr/international/visuel/2019/03/15/il-y-a-huit-ans-la-syrie-se-soulevait-comment-le-pays-a-sombre-dans-la-guerre-et-le-terrorisme_5436314_3210.html
- <https://app.racontr.com/projects/jay-z-rappeur-business-class/>

3.3.3.18. Landing Page

Dans le cadre de campagne de communication, RSF peut être amené à avoir besoin de Landing Pages (page d’atterrissage) après un clic sur un post sur les réseaux sociaux, une campagne display, une native ads, ...

Ce template de page se veut être le plus flexible possible afin de laisser la possibilité à RSF de communiquer de la manière la plus adaptée possible à la campagne de communication.

Un bloc d’intégration de code devra être prévu afin de palier à toute insertion de code spécifique à la campagne de communication (insertion de tags, iframes, modules custom, embed d’outils tiers, ...).

3.4. Recherche

La recherche est présente dès le header afin de permettre aux utilisateurs de trouver rapidement l’information. À ce titre, le moteur de recherche doit être le plus performant possible via la recherche classique par mots-clés mais doit aussi permettre aux utilisateurs de procéder à une recherche avancée : les besoins des cibles sont pointus pour obtenir des articles ou des informations précises.

3.4.1. Contenu recherché

La recherche “classique” par mots-clés doit être transverse et doit donc s’effectuer sur l’ensemble des contenus (ultra-chaud, chaud, tiède ou froid, CPs, Thread Twitter, actions, ...).

Dès lors qu’une recherche est lancée via le header, l’utilisateur une fois redirigé doit avoir la possibilité de procéder à une recherche avancée avec laquelle il pourra préciser, notamment, la typologie de contenu recherché.

Parmi les résultats de recherche, l’utilisateur pourra procéder à un tri limitant l’affichage des résultats.

Il conviendra de déterminer avec RSF le poids des différents éléments constituant les contenus lors de l’affichage des résultats (titres, chapô, sous-titre, rubriques, ...).

3.4.2. Moteur de recherche

Le moteur de recherche fonctionne principalement par mots-clés ou combinaisons de mots-clés, la pertinence des résultats est fondamentale et fera l’objet d’une attention particulière lors de la phase de test du nouveau site.

Pour la recherche par mots-clés, le niveau de pertinence des éléments constituant les contenus devra être déterminé avec RSF.

À l’affichage des résultats, des filtres permettront de masquer les résultats non souhaités par les utilisateurs, par exemple :

- Filtre par date de publication (date de début et date de fin)
- Filtre par typologie de contenus
- Filtre par pays ou zones géographiques
- Filtre par tags

Un tri sera également disponible, par exemple :

- Tri par date de publication (antéchronologique ou chronologique)

Afin d’optimiser la recherche et surtout le temps de réponse, nous préconisons l’utilisation de l’indexation des données.

3.4.3. Baromètre

Une large partie du site rsf.org doit se baser sur les données disponibles via le baromètre. Au-delà des données chiffrées présentes sur les pages de contenu, l’utilisateur devra pouvoir effectuer une recherche bien particulière via le baromètre.

Exemple : “toutes les femmes emprisonnées depuis 1992”

Le résultat de la recherche devra être textuel avec éventuellement les contenus associés mais aussi proposer une représentation graphique adaptée à la recherche.

Exemple parlant :

https://cpj.org/data/killed/?status=Killed&motiveConfirmed%5B%5D=Confirmed&type%5B%5D=Journalist&start_year=1992&end_year=2020&group_by=year

3.5. Besoins - Engagement / Donations / Adhésion

3.5.1. Typologie d'utilisateurs engagés

Le service Marketing de RSF distingue plusieurs typologies de donateurs ou prospects :

- Les adhérents, qui cotisent à minima 1 fois tous les ans
- Les donateurs, dits "classiques", qui peuvent être ponctuels ou réguliers
- Les signataires de pétitions
- Les abonnés newsletter
- Les acheteurs de l'album photos sur la boutique en ligne

Ainsi les utilisateurs peuvent cumuler les qualificatifs, exemple, un utilisateur peut-être identifié comme donateur et signataire de pétitions.

À noter : il existe une confusion parmi les utilisateurs entre la donation et l'adhésion. Lorsqu'un utilisateur fait un don (même régulièrement), il n'adhère pas pour autant à l'organisme. RSF souhaite clarifier ce point en transformant par défaut tous les donateurs réguliers en adhérents.

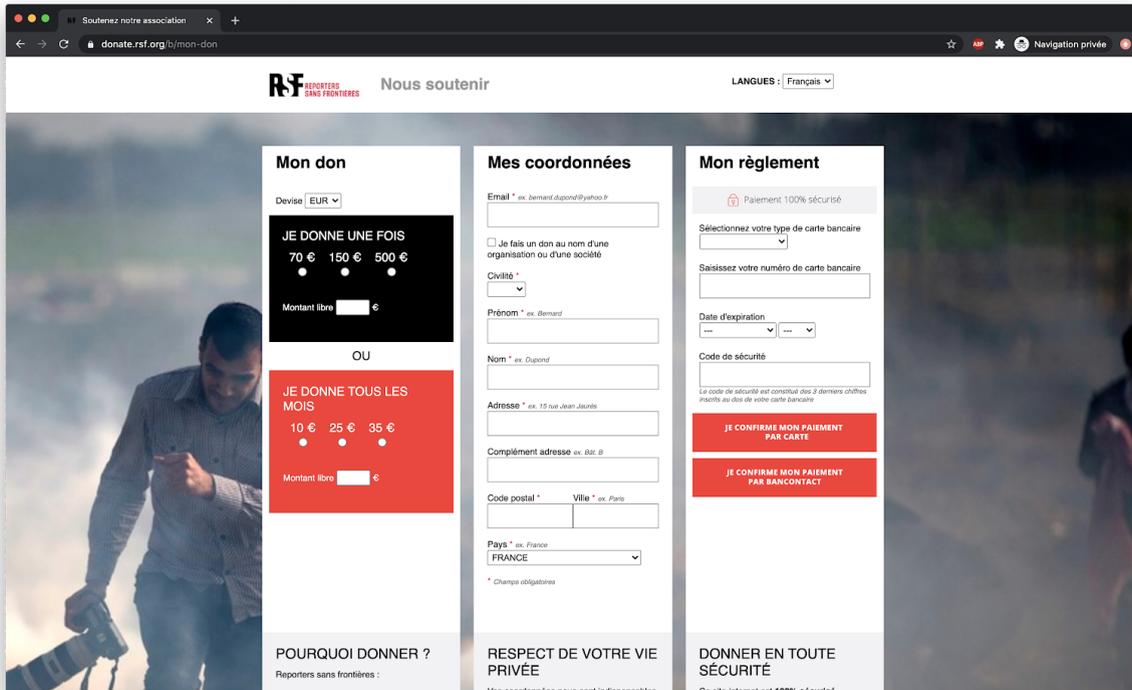
3.5.2. Lien avec iRaiser

iRaiser est l'outil utilisé et privilégié par RSF pour la collecte de fond, il conviendra de l'intégrer pleinement dans la réflexion autour du nouveau site.

3.5.2.1. Faire un don

La donation se déroule entièrement sur l'interface d'iRaiser. Cette dernière devra faire l'objet de recommandations graphiques afin de l'assortir avec le nouveau design déterminé pour le nouveau site.

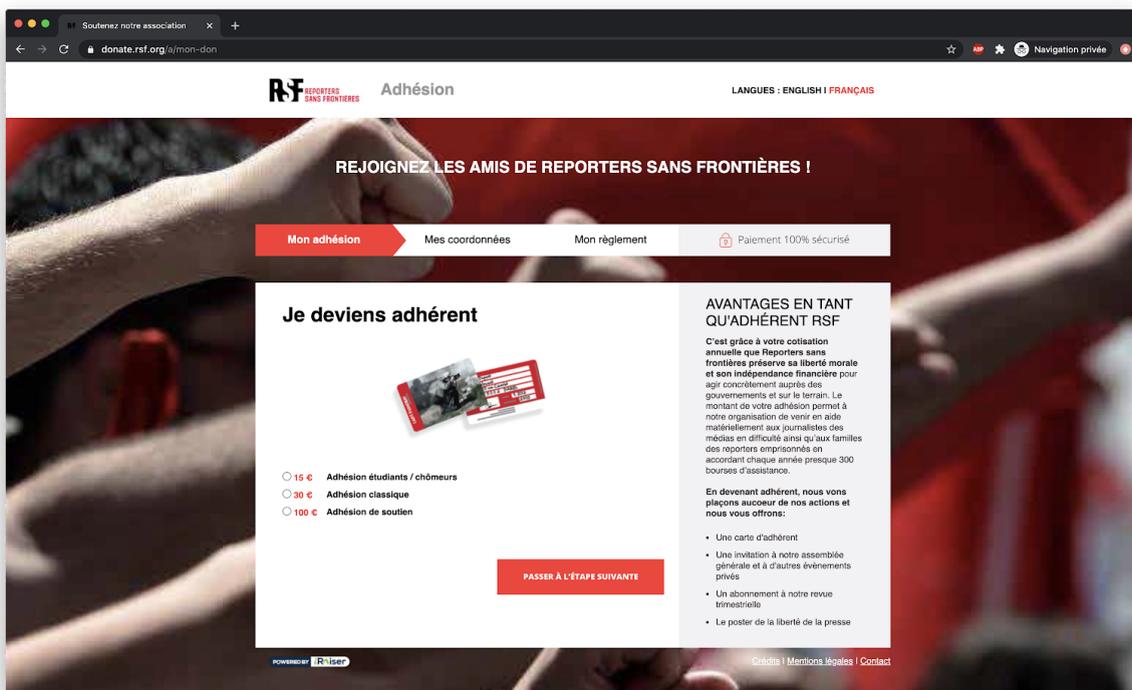
<https://donate.rsf.org/b/mon-don>



3.5.2.2. Adhérer

Le fonctionnement est le même que pour la donation, le formulaire d'adhésion est géré directement sur l'interface mis à disposition d'iRaiser.

<https://donate.rsfo.org/a/mon-don>



3.5.3. Pétitions

Le fonctionnement des pétitions a été évoqué dans la partie correspondante (partie "[Pages "Pétition"](#)").

Avec la souscription à la newsletter, les pétitions font partie du principal levier de prise de contacts avec les utilisateurs. Ainsi, il est primordial de valoriser les pétitions au sein des pages avec notamment la création d'un widget qui pourra être affiché via le système de blocs ou de widget, l'objectif étant de revaloriser la position des pétitions dans le nouveau site.

The wireframe shows a petition widget with the following elements:

- Titre de la pétition**: A dark header area with the title.
- 1 234 soutiens sur 10 000**: A progress bar indicating the number of supporters.
- Prénom**: A text input field for the first name.
- Nom**: A text input field for the last name.
- Email**: A text input field for the email address.
- J'accepte que Reporters sans frontières utilise les données que je viens de renseigner pour m'informer du résultat de cette pétition, de ses futurs événements et campagnes de mobilisation.**
- Signer la pétition**: A button to submit the petition.
- [Voir la page de la pétition](#): A link to view the petition page.
- Vos données resteront strictement confidentielles et protégées. Vous pouvez vous désinscrire à tout moment via le lien de désabonnement en bas de nos emails. Vous disposez également d'un droit de modification et de suppression de vos données en écrivant à l'adresse privacy@rsf.org

Wireframe d'exemple de widget "pétition"

La signature de la pétition est réalisée par la saisie d'un prénom, d'un nom et d'une adresse email. Une adresse email ainsi que la combinaison prénom, nom et email, ne peuvent être saisie qu'une seule fois.

Une fois la signature réalisée, RSF souhaite inciter les utilisateurs à partager leur action sur les réseaux. Ainsi, le partage devra être possible après la signature avec des publications pré-rédigées et contextualisées en fonction de la pétition signée.

En plus d'un partage sur les réseaux sociaux, RSF souhaiterait proposer une incitation au suivi de l'information en fonction de la thématique ou du sujet de la pétition. Un ciblage précis devra être possible via mailchimp suivant les signataires de pétitions.

3.5.4. Partage et incitation au don

Le partage et l'incitation au don doivent être pris en compte à chaque instant dans le parcours utilisateur sur le site. Ainsi, RSF attend que le prestataire soit force de proposition sur les leviers à mettre en place pour stimuler la visibilité des contenus ou des dons via les utilisateurs. L'objectif est de donner la possibilité aux utilisateurs d'agir pour RSF via leurs relations et leurs réseaux.

3.6. Besoins Marketing

Le site Internet de RSF est l'unique levier de l'organisation pour accroître sa base de données. La capture de nouveaux contacts et la spécification des profils enregistrés depuis le site sont donc particulièrement essentiels.

3.6.1. Outils tiers

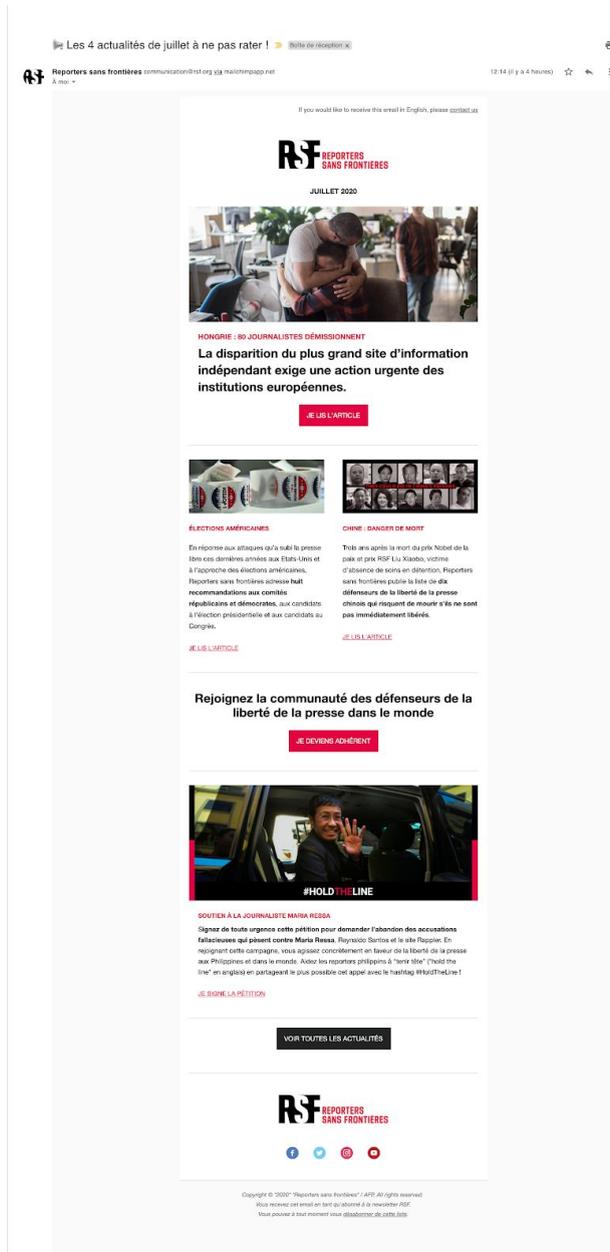
Pour servir ses besoins, RSF s'est doté de l'outil Salesforce qui est en charge de la collecte des données utilisateurs via les formulaires en place sur rsf.org. C'est ensuite avec Mailchimp, et son plugin Salesforce, que le routage est effectué et déclenché manuellement.

Le Salesforce contenant les données marketing est indiqué comme "Salesforce - Marketing" dans ce document. Il est complètement distinct du Salesforce dit "Data".

3.6.2. Newsletter

À l'heure actuelle il existe

- Une "newsletter" générale, visant à mobiliser le public, l'informer sur les actualités de l'organisation et l'inciter au don ou au soutien. Cette newsletter est envoyée en FR / EN environ une à deux fois par semaine.
- Des "communiqués" envoyés à toutes les personnes appartenant aux listes des "desks" RSF ainsi qu'aux personnes inscrites sur le site comme étant intéressé(e) par un pays ou une région. Ces communiqués sont envoyés en FR, EN et dans la langue du pays ou de la région.



Exemple de newsletter

A terme, RSF souhaiterait mieux connaître ses abonnés, afin de leur pousser le contenu adapté à leurs besoins, à savoir :

- **Si l'abonné(e) est un particulier OU un professionnel (presse, organisation, diplomatie etc.)**
- **La langue parlée par l'abonné(e), intégrant les possibilités que proposent RSF, à savoir FR / EN pour la newsletter, FR/ EN et d'autres langues (en fonction des zones) pour les communiqués.**

Finalisez votre inscription

Nom Prénom

Français ▼ Pays ▼

Je suis un professionnel ... un particulier

Activité ▼ Nom du média

Langue de travail ▼ Téléphone (facultatif)

Nous vous proposons de sélectionner vos thématiques :

At vero eos et negent satis esse In quo pertineant non possim
 Ut placet, inquam tum dicere Alii autem, quibus ego assentior
 Torquem detrahit hosti et quidem Ut placet
 In oculis quidem faciunt, ut aut ... Torquatos nostros?
 At vero eos et accurate Si sine metu degendae
 Certe, inquam Hanc ego cum memoriter

Exemple de popins d'inscription à la newsletter

Voici l'enchaînement des champs souhaité :

1. 1er affichage

- Nom / Prénom / Email / Pays
- Checkbox :
 - Je suis un professionnel (journaliste, universitaire, ONG, politique ...)
 - Je suis un particulier

2. 2ème affichage

- **Pour les professionnels**
 - Activité (journaliste, universitaire, ONG, avocat / magistrat, ambassadeur, politique, autre)
 - **Pour les journalistes seulement** : nom du média
 - **Pour les autres** : nom de l'organisation
 - **Zone(s) d'intérêt**
 - International
 - + liste de chaque desk RSF
 - Langue de travail (parmis les langues proposées par les desks)
 - Numéro de téléphone (facultatif)
- Pour les particuliers
 - Langue (pour commencer FR / EN et peut être ES)

Diffusion de la newsletter

RSF souhaite mettre en place une diffusion semi-automatique, le principe est de permettre aux auteurs de contenus de disposer d'une newsletter "prête à l'emploi". Chaque contenu publié, devra pouvoir être diffusé avec une newsletter générée automatique sous Mailchimp,

cette dernière pourra être envoyée à la demande du contributeur directement depuis le BO de rsf.org en sélectionnant une liste de diffusion (l'ajout d'adresse email via le BO est un plus).

3.6.3. Champs adaptables

Les formulaires, y compris les formulaires d'inscription aux newsletters, doivent être construits à l'aide d'une bibliothèque de champs. Ces derniers doivent être adaptables en fonction des besoins du formulaire.

Par exemple, l'enchaînement des champs doit être éditable par RSF avec la possibilité d'ajouter des champs si l'équipe Marketing le souhaite.

3.6.4. Personnalisation

RSF souhaite créer beaucoup plus d'interactivité avec les internautes et les utilisateurs réguliers du site. Cette interactivité doit pouvoir se retrouver sur les réseaux sociaux, sur lesquels RSF est très actif.

Ainsi, la personnalisation doit être au coeur des actions Marketing du site et ainsi proposer aux utilisateurs des contenus pré-rédigés et contextualisés en fonction de l'article partagé, de la pétition signée, du don effectué, etc ...

Pour créer plus d'interaction, RSF attend du prestataire une incitation au clic contextualisé en fonction des zones d'apparitions des différents widgets.

Exemple, pour un widget "pétition" si ce dernier est affiché sur la page du portrait de Maria Ressa, ce dernier devrait afficher "Soutenez Maria Ressa".

3.6.5. Marketing automation

À l'heure actuelle toutes les actions marketing sont effectuées manuellement. Il n'existe pas de cycle d'animation automatisé.

RSF souhaiterait s'ouvrir au marketing automation, une proposition en ce sens est un plus et doit être proposé en option.

3.7. Autres fonctionnalités

3.7.1. Formulaire de contact

Le formulaire de contact devra être intégré dans une page présente dans l'arborescence du site et dont l'accès se fera via le megamenu, le footer ou les mentions légales.

Le formulaire devra être composé de champs personnalisables par les administrateurs de RSF.

Un champ “objet” dont les items devront être contribuables par RSF, permettra, en fonction de l’objet, de router correctement l’email vers l’adresse email de la personne concernée par l’objet de la prise de contact.

Un paramètre dans l’URL du formulaire devra permettre aux administrateurs de contextualiser la prise de contact avec un objet pré-sélectionné. Par exemple, sur la page “Mécénat”, RSF peut être amené à préciser aux utilisateurs de prendre contact pour plus d’informations. Le lien hypertexte devra contenir un paramètre spécifique afin que lors du clic, l’utilisateur ait déjà l’objet “Prise d’information pour le mécénat” sélectionné sur la page de contact.

3.7.2. Recrutement / Page “Nous rejoindre”

La page de recrutement “Nous rejoindre” devra mettre en avant des offres d’emploi ou de mission dont la structure de page sera basé sur le template de page libre. La page “Nous rejoindre” devra remonter toutes les offres et permettre aux utilisateurs de postuler via un formulaire configuré par l’administrateur dans le back-office. Le routage devra lui aussi être personnalisable selon formulaire.

La page de recrutement devra disposer de deux options :

- Un formulaire de candidature spontanée
- Un formulaire d’inscription à une newsletter d’alerte

Sur le dernier formulaire, l’utilisateur pourra sélectionner des critères suivants lesquels il souhaite recevoir une alerte si une offre est postée.

Exemple :

- Un utilisateur pourra être alerté s’il sélectionne “CDI, Equipe Marketing”
- Un utilisateur pourra être alerté s’il sélectionne “Stage”
- etc ...

4. Les besoins en back office et administration

Le nouveau site rsf.org doit être administrable depuis un back-office proposant les fonctionnalités standards proposées par les grands CMS de l’industrie, complétées de fonctionnalités couvrant les besoins spécifiques de RSF.

Ces fonctionnalités sont détaillées ci-après. Celles-ci ont vocation à présenter les exigences fonctionnelles détaillées précédemment sous un angle technique.

Dans les sections qui suivent :

- DOIT et DEVRAIT : essentielle au bon fonctionnement du site
- PEUT et POURRAIT : optionnelle, peut-être dans un deuxième temps;
- OU entre les exigences ou contraintes : chacune est interchangeable, mais une seule doit être présente
- ET entre les exigences ou contraintes : toutes doivent être présentes

- ET/OU entre les exigences ou contraintes : une ou plusieurs doivent être présentes.
- back-office : outil permettant de modifier le site
- Contenu : toute entité (page, communiqué de presse, action...) comportant du texte ou des médias éditables au sein du back-office
- Formulaire d'administration: toute interface permettant de modifier un contenu
- Champ : toute sous-section d'un formulaire, permettant de modifier tout ou partie d'un contenu

4.1. Typologies d'utilisateurs et système éditorial

Le back-office doit tenir compte de plusieurs typologies d'utilisateurs, dont les permissions pourront varier.

Ceux-ci doivent, selon leurs droits, pouvoir rédiger un contenu, le publier ou non, valider des modifications, publier...

4.1.1. Typologies d'utilisateur

4.1.1.1. Administrateur

L'administrateur doit avoir les pleins pouvoirs sur la gestion du site, de ses utilisateurs, des contenus.

L'objectif est qu'il ne soit pas limité dans l'administration du site.

4.1.1.2. Modérateurs

Le modérateur doit être en mesure de valider des contenus, effectuer des retours, approuver ou rejeter des modifications.

4.1.1.3. Rédacteurs

Les contributeurs disposent de droits plus limités mais sont autonomes sur la création de contenu.

Ils possèdent des droits de publication limités.

4.1.1.4. Traducteur

Les traducteurs sont chargés de modifier des contenus existants dans le but de compléter leurs traductions dans les différentes langues du site.

4.1.2. Système éditorial

Le back-office doit proposer un système éditorial permettant la mise en oeuvre d'un processus de validation, de correction et de publication des contenus.

Ce système éditorial est étroitement lié aux typologies d'utilisateurs décrites précédemment.

4.1.2.1. Rédaction

Tout utilisateur autre que les traducteurs doit pouvoir rédiger du contenu.

Ce contenu doit ensuite être soumis à validation, pour corrections éventuelles.
Le back-office doit proposer une interface permettant de soumettre un contenu à validation.

4.1.2.2. Corrections

Des corrections doivent pouvoir être proposées par un modérateur ou administrateur.
Le back-office doit proposer une interface permettant de proposer des corrections sur un contenu soumis à validation.

4.1.2.3. Validation / finalisation

Le back-office doit proposer une interface permettant de finaliser un contenu par un rédacteur, une fois les corrections proposées par le modérateur.
Cette interface doit permettre la soumission à publication d'un contenu par un rédacteur.

4.1.2.4. Publication

La publication est la dernière étape avant la mise en ligne d'un contenu.
Le back-office doit proposer une interface permettant de passer en revue un contenu soumis à publication, et d'autoriser sa publication.

4.1.2.5. Traduction

L'ajout et la publication de ces traductions est possible pour les traducteurs sans contrainte de validation.
Le back-office doit proposer une interface permettant d'ajouter des traductions à un contenu existant.

4.1.3. Interface et expérience utilisateur

Dans le but de proposer une expérience utilisateur adaptée aux besoins rédactionnels et éditoriaux de RSF, le back-office devra proposer une interface adaptée, et pourrait être réalisée sur mesure, en complément des outils d'administration mis à disposition du CMS utilisé.

4.1.3.1. Édition de contenu

Les fonctionnalités suivantes devront être incluses à l'interface d'édition de contenus

- [Versionning](#) des contenus et visualisation des différences entre version
- Possibilité de rétablir une ancienne version d'un contenu simplement
- Possibilité d'annoter ou commenter un champ (*exemple: fonctionnalité de commentaires de Google Docs*)
- Possibilité de visualiser les commentaires effectués sur les champs

À noter: L'objectif de ces fonctionnalités est de faire de l'interface d'édition de contenus du nouveau site rsf.org un outil collaboratif, se rapprochant d'outils utilisés actuellement en interne tels que Google Docs.

4.1.3.2. Dashboard

Le back-office devra proposer un dashboard permettant d'afficher les données suivantes:

- Nombre de contenus publiés
- Nombre de contenus en attente de modération
- Nombre de contenus en attente de publication
- Nombre d'utilisateurs (par catégories)
- Dernières connexions d'utilisateurs

Cet affichage pourrait se faire sur un dashboard (*exemple: page d'accueil wordpress ou Wagtail*).

Cet affichage pourrait proposer l'affichage de statistiques plus évoluées.

4.2. Édition de contenu

4.2.1. Éditeur, champs

L'éditeur de contenus doit permettre d'éditer plusieurs types de champs différents décrits ci-dessous. Ceux-ci doivent être traités de façon distincte, en base de données comme au niveau de l'interface d'administration, dans le but de valider ces champs lors de leur saisie. *Exemple : un champ nombre ne doit pas permettre de saisir du texte.*

L'administration doit proposer ces champs a minima, mais peut proposer d'autres types de champs s'ils sont jugés utiles à l'administration des pages.

Le back-office doit prévenir, via une alerte, la fermeture de l'onglet ou fenêtre affichant le formulaire d'administration, en cas de données saisies non enregistrées.

Le back-office pourrait proposer une fonction de sauvegarde en brouillon automatique en cas de fermeture inattendue de la fenêtre affichant le formulaire d'administration.

4.2.1.1. Texte simple

Champ de texte simple sans possibilité de mise en forme.

4.2.1.2. Texte riche (WYSIWYG)

Champ de texte avec possibilité de mise en forme (par défaut)

- Gras / souligné / italique
- Liens internes / externes
- Listes à puces
- Listes numérotées
- Citation
- Style de paragraphe (titres de niveau 2, 3, 4, 5, 6, citation)

Des possibilités de mise en forme avancées, telles que la couleur ou la taille du texte doivent pouvoir être permises si nécessaire, et restreinte à certains rôles ayant les autorisations nécessaires.

Exemple: un administrateur doit pouvoir modifier la taille du texte mais pas un contributeur

4.2.1.3. Nombre

Doit permettre de saisir un nombre et de le stocker comme tel

4.2.1.4. Date

Doit permettre de saisir une date avec affichage d'un *datepicker*.

4.2.1.5. Contenu interne

Doit permettre de choisir un contenu interne au site rsf.org et le stocker comme une relation vers ce contenu

Doit proposer un champ de recherche pour trouver le contenu.

Doit pouvoir être contextualisé pour proposer le choix d'un contenu d'un type spécifique OU doit pouvoir proposer des filtres pour filtrer les types de contenus affichés dans la recherche.

Exemple : le back-office pourrait proposer lors de l'édition d'une campagne d'ajouter un bloc communiqués de presse permettant de chercher parmi les contenus de type communiqués de presse.

4.2.1.6. Image

Doit permettre de choisir une image disponible au sein de la médiathèque, ou d'importer une image depuis le périphérique de l'utilisateur.

Pourrait permettre d'importer une image via un lien externe.

4.2.1.7. Contenu externe

Doit permettre l'ajout de contenus issus de sources externes au site, via l'url du contenu externe.

Le champ doit proposer la prévisualisation du contenu externe.

Le champ pourrait proposer un lien avec les APIs des services externes, pour pouvoir choisir depuis le back-office un contenu disponible sur l'un des comptes de RSF sans nécessiter l'usage d'un lien externe.

Par exemple : un lien avec l'API Twitter pourrait permettre de sélectionner un contenu externe disponible sur l'un des comptes Twitter de RSF.

Le champ doit mettre en oeuvre un mécanisme permettant de retrouver les informations d'affichage (*exemple: oEmbed*) pour éviter l'obsolescence des contenus externes intégrés.

Le champ doit proposer a minima la mise en forme des sources suivantes : Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, Vimeo.

Toute source non présente dans cette liste doit cependant pouvoir être mise en forme au sein d'une iframe générique.

4.2.1.8. Champ libre

Ce champ sera au cœur de l'édition des pages du site rsf.org.

Ce champ doit permettre la composition de mises en page complexes, au travers de l'ajout de *blocs* prédéfinis, qui doivent pouvoir être ordonnés et hiérarchisés.

Ce champ s'apparente à un *page builder* mais s'en distingue car il permet d'ajouter des blocs prédéfinis lors de la conception du site internet, et il doit permettre la saisie de donnée de façon structurée.

Ce champ ne doit pas empêcher l'export de la donnée contenue dans celui-ci, en effet, une extraction textuelle (ou dans un fichier structuré JSON ou CSV) doit être possible.

Un bloc doit avoir une représentation côté frontend (style et markup) uniforme. Ainsi, le champ libre ne doit pas imposer aux blocs qu'il contient une mise en page spécifique, et il doit pouvoir contenir des blocs sans que la mise en page de ceux-ci entre en conflit.

Exemple de pratiques incompatibles avec ce fonctionnement :

- *Un CSS ciblant un bloc sur la base de son emplacement (type de page)*

4.2.2. Blocs, widgets

Le back-office doit mettre à disposition des *blocs* dans la contribution des [champs libres](#). Un bloc est constitué d'un champ ou un groupement de champs.

Certains champs d'un bloc peuvent être facultatifs.

L'ordre des champs au sein d'un bloc est fixe, et déterminé à l'avance dans le code source.

Un bloc peut disposer de tous les champs décrits dans la section précédente. Un bloc doit donc pouvoir comporter un champ libre.

Un bloc doit pouvoir disposer de champs contextuels. Le contexte impactant ces champs doit pouvoir être remonté depuis la page en cours de visualisation, si applicable.

Exemple: un hypothétique bloc "actions récentes réalisées par RSF" pourrait proposer la variable "pays", récupérée automatiquement si le bloc est présent sur une page pays, dans le but de contextualiser celui-ci pour n'afficher que les "actions récentes réalisées par RSF dans le pays XYZ". Le titre du bloc en serait ainsi changé, ainsi que son contenu.

4.2.2.1. Bibliothèque de blocs

Le back-office doit proposer une *bibliothèque* de blocs, interface au sein de laquelle l'utilisateur pourra choisir lors de la contribution d'un champ libre.

Il doit être possible de limiter les blocs disponibles au choix au sein du champ libre selon la typologie de contenu où se trouve le champ libre, via les [modèles](#).

Exemple: un bloc hypothétique "Exactions commises dans le cadre de l'élection présidentielle américaine" n'aurait pas forcément de sens à être proposé dans un champ libre situé dans une page portrait, alors qu'il pourrait avoir du sens à être proposé dans une page libre.

4.2.2.2. Widgets

[L'approche par composants](#) souhaitée doit aussi permettre l'utilisation isolée de ces blocs sous forme de *widgets*. Un widget est un bloc qui peut être placé à différents endroits de pages bien spécifiques.

Un widget est similaire à un bloc, et doit être considéré comme tel, dans le but d'éviter la duplication de code pour des usages similaires.

En effet, un widget, utilisé au sein d'un template (exemple: dans la colonne de droite d'une page action), doit pouvoir également être utilisé individuellement dans le champ libre.

Aussi, il doit être possible d'exploiter ces widgets dans une version *épurée* du site rsf.org, au sein d'une iframe.

Exemple: le principe est exactement le même qu'un tweet ou vidéo youtube, qui peuvent être inclus au sein d'une page web, sans inclure header, footer ...

4.2.2.3. Exemples de blocs

La liste des blocs et le découpage de ceux-ci sur la base des maquettes ne sont pas imposés et seront à proposer par le prestataire. Cependant, ci-dessous sont donnés quelques exemples de blocs, sur la base des wireframes, pour illustrer le propos.

Header et sur-header

Bloc - Alerte

Bloc - Une

Bloc - Baromètre en temps réel

Bloc - Actualité

Bloc - Mise en avant d'un contenu

Bloc - Campagne

Bloc - Mise en avant de 3 contenus

Bloc - Pétitions

Bloc - Focus sur deux contenus +
Bloc - Thread Twitter

Bloc - Newsletter

Footer

Exemple de découpage par bloc

4.2.2.4. Blocs formulaire

Il doit être possible d'inclure un formulaire en tant que bloc dans un champ libre.

4.2.2.5. Blocs long read

Dans le but de permettre les pages [long read](#), il devra être possible de définir des options pour les blocs.

Aussi, il pourrait être intéressant de proposer des blocs imbriqués.

Exemples:

- *il pourrait être possible pour un bloc d'occuper toute la largeur de la page.*
- *il pourrait être possible pour plusieurs blocs d'être inclus dans un bloc parent disposant d'un fond de page*
- *il pourrait être possible d'ajouter un bloc au sommaire de la page, qui, si présent, activerait un sommaire en barre latérale*
- *il pourrait être possible d'ajouter une note de marge à un bloc, qui lors de son affichage ajoute des information dans la marge de la page à la hauteur d'affichage dudit bloc*

4.2.3. Templates et modèles

4.2.3.1. Templates

Chaque typologie de contenu proposée doit disposer d'un template, tenant compte de ses options et spécificités de mise en page.

Ces templates ont un caractère figé, c'est à dire qu'ils sont déterminés à l'avance, dans le code source.

Au même titre que les [pages clés](#), la liste des templates n'est pas arrêtée et sera à définir par le prestataire, cependant, la liste des pages clés donne une illustration des templates potentiels.

Exemple: un template de page campagne dispose de spécificités liées à sa colonne de droite, colonne présente également sur les pages publications / cp, mais avec des possibilités de contenu/widget différentes. Aussi, certains templates peuvent ne pas du tout disposer d'une colonne de droite.

4.2.3.2. Modèles (de blocs)

Le back-office doit permettre aux administrateurs de définir des modèles de blocs (ou plus simplement modèles), qui doivent permettre entre autre de définir des sous-typologies de contenu.

Ces modèles de blocs sont représentés par un type de données à part entière, associant

- une typologie de contenu
- un intitulé

- une liste de blocs disponibles pour les nouveaux contenus basés sur ce modèle
- une liste de blocs présents par défaut pour les nouveaux contenus basés sur ce modèle

Ainsi, ce concept peut être étendu aux typologies de contenu, qui doivent disposer elles-mêmes d'un modèle *par défaut*, dont hériteront tous les modèles associés à une typologie de contenu.

Exemple: l'administrateur doit pouvoir créer un nouveau modèle de blocs "Communiqué de presse COVID", hérité du modèle par défaut des communiqués de presse au sein duquel il sélectionne un ensemble limité de blocs, qui sont les seuls blocs disponibles lors de la création d'un nouveau communiqué de presse basé sur le modèle "communiqué de presse COVID".

À noter: cette fonctionnalité n'est pas à voir comme un moyen de s'affranchir des typologies de contenus (communiqués, actions, campagnes...), mais est un moyen d'industrialiser la production de contenus pour RSF, en pré-configurant le contenu du champ libre présent sur certaines typologies de contenus.

En effet, les modèles doivent permettre à RSF de préparer le travail des contributeurs (les chercheurs notamment dont le temps est précieux) qui n'auront plus qu'à combler les champs déjà présents dans le champ libre du back-office lors de la saisie de nouveaux contenus.

4.2.4. Publication

Le back-office doit permettre, via le système de permissions, d'octroyer des droits différents aux utilisateurs concernant la publication de contenu.

Certaines typologies d'utilisateurs doivent pouvoir rédiger du contenu sans droit de publication.

4.2.5. Prévisualisation

Le back-office doit proposer une fonction de prévisualisation des contenus saisis sans nécessité d'enregistrer les modifications du contenu en cours de saisie en base de données.

Cette fonction de prévisualisation doit pouvoir être déclenchée sans risque de perte des données saisies.

Exemple: le contributeur modifie le titre d'un contenu, il clique sur un bouton de prévisualisation sans enregistrer, un nouvel onglet s'ouvre et charge une le contenu en cours d'édition sur le site rsf.org, affichant les dernières modifications du titre du contenu.

4.2.6. Versionning

Le back-office doit permettre le versionning des contenus

- Possibilité de rétablir une version plus ancienne d'un contenu

- Possibilité de visualiser la différence entre deux mises à jour d'un contenu

4.2.7. Gestion des corrections et des mises à jour

Le back-office doit permettre de corriger un contenu et d'identifier cette modification comme une correction.

Exemple : un article a été modifié suite à une erreur, le back-office doit permettre d'identifier la révision comme une correction, et proposer un mécanisme permettant d'afficher cette correction sur le frontend.

4.2.8. Programmation des publications

Le back-office doit permettre de définir

- Une date / heure de publication d'un contenu sur le site
- Une date / heure de dépublication d'un contenu, à la suite de laquelle le contenu reste disponible en back-office
- Une date / heure de publication d'un contenu en page d'accueil
- Une date / heure de dépublication d'un contenu en page d'accueil

4.3. Gestion des contenus

4.3.1. Édition des menus

Chaque modification de lien doit mettre en oeuvre un mécanisme empêchant d'enregistrer un lien mort (*exemple: vérification en cas de lien externe que le lien ne retourne pas une 404*)

Ce mécanisme doit s'appliquer aux champs contenu externe, contenu interne, texte riche.

D'une façon générale, le back-office doit permettre de modifier les menus du site. Une certaine flexibilité doit être permise côté frontend pour permettre une augmentation ou réduction du nombre d'items par colonne, et le nombre de colonnes.

4.3.1.1. Mega-menu

Les éléments textuels du mega-menu doivent être modifiables depuis le back-office.

Le back-office doit proposer une interface adaptée pour chaque section de celui-ci, et doit permettre l'ajout / suppression de sections au sein de celui-ci.

Le logo du menu principal doit être modifiable depuis le back-office.

4.3.1.2. Pied de page

Les liens du pied de page doivent être modifiables

Les sections du pied de page doivent être modifiables (titre et contenu).

Il doit être possible d'ajouter une ou plusieurs section(s).

À noter: le nombre de sections pourrait cependant être restreint, ou imposer un nombre minimum de section pour garantir une cohérence graphique.

4.3.2. Actions groupées

Le back-office doit proposer une interface permettant des actions groupées sur les contenus

- Sélection multiple
- Déclenchement d'une action pour les contenus sélectionnés (exemple: suppression, publication, dépublication...)

4.3.3. Exports

Les contenus doivent être exportables au format CSV

Les contenus doivent être exportables à partir

- D'une sélection multiple
- D'une recherche filtrée

4.3.4. Taxonomie

Le back-office doit proposer une interface permettant la gestion d'une taxonomie, dont les termes pourront être utilisés dans les contenus.

Il doit être possible d'associer un terme à un contenu, peu importe sa profondeur.

4.4. Gestion des formulaires

4.4.1. Création de formulaires

Le back-office doit proposer une interface permettant de créer et modifier un formulaire.

Les données suivantes doivent pouvoir être gérées:

- Le texte affiché après la soumission du formulaire
- La destination du formulaire (email, Salesforce...)
- L'objet de l'email
- Les champs de formulaire

L'interface doit permettre l'usage d'un formulaire Salesforce en lieu et place du formulaire généré par le back-office. Le back-office doit exploiter la connexion à l'API Salesforce dans le but de proposer une liste des formulaires / pétitions créés côté Salesforce.

4.4.2. Gestion des champs

Le back-office devra permettre d'ajouter des champs de formulaire de type

- Input text simple
- Input text long
- Select
- Date
- Input number
- Pièce jointe

Cette liste pourra être complétée par le prestataire s'il envisage d'autres usages que ceux décrits ici.

Les champs doivent pouvoir contenir une valeur par défaut. Aussi, ceux-ci doivent pouvoir être *disabled* dans le but d'imposer une valeur.

4.4.3. Gestion de la validation et des erreurs

Les formulaires doivent proposer plusieurs types de validation pour les divers types de champs de formulaires.

Exemple: il doit être possible de limiter des champs texte à la saisie d'URLs, adresses emails, entiers positifs...

Les formulaires doivent systématiquement disposer d'un mécanisme de lutte contre le spam. Tout contenu soumis au travers d'un formulaire doit mettre en oeuvre un mécanisme de lutte contre la faille XSS et les injections SQL.

4.4.4. Règles et dépendances des champs

Le back-office doit proposer une interface permettant de définir des règles et conditions régissant l'affichage et la validation des champs.

Exemple: le champ X ne doit être rempli que si le champ Y a la valeur ABC.

4.4.5. Soumission des formulaires

La soumission d'un formulaire doit pouvoir donner lieu à plusieurs actions.

Le back-office doit proposer une interface permettant de choisir la ou les action(s) à effectuer à l'issue de la soumission d'un formulaire.

4.4.5.1. Mailchimp

La soumission d'un formulaire doit permettre l'ajout de l'expéditeur à une liste mailchimp.

Le back-office doit faire remonter, via une connexion à l'API MailChimp, les listes potentielles de destination du formulaire.

4.4.5.2. Salesforce

La soumission d'un formulaire doit permettre l'ajout de l'expéditeur à Salesforce.

Le back-office doit faire remonter, via une connexion à l'API Salesforce, les groupes de contacts de destination du formulaire.

4.4.5.3. Envoi d'emails

La soumission d'un formulaire doit permettre l'envoi d'emails

- aux administrateurs / créateur du formulaire (emails internes à rsf.org)
- à une ou plusieurs valeurs soumise via l'un des champs du formulaire (cf à noter ci-dessous)

La soumission d'un formulaire pourrait générer l'envoi d'une notification, au sein d'une système de notifications interne au back-office.

À noter: Dans le cadre de certaines campagnes, RSF peut être amené à proposer aux utilisateurs d'interpeller des personnalités, via le système de formulaires du nouveau site rsf.org. Ainsi, le back-office doit proposer des fonctionnalités permettant de mettre une liste d'emails de destination à disposition de l'utilisateur final, parmi lesquels il pourra choisir, dans le but d'envoyer un courriel aux adresses emails sélectionnées lors de la soumission du formulaire.

Aussi, dans le même objectif, il est impératif que les administrateurs du site rsf.org puissent définir une valeur par défaut pour certains champs.

Exemple: suite à une campagne, RSF souhaite proposer à ses utilisateurs d'interpeller les ministres de l'intérieur ABC et des affaires étrangères DEF pour faire libérer un journaliste XYZ.

L'administrateur doit pouvoir créer un formulaire proposant un champ objet prérempli "Libérez le journaliste XYZ", un champ expéditeur que l'utilisateur engagé peut renseigner avec son adresse personnelle, un champ destinataire prérempli avec les options def@affairesetrangeres.gouv.fr et abc@interieur.gouv.fr ainsi qu'un champ message prérempli invitant ces ministres à agir dans le but de libérer le journaliste.

La plateforme doit mettre en place un mécanisme empêchant l'envoi d'emails à une adresse non proposée par le formulaire. Ceci dans le but de prévenir l'utilisation du système de formulaires de rsf.org à des fins de spam, par exemple.

4.4.5.4. Export

Les soumissions de formulaire doivent pouvoir être exportées simplement au format CSV, pour un formulaire donné.

4.4.5.5. Création d'un objet dans le back-office

Les soumissions de formulaire doivent pouvoir entraîner la création d'un objet en base de données, accessible depuis le back-office.

4.5. Gestion des assets

4.5.1. Constitution d'une banque de médias

Tous les fichiers médias (images, vidéos) du site, des contenus du site, des formulaires, doivent être accessibles depuis une interface centralisée.

Cette banque d'images doit proposer des fonctionnalités de recherche simple, permettant

- De filtrer le type de fichier (image, vidéo, son)
- D'effectuer une recherche textuelle pour retrouver un média

La recherche textuelle doit s'effectuer sur le nom des fichiers, et pourrait se faire sur le texte de contenus liés aux médias stockés.

4.5.2. Gestion de la banque de médias

Des outils de gestion de cette banque de médias doivent permettre les actions suivantes

- Modification du nom du fichier
- Modification du texte alternatif si fichier le fichier est une image
- Rogner ou définir une zone d'intérêt pour un rognage automatique pour les fichiers image

4.5.3. Dynamisation des assets

Les fichiers gérés par le back-office, et affichés sur le frontend, doivent pouvoir être servis de façon dynamique, pour permettre la génération de formats de fichiers et tailles d'images variés selon les contextes d'affichage.

Il doit être possible de définir pour les images une zone d'intérêt, constituant le sujet de l'image, dans le but de réduire le caractère destructif des rognages automatiques. Il doit notamment être possible de générer des formats d'image à la demande.

Exemple d'approche respectant cette demande pour les images:
<https://github.com/willnorris/imageproxy>

4.5.4. Centre de ressources

Le back-office doit proposer un centre de ressources, regroupant l'intégralité des documents mis en ligne depuis le back-office. Sont concernés les documents ajoutés aux contenus ainsi que les documents gérés dans la banque d'images.

Le centre de ressources doit proposer les fonctionnalités suivantes:

- Filtrer le type de fichier (image, vidéo, son)
- Effectuer une recherche textuelle pour retrouver un média
- Tri possible par date de création, nom de fichier, type de fichier

Les fichiers doivent pouvoir être visualisés simplement depuis le back-office, sans nécessité de les télécharger. Le back-office doit donc proposer une visionneuse compatible avec les divers types de fichiers stockés.

4.6. Gestion des utilisateurs

4.6.1. Ajout, suppression et modification des utilisateurs

Le back-office doit permettre l'ajout / modification / suppression d'utilisateurs pour les utilisateurs autorisés.

Il doit proposer une interface permettant d'administrer les mots de passe des utilisateurs (création / modification) par les administrateurs, et par les utilisateurs eux-même.

4.6.2. Gestion des droits

Le back-office doit permettre une gestion fine et simple des droits des utilisateurs pour les utilisateurs autorisés.

4.6.3. Attribution des rôles et expiration des droits

Le back-office doit permettre l'attribution de rôles à des utilisateurs a posteriori de leur création.

Une date d'expiration des rôles d'un utilisateur doit pouvoir être définie.

4.7. SEO

4.7.1. Gestion des métas

Le back-office doit permettre une gestion fine des métadonnées utilisées pour le SEO du nouveau site rsf.org. Les métadonnées doivent pouvoir être définies à différents niveaux

- Gestion par typologie de contenu
- Gestion par contenu
- Localisation des meta pour chaque langue
- Gestion pour le site dans son ensemble

Le back-office doit mettre à disposition une interface d'édition des métadonnées.

Le protocole *Open Graph* doit être exploité (<https://ogp.me/>) ainsi que les *Twitter Cards* (<https://developer.twitter.com/en/docs/twitter-for-websites/cards/guides/getting-started>) pour la génération des métadonnées ainsi que les métadonnées mises à disposition des éditeurs de contenu.

Les *meta title* et *meta description* doivent pouvoir être définies manuellement pour chacune des pages.

4.7.2. Scoring des contenus

Le back-office doit proposer un scoring des contenus (*exemple : Yoast sur wordpress*), sur la base de leur contenu.

4.8. Réseaux sociaux et diffusion

4.8.1. Diffusion d'alerte par email

Le back-office doit permettre la diffusion à une liste mailchimp d'un contenu lors de sa publication.

Il doit proposer une interface permettant de choisir, via une connexion à l'API Mailchimp, la ou les listes de diffusion de destination.

4.8.2. Flux RSS

Le back-office doit permettre l'ajout au flux RSS du site d'un contenu lors de sa publication. Le back-office doit proposer une interface permettant de choisir le ou les flux RSS de destination.

Le site pourrait proposer la création automatique ou simplifiée de flux rss à la demande, sur la base d'un élément de taxonomie par exemple, ou d'un pays.

4.9. Internationalisation et localisation

4.9.1. Gestion des clés de langues

Le back-office doit proposer une interface de gestion des clés de langue utilisées sur le back-office et sur le frontend.

Il doit permettre

- Import massif de clé de langue (*exemple: via un fichier csv ou po fourni par le prestataire*)
- Suppression d'une clé de langue inutilisée

Le back-office pourrait proposer une interface permettant de mettre en évidence les clés de langue non traduites.

Les clés de langues ne doivent pas être codées en dur dans le code source, pour éviter la situation impliquant l'intervention d'un développeur pour la modification d'une clé de langue.

4.9.2. Ajout / modification / suppression de langues

Le back-office doit permettre d'ajouter ou supprimer une langue.

L'ajout d'une langue doit être prévu par les fonctionnalités décrites en 4.9.1, c'est-à-dire que l'ajout d'une nouvelle langue doit automatiquement mettre à disposition l'interface d'import des nouvelles clés de langue, pour rendre autonome les administrateur pour l'ajout d'une nouvelle langue supportée par le frontend.

4.9.3. Localisation du back office

Le back-office doit être localisé, et accessible lors de sa mise en production dans les langues suivantes

- Français
- Anglais
- Espagnol
- Portugais
- Arabe
- Perse

Cette liste ne doit pas restreindre la localisation future du back-office dans d'autres langues.

La langue du back-office est liée aux paramètres de l'utilisateur et ne doit pas être liée à la langue des contenus à publier.

Exemple: un article rédigé en perse doit pouvoir être édité par un utilisateur depuis le back-office en anglais. Dans ce cas, le back-office et les outils d'édition doivent utiliser la langue de l'utilisateur (l'anglais).

Le back-office doit être en mesure d'afficher du texte en RTL (right-to-left) si la langue d'un contenu est une langue qui se lit de droite à gauche, et ce même dans le cas où l'interface d'administration utilise une langue LTR (left-to-right).

Exemple: Un article rédigé en perse par un utilisateur utilisant le back-office en anglais doit s'afficher de droite à gauche dans le formulaire d'administration du back-office.

4.10. Configuration du site

Le back-office doit proposer une interface de gestion de divers paramètres entrant en jeu dans la configuration du site, n'étant pas en lien direct avec la gestion des utilisateurs, ou du contenu.

Celle-ci doit être organisée et extensible. Il doit en effet être possible d'ajouter de nouveaux paramètres tout au long de la vie du nouveau site rsf.org.

4.10.1. Alerte en page d'accueil

Le back-office doit proposer une interface permettant de choisir le contenu mis en alerte sur la page d'accueil.

Cette interface doit permettre de définir le texte de l'alerte et le contenu vers lequel celle-ci redirige.

4.10.2. Gestion des URLs

Le code source du nouveau site rsf.org doit pouvoir être déployé simplement sur des domaines différents, et doit proposer une interface de gestion des URLs où le site est supposé être déployé.

À noter: cette précision est faite pour éviter des situations telles que provoquées par la gestion du domaine racine de certains CMS, qui impliquent des modifications de la base de données ou du code source, et empêchent donc le déploiement d'un même code source en staging et en production, voire même sur un domaine différent.

Si un tel CMS est utilisé, le prestataire devra proposer une procédure détaillée de mise en production et de déploiement du code source sur des domaines non prévus initialement.

4.10.3. Redirections

Le back-office doit permettre l'ajout / suppression de redirections.

4.10.4. Clés d'API

Le back-office doit proposer une interface de gestion des clés d'API pour les différents services tiers utilisés par RSF.

Ces clés d'API ne doivent pas être exposées publiquement dans le back-office (*exemple: utilisation d'éléments input password*).

Ces clés d'API doivent être stockées de façon cryptée en base de données.

Ces clés d'API ne doivent être accessibles qu'à un nombre restreint d'utilisateurs autorisés.

4.11. Gestion des permissions utilisateurs

Le back-office doit proposer une interface de gestion de permissions des utilisateurs, inspirée des grands CMS du marché (*exemple: Drupal, Wordpress, Sulu, Wagtail...*)

4.11.1. Contenus

Le back-office doit permettre la définition de permissions différentes pour chaque typologie de contenus.

Exemple: un utilisateur ABC peut créer un contenu de type X mais pas de type Y.

4.11.2. Utilisateurs

Le back-office doit permettre la définition de permissions différentes pour la gestion des utilisateurs.

4.11.3. Rôles

Le back-office doit proposer plusieurs rôles, et permettre d'en créer de nouveaux.

5. Les recommandations techniques

5.1. Données

Plusieurs types de données doivent être définis au sein du site.

Les types de données sont décrits via la notion d'héritage.

Un type de données est décrit par des champs / mécanismes de validation de champs / spécificités.

Un type de données enfant possède toutes les propriétés du type de données parent.

La notion d'héritage permet ici d'illustrer une logique que pourraient suivre les types de données, mais ne préjuge pas de l'architecture des données en base de données.

La liberté est laissée au prestataire quant à l'architecture réelle des données.

Les champs décrits pour chaque type de donnée sont donnés à titre indicatif, la liste de ceux-ci n'est pas exhaustive.

Page

contenu statique ou dynamique, possédant une url sur le frontend, ainsi que tous les champs liés au référencement d'une page

- Titre
- Champs meta
- Champ libre
- Slug (unique)
- Modèle de blocs (utilisé par défaut, peut être supplanté)

À noter: l'url (= le *slug*) doit pouvoir être modifiée après la publication de la page, et générer automatiquement les redirections appropriées.

Un champ slug est unique et ne peut être égal à un slug défini dans le passé.

Publication

Hérité du type de données page.

Comporte les champs suivants:

- date de création
- date de mise à jour
- date de publication, qui peut être différente de la date de création, et doit pouvoir être mise à jour manuellement

Formulaire

[Cf section formulaire](#)

Comporte une liste des champs du formulaire

Comporte une relation vers les soumissions de ce formulaire

Tweet

Hérité du type de données Publication.

Doit comporter une référence au tweet originel.

Portrait

Hérité du type de données Page.

Comporte en plus les champs suivants

- Image
- Nom
- Prénom
- Date de naissance

Utilisateur

Utilisateur du back-office

Comporte les champs suivants

- Prénom
- Nom
- Adresse email
- Mot de passe
- Langue

5.2. Internationalisation

5.2.1. Right to left

Le site rsf.org est traduit dans plusieurs langues, et la nouvelle version devra supporter en plus des langues actuelles des langues RTL (right-to-left, ex: arabe).

Cela devra être intégré dès le début de la conception, et l'ajout futur de langues RTL devra être possible sans développement supplémentaire.

5.2.2. Alphabets non latins

Le nouveau site devra supporter des alphabets non latin (cyrillique, chinois...liste non exhaustive).

5.2.3. Sélection / détection de la langue

Le nouveau site devra permettre à l'utilisateur de choisir une langue.

La langue par défaut sera la langue du navigateur.

Ce choix de langue devra être persistant.

Les sélections de locale basée sur l'IP ou la localisation sont à proscrire.

5.2.4. SEO

Le nouveau site devra mettre en œuvre toutes les recommandations SEO à jour, et obtenir le score de 100 aux tests Google Insights

5.3. Contenu

5.3.1. Sources externes

Le frontend devra permettre d'afficher des contenus externes sous forme d'iframes, en exploitant le format oEmbed (<https://oembed.com/>)

5.3.2. Médias embarqués

Le frontend doit permettre d'afficher des fichiers multimédias de façon embarqué pour les formats de fichiers suivants

- PDF
- docx
- xlsx

5.3.3. Approche par composants

Les contenus, que ce soit dans le back-office ou sur le frontend devront suivre une approche par composants.

Le back-office doit permettre "d'empiler" des blocs au sein du champ libre.

Un bloc défini dans le backend doit toujours avoir sa représentation côté frontend, et doit pouvoir être affiché de façon isolée, sans dépendre de la page sur laquelle il est placé.

Cette approche doit permettre de normaliser les blocs utilisés par les contributeurs, et leur apporter de la flexibilité dans la création de types de contenus futurs.

Les blocs côté back-office devront pouvoir être utilisés sur un nouveau type de contenu sans développement supplémentaire.

5.3.4. Interopérabilité

Les contenus du site doivent pouvoir être exportés simplement dans un format standard (json, csv...) dans le but de faciliter une éventuelle migration future du site rsf.org.

L'approche par composants / blocs ne doit pas empêcher cette interopérabilité

5.4. Accessibilité

Le site rsf.org devra respecter les standards du web, et proposer une excellente accessibilité.

5.5. Audience

L'audience du site rsf.org est variée. Les actions de RSF étant tournées vers l'international et des pays portant atteintes à la liberté de la presse, celle-ci se constitue d'utilisateurs résidant dans des pays à l'accès internet parfois limité par les gouvernements ou par les infrastructures en place, et usagers de périphériques mobiles.

Ainsi, il convient de garder à l'esprit ces données dans le but de proposer une expérience adaptée d'une part à des débits internet parfois faibles, d'autre part à des navigateurs ou périphériques n'utilisant pas nécessairement les technologies les plus à jour.

Ci-dessous sont détaillées des statistiques extraites du Google Analytics de l'actuel site rsf.org, sur une période s'étendant du 1er Janvier 2020 au 31 Août 2020

5.5.1. Équipement

1. Android	376 269		37,36 %
2. Windows	313 258		31,10 %
3. iOS	188 290		18,69 %
4. Macintosh	107 859		10,71 %
5. Linux	9 028		0,90 %

On peut remarquer ici que plus de la moitié des visites sont effectuées sur mobile.

5.5.2. Accès au réseau / localisation

Pays	Utilisateurs	% Utilisateurs
1.  United States	193819	 19,24 %
2.  France	135055	 13,41 %
3.  India	96112	 9,54 %
4.  United Kingdom	42217	 4,19 %
5.  Canada	36986	 3,67 %
6.  Australia	28088	 2,79 %
7.  Singapore	23486	 2,33 %
8.  Philippines	21619	 2,15 %
9.  Germany	21564	 2,14 %
10.  Brazil	18569	 1,84 %

On peut ici remarquer que l'Inde ou les Philippines constituent le top 10 des IPs des visiteurs, or ces deux pays possèdent des débits moyens inférieurs à 10Mbits par seconde à l'échelle du pays (*source:*

<https://www.akamai.com/us/en/multimedia/documents/state-of-the-internet/q1-2017-state-of-the-internet-connectivity-report.pdf>)

5.6. Obligations sécuritaires et confidentialité

5.6.1. DDOS

Le site rsf.org, de par sa dimension politique, est l'objet d'attaques DDOS fréquentes. Il conviendra de mettre en œuvre les protections adéquates contre de telles attaques.

Le site utilise actuellement Cloudflare qui devra être conservé, en plus d'éventuelles autres protections.

5.6.2. RGPD

Dans le cadre de la RGPD, le site devra mettre en œuvre des mécanismes

5.7. Services externes et APIs

5.7.1. Salesforce

Le back-office doit intégrer un pont avec les comptes Salesforce de RSF.

Les données saisies dans le Salesforce data (communiqués de presse notamment) doivent pouvoir être automatiquement importés dans la base de données du back-office, et être mis à disposition dans celui-ci.

Certaines actions doivent pouvoir donner lieu à l'ajout de données au Salesforce marketing (cf [formulaires](#)).

5.7.2. Twitter

Le back-office doit intégrer un pont avec l'API Twitter, permettant d'effectuer les actions suivantes:

- importer un tweet en tant que contenu dans le backoffice.
- publier un contenu vers un (ou des) compte(s) Twitter de RSF

Le back-office doit proposer une interface permettant d'importer un tweet à partir de son URL. Ce tweet doit être créé comme un contenu à part entière au sein du back-office, contenant une référence au tweet originel.

Le back-office doit proposer une interface permettant de choisir le ou les compte(s) Twitter de destination du contenu à publier.

La publication sur Twitter d'un contenu doit donner lieu à l'ajout de l'URL du tweet généré au contenu source.

5.7.3. Mailchimp

Le back-office doit intégrer un pont avec l'API Mailchimp, et permettre de déclencher les actions suivantes depuis le back-office

- Envoi d'un contenu dans un email au format HTML, à une liste de diffusion donnée
- Envoi d'une soumission de formulaire dans un email au format HTML à une liste de diffusion donnée

L'API Mailchimp doit être intégrée de façon à permettre l'envoi d'un contenu (communiqué de presse notamment) par email directement suite à la publication de celui-ci.

Le back-office doit proposer une interface permettant de choisir une liste de diffusion de destination pour le contenu à envoyer.

5.7.4. Mapbox

L'API Mapbox doit être intégrée au site rsf.org, pour les affichages de cartes dynamiques.

Exemple: la carte du classement

À noter: l'API Mapbox est utilisée actuellement sur un plan gratuit, mais un autre service de cartographie pourrait être utilisé si tant est que l'usage de celui-ci n'occasionne pas de frais supplémentaires pour RSF. Le frontend doit être optimisé pour minimiser le nombre d'appels à l'API choisie dans le but de conserver un usage gratuit.

5.8. Outils de monitoring et statistiques

5.8.1. Trackers

Les trackers suivants devront être intégrés au site, dans le respect de la RGPD

- Google Analytics

- Hotjar

5.9. Compatibilité

Définition des tiers :

- **Tier 3 - Compatibilité totale** : aucune problème de chargement d'élément, d'affichage ou de navigation
- **Tier 2 - Comptabilité partielle** : quelques imperfections d'affichages peuvent apparaître
- **Tier 1 - Mauvaise comptabilité** : l'affichage est possible mais l'apparence peut ne pas être garantie

	TIER 3	TIER 2	TIER 1
Chrome à partir de la version n-2	✓		
Safari à partir de la version n-2	✓		
Edge à partir de la version n-2	✓		
Firefox à partir de la version n-2	✓		
Internet Explorer 11	✓		
Internet Explorer 10	✓		
Internet Explorer 9		✓	
Internet Explorer 8			✓

5.10. Serveurs et hébergement

5.10.1. Conditions d'exploitation

Le site actuel rsf.org est hébergé par OVH.
Ce prestataire n'a pas vocation à changer

Le site rsf.org a une audience moyenne actuelle de 5000 visiteurs uniques par jour, 110 000 visiteurs uniques mensuel, mais subit des pics d'audience pouvant monter à 50 000 visiteurs uniques par jour, notamment lors de la publication du classement mondial de la liberté de la presse (fin Avril chaque année).

Le prestataire devra donc s'assurer de la capacité à monter en charge de la plateforme livrée, et envisager les risques d'[attaques par déni de service](#).

Le prestataire doit proposer une approche permettant de tester et prévoir ces montées en charge.

5.10.2. Configuration serveur

L'infrastructure actuelle est la suivante :

- Hébergement OVH / 2 Serveurs : SD - Infra 1 32GO / 2x960 GO SSD / NVMe / Intel Xeon-E/ 32 de RAM
- CDN : Cloudflare

5.11. Exemples de stacks répondant aux exigences précédentes

Sont données ci-dessous des recommandations ainsi que des exemples de stack répondant aux exigences techniques.

Le prestataire doit justifier d'au moins une expérience consultable en ligne dans les technologies proposées.

Ces technologies sont données à titre indicatif, toute proposition sera étudiée tant qu'elle répond aux exigences précédentes.

Technologies côté serveur

Le système doit être développé dans un langage interprété généraliste optimisé pour le web, largement répandu, supporté par la majorité des hébergeurs et dont l'écosystème de librairies est vaste et en bonne santé.

Cette exigence répond à la nécessité de pérennité du code produit par le prestataire, et de la volonté d'internalisation d'une partie de la maintenance à terme pour RSF.

Elle prévient aussi le risque de l'enfermement propriétaire (*vendor lock-in*) qui peut se produire si la technologie est trop spécifique ou peu connue.

On compte dans cette exigence des langages comme PHP, Python, Ruby et Javascript.

Le système de gestion de base de données (SGBD) contenant les données applicatives principales doit supporter les types spatiaux.

Le SGBD doit être compatible avec le langage et le cadre logiciel choisis dans les exigences précédentes.

Le système doit être doté d'un index de recherche qui sera exploité par le serveur pour les recherches textuelles notamment.

Un serveur de cache doit être mis en place afin de limiter les accès à la base de données et éviter les surcharges.

Le choix du CMS est crucial et représente l'une des décisions les plus lourdes de conséquences pour la suite du projet. D'emblée sont exclus les projets open source pas ou peu maintenus et les « CMS maison ».

Une application « sur mesure » pourra être proposée si celle-ci exploite un framework répandu (exemple : Rails, Django, Symfony), utilise les fonctionnalités natives de ce framework tant que possible, et est accompagnée d'une documentation fournie facilitant sa maintenance.

Technologies côté client

Le système doit faire usage d'un cadre logiciel permettant la réutilisation de composantes logiques afin de réduire le temps de développement, en particulier la composition des interfaces, à une simple réutilisation de composantes existantes.

Le système doit faire usage de feuilles de styles mobile-first et permettant de propager, par des variables, certaines décisions d'interface et offrant un certain nombre de composantes déjà mises en forme. Cette approche permet de développer une application web facilement utilisable sur appareil mobile (pas besoin de travailler en double), de propager des changements d'interface à toute l'application avec un minimum de travail (exemple : *right-to-left*).

Le système peut chercher à limiter les connexions au serveur central. L'architecture côté client devrait limiter les appels externes par l'utilisation d'un cache local dont l'expiration varie selon le type de données en question.

Le système doit générer les pages côté serveur, ou proposer des pages statiques, dans le but de garantir un niveau d'accessibilité et de référencement le plus haut.

5.11.1. CMS / Frameworks

Les CMS ci-dessous sont susceptibles de répondre aux exigences

- Wagtail
- Twill
- Sulu
- Drupal
- Wordpress

Les frameworks ci-dessous sont susceptibles de répondre aux exigences

- Django
- Symfony
- Rails
- Laravel

5.11.2. Frontend

La technologie frontend peut ne pas exploiter le moteur de templating du CMS choisi.

Auquel cas, les frameworks ci-dessous sont susceptibles de répondre aux exigences

- React.js
- Vue.js

Des frameworks exploitant ces technologies pourront être utilisés (*exemple : Next.js, Nuxt, Gatsby*)

5.11.3. SGBD

Les SGBD ci-dessous sont susceptibles de répondre aux exigences

- PostgreSQL
- MariaDB
- Mysql

6. Importation des contenus

Dans le cadre de cette prestation, une migration du contenu actuel stocké sur rsf.org devra être effectuée.

6.1. État des lieux

Le site actuel, sous Drupal 7, comporte de nombreux contenus stockés, comportant texte et images, métadonnées.

Le site actuel ne propose en l'état pas d'API ni de format d'export normalisé des données stockées.

Le prestataire doit donc proposer

- Une approche permettant d'exporter le contenu de façon normalisée, qui sera par la suite importé dans la nouvelle plateforme
- Une approche concernant le traitement et l'affichage du contenu *legacy* provenant du site actuel rsf.org sur le nouveau système

6.2. Méthode d'import

Le prestataire doit proposer une méthode d'import simple et résiliente.

L'import doit pouvoir se faire de façon incrémentale.

La méthode d'import proposée doit prévenir toute duplication de contenus au sein de la nouvelle base de données.

Le candidat devra donner des détails quant à l'approche adoptée concernant l'import des contenus.

6.3. Tests et garanties

La méthode d'import doit être testée sur un nombre significatif de contenus, aussi bien anciens que nouveaux, et doit garantir le minimum de dégradation des contenus initiaux.

Les problèmes liés à l'encodage des contenus initiaux doivent être corrigés lors de l'import.

7. Méthode de travail

Pour la réalisation du projet, le titulaire est libre de proposer sa méthode de travail (Agilité, Cycle en V, ...), les seules exigences de RSF résident dans les points suivants :

7.1. Conception et méthode "Mobile-first"

Le titulaire du contrat devra proposer une phase de conception durant laquelle RSF occupera pleinement le rôle de Maître d'Ouvrage. Ainsi, nous attendons la mise en place d'ateliers de co-conception permettant au titulaire d'approfondir les différents points évoqués dans le cahier des charges.

Selon les données statistiques actuelles du site, RSF constate une nette progression de la consultation via les smartphones (atteignant ~50% du trafic), ainsi une conception "mobile-first" serait un plus.

RSF souhaite prendre part à l'ensemble des phases de fabrication du nouveau site avec une attente très forte sur la phase de conception.

7.2. Gestion et suivi de projet

Le titulaire devra appliquer une méthode de travail rigoureuse et mettre en place tous les outils nécessaires à sa bonne exécution.

Dans ce cadre, les attentes minimales pour l'exécution du projet sont :

- un référentiel documentaire, accessible en ligne, capable de répertorier l'ensemble des échanges documentaires ;
- un outil de suivi des demandes (de type Redmine, Mantis ou Jira) ;
- la mise en place de ressources dédiées au projet garantissant la continuité dans l'exécution du projet
- un planning mis à jour régulièrement
- un outil synthétique de suivi des actions (suivi excel ou application en ligne), tenu à jour par le prestataire ;
- des spécifications fonctionnelles et techniques détaillées, décrivant toutes les interactions front, back-office, webservice, etc;

- une documentation technique complète des développements réalisés, précisant : les modules, leurs versions, les développements spécifiques ;
- un document de pré-requis d'hébergement.

En complément des éléments transversaux, ci-dessus, de gestion de projet, certains livrables spécifiques sont attendus pour garantir la bonne exécution du projet :

- compte-rendus des réunions ;
- arborescence complète du site ;
- charte graphique de tous les types de pages, déclinée sur chaque support ;
- programme de formation à l'administration du site et de ses contenus, accompagné d'une documentation, pour chaque rôle-utilisateur.

Aucune méthode de travail spécifique n'est exigée, toutefois une méthode type "Agile" n'est pas à exclure. Cette dernière permettant à RSF de participer pleinement à la conception et bénéficier de la flexibilité nécessaire à leur rapidité d'adaptation.

7.3. Tests et recette

Le prestataire sera chargé de réaliser une recette interne des développements avant livraison. Pour cela, un cahier de recette reprenant exhaustivement l'ensemble des attentes et fonctionnalités devra être créé et partagé, ce dernier devra différencier la recette mobile et desktop, et identifier l'ensemble des navigateurs testés.

NB : *RSF demande une attention particulière sur la recette dans **toutes les langues du site** après import des contenus afin de prendre en compte le volume de texte pouvant fluctuer selon les langues (labels, menus, ...). Ainsi, le prestataire devra prévoir les ressources nécessaires pour réaliser une recette efficace (prévoir des testeurs pour chaque langue du site).*

La recette comprend aussi bien l'aspect graphique que technique. En cas de différence entre le résultat attendu et le résultat obtenu, le prestataire devra procéder aux correctifs (à sa charge) ou faire valider le changement par l'équipe projet RSF.

Après une série complète de tests réalisés par ses soins, le prestataire mettra à disposition une version du site sur la plateforme de test pour que les équipes RSF puissent également procéder à la recette. Le titulaire mettra à disposition un outil de remontée et de suivi des anomalies.

Une fois la recette globale du site prononcée, le prestataire prendra en charge le transfert de cette version sur la plateforme d'exploitation pour permettre la mise en ligne du contenu.

À noter : la mise en place de tests automatisés aussi bien sur les parties bas niveau que sur du browser testing serait un plus dans l'évaluation de la réponse.

7.4. Attentes graphiques et ergonomiques

La démarche de conception UX/UI doit s'appuyer sur les bonnes pratiques de conception de site Web. Les maquettes proposées devront répondre aux attentes des cibles identifiées et aux orientations stratégiques définies précédemment.

Le design du futur site devra bénéficier d'un style actuel et épuré :

- allier créativité et ergonomie
- véhiculer une image de modernité, de clarté, de simplicité et de dynamisme
- optimiser l'utilisation de visuels (illustrations, pictogrammes...) tout en restant harmonieux

L'ergonomie et le design doivent anticiper et prévoir toutes les interactions attendues : survol, clic, affichage de page, scroll, ... Ces interactions devront être suggérées pendant la création graphique, illustrées par des exemples et consignées dans le cahier des spécificités techniques et fonctionnelles.

Toutes propositions émanant du prestataire relatives à l'amélioration de l'expérience utilisateur sont les bienvenues.

7.5. Livrables

Voici une liste non-exhaustive des livrables souhaités tout au long de l'exécution de la mission.

7.5.1. Wireframes

Afin de vérifier l'utilisabilité et l'efficacité des parcours et des interfaces, RSF demande la livraison de wireframes (en version desktop et smartphone) de préférence sous la forme de prototypes cliquables.

7.5.2. Maquettes

Les maquettes doivent respecter scrupuleusement la nouvelle charte RSF (voir "ANNEXE 2 - Charte graphique 2020") et doivent être le reflet des parti-pris ergonomique des wireframes.

La validation des maquettes doit être effectuée uniquement sur les aspects graphiques et ne doivent pas remettre en cause la validation déjà faite pour les wireframes.

7.5.3. Spécifications

Les spécifications fonctionnelles et techniques doivent prendre la forme d'un ou deux documents. Elles devront faire l'objet d'une attention toute particulière et devront faire l'objet d'une validation par PV de validation.

Il conviendra de décrire en profondeur tout le fonctionnement du nouveau site. De préférence, ce document devra constituer la base de travail de l'équipe de développement afin de minimiser la perte d'information entre la phase de conception et la phase de fabrication.

Le titulaire doit laisser tout le temps et les aller-retours nécessaires à la validation complète de ce document.

7.5.4. Code source

Le code source devra être livré à RSF à l'issue de la prestation. Dans le cadre de la réversibilité et gage de la qualité du développement, le code source devra être commenté pour tous les développements sur-mesures ou spécifiques afin d'assurer la bonne reprise par un autre développeur.

7.5.5. Documentation utilisateur

La documentation utilisateur devra prendre la forme d'un powerpoint ou équivalent, imprimable. Elle devra décrire étape par étape toutes les actions réalisables par les différents utilisateurs de la plateforme.

La documentation utilisateur devra être livrée à l'issue de la formation. La livraison d'une vidéo tutorielle commentée est un plus.

7.5.6. Documentation technique

La documentation technique devra prendre la forme d'un Document d'Architecture Technique (DAT) qui décrira précisément les éléments et leurs liaisons constituant l'architecture dans laquelle s'inscrit le nouveau site de RSF.

7.6. Outils

7.6.1. Communication

Le titulaire devra mettre en oeuvre tous les moyens nécessaires à la bonne communication avec RSF et notamment l'équipe en charge de la maîtrise d'ouvrage.

7.6.2. Review // Ticketing

Afin d'alléger la charge de RSF, une review régulière devra être programmée afin d'étaler sur la longueur la recette du nouveau site afin d'éviter une montée en charge trop importante en fin de projet.

Ces reviews régulières ne doivent pas se substituer à une recette finale.

Le titulaire doit fournir un cahier de recette détaillé afin que RSF puisse dérouler l'ensemble des parcours et faire faire la recette à différents membres de l'organisation sans que ces

derniers aient été sollicités lors de la phase de conception. Le cahier de recette devra éviter toutes dérives et retours sur des choix fonctionnels ou esthétiques antérieurs.

L'ensemble des retours mis en évidence lors du remplissage du cahier de recette devront pouvoir être consignés dans un logiciel de ticketing. Ces tickets devront pouvoir être traités dans les mêmes délais exigés dans le cadre de la maintenance (voir partie "[8.7.1 Maintenance corrective](#)").

7.6.3. Versionning

RSF souhaite avoir un suivi précis des versions du nouveau site. Ainsi, chaque mise à jour, mineure ou majeure, devra faire l'objet de l'incrémentation d'un compteur du type : vX.Y.Z.

Chaque incrémentation devra être accompagnée d'un descriptif des tickets résolus indiquant la référence ainsi que l'objet de la correction ou de l'évolution.

7.6.4. Intégration continue

Un processus d'intégration continue devra être mis en place afin d'assurer la stabilité des déploiements de code, et éviter les régressions par l'exécution systématique de tests avant les déploiements.

7.6.5. Déploiement

Le déploiement devra être automatisé et faire entièrement parti de l'intégration continue afin d'optimiser le temps dédié au déploiement et économiser le temps nécessaire à la maintenance.

En cas de déploiement dégradant l'utilisation du site ou du back-office, il devra être rendu possible le retour en arrière à une version précédente.

7.6.6. Sauvegardes

Des sauvegardes du serveur, code source et contenu, devront être programmées tous les jours. Chaque sauvegarde devra être conservée 30 jours minimum.

7.7. Confidentialité

Le prestataire s'engage à garder strictement confidentielles toutes les informations dont il pourrait avoir la connaissance directe, ou du fait de sa présence dans les bureaux de RSF. En particulier, il s'oblige à observer la plus grande discrétion quant aux techniques, méthodes, procédés et informations dont il aurait été amené à partager la connaissance. Il s'engage à obtenir la même confidentialité des salariés affectés à la mission. Cette obligation demeurera, même après la fin de la mission, quelle qu'en soit la cause.

Dans ce cadre, il s'engage au respect des obligations liées au RGPD.

7.8. Formations

Le prestataire assurera une formation des personnes concernées pour la prise en main fonctionnelle du back-office, avec une attention particulière sur la gestion du contenu.

Les supports de formation en français, seront obligatoirement fournis par le prestataire. La fourniture de tutoriels adaptés au site de RSF sur support vidéo serait un plus.

8. Garanties

Une garantie de 6 mois, à l'issue de la mise en ligne officielle du site internet (en remplacement de l'ancien site), est demandée. Dans le cadre de cette garantie, les engagements en termes de réactivité et de correction d'anomalie sont équivalentes à celles exigées pour la maintenance corrective.

La garantie n'est applicable qu'à partir du moment où le site rsf.org est livré dans son intégralité. L'intégralité du site est définie comme étant le développement et la mise en ligne de l'ensemble des fonctionnalités exprimées dans le présent document ainsi que les spécifications fonctionnelles, ce dernier pourra amender ou préciser les fonctionnalités décrites dans le présent cahier des charges. La validation définitive sera déclarée uniquement par RSF après une période de vérification de service régulier, RSF devra donner son accord après un délai maximum de 21 jours après de début de la période de vérification.

8.1. Niveau de garantie de sécurité

L'audit et les interviews ont révélés que le risque d'attaque est très élevé du fait de l'activité de l'association. Le site a été amené à crasher à plusieurs reprises dans les années précédentes, toutefois, la mise en place de Cloudflare a permis de diminuer drastiquement les dénis de service. La solution jugée efficace à l'heure actuelle doit être conservée mais peut faire l'objet d'un renfort.

8.1.1. Lutte contre les dénis de service

Le déni de service est le risque principal de rsf.org, en effet, en fonction des publications et notamment des pays ciblés par ces dernières, des attaques peuvent être effectuées visant à rendre le site indisponible le plus longtemps possible.

8.1.2. Lutte contre le SPAM

Suite à l'étude de la base de données Marketing, RSF constate un très grand nombre de spams. Ainsi, RSF attend du prestataire un travail approfondi contre le spam avec notamment la mise en place d'outils de captcha pour toutes soumissions de formulaires.

8.1.3. Sécurisation des données et garantie

Dans le cadre du RGPD, le prestataire, au même titre que RSF, s'engage à la sécurisation et à l'intégrité des données stockées sur le serveur et doit mettre en place tous les outils afin de garantir le respect de ces exigences.

8.2. Référencement naturel

Dans le but de garantir un bon référencement naturel, la plateforme livrée doit obtenir un score de 100 dans la catégorie SEO de l'audit Lighthouse (Chrome Dev Tools), et comporter zéro page en erreur et zéro page en avertissement dans la Google Search Console.

8.3. Conformité CNIL et RGPD

Le prestataire doit garantir la conformité du système avec le règlement général sur la protection des données, et la politique de confidentialité de RSF.

8.4. Propriété intellectuelle

Les prix proposés par le prestataire retenu doivent couvrir les droits de propriété intellectuelle afférents aux prestations. RSF souhaite un transfert de propriété de l'ensemble des supports matériels des prestations de communication que celle-ci acceptera au fur et à mesure de l'exécution du projet, telles que les maquettes, le code source, etc. réalisées par le prestataire retenu.

Les visuels (photographies, illustrations) seront aussi majoritairement fournis par RSF qui en a les droits.

8.5. Scalabilité

Le système doit être scalable, à différents niveaux.

D'une part celui-ci doit résister aux pics de trafic, mais il doit également être en mesure d'accueillir une grande quantité de contenus. Les données chiffrées actuelles sont les suivantes :

- Plus de 45 000 contenus en base de données
- Fréquentation multipliée par 10 lors de la sortie des albums et la publication d'articles sensibles

La scalabilité doit être possible sans nécessité de monter une infrastructure dimensionnée pour les pics de charge de façon permanente, et avec une maîtrise précise des coûts d'infrastructure.

Le candidat devra proposer une approche quant à ces contraintes de scalabilité.

8.6. Réversibilité

La phase de réversibilité est la phase pendant laquelle la maintenance est transférée à un autre prestataire ou reprise en interne.

La prestation de réversibilité est fixée dans un Plan détaillé de réversibilité. Les opérations de réversibilité sont à faire figurer en option du budget du projet.

Cette phase doit comprendre au moins :

- La mise à disposition de tous les éléments faisant l'objet de la maintenance
- La présentation fonctionnelle de l'ensemble du système
- La présentation technique des différents composants
- La présentation de l'organisation de la maintenance : fourniture d'un état des lieux exhaustif (demandes de corrections et d'évolutions en cours, ...), présentation de l'environnement de développement (répertoires, installations, procédures...) et fourniture d'un document décrivant ces divers aspects
- L'assistance en biseau auprès du nouveau titulaire ou de RSF sur une période déterminée par le titulaire dans son offre.

8.7. Maintenance

NB : la maintenance fait partie du présent cahier des charges afin d'évaluer la proposition des prestataires dans un ensemble. Toutefois, RSF se réserve le droit de ne pas poursuivre la prestation de conception et de fabrication de rsf.org, au-delà de la mise en ligne, avec une prestation de maintenance.

Après la mise en ligne du site et à l'issue de la période de garantie de 6 mois, le site passe en maintenance. Cette maintenance peut être corrective, préventive ou évolutive. Après la période garantie, les opérations de maintenance doivent s'inscrire dans une prestation forfaitaire ou crédit-temps par année.

L'outil de suivi des demandes par lequel RSF exprime ses besoins devra être maintenu entre la phase de recette et la maintenance afin d'assurer la traçabilité des actions réalisées.

Dans le cas où RSF souhaiterait poursuivre la collaboration avec la prestataire, le contrat de maintenance devra être d'une durée d'1 an minimum. Ce contrat de maintenance sera amendé si besoin puis validé par les deux parties avant son entrée en vigueur.

Au-delà de la première année le titulaire pourra, s'il prévient expressément RSF par courrier recommandé avec accusé de réception, 2 mois avant la date anniversaire du marché, actualiser son coût de maintenance à chaque date anniversaire.

La maintenance couvre l'intégralité des dysfonctionnements de la solution liée à la programmation ou au paramétrage confié au prestataire dans le cadre du présent projet.

Les domaines d'intervention attendus par RSF dans le cadre de la maintenance sont les suivants :

- suivi des incidents et correction de bugs fonctionnels et de sécurité ;
- veille et correction des incompatibilités éventuelles du site avec les évolutions des divers systèmes d'exploitation et navigateur Internet ;
- fourniture et mise en place des mises à jour de sécurité ;
- fourniture et mise en place des changements de version mineure des outils mis en œuvre.

Toute opération de maintenance devra au préalable être testée et validée sur l'environnement de test. Les opérations de maintenance en production devront être planifiées à l'avance en accord avec le service communication de RSF.

En cas de dysfonctionnement, le titulaire s'engage à intervenir dans un délai maximum de 48 heures ouvrées ; les heures ouvrées s'entendent du lundi au vendredi inclus, de 9H00 à 18H00.

Le prestataire s'engage à fournir à RSF un numéro de téléphone non surtaxé ainsi qu'une adresse mail pour la prise en compte des incidents.

8.7.1. Maintenance corrective

La prestation de maintenance corrective a pour objet de prendre en compte et de corriger les incidents ou anomalies signalés par RSF relatifs à la partie applicative du site internet et de livrer les composants et documents mis à jour au titre de ces corrections.

Le tableau ci-dessous résume le niveau de service attendu dans le cadre de la maintenance corrective:

Type d'anomalie	Garantie de temps d'intervention (GTI)	Garantie de temps de rétablissement (GTR)
Mineure	48h	4j
Majeure	24h	2j
Bloquante	3h	8h

Anomalie bloquante : désigne une anomalie reproductible qui, unitairement ou cumulées conduisent à rendre inopérante toute visite d'un site internet, ou qui bloquent l'utilisation d'une fonction essentielle et opérationnelle du site internet et pour lesquelles il ne peut exister une solution de contournement technique ou organisationnelle. La criticité est bloquante, empêche le parcours des utilisateurs et dégrade l'expérience utilisateur.

Anomalie majeure : désigne une anomalie ne permettant l'exploitation du site internet que pour une partie de ses fonctionnalités ou de façon dégradée, non viable sur le long terme. La criticité est majeure, le parcours utilisateur est freiné dans sa démarche.

Anomalie mineure : Anomalies reproductibles (dont celles qui peuvent être récurrentes) dont la criticité est mineure qui permet de consulter le site en mode semi-dégradé sans impact sur le parcours utilisateur : exemple « imprimer une page ».

Les horaires du service sont de 9h à 18h les jours ouvrés.

Étant donné le caractère non panifiable et d'urgence potentielle de ces travaux, ils sont déclenchés par l'assignation au titulaire d'une demande dans l'outil dédié avec précision du niveau de gravité.

8.7.2. Maintenance préventive

Le service de maintenance préventive est destiné à réduire la probabilité de défaillance de l'application ou la dégradation du service rendu ainsi qu'à anticiper sur les mises en œuvre des correctifs en effectuant une analyse d'impact sur les développements et les paramétrages réalisés pour RSF.

La maintenance préventive concernera notamment les périmètres ci-dessous :

- Suivi de la performance de l'intranet : charge du serveur, occupation des espaces disques et répertoires des applicatifs, analyse des temps d'affichages de pages cibles représentatives
- Suivi de l'audience du site internet et de l'activité des utilisateurs

La maintenance préventive consiste en la réalisation :

- D'audit et d'analyse (techniques et fonctionnels) ;
- De paramétrage et d'optimisation.
- D'un suivi permanent du bon fonctionnement des serveurs.
- D'application de patch de sécurité

Dans ce cadre, il est demandé au titulaire de proposer un plan de prévention annuel pour balayer ces différents périmètres. Ce plan intégrera la production d'un rapport périodique de maintenance préventive qui sera présenté et critiqué lors des comités de pilotage.

Si le titulaire doit s'appuyer sur un outil d'analyse et de suivi des serveurs de type MRTG pour effectuer les relevés et pour produire le rapport périodique, il est entendu que les coûts d'acquisition, d'installation et de maintenance de l'outil sont inclus dans l'enveloppe de maintenance préventive.

Livrables attendus (pour chaque unité d'œuvre) :

- Plan annuel de maintenance préventive
- Rapport d'intervention et préconisations
- Paramétrage et rapport de paramétrage (et mise à jour du dossier d'exploitation si besoin)

- Rapport périodique (bimestriel) de maintenance préventive

8.7.3. Maintenance évolutive

Des demandes d'évolution pourront être adressées sous la forme d'une demande d'intervention détaillant les exigences formulées par RSF. Cette fiche d'intervention tiendra lieu de spécifications fonctionnelles générales de la demande d'évolution.

Des éléments complémentaires pourront être fournis par RSF au titulaire à sa demande pour l'élaboration de son devis. La réalisation d'une prestation de type « maintenance évolutive » comprend l'ensemble des prestations suivantes :

- Pilotage de l'opération de bout en bout (chef de projet du titulaire)
- **Production d'un Devis** : Le titulaire prend connaissance de la demande d'évolution et peut demander à rencontrer RSF afin de clarifier certains points ou, en s'appuyant sur son expertise, de proposer d'autres approches.

La demande d'évolution fait l'objet d'une étude proposée par le titulaire dans les 15 jours ouvrés à compter de l'envoi de la fiche d'intervention qui comporte au minimum

- Le détail de la charge ;
- Les jours-homme et les délais de réalisation, sur la base des éléments inscrits à la proposition commerciale;
- Le planning avec les échéances de livraison ;
- Les modalités de travail le cas échéant (dispositif d'accompagnement et détail des différents acteurs dans le cas d'une évolution importante).

RSF peut demander des modifications soumises à discussion, puis valide l'étude en émettant un bon de commande sur la base des prix de la proposition commerciale (en se basant sur les jours-homme de l'étude).

- **Conception** : Le titulaire remet à RSF les spécifications détaillées dans les délais convenus. Il indique les délais de réalisation, sur lesquels il s'engage. RSF peut demander des modifications soumises à discussion.
- Réalisation/recette interne du titulaire
- Mise à jour de la documentation
- Installation par le titulaire sur la plateforme de recette
- Recette de RSF pour une durée de 15 jours ouvrés : RSF peut demander des corrections d'anomalies par rapport aux spécifications, puis autorise le passage en production.
- Installation par le titulaire sur la plateforme de production.
- Mise en production
- Vérification du bon fonctionnement de l'évolution

Ainsi, le chiffrage financier de chaque jour-homme, établi par le candidat, doit prendre en compte ces éléments et prévoir les actions ci-dessus, dans une juste proportion.

Il est à noter que le processus de validation peut être allégé dans le cas de la mise en place d'évolutions simples. Les périodes de validation devront être établies en amont et devront tenir compte des congés des membres du groupe projet. Il peut être également envisagé de regrouper plusieurs petites évolutions dans un même bon de commande.

Ainsi, chaque bon de commande précisera les conditions d'exécution et de livraison et en particulier les délais.

Précision sur les installations :

- Les installations sur les plateformes RSF sont effectuées par le titulaire
- Les installations sur les plateformes de l'hébergeur sont effectuées selon le processus de livraison établi avec l'hébergeur

8.7.4. Pilotage de la prestation de maintenance

Les prestations de maintenances correctives et évolutives font l'objet d'une commande annuelle forfaitaire couvrant la période à venir. Les opérations de maintenance évolutive sont commandées en jour-homme de maintenance évolutive.

Le titulaire assure le suivi de la prestation, la préparation et la participation aux comités de pilotage bimestriel (un comité de pilotage tous les deux mois) et la rédaction des comptes rendus de cette instance.

La gestion des réunions (ordre du jour, animation, compte-rendu) est à la charge du titulaire. Toutes les réunions font l'objet d'un compte-rendu rédigé par le titulaire et soumis, sous trois jours ouvrés, à RSF pour validation. RSF peut demander des modifications, puis valide le compte-rendu définitif en le signant, avec ou sans réserve.

8.7.5. Intégration d'une potentielle ressource interne RSF

Le titulaire doit prendre en compte la volonté de RSF de se munir d'un webmaster / développeur afin de procéder aux actions du quotidien nécessaires au bon fonctionnement et à la bonne publication des contenus. Cette ressource interne pourra être amenée à intervenir sur les templates mais aussi sur le code source, de manière peu impactante, et doit être pris en considération dans les processus de maintenance.

Le titulaire s'engage à ouvrir un accès aux outils de développement, notamment dépôt GIT qui pourrait être créé. Afin de respecter ses engagements de stabilité du site internet, le titulaire sera autorisé à mettre en place un processus de code review afin de valider les "pull request" du développeur RSF.

8.8. Assistance aux contributeurs

Le prestataire devra également être en mesure, à tout moment, de répondre aux questions du Webmestre ou de l'Administrateur du site, par téléphone, email, ou via l'outil de support du prestataire. A cet effet, le prestataire désignera un interlocuteur unique capable de répondre aux questions.

8.9. Accessibilité

Le système doit garantir un niveau d'accessibilité élevé, en se basant notamment sur la norme WCAG 2.1 (<https://www.w3.org/TR/WCAG21/>) au niveau AA.

Des tests seront réalisés dans le but de vérifier la conformité des pages livrées à cette norme.

8.10. Options

Cette partie récapitule les options qui devront être chiffrées dans le cadre de l'appel d'offre pour la refonte du site rsf.org.

8.10.1. Coûts de réversibilité

La réversibilité est considérée comme une option puisqu'elle sera appliquée uniquement en cas de rupture de la relation entre RSF et le prestataire sélectionné.

8.10.2. Implémentation du Marketing Automation

RSF envisage la mise en place du Marketing Automation mais souhaite une montée en compétence progressive. Ainsi, le site devra permettre cette montée en compétence au rythme de l'équipe Marketing.

Afin de commencer et d'affirmer le bien-fondé du besoin, RSF n'exclut pas la possibilité de souscrire un abonnement à un outil tiers à condition que celui-ci soit en accord avec le budget de RSF.

9. Planning du projet

La collaboration entre RSF et le prestataire démarrera dès la réunion de lancement.

La mise en ligne du site internet est prévue dans un délai maximum de 9 mois à partir de la réunion de lancement.

Voici les délais d'exécution de la mission

- Publication de l'AO : 5 octobre
- Rendu : 16 novembre à 8h
- Oral d'appel d'offres (uniquement pour les agences shortistées) : semaine du 30/11
- Décision : semaine du 30/11
- Début du contrat : 14 décembre
- Période de mise en ligne souhaitée : au plus tard septembre 2021
- Fin de la garantie / Début de la maintenance : +6 mois

Réponse à l'appel d'offre

Nous attendons de la part des candidats une proposition commerciale détaillée avec, à minima, les éléments listés ci-dessous. RSF procèdera à la l'analyse des dossiers de réponse et sélectionnera 3 à 4 candidats afin de présenter la proposition face à un jury. À l'issue de la présentation, RSF délibèrera et procèdera à la sélection du candidat le plus à même de répondre aux besoins et aux exigences exprimés dans ce cahier des charges. Afin de départager les candidats, les propositions commerciales pourront faire l'objet d'une négociation.

Attendus de la réponse :

- Argumentaire sur les choix technologiques
- Détail de la méthode de travail appliquée
 - Gestion de projet
 - Organisation de la recette multilingue
 - Méthode d'import des contenus
 - Méthode pour la livraison du site
- Planning détaillé du projet
- Maquette de principe des pages suivantes (desktop et mobile)
 - Page d'accueil
 - Page de contenu
 - Page campagne
- Présentation de l'agence et de l'équipe pressentie pour le projet
 - Dimensionnement des équipes pour la recette internationale
- Présentation de références
 - Référence dans les ONGs
- Déroulement des formations aux contributeurs
- Devis détaillé

Critères de notation :

Critères	Part de la note finale
Choix technologique	30%
Choix ergonomique et artiste	5%
Expérience : environnement des médias / ONG	10%
Organisation : équipe en charge de l'accompagnement et dimensionnement de l'équipe pour la recette des langues rares	20%
Contenus : méthode proposée pour	5%

l'Importation des contenus	
Budget détaillé	30%

Délais :

- Publication de l'AO : 5 octobre
- Rendu : 16 novembre à 8h
- Oral d'appel d'offres (uniquement pour les agences shortistées) : semaine du 30/11
- Décision : semaine du 30/11
- Début du contrat : 14 décembre
- Période de mise en ligne souhaitée : au plus tard septembre 2021
- Fin de la garantie / Début de la maintenance : +6 mois

Contacts pour d'éventuelles questions et pour la remise de la candidature :

Emilie Poirrier (directrice communication) : epoirrier@rsf.org

Elodie Truchon (directrice finance) : etruchon@rsf.org