

Bertrand Vaillant



Avant-propos

C'est avec enthousiasme que je présente ce document détaillé qui marque l'aboutissement d'une année de formation au sein de Créative-Formation à Hérouville-Saint-Clair. Je tiens à exprimer ma gratitude envers toutes les personnes qui ont contribué à la réussite de ce projet.

Tout d'abord, je souhaite remercier chaleureusement Claire Grivot, la directrice de Créative-Formation, pour son soutien et son encadrement tout au long de cette formation.

Je tiens également à exprimer ma reconnaissance envers Miyuki Nakagawa et Geko, chargée des relations entreprises et candidats, pour son dévouement et son soutien dans la recherche de ce projet passionnant chez Créative-Formation. Je n'oublie pas les autres membres de l'encadrement qui ont été toujours disponibles : Catherine Pasquier, Rose et Benjamin.

Un grand merci à Camille Bodin, coordinatrice, formatrice et maître de stage, pour son accompagnement précieux tout au long de ce projet. Ses conseils avisés et son expertise ont été d'une aide inestimable pour mener à bien les différentes étapes de la transformation.

Je n'oublie pas de remercier mes formateurs, Justine Lecaplain, Amandine Le Chataîgnier, Margot Creton, Valentine Alexander, Clément Fouquet, Robin Gallienne, Pacôme Perrichot et Sylvain Vascaut pour leur enseignement de qualité, leurs retours constructifs et leur soutien constant. Leur expertise et leur passion pour le design ont été des sources d'inspiration et de motivation.

Je remercie aussi mes camarades, Arthur, Dylan, Elliott, Elise, Justine, Laura, Lény, Meissan, Théo, Vivien et Xavier de m'avoir supporté durant presque un an.

Enfin, je souhaite exprimer ma gratitude envers toute l'équipe de Croq&Local qui a été ouverte et collaborative tout au long de ce projet. Leur confiance et leur engagement ont été des éléments clés pour mener à bien la transformation de leur identité visuelle, leur stratégie web marketing, leur présence sur les réseaux sociaux et leur site web.

Ce projet représente une opportunité unique d'appliquer mes connaissances et compétences acquises au cours de cette année de formation. J'espère que ce document détaillé reflète l'engagement et le professionnalisme dont j'ai fait preuve tout au long de cette collaboration.

Je vous invite à découvrir en détail les différentes phases de transformation de Croq&Local et à vous plonger dans ce projet ambitieux qui vise à améliorer l'expérience utilisateur et à renforcer la présence en ligne de cette entreprise passionnée par les produits locaux et l'alimentation responsable.

Bonne lecture et bienvenue dans l'univers de Croq&Local !



Croq Local

Rapprochons-nous !

Projet professionnel

Réalisé par Bertrand Vaillant · CDUI 2023 · Créative Formation

Table des matières

Présentation du projet	5		
Résumé du projet	5		
Introduction	5		
Objectif du projet	7		
Cahier des Charges	9		
Grille de questionnement	9		
Synthèse du cahier des charges et contrat	21		
Grille de performance du site actuel	23		
Stratégie Webmarketing	27		
Étude de la concurrence	27		
L'étude de cas d'un site concurrent	29		
Stratégie	31		
Public cible	36		
Parcours Utilisateur	40		
Fonctionnalités du site web croqlocal.fr (SEM)	43		
Référencement naturel (SEO)	43		
Référencement payant (SEA)	44		
Mots clés	44		
Structure du site	46		
Netlinking	54		
		Les réseaux sociaux	55
		La newsletter CroquineWS	60
		Design et ergonomie	61
		MoodBoard	62
		Charte graphique	64
		Le site croqlocal.fr	78
		Les images du site	78
		Maquettes dynamiques du site	80
		Intégration sur WordPress	90
		Animation et vidéo – Fatalitas	93
		Script	93
		Storyboard	96
		Vidéo	99

Présentation du projet

Résumé du projet

Introduction

Croq&Local est une épicerie normande située dans le Calvados, à 15 km au sud-ouest de Caen, à Évrecy, à l'emplacement de Maison Fontaine, ancien quincaillier très connu dans la région. Ouverte en janvier 2020 par Lydie et Richard, l'enseigne propose des produits locaux et bio en circuit-court. L'intention est de rapprocher les clients des producteurs normands en proposant les produits courants tout en privilégiant la qualité dans une perspective écoresponsable. Pour cela, ils ont démarché les producteurs situés à moins de 100 km d'Évrecy et s'engage à vendre leurs produits.

Au moment de la création de l'entreprise, les clients ont lancé un site vitrine pour permettre de présenter brièvement leur projet.

Trois ans après, pour développer leur activité et être plus en harmonie avec leur politique commerciale, ils nous ont demandé de :

1. Transformer leur identité visuelle ;
2. Repenser leur stratégie web marketing ;
3. Optimiser leur présence sur les réseaux sociaux ;
4. Et refaire leur site web pour le rendre plus utile et ainsi améliorer l'expérience utilisateur.

Après une brève analyse de leurs moyens de communication, à partir de ce qui existe, le projet portera sur les améliorations et répondre à leurs besoins.

Ambiance graphique

L'ambiance graphique actuelle de Croq&local est un peu terne et manque de personnalité. Il est recommandé de travailler sur un nouveau design et un nouveau logo qui mette en avant les valeurs de l'entreprise : l'authenticité, la qualité, le local et le bio. Il faudrait également mettre en avant les produits phares de l'épicerie, en utilisant des visuels de qualité pour donner envie aux clients de les découvrir.

Choix du nom de domaine

Le nom de domaine actuel de Croq&local est www.croqetlocal.fr. Ce nom est assez clair et facile à retenir, cependant, il pourrait être simplifié avec un nom plus court et plus facile à retenir en le contractant et permettre également de mettre en avant le côté pratique de l'offre de Croq&local.

Analyse parcours de navigation

Le site internet actuel de Croq&local est fonctionnel, mais il manque de clarté dans la présentation de l'offre. La navigation est assez intuitive, mais les informations sont un peu dispersées. Il vaudrait mieux structurer les différentes catégories de produits et mettre en avant les produits phares. La page d'accueil pourrait également être améliorée pour rendre le parcours utilisateur plus performant et donner une première impression plus engageante, avec des visuels attrayants notamment.

Analyse de l'écosystème de réseaux sociaux

Croq&local est présent sur les réseaux sociaux, mais leur présence est un peu sporadique. Leur stratégie de communication en ligne mérite d'être mieux structurée en fonction d'un calendrier éditorial, en utilisant les réseaux sociaux pour diffuser du contenu attractif et engageant. Il faudrait également utiliser les réseaux sociaux pour communiquer sur les nouveautés en magasin, les promotions et les événements. Croq&local pourrait s'appuyer sur des influenceurs locaux pour augmenter leur visibilité en ligne et toucher de nouveaux clients.

Proposer un moyen de fidélisation

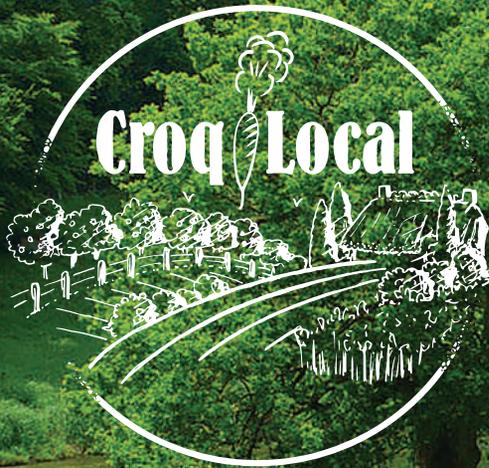
Croq&local devrait proposer trois sortes de paniers hebdomadaires pour permettre à ses clients de choisir celui qui correspond le mieux à leurs besoins et leur mode de vie, tout en offrant une grande variété de produits locaux et bio. Cela permet également à l'entreprise de mieux s'adapter aux besoins de ses clients et de fidéliser sa clientèle.

Conclusion

La refonte du site internet de Croq&local est un projet important pour leur développement. En prenant en compte les besoins de leur clientèle, en travaillant sur le design et la communication, notamment en étayant le SEO, Croq&local pourra bénéficier d'une meilleure visibilité, de fidéliser sa clientèle et ainsi accroître son chiffre d'affaire.

Objectif du projet

1. Présenter l'épicerie Croq&Local, son équipe, ses valeurs et sa politique commerciale ;
2. Présenter les produits proposés par l'épicerie Croq&Local, ainsi que les producteurs locaux avec lesquels elle travaille ;
3. Permettre aux clients de passer des commandes en ligne pour une livraison ou un retrait en magasin.
4. Informer les clients sur les actualités de l'épicerie, les événements locaux, les promotions et les nouveautés.
5. Créer une communauté en ligne autour de l'épicerie, en encourageant les clients à partager leurs expériences et leurs recettes.





Cahier des Charges

Grille de questionnement

Présentation de l'entreprise

Comment s'appelle l'entreprise ?

L'entreprise s'appelle Croq&Local.

Numéros d'identification :

Numéro SIREN : 891 614 919 ;

Numéro SIRET (siège) : 891 614 919 000 19 ;

Numéro TVA Intracommunautaire : FR 26 891 614 919 ;

Numéro RCS : Caen B 891 614 919.

Informations commerciales :

Activité (Code NAF ou APE) : Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé (4721Z).

Adressage complet :

Nom d'usage : CROQ & LOCAL

Adresse : 34 RUE CAMILLE BLAISOT

Code postal : 14 210

Ville : ÉVRECY

Pays : FRANCE

Quelles sont les activités de l'entreprise ?

- Vente des produits locaux et bio en circuit-court ;
- C'est une épicerie, elle offre une large gamme de produits alimentaires, tels que des fruits et légumes frais, des produits laitiers, de la viande, du pain, des confitures, des boissons, etc. ;
- Elle met en avant des produits saisonniers.

Quelles sont les sources de revenus de l'entreprise ?

- Vente de produits locaux : L'entreprise génère des revenus grâce à la vente directe de produits locaux provenant

des producteurs normands ;

— Paniers hebdomadaires : Ces paniers sont disponibles sur abonnement ou en achat ponctuel, ce qui permet à l'entreprise de générer des revenus récurrents ;

— Événements & promotions : L'entreprise organise des événements spéciaux, tels que des dégustations, des ateliers culinaires ou des ventes à thème, qui peuvent générer des revenus supplémentaires. De plus, Croq&Local propose des promotions régulières sur certains produits pour stimuler les ventes ;

— Service complémentaires : livraison à domicile, des conseils d'alimentation saine.

Quelles sont les valeurs de l'entreprise ?

— Authenticité : Croq&Local met l'accent sur l'authenticité des produits locaux qu'elle propose. L'entreprise valorise les méthodes de production traditionnelles et respectueuses de l'environnement, ainsi que le savoir-faire des producteurs normands.

— Qualité : La qualité des produits est une valeur primordiale pour Croq&Local. L'entreprise s'engage à offrir des produits locaux et bio, sélectionnés avec soin pour leur fraîcheur, leur goût et leur impact positif sur la santé des consommateurs.

— Local : Croq&Local a pour objectif de rapprocher les clients des producteurs normands. L'entreprise favorise les circuits courts en travaillant avec des producteurs situés à moins de 100 km d'Évrecy, ce qui permet de soutenir l'économie locale et de garantir la traçabilité des produits.

— Sourced & Bio : Croq&Local accorde une grande importance à l'agriculture biologique. L'entreprise privilégie les produits issus de l'agriculture biologique pour leur impact positif sur l'environnement et la santé. Elle encourage ainsi une consommation responsable et durable.

— Écoresponsabilité : Croq&Local adopte une approche écoresponsable dans ses activités. L'entreprise vise à réduire son empreinte environnementale en favorisant les produits locaux, en limitant les emballages superflus et en encourageant les pratiques durables chez ses fournisseurs et partenaires.

Comment positionner la marque et ses avantages concurrentiels ?

— Authenticité & proximité : Ses racines normandes, son engagement envers les producteurs locaux, sa proximité avec les ébrocéens en font sa particularité ;

— Qualité : Croq&Local met en avant une alimentation saine et respectueuse de l'environnement ;

— Circuit-court & écoresponsabilité : L'entreprise rapproche les producteurs de leurs clients et raccourci les distances ;

— Expérience utilisateur conviviale : Croq&Local met l'accent sur la simplicité, l'efficacité et l'expérience agréable ;

— Promotion de la communauté locale : L'entreprise met en avant son rôle dans la promotion de la communauté

locale, en créant des partenariats entre les acteurs de l'économie locale à travers des l'organisation d'évènements collaboratifs, elle encourage les clients à participer à cette dynamique ;

— Engagement envers le développement durable : Croq&Local prend des initiatives de développement durable comme l'emballage écoresponsable, la réduction de déchets et la sensibilisation à la consommation responsable.

Qui sont les concurrents et quels sont leurs sites web ?

Les principaux concurrents sont :

À proximité :

<https://goutetqualite.fr/>

<https://www.lasuissegourmande.com/>

À Caen :

<https://jonathan.biocoop.net/>

<https://madeincalvados.com/>

<https://www.lescousins-epicerie.fr/>

Présentation du projet

Quel est le projet de l'entreprise ?

Le projet vise à donner une nouvelle identité visuelle à Croq&Local, à renforcer leur présence en ligne, à améliorer leur site web et à fidéliser leur clientèle en offrant une variété de produits locaux et bio de qualité.

Pourquoi vouloir revoir l'identité visuelle et refondre le site ?

Croq&Local souhaite mettre en avant leurs valeurs d'authenticité, de qualité, de local et de bio à travers un nouveau design et un nouveau logo attrayant.

Quel est l'environnement actuel du site (CMS, extensions, hébergement, etc.) ?

Le site a été développé sous Wix par le fils du gérant, il n'a aucune extension particulière.

Quelle est l'adresse du site actuel ?

L'adresse actuelle est <https://www.croqetlocal.fr/>

Y a-t-il une date de livraison optimale pour le nouveau site ?

La date de livraison est prévue pour le 1er septembre 2023.

Quelles sont les cibles identifiées pour le nouveau site ?

Les cibles identifiées sont principalement les consommateurs résidants dans la région normande, en particulier ceux situés à proximité d'Évrecy et de Caen.

Design et ergonomie du futur site

Faut-il changer des éléments d'identité de marque (logo, charte graphique, etc.) ?

Les éléments d'identité de marque à changer sont les suivants :

- Le logo ;
- Le slogan ;
- La charte graphique.

Y a-t-il déjà des éléments liés au graphisme à fournir (charte graphique, codes couleur, polices d'écriture, etc.) ?

Il serait envisageable d'utiliser des couleurs qui fassent plus référence au bio et à l'écoresponsabilité, et les associer à des couleurs dynamique et chaleureuses.

Combien de propositions graphiques sont attendues ?

3 propositions sont attendues.

Y a-t-il déjà des exigences en termes de graphisme (parallaxe, flat design, etc.) ?

Les exigences de Croq&Local sont pour une alliance entre un aspect traditionnel et moderne pour mettre en avant les valeurs de l'épicerie. La création d'une mascotte autour du radis, le légume choisi pour le logo dès l'origine.

Quelle image le site doit-il renvoyer ?

Peut-on fournir des inspirations intéressantes (concurrents ou autres) ?

<https://www.lescousins-epicerie.fr/>

<https://miryammlanormandie.com/>

<https://lafermedeshameaux.fr/>

Existe-t-il des contre exemples ?

Il serait fâcheux de trouver une trop grande multitude d'informations sur le site qui pourrait perdre l'utilisateur.

Présentation des objectifs du site

Quels sont les objectifs du nouveau site ?

Les objectifs du nouveau site de Croq&Local sont de renforcer la visibilité de l'entreprise, attirer de nouveaux clients en mettant en avant son offre de produits locaux et bio, tout en offrant une expérience utilisateur optimale qui facilite la découverte des produits, la commande de paniers hebdomadaires et l'achat en ligne.

Quel rôle le site web joue-t-il dans l'entreprise ?

Le site web de Croq&Local joue un rôle essentiel en tant que média central qui relie les réseaux sociaux, la commande de paniers hebdomadaires et l'objectif de faire découvrir, il agit comme un pont virtuel attirer les clients vers le magasin physique.

Quels sont les principaux résultats attendus du site ?

1. Augmenter la visibilité et la notoriété de l'entreprise, en attirant un plus grand nombre de visiteurs sur le site.
2. Générer du trafic qualifié et augmenter le nombre de conversions, notamment en encourageant les utilisateurs à commander des paniers hebdomadaires.
3. Fidéliser la clientèle existante en offrant une expérience utilisateur optimale et en proposant des contenus pertinents et engageants.
4. Renforcer l'image de marque de Croq&Local en mettant en avant ses valeurs d'authenticité, de qualité, de local et de bio à travers le design, le contenu et la communication.
5. Accroître la fréquentation du magasin physique en encourageant les clients à se rendre sur place pour découvrir et acheter les produits proposés.
6. Collecter des données et des retours d'expérience des utilisateurs afin d'améliorer en continu le site et les services proposés.
7. Contribuer à la croissance du chiffre d'affaires de l'entreprise en convertissant les visiteurs en clients fidèles et en favorisant les ventes en ligne et en magasin.

Description du site existant

Y a-t-il déjà une précédente version du site ?

Oui, consultable à l'adresse croqetlocal.fr

L'entreprise est-elle propriétaire du nom de domaine et d'autres noms de domaine ?

Oui.

Quel est l'hébergement du site et du domaine ?

| OVH.

Qui s'occupe de l'administration technique du site et des contenus ?

| Personne.

Quelles sont les données disponibles (trafic, conversion, chiffre d'affaires, etc.) ?

| Aucune.

Intervenants du projet

Qui est le principal intervenant dans le projet ?

| M. Richard Bonnet, gérant de l'épicerie et son épouse Mme Lydie Bonnet.

Arborescence

Quelle serait l'arborescence du futur site de manière schématique ?

| [Accueil]

| [A propos]

| [Nos producteurs] → [liens vers les producteurs]

| [Paniers]

| [Page de commande]

| [Contacts] → [Réseaux sociaux] & [liens externes]

| [CGV]

Combien de pages l'entreprise peut-elle estimer avoir sur le nouveau site ?

1. Page d'accueil ;
2. À propos de nous ;
3. Nos producteurs ;
4. Panier d'achats ;
5. Page de commande en ligne ;
6. Page de contact ;
7. Conditions générales de vente.

Quelles sont les rubriques/pages principales ?

- La page d'accueil ;
- Les produits ;
- A propos ;
- La page contact.

Contenu du site

Quels sont les types de contenus à intégrer sur le site (texte, vidéo, images, fichiers à télécharger, etc.) ?

Les types de contenus seraient :

- Les images des produits des fournisseurs ;
- Des pictogrammes clairs ;
- Des images illustrant le propos ;
- Une carte de localisation.
- Une section témoignage, et les liens vers les articles de presse qui parlent de l'épicerie.

Qui fournit les contenus ?

| C'est Croq&Local qui fournit le contenu des produits, le reste c'est à l'agence de les fournir.

Faut-il prévoir des achats d'art ?

| Non, sauf si c'est nécessaire.

Option de personnalisation de la conception et de la mise en page

Quelles sont les fonctionnalités supplémentaires souhaitées pour le site (slider, pop-up, effet parallaxe, animation...) ?

| Pour les parutions sur les réseaux sociaux il serait envisageable de créer des réels animés et des petites vidéos.
Dans une logique écoresponsable, le site doit être le moins gourmand possible, minimiser les requêtes serveurs et être suffisamment léger.

Y a-t-il des exigences particulières en termes de mise en page (colonnes, grilles, disposition des éléments...) ?

| Il faut penser « Mobile first » et faire en sorte que le site soit le plus responsive possible.

Y a-t-il des besoins spécifiques en matière d'interactivité avec les utilisateurs (formulaires, sondages, chat en ligne...) ?

Parmi les besoins spécifiques, il faudrait :

- Un formulaire de contact ;
- Un moyen pour s'inscrire à la Newsletter ;
- Une page de commande pour les paniers.

Des éléments externes tels que des widgets de réseaux sociaux, des cartes Google Maps ou des vidéos YouTube sont-ils souhaitables ?

Toujours dans une perspective écoresponsable et afin d'optimiser le parcours utilisateur, seuls l'utilisation de boutons seraient à envisager avec des liens vers les sites proposés.

Production de contenus

Y a-t-il besoin d'aide pour la rédaction de contenu pour le site ?

Oui.

Est-il souhaitable que le prestataire se charge de la création de visuels pour le site (images, infographies, vidéos...) ?

Oui.

Y a-t-il des exigences particulières en termes de ton, style d'écriture ou de présentation de contenu ?

Ton : Le ton utilisé doit être chaleureux, authentique et engageant ;

Style d'écriture : Le style d'écriture doit être clair, concis et accessible à un large public ;

Présentation de contenu : La présentation du contenu doit être attrayante visuellement ;

Utilisation de visuels : Les visuels doivent être soigneusement sélectionnés pour représenter l'esthétique écoresponsable.

Migration du site vers le serveur

Y a-t-il besoin d'aide pour la migration du site actuel vers le nouveau serveur ?

Oui.

Le prestataire doit-il se charger de la configuration et du paramétrage du nouveau serveur ?

Oui.

Maintenance technique

Le prestataire doit-il assurer une maintenance technique régulière du site (mise à jour, sauvegarde, sécurité...) ?

| Oui, à part la présentation des paniers qui doit être gérée par Croq&Local et la publication de la Newsletter.

Quel est le niveau de disponibilité souhaité pour le site (24/7, heures ouvrables uniquement...) ?

| Dans la semaine.

Une assistance technique en cas de problème avec le site (panne, bug, dysfonctionnement...) est-elle souhaitable ?

| Oui.

Référencement SEO

Quels sont les objectifs de référencement pour le site (positionnement sur certains mots-clés, augmentation du trafic...) ?

- Améliorer le positionnement sur des mots-clés pertinents liés à l'épicerie, à la localité, aux produits locaux, à l'écoresponsabilité, etc.
- Augmenter le trafic organique en attirant davantage de visiteurs qualifiés sur le site.
- Accroître la visibilité de l'entreprise dans les résultats de recherche et renforcer sa présence en ligne.
- Générer des conversions et des ventes en incitant les utilisateurs à effectuer des actions spécifiques sur le site (achat de paniers, inscription à la newsletter, etc.).
- Développer une stratégie de contenu optimisée pour le référencement, en produisant régulièrement des articles de blog, des guides, des recettes, etc.

Le prestataire doit-il se charger de l'optimisation SEO du site (optimisation des balises, rédaction de contenu optimisé, net linking...) ?

| Oui.

Quelles sont les exigences particulières en termes de suivi de positionnement ou d'analyse de trafic ?

- Suivi régulier du positionnement du site sur les mots-clés ciblés afin de mesurer l'efficacité de vos efforts de référencement.

- Analyse approfondie du trafic du site, y compris des informations telles que le nombre de visiteurs, les sources de trafic, les pages les plus consultées, le taux de rebond, etc. Cela permettra d'identifier les tendances, les points forts et faibles du site, et d'optimiser les performances.
- Suivi des conversions avec notamment le suivi des actions des utilisateurs, tels que les achats de paniers, les inscriptions à la newsletter, les demandes de contact, etc. afin de permettre une évaluation de la performance du site.
- Demander un rapport personnalisé trimestriel avec les indicateurs clés à inclure dans ces rapports, tels que les classements de mots-clés, les tendances de trafic, les performances des conversions, etc.

Hébergement de site

Est-il souhaitable que le prestataire se charge de l'hébergement du site ?

| Oui.

Quels sont les besoins en termes de bande passante, d'espace de stockage et de disponibilité pour le site ?

| Aucune idée.

Y a-t-il exigences particulières en matière de sécurité ou de sauvegarde des données ?

| Oui, il faut protéger les données clients.

Demandes complémentaires

Gestion des réseaux sociaux

Il faut gérer un calendrier éditorial pour les réseaux sociaux, par exemple :

- Septembre :
 - Semaine 1 : Mise en avant des produits locaux et de saison disponibles en magasin.
 - Semaine 2 : Recettes de cuisine saines et équilibrées mettant en valeur les produits de l'épicerie.
 - Semaine 3 : Témoignages de clients satisfaits et partage d'expériences positives.
 - Semaine 4 : Présentation des producteurs locaux partenaires et de leurs méthodes de production respectueuses de l'environnement.
- Octobre :
 - Semaine 1 : Promotion des paniers thématiques pour la période d'automne, avec des produits de saison.
 - Semaine 2 : Partage d'astuces et de conseils pour réduire le gaspillage alimentaire.

- Semaine 3 : Jeu-concours sur les réseaux sociaux avec des récompenses à gagner.
- Semaine 4 : Mise en avant des initiatives locales en faveur de l'écoresponsabilité et du développement durable.

Growth Hacking

C'est une approche marketing axée sur la croissance rapide d'une entreprise en utilisant des techniques créatives et innovantes.

1. Programme de parrainage : Mettre en place un système de parrainage où les clients existants peuvent recommander le site à leurs amis et leur offrir des incitations ou des récompenses en échange.
2. Campagnes de partage social : Encourager les utilisateurs à partager des contenus spécifiques du site sur leurs réseaux sociaux, en offrant des incitations ou en organisant des concours.
3. Optimisation du référencement : Mettre en place une stratégie de référencement solide pour améliorer la visibilité du site dans les moteurs de recherche, en ciblant des mots-clés pertinents et en optimisant les balises et le contenu.
4. Marketing d'influence : Collaborer avec des influenceurs ou des blogueurs locaux pour promouvoir le site et les produits de Croq&Local auprès de leur audience.
5. Tests A/B : Effectuer des tests A/B pour optimiser les pages du site, les formulaires de commande ou les appels à l'action, en mesurant et en comparant les résultats pour prendre des décisions basées sur les performances.
6. Marketing par courriel : Mettre en place une stratégie de marketing par e-mail ciblée pour fidéliser les clients existants, les tenir informés des nouveautés et des promotions, et encourager les conversions.
7. Analyse des données : Utiliser des outils d'analyse pour suivre les performances du site, comprendre le comportement des utilisateurs et prendre des décisions basées sur les données pour améliorer continuellement l'expérience utilisateur et la conversion.



Croq Local

Synthèse du cahier des charges et contrat

Synthèse des missions à réaliser pour le projet Croq&Local

Présentation de l'entreprise

- Nom de l'entreprise : Croq&Local
- Activités : Épicerie écoresponsable proposant des produits locaux et de saison
- Sources de revenus : Vente de produits en magasin et en ligne, commandes de paniers hebdomadaires
- Valeurs : Écologie, circuits courts, soutien aux producteurs locaux

Objectifs du site

- Faire connaître l'épicerie et attirer de nouveaux clients
- Faciliter les commandes de paniers hebdomadaires
- Servir de passerelle entre les réseaux sociaux et le magasin physique

Fonctionnalités du site

- Présentation de l'entreprise, de ses activités et de ses valeurs
- Présentation des produits disponibles en magasin et en ligne
- Système de commande de paniers hebdomadaires
- Intégration des réseaux sociaux (Instagram, Facebook)
- Calendrier éditorial pour les publications sur les réseaux sociaux
- Gestion des actualités, des événements et des promotions
- Formulaire de contact et système de réservation en ligne
- Suivi du référencement et de l'analyse de trafic
- Hébergement et maintenance technique du site

Webdesign et ergonomie

- Refonte de l'identité visuelle (logo, charte graphique) en ligne avec l'écoresponsabilité
- Utilisation d'un style graphique moderne, épuré et ligne claire
- Intégration d'une mascotte personnalisée (radis) dans le design
- Utilisation de typographies lisibles et en accord avec l'identité de la marque
- Intégration d'éléments visuels attrayants (images, vidéos) mettant en valeur les produits et les valeurs de l'entreprise

Migration et maintenance

- Migration du site existant vers un nouveau serveur
- Configuration et paramétrage du nouveau serveur
- Maintenance technique régulière du site (mise à jour, sauvegarde, sécurité)
- Assistance technique en cas de problèmes, pannes ou bugs

Suivi du référencement et de l'analyse de trafic

- Positionnement sur les mots-clés pertinents et augmentation du trafic organique
- Suivi du positionnement dans les résultats de recherche
- Analyse du trafic, des conversions et des performances du site
- Rapports réguliers sur les indicateurs clés et recommandations d'optimisation

Gestion des réseaux sociaux

- Création d'un calendrier éditorial pour les publications sur Instagram et Facebook
- Création de contenus attrayants (textes, visuels, animations) en lien avec l'écoresponsabilité
- Animation des comptes, réponse aux commentaires et interactions avec la communauté

Hébergement du site

- Gestion de l'hébergement du site sur un serveur fiable et sécurisé

- Besoin d'une bande passante suffisante, d'un espace de stockage adapté et d'une disponibilité optimale

Formation et support

- Formation des utilisateurs pour la gestion du site et des commandes de paniers
- Support technique et assistance en cas de besoin

Contrat

Le client préfère que ces informations ne soient pas divulguées.

Grille de performance du site actuel

Dans cette grille de performance, le site internet de Croq&local sera évalué en utilisant les critères suivants : l'ergonomie, la sécurité, la vitesse de chargement, le contenu, la fonctionnalité, l'accessibilité et l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO). L'analyse a été faite en fonction des données du site <https://alyze.info/>

Ergonomie

L'ergonomie est un aspect important de l'expérience utilisateur sur le site internet de Croq&local. Les éléments clés de l'ergonomie comprennent la navigation, la présentation des produits, la facilité de commande, la visibilité des informations importantes et la compatibilité mobile.

La navigation et recherche d'informations

Le site de Croq&local présente une navigation claire, qui permet aux clients de trouver facilement les produits qu'ils recherchent. Les informations importantes, telles que les horaires d'ouverture et les coordonnées de l'épicerie, sont facilement accessibles.

Cependant, la présentation des produits pourrait être améliorée. Par exemple, les images de produits pourraient être plus grandes et plus claires pour donner aux clients une meilleure idée de ce qu'ils achètent. En outre, la fonction de recherche sur le site pourrait être améliorée pour rendre les résultats de recherche plus pertinents.

Enfin, le site de Croq&local est compatible avec les appareils mobiles, ce qui est crucial compte tenu du nombre croissant d'utilisateurs qui naviguent sur le web via leur smartphone.

HTTP et réseau

Sécurité

La sécurité est un autre aspect important de l'expérience utilisateur sur le site internet de Croq&local. Les clients veulent être sûrs que leurs informations personnelles et financières sont protégées lorsqu'ils passent une commande en ligne. Le site de Croq&local utilise un certificat SSL, qui garantit que toutes les informations échangées entre le client et le site sont chiffrées et protégées contre les pirates informatiques.

Vitesse de chargement

La vitesse de chargement est un autre critère important pour l'expérience utilisateur sur le site internet de Croq&local. Les clients ne veulent pas attendre trop longtemps pour que les pages se chargent. Le site de Croq&local a une vitesse de chargement assez rapide, ce qui est un point positif pour l'entreprise. Cependant, il y a quelques images sur le site qui pourraient être optimisées pour accélérer le temps de chargement et l'utilisation d'une vidéo sur la page d'accueil est très lourde.

Données

Le contenu est un autre aspect crucial de l'expérience utilisateur sur le site internet de Croq&local. Les clients recherchent des informations précises sur les produits, les prix, les horaires d'ouverture et les coordonnées de l'épicerie. Le site de Croq&local fournit une grande quantité d'informations, notamment sur les producteurs locaux. Cependant, il y a beaucoup d'informations redondantes. De plus, il serait utile d'avoir plus d'informations sur les certifications bio et les labels locaux.

Organisation

- Absence du type organisation. Ce type désigne l'organisation attachée à la page ou au site web. Il devrait figurer sur la page d'accueil et/ou sur les pages contact et à propos. Il n'est cependant pas utile qu'il soit présent sur chaque page d'un site.
- Absence de fil d'Ariane. Ce type permet à Google de présenter le chemin menant vers votre page de

manière lisible par les internautes.

Fonctionnalité

Actuellement c'est un site vitrine, il n'y a donc aucune fonctionnalité spécifique. Or c'est un autre critère important pour l'expérience utilisateur sur le site internet de Croq&local. Les clients veulent avoir la possibilité de commander, de suivre leur livraison et de contacter l'épicerie en cas de problème. Le site de Croq&local devra offrir la possibilité de personnaliser les commandes en choisissant les quantités et les variantes de produits.

Accessibilité

L'accessibilité est un critère important pour les clients qui ont des besoins spécifiques, tels que les personnes atteintes d'un handicap visuel ou auditif. Le site de Croq&local utilise une police de caractères claire et facile à lire, ainsi que des contrastes de couleurs suffisants pour les personnes atteintes de daltonisme.

Optimisation pour les moteurs de recherche (SEO)

L'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) est un critère important pour assurer que le site de Croq&local est facilement trouvable sur les moteurs de recherche tels que Google.

Le site de Croq&local utilise des mots clés pertinents dans les titres de pages et les descriptions de produits pour aider à améliorer le référencement naturel du site.

Structure de la page

Le premier titre hiérarchique sur la page n'est pas de premier niveau (h1), ce qui n'est pas logique.

Certains titres ne semblent pas se suivre de manière logique (imbrication logique = h1 puis h2 puis h3, etc.).

Cependant, il manque l'ajout de balises ALT à certaines images pour les rendre plus facilement identifiables par les moteurs de recherche.

De plus, le nom de certaines images n'est pas optimisé pour le référencement.

Conclusion

En conclusion, le site internet de Croq&local offre une expérience utilisateur globalement positive notée B sur le site alyze. Les aspects positifs incluent une navigation claire, une sécurité fiable, une vitesse de chargement rapide, une grande quantité d'informations, malgré des redites. Il faut toutefois apporter plus de fonctionnalité au site.

Cependant, il y est nécessaire d'améliorer la présentation des produits, l'optimisation pour les moteurs de recherche et l'accessibilité pour les personnes atteintes d'un handicap. En général, le site de Croq&local est un outil efficace pour l'entreprise, qui pourrait bénéficier d'une attention supplémentaire pour améliorer l'expérience utilisateur et augmenter sa visibilité en ligne.



Stratégie Webmarketing

Étude de la concurrence

Concurrence directe

Épiceries bio et locales

D'autres épiceries proposant des produits bio, locaux et écoresponsables peuvent être des concurrents directs de Croq&Local.

- Goût & Qualité¹ : un épicier sourcé local situé à Bretteville-sur-Odon qui propose une boutique en ligne avec possibilité de se faire livrer ou d'aller chercher sa livraison sur place.
- Jamard² : une épicerie fine qui possède un site vitrine.
- La Suisse Gourmande³ : une épicerie fine traditionnelle sans boutique en ligne.
- Biocoop⁴ : ce sont plusieurs magasins dans l'agglomération caennaise. Ces coopératives ont été les premières entreprises à proposer des produits bio et a sensibiliser sa clientèle sur le développement durable et le circuit-court. Les magasins de Caen proposent la possibilité de commander en ligne.

Marchés de producteurs

Les marchés de producteurs offrent également des produits locaux et frais, ce qui en fait des concurrents directs pour Croq&Local.

- Évrecy, le mercredi matin ;
- Grainville-sur-Odon, le vendredi après-midi ;
- Mouen, le samedi matin ;
- Noyers-Bocage, le dimanche matin.

1 <https://goutetqualite.fr/>

2 <https://jamard-evrecy.fr/>

3 <https://www.lasuissegourmande.com/>

4 <https://jonathan.biocoop.net/>

AMAP (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne)

Les AMAP sont des initiatives permettant aux consommateurs de s'approvisionner directement auprès des producteurs locaux, ce qui peut constituer une alternative à l'épicerie Croq&Local.

- Christophe Lebas⁵ à Fleury-sur-Orne, dont le site internet n'est plus maintenu ;
- La ferme de la Prébande, à Évrecy ;
- Les Œufs Bio d'Évrecy (travaille en collaboration avec Croq&Local.fr) ;
- La ferme de la Vayande, à Amayé-sur-Orne ;

Concurrence indirecte

Supermarchés et grandes surfaces

Bien que les supermarchés traditionnels ne se concentrent pas spécifiquement sur les produits locaux et écoresponsables, ils peuvent néanmoins attirer une partie de la clientèle de Croq&Local.

- Intermarché⁶ à Évrecy : propose un service de click&collect.

Plateformes de livraison de produits alimentaires

Des services de livraison en ligne proposant des produits bio et locaux peuvent être considérés comme des concurrents indirects, car ils offrent une alternative à l'achat en magasin.

Commerces en ligne spécialisés

Des boutiques en ligne spécialisées dans les produits bio, écoresponsables ou locaux peuvent également concurrencer Croq&Local.

- epicerie-pro.com⁷ : une épicerie en ligne livrable sous 5 jours ;
- lafourche.fr⁸ : idem.

5 <http://maraicher.lebas.pagesperso-orange.fr/>

6 <https://www.intermarche.com/>

7 <https://www.epicerie-pro.com/>

8 <https://lafourche.fr/>

L'étude de cas d'un site concurrent

Analyse du site www.goutetqualite.fr :

Introduction

Goût et Qualité est un supermarché bio et local qui se positionne comme une alternative de qualité, offrant une surface commerciale équivalente à celle d'une Biocoop. Avec son large choix de produits issus de producteurs locaux, le site met en avant la philosophie du circuit court et propose une expérience d'achat axée sur la qualité et l'authenticité.

Le site www.goutetqualite.fr propose une gamme diversifiée de plus de 3000 articles provenant de 230 producteurs, maraîchers, éleveurs et fabricants. Principalement axés sur les produits fermiers de Normandie, le catalogue est complété par des produits artisanaux d'entreprises locales et des produits agricoles d'autres régions de France lorsque ces produits ne sont pas disponibles localement. L'objectif est de fournir aux consommateurs des produits de qualité supérieure, allant des viandes et charcuteries aux fruits et légumes, en passant par les produits laitiers, les fromages, les vins, les bières artisanales, les produits cidricoles, les boissons sans alcool, l'épicerie, les cosmétiques et les produits d'hygiène.

Analyse détaillée

1. Parcours de navigation

Le site www.goutetqualite.fr offre une navigation fluide et intuitive. Le menu principal est organisé de manière claire, permettant aux visiteurs d'accéder facilement aux différentes sections du site. Les informations sont présentées de manière concise et compréhensible, facilitant la lecture et la recherche d'informations.

2. Personæ

Le site cible principalement les consommateurs soucieux de la qualité de leur alimentation, à la recherche de produits naturels et de qualité. Les visiteurs du site sont généralement des consommateurs conscients de l'impact de leur alimentation sur leur santé et sur l'environnement. Goût et Qualité s'adresse à une clientèle diversifiée en proposant une large gamme de produits répondant à différents besoins et préférences.

3. Choix du nom de domaine

Le nom de domaine www.goutetqualite.fr est cohérent avec la thématique du site. Il reflète l'engagement de l'entreprise à proposer des produits alimentaires de qualité supérieure, mettant l'accent sur le goût et la qualité des produits.

4. Ambiance graphique

Le design du site est attrayant, utilisant des couleurs douces et des images de produits de qualité pour créer une ambiance visuelle agréable. Les éléments graphiques sont bien positionnés, mettant en valeur les produits proposés sur le site.

5. Analyse de l'écosystème de réseaux sociaux

Le site bénéficie d'une présence active sur les réseaux sociaux, notamment sur Facebook et Instagram. Les publications régulières mettent en avant les produits disponibles sur le site, attirant l'attention des clients potentiels et favorisant la création d'une communauté autour de la thématique de l'alimentation de qualité.

6. Rapport SEO

Le site www.goutetqualite.fr est bien optimisé pour les moteurs de recherche. Les balises meta sont correctement utilisées et les contenus sont bien structurés. Cependant, certaines améliorations pourraient être apportées pour optimiser davantage le référencement, comme l'ajout de balises H1, l'optimisation des liens internes et externes, l'ajout d'attributs alternatifs aux images, et la réduction de la répétition de phrases toutes faites dans les CallToAction.

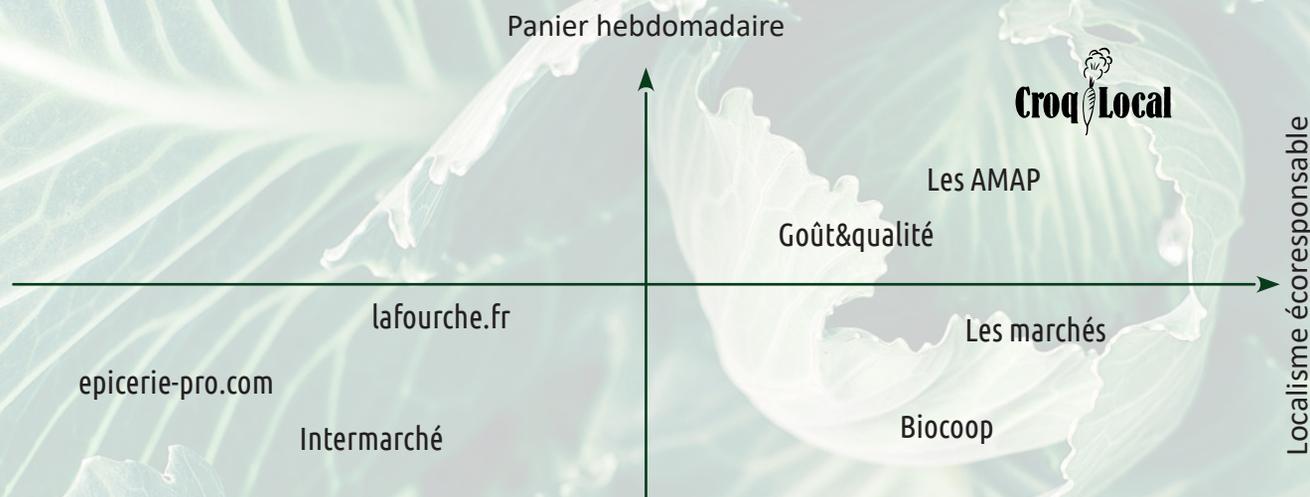
Conclusion

Le site www.goutetqualite.fr a été créé pour répondre aux besoins d'une clientèle à la recherche de produits sains, biologiques et locaux, sans avoir à se rendre dans les grandes surfaces. Grâce à sa vaste gamme de produits de qualité, provenant de producteurs locaux et régionaux, le site offre une expérience d'achat complète.

Afin d'éviter une concurrence trop directe qui pourrait nuire à Croq&Local, il serait nécessaire de créer un site internet qui se différencie de sa concurrence afin de permettre à sa clientèle de trouver une réelle opportunité et ainsi de la fidéliser.

Stratégie

Carte de positionnement



Positionnement de Croq&Local

Croq&Local se positionne au croisement de ces deux axes, offrant des paniers hebdomadaires variés, composés de produits frais, locaux et de saison. L'entreprise met l'accent sur le localisme en travaillant en étroite collaboration avec les producteurs locaux et en favorisant les circuits courts. Elle s'engage à soutenir l'économie locale tout en proposant une solution pratique et responsable pour les consommateurs souhaitant adopter une alimentation saine et équilibrée.

Cette position sur la carte de positionnement permet à Croq&Local de se démarquer en offrant une alternative aux grandes chaînes de distribution, en mettant en valeur les produits locaux et en répondant aux besoins des consommateurs soucieux de leur santé, de l'environnement et de l'économie locale.

Mix marketing

— **Produit** : Croq&Local propose des paniers hebdomadaires composés de produits frais, locaux et de saison. Les paniers peuvent être personnalisés en fonction des préférences des clients. L'entreprise met l'accent sur la qualité, l'origine locale des produits et leur aspect écoresponsable.



- Prix : Croq&Local adopte une politique de prix compétitifs pour rendre les paniers hebdomadaires abordables. Les tarifs sont basés sur la composition du panier et les options de personnalisation. L'entreprise cherche à offrir un bon rapport qualité-prix tout en soutenant les producteurs locaux.
- Promotion : Croq&Local utilise divers canaux de communication pour promouvoir ses paniers hebdomadaires. Cela inclut les réseaux sociaux (Facebook, Instagram), des campagnes d'emailing, une newsletter des collaborations avec des blogueurs et influenceurs locaux, ainsi que des événements et partenariats avec des organisations communautaires. Les promotions et offres spéciales sont également utilisées pour attirer de nouveaux clients.
- Placement (Distribution) : Les paniers hebdomadaires de Croq&Local peuvent être commandés en ligne via leur site web. L'entreprise assure ensuite la livraison des paniers aux clients, en mettant en place des points de collecte dans des lieux stratégiques de la région et au magasin lui-même. Croq&Local cherche à rendre l'achat et la réception des paniers pratiques et accessibles pour les clients.

Copy stratégie

Promesse

La promesse de Croq&Local est d'offrir une expérience d'achat unique en proposant des produits bio, locaux et écoresponsables, pour une alimentation saine et en harmonie avec l'environnement.

Preuve

1. Sélection rigoureuse : Choisir avec soin les producteurs locaux partenaires pour leur offrir des produits de qualité, cultivés dans le respect des normes environnementales.
2. Traçabilité & transparence : Leur garantir l'origine locale des produits et fournir des informations détaillées sur chaque producteur.
3. Engagement écoresponsable : Privilégier les circuits courts, réduire les emballages et encourager le zéro déchet pour minimiser l'impact sur l'environnement.

Bénéfice

Mettre en avant les avantages tangibles pour les clients tels que la fraîcheur des produits, la traçabilité, le goût authentique, la préservation de l'environnement et l'impact positif sur la communauté locale.

Tonalité

Adopter une tonalité chaleureuse, authentique et engageante pour créer une connexion avec les visiteurs du site. Utiliser un langage accessible, mettre en avant les valeurs de proximité, d'engagement écologique et de respect des producteurs.

Impression clientèle

Viser à créer une impression de confiance, d'authenticité et de pertinence en démontrant l'expertise de Croq&Local dans le domaine de l'alimentation locale et écoresponsable. Valoriser la confiance et la satisfaction des clients en mettant en avant les témoignages clients, les partenariats avec des producteurs renommés et les certifications éventuelles obtenues.

La copy stratégie de Croq&Local met en avant la valeur de l'authenticité, du local et de l'écoresponsabilité, tout en offrant des preuves tangibles de la qualité de ses produits et de son engagement. La tonalité adoptée vise à établir une connexion émotionnelle avec les clients, tout en les incitant à faire des choix conscients et bénéfiques pour eux-mêmes et pour la planète.

Nom de domaine – « croqlocal.fr »

Le choix d'un nouveau nom de domaine « croqlocal.fr » est basé sur plusieurs considérations :

Identité et cohérence

Le nom de domaine « croqlocal.fr » reflète directement l'activité principale de l'entreprise, qui est de proposer des produits locaux et de qualité. Il est court, mémorable et en lien direct avec le positionnement de l'entreprise.

Pertinence du terme

L'utilisation du mot « croq » renvoie à l'idée de croquer dans des produits frais et savoureux, tandis que « local » met en avant l'aspect régional et proche des producteurs. Cette combinaison de mots met en évidence l'essence même de l'entreprise.

Compréhension et accessibilité

Le terme « croqlocal » est facilement compréhensible et accessible pour les utilisateurs. Il évoque immédiatement le concept de consommation locale et saine, ce qui peut susciter l'intérêt et la curiosité des visiteurs.

Disponibilité du nom de domaine

Il est important de choisir un nom de domaine disponible pour éviter toute confusion avec d'autres entreprises ou marques existantes. « croqlocal.fr » offre une opportunité d'avoir un nom de domaine distinctif et exclusif, en effet, par exemple, croq-local.fr existe. Il faudra prévoir une redirection de l'ancien nom de domaine vers le nouveau ?

SWOT

Analyse SWOT de Croq&Local :

Forces

- Produits frais et de qualité
- Engagement écoresponsable
- Relation avec les producteurs locaux
- Canal de distribution en ligne

Faiblesses

- Dépendance aux saisons et aux disponibilités
- Sensibilité aux fluctuations des prix des produits
- Notoriété limitée

Opportunités

- Tendence croissante vers une alimentation saine et locale
- Partenariats locaux
- Expansion géographique

Menaces

- Concurrence accrue
- Dépendance aux canaux de distribution en ligne
- Réglementations et contraintes

En tirant parti de ses forces, en adressant ses faiblesses, en saisissant les opportunités et en gérant les menaces, Croq&Local peut consolider sa position sur le marché des produits locaux et atteindre ses objectifs de croissance et de durabilité.

Analyse PESTEL

Politique

- Réglementations sur la sécurité alimentaire : Les lois et réglementations en matière de sécurité alimentaire peuvent avoir un impact sur les activités de Croq&Local, en termes de qualité des produits, d'étiquetage et de conformité.
- Politiques agricoles : Les politiques agricoles nationales et régionales peuvent influencer la disponibilité des produits locaux et les pratiques agricoles durables.

Économique

- Pouvoir d'achat des consommateurs : Les conditions économiques peuvent influencer la capacité des consommateurs à dépenser davantage pour des produits locaux et de qualité.
- Fluctuations des coûts de production : Les variations des coûts de production, tels que les prix des matières premières et de l'énergie, peuvent avoir un impact sur les marges bénéficiaires de Croq&Local.

Socioculturel

- Tendance vers une alimentation saine : La demande croissante des consommateurs pour des aliments sains et de qualité offre des opportunités pour Croq&Local en tant que fournisseur de produits locaux et bio.
- Sensibilité environnementale : La prise de conscience accrue des enjeux environnementaux et du développement durable peut favoriser l'attrait des consommateurs pour les produits locaux et écoresponsables.

Technologique

- Plateformes en ligne : Les avancées technologiques, telles que les plateformes de commerce électronique, permettent à Croq&Local de faciliter les commandes en ligne et d'atteindre un public plus large.
- Traçabilité des produits : Les innovations technologiques liées à la traçabilité des produits peuvent renforcer la confiance des consommateurs dans la provenance et la qualité des produits de Croq&Local.

Environnemental

- Durabilité et agriculture biologique : Les préoccupations environnementales croissantes et la demande pour des produits issus de l'agriculture biologique peuvent offrir des opportunités pour Croq&Local en tant que fournisseur de produits locaux et durables.
- Changement climatique : Les changements climatiques peuvent affecter la disponibilité des produits locaux et saisonniers, ainsi que les conditions de production agricole.

Légal

- Normes et réglementations sur l'étiquetage : Les réglementations sur l'étiquetage des produits alimentaires, telles que l'indication de l'origine des produits, peuvent avoir un impact sur les pratiques de Croq&Local en termes de communication avec les consommateurs.
- Droits du travail : Les lois du travail et les normes de sécurité peuvent influencer les pratiques d'emploi de Croq&Local et ses relations avec les producteurs locaux.

En tenant compte de ces KPI, Croq&Local peut adapter sa stratégie et ses opérations pour maximiser les opportunités, minimiser les risques et maintenir sa position sur le marché des produits locaux et écoresponsables.

Public cible

Géographie

Étude socio-démographique d'Évrecy

Après une étude socio-démographique⁹ autour de la ville d'Évrecy, nous pouvons constater plusieurs choses.

Selon les données fournies, voici une brève étude socio-démographique d'Évrecy :

Évrecy est un village situé à 17 km de Caen, en Normandie, en France. Avec une population estimée à 2 032 habitants en 2023, Évrecy a connu une croissance démographique régulière au cours des dernières années, le village est inscrit dans la Communauté de Communes Vallée-de-l'Orne-et-de-l'Odon qui regroupe 23 communes sur superficie de 130,2 km², totalisant un nombre de 25 690 habitants en 2017, avec

⁹ <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=COM-14257>

une densité de 197,4 habitants au km².

La répartition entre hommes et femmes dans la commune elle-même est relativement équilibrée, avec 53 % de femmes et 47 % d'hommes. On note également une population qui rajeunit, avec un indice de vieillissement de 71 personnes de 65 ans ou plus pour 100 habitants de moins de 20 ans.

En termes de structure des ménages, Évrecy compte 735 ménages, dont 173 ménages composés d'une seule personne. Les ménages de deux personnes sont les plus courants avec 217 ménages, suivis par les ménages de quatre personnes (155 ménages).

Concernant l'activité professionnelle, Évrecy présente une diversité de professions. Parmi la population en âge de travailler, on trouve des agriculteurs exploitants, des artisans, commerçants ou chefs d'entreprise, des cadres ou professions intellectuelles supérieures, des professions intermédiaires, des employés, des ouvriers, des retraités et des personnes sans activité.

En ce qui concerne les services et commodités disponibles dans la commune, Évrecy dispose de toutes les commodités nécessaires à la vie quotidienne, telles que trois boulangeries, quatre coiffeurs, trois garages automobiles, un supermarché Intermarché, trois restaurants, un service de pompes funèbres, une école maternelle, une école primaire et un collège. Il existe également un pôle de santé bien équipé avec des médecins, des infirmières, des dentistes et des kinésithérapeutes. De plus, une caserne de gendarmerie est présente pour assurer la sécurité de la population.

Dans ce contexte, Croq&Local, en tant qu'initiative locale de développement économique, pourrait répondre aux exigences de la population d'Évrecy en soutenant les commerces locaux, les services de santé et autres entreprises présents dans le village. Croq&Local pourrait favoriser le maintien et la croissance de ces entreprises, ainsi que la création d'emplois locaux, contribuant ainsi à la vitalité économique de la commune et au bien-être de ses habitants.

Personæ

En créant des personæ représentatives de la clientèle de l'épicerie, il sera plus facile de créer des contenus et des offres adaptés à leurs besoins et leurs motivations, et de communiquer de manière efficace avec eux sur le site web et les réseaux sociaux.

Persona 1 : Isabelle, 35 ans, cadre dynamique

— Profil socio-démographique : Femme, 35 ans, mère de famille, habite à Évrecy.

— Habitudes d'achat : Achète principalement des produits frais, bio et locaux, a une alimentation saine et équilibrée, fait attention au zéro déchet.

— Besoins et motivations : Cherche des produits de qualité, locaux et bio pour soutenir les producteurs locaux et protéger l'environnement, recherche une alimentation saine et équilibrée pour préserver la santé de sa famille, estime qu'acheter local est un acte citoyen et responsable.

— Médias et canaux de communication : Utilise les réseaux sociaux pour découvrir de nouveaux produits et suivre les actualités de l'épicerie, lit des blogs et des magazines de cuisine, apprécie les newsletters pour rester informée des offres et des nouveautés.

- Trait dominant : Consommatrice responsable.
- Habitudes d'utilisation :
 - Utilise son smartphone pour suivre les actualités de l'épicerie et consulter les réseaux sociaux.
 - Utilise son ordinateur pour lire des blogs et des magazines de cuisine et s'inscrire aux newsletters.
- Réseaux sociaux utilisés : Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest.

Persona 2 : Michel, 65 ans, retraité engagé

— Profil socio-démographique : Homme, 60 ans, grand-père, habite à la campagne.

— Habitudes d'achat : Achète des produits locaux et de saison, préfère les produits frais et non-transformés, apprécie la cuisine traditionnelle et les recettes de famille.

— Besoins et motivations : Cherche des produits de qualité et de proximité pour soutenir les producteurs locaux et préserver les traditions culinaires, est sensible aux questions environnementales et souhaite réduire son impact sur la planète, est engagé dans des associations locales et souhaite contribuer au développement de l'économie locale.

— Médias et canaux de communication : Lit les journaux et magazines locaux pour suivre les actualités de l'épicerie et des producteurs locaux, écoute la radio locale pour découvrir de nouveaux produits et événements, participe à des événements locaux et apprécie le contact direct avec les producteurs et les commerçants.

- Trait dominant : Consommateur traditionnel.

- Habitudes d'utilisation :
 - Utilise son ordinateur pour lire les journaux et magazines locaux et rechercher des informations sur les producteurs locaux.
 - Utilise son smartphone pour participer à des événements locaux et communiquer avec les producteurs et les commerçants.
- Réseaux sociaux utilisés : Facebook, Twitter

Persona 3 : Sarah, 25 ans, étudiante responsable

— Profil socio-démographique : Femme, 25 ans, étudiante, locataire, habite en ville

— Habitudes d'achat : Achète des produits bio et écoresponsables, est attentive aux labels et aux certifications, privilégie les circuits courts et les produits de saison, évite le gaspillage alimentaire

— Besoins et motivations : Cherche des produits de qualité et respectueux de l'environnement pour préserver sa santé et celle de la planète, a un budget limité et cherche des produits abordables, est engagée dans des associations écologiques et souhaite soutenir les initiatives locales

— Médias et canaux de communication : Utilise les réseaux sociaux pour découvrir de nouveaux produits et suivre les actualités de l'épicerie, consulte des blogs et des sites web spécialisés dans l'alimentation bio et écoresponsable, apprécie les promotions et les réductions pour réaliser des économies.

- Trait dominant : Consommatrice écoresponsable
- Habitudes d'utilisation :
 - Utilise son smartphone pour rechercher des produits bio et écoresponsables et consulter les réseaux sociaux
 - Utilise son ordinateur pour lire des blogs et des sites spécialisés dans l'alimentation bio et écoresponsable
- Réseaux sociaux utilisés : Instagram, Twitter, Facebook, TikTok.

Parcours Utilisateur

Persona 1 : Isabelle, 35 ans, cadre dynamique

Approche globale d'Isabelle vis à vis de Croq&Local

Découverte de l'épicerie Croq&Local

- Consulte les réseaux sociaux (Instagram, Facebook) pour découvrir de nouveaux produits et suivre les actualités de l'épicerie.
- S'abonne à la newsletter de Croq&Local pour rester informée des offres et des nouveautés.



Recherche de produits et commandes de paniers

- Consulte le site web de Croq&Local pour découvrir les produits disponibles en magasin et en ligne.
- Utilise le système de commande de paniers hebdomadaires pour faciliter ses achats.

Engagement et participation

- Contribue à la communauté en laissant des commentaires et des avis positifs sur les réseaux sociaux.
- Partage ses expériences et recommande Croq&Local à ses amis et sa famille.

Parcours utilisateur d'Isabelle sur le site

1. Isabelle recherche des produits frais, bio et locaux en ligne.
2. Elle découvre croqlocal.fr via les réseaux sociaux et décide de naviguer sur le site web.
3. Elle consulte les différentes catégories de produits proposées et ajoute quelques produits à son panier.
4. Avant de finaliser sa commande, elle vérifie les avis des autres clients et consulte les certificats de qualité des producteurs.
5. Elle finalise sa commande.
6. Elle suit l'évolution de sa commande grâce à des notifications et reçoit sa commande en temps et en heure. Elle partage sur les réseaux sociaux son expérience.

Persona 2 : Michel, 65 ans, retraité engagé

Approche globale de Michel vis à vis de Croq&Local

Suivi des actualités de l'épicerie et des producteurs locaux

- Consulte les journaux et magazines locaux pour suivre les actualités de Croq&Local et des producteurs locaux partenaires.
- Écoute la radio locale pour découvrir de nouveaux produits et événements.

Visite en magasin et contacts directs

- Se rend régulièrement en magasin pour acheter des produits locaux et échanger avec les commerçants.
- Participe à des événements locaux organisés par Croq&Local pour rencontrer les producteurs et découvrir de nouveaux produits.

Partage de l'expérience :

- Partage ses découvertes et recommande Croq&Local lors de ses interactions avec d'autres membres de la communauté locale.

Parcours utilisateur de Michel sur le site

1. Michel lit le journal local et découvre une publicité pour croqlocal.fr
2. Il se rend sur place et prend connaissance de la possibilité de commander ses paniers sur le site.
3. Il visite le site web et consulte les différents produits proposés.
4. Il choisit le panier découverte.
5. Il finalise sa commande et suit l'évolution de sa commande grâce à des notifications.
6. Il va chercher sa commande directement au magasin après avoir vérifié les horaires du magasin.



Persona 3 : Sarah, 25 ans, étudiante responsable

Approche globale de Sarah vis à vis de Croq&Local

Recherche de produits écoresponsables :

- Consulte les réseaux sociaux (Instagram, Twitter, Facebook, TikTok) pour découvrir des produits bio et écoresponsables proposés par Croq&Local.
- Recherche des informations sur les certifications et les labels utilisés par l'épicerie.

Préparation d'un budget et économies :

- Explore les promotions et les réductions proposées par Croq&Local pour trouver des produits abordables et réaliser des économies.
- Utilise le site web pour consulter les prix et les offres spéciales.

Engagement dans des initiatives locales :

- S'engage dans des associations écologiques locales soutenues par Croq&Local pour participer à des actions en faveur de l'environnement.



Parcours utilisateur de Sarah sur le site

1. Sarah cherche des produits bio et écoresponsables en ligne.
2. Elle découvre croqlocal.fr via son moteur de recherche et découvre les producteurs de Croq&Local.
3. Elle décide choisir le panier découverte, sélectionne quelques produits.
4. Elle finalise sa commande et choisit le mode de livraison en magasin.
5. Elle va chercher sa commande qui arrive en temps et en heure. Elle apprécie la qualité des produits respectueux de l'environnement et abordables et partage sur les réseaux sociaux son expérience.

Fonctionnalités du site web croqlocal.fr (SEM)

Référencement naturel (SEO)

Optimisation du contenu pour les mots-clés pertinents (par exemple : épicerie locale, produits de saison, producteurs locaux, écoresponsable, etc.).

Création de contenu régulier pour alimenter le blog et améliorer le référencement naturel.

Utilisation de balises méta, de balises d'en-tête et d'URLs optimisées pour les moteurs de recherche.

Mots-clés : Il est nécessaire d'inclure des mots-clés pertinents pour l'entreprise tels que « épicerie locale », « produits locaux », « circuit-court », « écoresponsable », « durable », « Caen », « Calvados », « normand », etc. Utiliser ces mots-clés dans le contenu, titre de la page, balises méta, descriptions, URL, etc.

Pages locales : Créer des pages locales pour l'entreprise en incluant des informations telles que son adresse, les heures d'ouverture, le numéro de téléphone, des photos, des témoignages, etc. Cela peut aider les clients potentiels à trouver facilement l'entreprise sur les moteurs de recherche.

Contenu de qualité : Produire du contenu de qualité en incluant des informations utiles pour les clients potentiels, tels que des recettes de cuisine à base de produits locaux, des informations sur les producteurs locaux, des conseils d'achat écoresponsables, etc.

Réseaux sociaux : Utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir l'entreprise et ses produits. Partagez du contenu intéressant et pertinent sur ses produits et sur l'épicerie en général.

Google My Business : Créer une fiche sur Google pour l'entreprise et s'assurer que toutes les informations sont à jour et précises. Cela peut aider l'entreprise à apparaître dans les résultats de recherche locale de Google.

Backlinks locaux : Obtenir des backlinks locaux en étant présent sur les annuaires locaux, en participant à des événements locaux, en étant présent sur des blogs locaux, etc. Les backlinks locaux peuvent aider l'entreprise à apparaître plus haut dans les résultats de recherche locale.

Newsletter : Créer une newsletter pour les clients et abonnés en incluant des offres, des informations sur les nouveaux produits, des recettes de cuisine, des témoignages, etc. Cela peut aider à fidéliser les clients et à renforcer la notoriété de l'entreprise.

Référencement payant (SEA)

Mise en place de campagnes publicitaires ciblées sur les moteurs de recherche (Google AdWords) et les réseaux sociaux (Facebook Ads) pour augmenter la visibilité du site web auprès des publics cibles.

Utilisation de mots-clés pertinents pour cibler les personnes susceptibles d'être intéressées par les produits de l'épicerie.

Mots clés

Court traîne

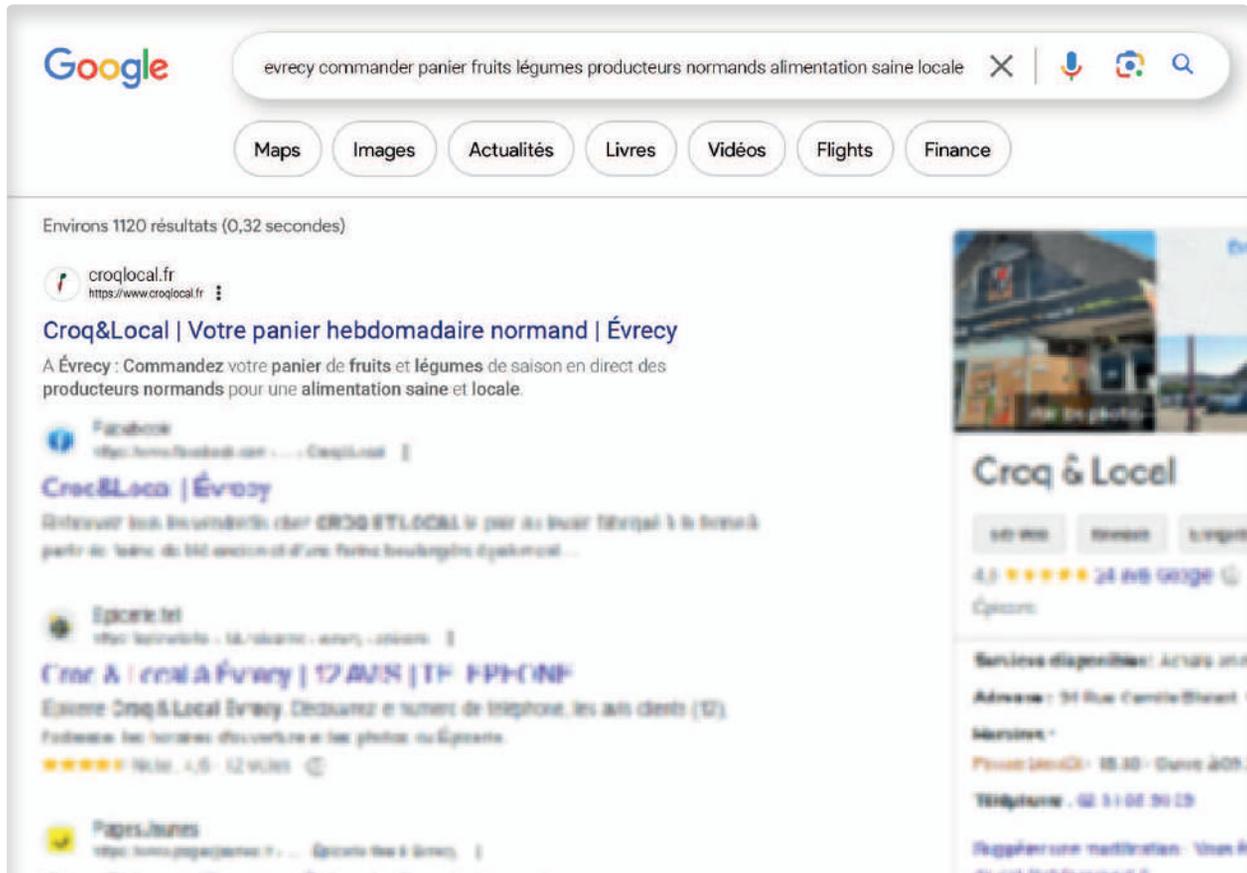
1. Épicerie normande
2. Produits locaux
3. Produits bio
4. Circuit-court
5. Producteurs normands
6. Qualité
7. Écoresponsable
8. Magasin de proximité
9. Commerce équitable
10. Produits de saison
11. Alimentation saine
12. Calvados
13. Évrecy
14. Caen
15. Circuit-court alimentaire.

Longue traîne

1. « Panier hebdomadaire producteurs locaux Calvados »
2. « Produits bio circuit-court Normandie »
3. « Liste des producteurs locaux à Évrecy »
4. « Où trouver des produits locaux en Calvados »
5. « Achat de fruits et légumes de saison en ligne »
6. « Achat de fruits et légumes bio en ligne »
7. « Épicerie locale écoresponsable »
8. « Panier de légumes personnalisable Calvados »
9. « Producteurs locaux bio près de Caen »
10. « Acheter du fromage fermier en ligne »
11. « Produits locaux pour les fêtes de fin d'année »

Snippets

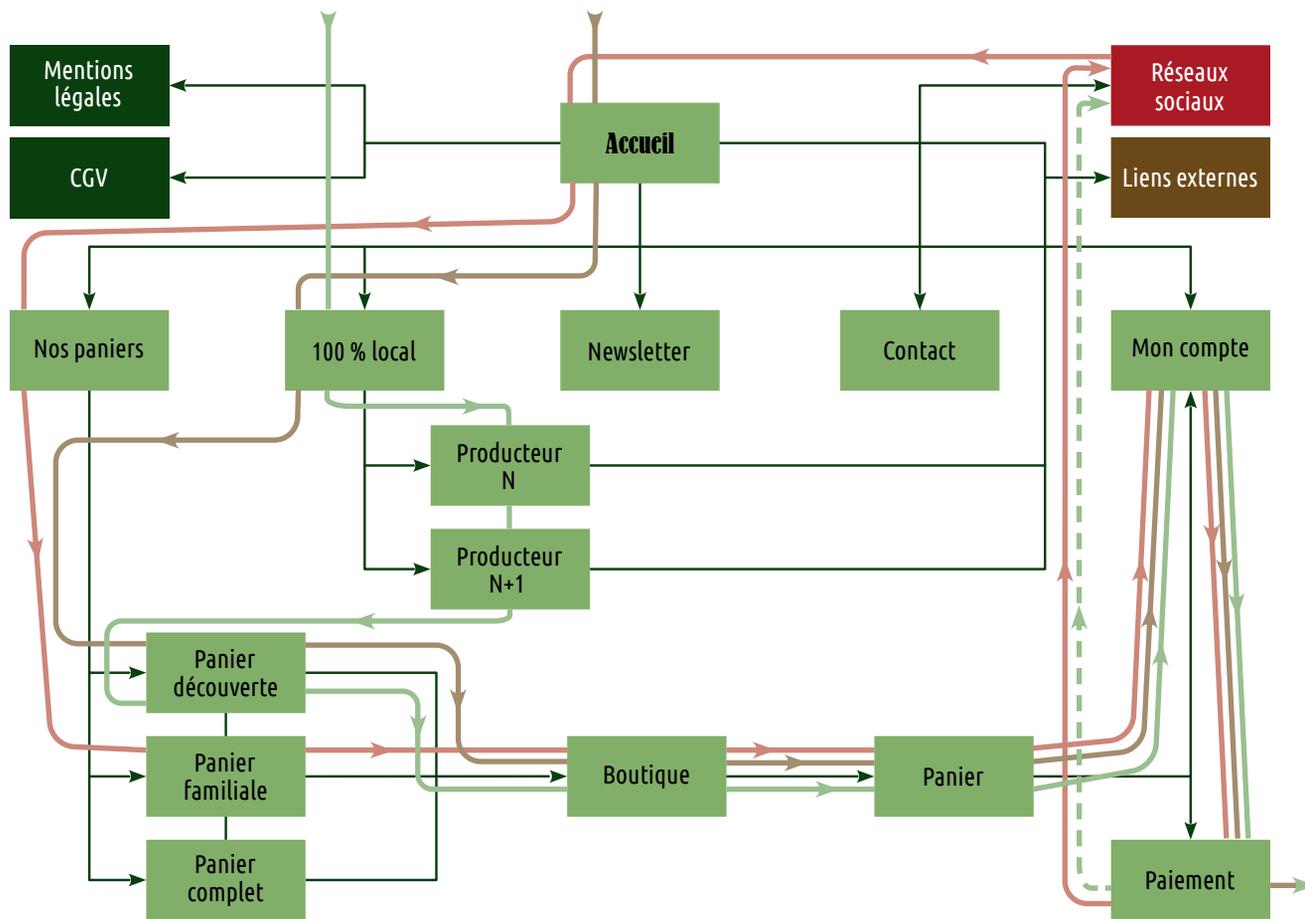
Le snippet est un résumé de réponse à une requête donnée dans le moteur de recherche de Google. Elles apparaissent dans un bloc distinct placé en haut des résultats de recherche classiques de Google avec un lien vers le site en question.



Ici, nous avons utilisé une requête assez complète pour montrer combien, elle répondrait au mieux à une requête plus standard d'un utilisateur.

Structure du site

Plan du site



Légende

- Parcours d'Isabelle
- Parcours de Michel
- Parcours de Sarah

- Pages du site
- Pages légales
- Liens vers les réseaux sociaux
- Liens externes

Fonctionnalités - SEM

Structure Hn

<h1> Accueil - Croq&Local : Notre panier normand

<h2> Nos paniers hebdomadaires

<h2> Nos producteurs & nous - 100 % local

<h2> CroquineWS - Notre newsletter

<h3> Infos utiles

<h1> Nos paniers hebdomadaires - Boutique

<h2> Panier découverte

Contenu du panier

<h2> Panier familial

Contenu du panier

<h2> Panier complet

Contenu du panier

<h1> Panier découverte

<h2> Choisir les produits à commander

<h1> Panier familial

<h2> Choisir les produits et la quantité souhaitée

Liste des produits d'épicerie disponibles

<h1> Panier complet

<h2> Choisir les produits et la quantité souhaitée

Liste des produits d'épicerie disponibles

<h1> Mon compte

<h1> Mon panier

<h1> Paiement

<h1> Nos producteurs & nous - 100 % local

<h2> Croq&Local

<h2> Nos producteurs

<h3> Producteur N Liste des produits disponibles

<h3> Producteur N+1 Liste des produits disponibles

<h1> Nous contacter

<h1> Recherche dans nos produits

<h2> Par catégorie

<h2> Par producteur

<h2> Par label

<h1> Mentions légales

<h2> CGV

<h2> Politique de confidentialité & RGPD

Balises Meta

```

<!-- Page d'accueil -->
<h1>Accueil - Croq&Local : Notre panier normand</h1>
<meta name="description" content="Croq&Local vous propose des paniers hebdomadaires remplis de produits locaux et frais provenant des producteurs normands."/>
<!-- Nos paniers hebdomadaires - Boutique -->
<h1>Nos paniers hebdomadaires - Boutique</h1>
<meta name="description" content="Découvrez nos différents paniers hebdomadaires : panier découverte, panier familial et panier complet, remplis de délicieux produits locaux."/>
<!-- Panier découverte -->
<h1>Panier découverte</h1>
<meta name="description" content="Découvrez notre panier découverte et choisissez les produits à commander pour profiter d'une sélection variée de produits locaux."/>
<!-- Panier familial -->
<h1>Panier familial</h1>
<meta name="description" content="Découvrez notre panier familial et choisissez les produits et la quantité souhaitée pour satisfaire toute votre famille avec des produits locaux de qualité."/>
<!-- Panier complet -->
<h1>Panier complet</h1>
<meta name="description" content="Découvrez notre panier complet et choisissez les produits et la quantité souhaitée pour profiter d'une sélection généreuse de produits locaux."/>
<!-- Mon compte -->
<h1>Mon compte</h1>
<meta name="description" content="Accédez à votre compte Croq&Local pour gérer vos informations personnelles, vos commandes et vos préférences."/>

```

```
<!-- Mon panier -->
<h1>Mon panier</h1>
<meta name="description" content="Consultez votre panier Croq&Local et vérifiez les produits que vous avez sélectionnés avant de passer au paiement."/>
<!-- Paiement -->
<h1>Paiement</h1>
<meta name="description" content="Procédez au paiement de votre commande Croq&Local en toute sécurité et simplicité."/>
<!-- Nos producteurs & nous -->
<h1>Nos producteurs & nous - 100 % local</h1>
<meta name="description" content="Découvrez l'histoire de Croq&Local et rencontrez nos producteurs normands qui contribuent à notre offre de produits frais et locaux."/>
<!-- Nous contacter -->
<h1>Nous contacter</h1>
<meta name="description" content="Contactez l'équipe de Croq&Local pour toute question, suggestion ou demande d'informations supplémentaires."/>
<!-- Recherche dans nos produits -->
<h1>Recherche dans nos produits</h1>
<meta name="description" content="Effectuez une recherche dans notre catalogue de produits locaux par catégorie, producteur ou label pour trouver exactement ce que vous cherchez."/>
<!-- Mentions légales -->
<h1>Mentions légales</h1>
<meta name="description" content="Consultez nos conditions générales de vente (CGV) et notre politique de confidentialité et RGPD pour connaître nos engagements et pratiques."/>
```

Sitemap

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
xmlns: xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
xsi: schemaLocation="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9
http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd">
<!-- Page d'accueil -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>1.0</priority>
</url>
<!-- Nos paniers hebdomadaires - Boutique -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/nos-paniers-hebdomadaires</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<!-- Panier découverte -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/panier-decouverte</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>0.7</priority>
</url>
```

```
<!-- Panier familial -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/panier-familial</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>0.7</priority>
</url>
<!-- Panier complet -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/panier-complet</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>0.7</priority>
</url>
<!-- Mon compte -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/mon-compte</loc>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.5</priority>
</url>
<!-- Mon panier -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/mon-panier</loc>
<changefreq>daily</changefreq>
<priority>0.6</priority>
</url>
```

```
<!-- Panier familial -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/panier-familial</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>0.7</priority>
</url>
<!-- Panier complet -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/panier-complet</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>0.7</priority>
</url>
<!-- Mon compte -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/mon-compte</loc>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.5</priority>
</url>
<!-- Mon panier -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/mon-panier</loc>
<changefreq>daily</changefreq>
<priority>0.6</priority>
</url>
```

```
<!-- Paiement -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/paiement</loc>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.5</priority>
</url>
<!-- Nos producteurs & nous -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/nos-producteurs-et-nous</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>0.8</priority>
</url>
<!-- Nous contacter -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/nous-contacter</loc>
<changefreq>monthly</changefreq>
<priority>0.5</priority>
</url>
<!-- Recherche dans nos produits -->
<url>
<loc>https://www.croqlocal.fr/recherche</loc>
<changefreq>weekly</changefreq>
<priority>0.7</priority>
</url>
```

```
<!-- Mentions légales -->  
<url>  
<loc>https://www.croqlocal.fr/mentions-legales</loc>  
<changefreq>yearly</changefreq>  
<priority>0.4</priority>  
</url>  
</urlset>
```

Netlinking

Le netlinking, également connu sous le nom de link building, est une stratégie visant à obtenir des liens externes vers le site web de Croq&Local, ce qui peut contribuer à améliorer son référencement et sa visibilité en ligne. Voici quelques approches de netlinking que Croq&Local à envisager :

Partenariats avec des producteurs locaux

Établir des partenariats avec des producteurs locaux et des fournisseurs d'aliments bio et durables, qui pourraient être disposés à inclure des liens vers le site de Croq&Local sur leurs propres sites web.

Échanges de liens

Identifier d'autres entreprises ou sites web partageant des valeurs similaires, tels que les restaurants d'Évrecy ou des localités voisines axés sur les aliments locaux ou des initiatives de consommation responsable, et proposer des échanges de liens mutuellement bénéfiques.

Publication de contenu invité

Rédiger des articles de qualité et informatifs sur des sujets liés à l'alimentation locale, la consommation

responsable et les produits bio, et les proposer à des sites web pertinents en tant que contenu invité, accompagnés de liens vers le site de Croq&Local.

Participation à des événements et des partenariats locaux

S'impliquer dans des événements communautaires, des festivals, du marché du mercredi ou d'autres initiatives locales, ce qui pourrait conduire à des mentions et des liens vers le site de Croq&Local.

Utilisation des médias sociaux

Partager régulièrement du contenu de qualité sur les réseaux sociaux, en mettant en valeur les produits locaux, les recettes, les initiatives écoresponsables et en encourageant les partages et les liens vers le site.

Les réseaux sociaux

Veille concurrentielle

Surveiller les actions et les performances des concurrents dans le domaine de l'alimentation locale et écoresponsable.

Objectifs

Faire connaître

Accroître la visibilité de Croq&Local en attirant de nouveaux publics vers les réseaux sociaux.

Faire aimer

Engager la communauté et susciter l'interaction en encourageant les likes, les commentaires et les partages.

Faire agir

Inciter les utilisateurs à passer à l'action en visitant le site, en s'inscrivant aux paniers hebdomadaires, en participant à des événements, etc.

Messages

Mettre en avant les valeurs de Croq&Local telles que l'alimentation locale, le respect de l'environnement, la qualité des produits et le soutien aux producteurs locaux. Partager des recettes, des astuces culinaires, des actualités sur les événements locaux, des témoignages de clients satisfaits, etc.

Moyens

Utiliser les réseaux sociaux Facebook et Instagram pour diffuser les messages de Croq&Local et interagir avec la communauté.

Calendrier éditorial

Exemples de posts sur 2 mois (à partir de septembre) :

Septembre

- Mise en avant des producteurs locaux partenaires avec des portraits et des témoignages.
- Partage de recettes de saison mettant en valeur les produits disponibles dans les paniers hebdomadaires.
- Annonce des événements locaux auxquels Croq&Local participe.

Octobre

- Promotion des initiatives écoresponsables de Croq&Local, telles que le zéro déchet et les emballages durables.
- Concours ou jeu interactif pour encourager la participation de la communauté.
- Publication d'articles ou d'infographies informatives sur les bienfaits de l'alimentation locale et bio.

Mesure du ROI (Return On Investment)

Pour mesurer le ROI des réseaux sociaux Facebook et Instagram, voici quelques indicateurs clés à prendre en compte :

Trafic du site web

Suivre le nombre de visiteurs qui arrivent sur le site web via les liens partagés sur Facebook et Instagram. Cela permettra de mesurer l'impact des réseaux sociaux sur la génération de trafic vers le site.

Engagements

Mesurer le nombre de likes, de commentaires, de partages et de clics sur les publications. Cela donne une idée de l'engagement des utilisateurs avec le contenu et de l'intérêt qu'ils portent à la marque.

Conversions

Suivre les actions des utilisateurs qui se sont engagés avec les publications sur les réseaux sociaux et ont effectué une action souhaitée, comme l'achat d'un produit, la demande d'informations ou l'inscription à une newsletter. Cela permettra à Croq&Local de mesurer le nombre de conversions directement attribuables aux réseaux sociaux.

Fidélisation

Analyser la rétention des clients provenant des réseaux sociaux en suivant leur activité ultérieure, leur fréquence d'achat et leur fidélité à long terme. Cela aidera à évaluer la valeur à long terme des clients acquis par le biais des réseaux sociaux.

Coût par acquisition

Calculer le coût moyen pour acquérir un nouveau client via les réseaux sociaux en divisant le coût total des campagnes publicitaires par le nombre de nouveaux clients obtenus. Cela permettra à l'entreprise de déterminer l'efficacité de son investissement publicitaire sur Facebook et Instagram.

Suivi des codes de réduction

Si Croq&Local propose des codes de réduction spécifiques aux utilisateurs des réseaux sociaux, il sera nécessaire de suivre l'utilisation de ces codes pour mesurer l'impact direct des réseaux sociaux sur les ventes.

Septembre 2023

N°	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
35					1 	2 	3
36	4  	5	6	7 	8 	9 	10
37	11  	12	13	14 	15 	16 	17
38	18  	19	20	21 	22 	23 	24
39	25  	26	27	28 	29 	30 	



Parutions Instagram



Parutions de ménages

Poursuivre vers Instagram



Octobre 2023

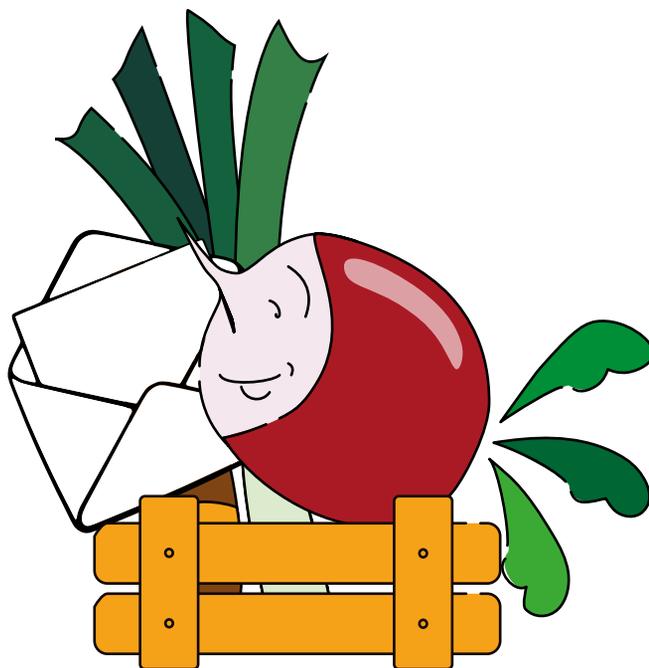
N°	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
39							1
40	2  	3	4	5 	6 	7 	8
41	9  	10	11	12 	13 	14 	15
42	16  	17	18	19 	20 	21 	22
43	23  	24	25	26 	27 	28 	29
44	30  	31					

La newsletter Croquinews

La newsletter Croquinews doit contenir différents sujets en lien avec les préoccupations et centres d'intérêts de ses lecteurs, notamment :

- Des recettes de cuisine mettant en avant des produits locaux, bio et de saison, avec une mise en avant de produits phares du magasin ;
- Des actualités et événements liés à l'épicerie, comme des promotions, des dégustations ou des rencontres avec des producteurs locaux ;
- Des conseils pratiques pour une alimentation saine et équilibrée, comme des astuces pour réduire le gaspillage alimentaire ou des idées de menus pour la semaine ;
- Des articles sur les enjeux environnementaux et les initiatives écoresponsables, en lien avec les valeurs et motivations des différents personæ ;
- Des interviews de producteurs locaux ou de personnalités engagées dans le domaine de l'alimentation durable et de la préservation de l'environnement ;
- Des suggestions d'activités à faire en famille ou entre amis, comme des balades dans la nature ou des ateliers de cuisine ;
- Des témoignages de clients satisfaits, mettant en avant leur expérience d'achat et les produits qu'ils ont découverts grâce à l'épicerie ;
- Des jeux ou des concours, avec des cadeaux à gagner en lien avec l'univers de l'épicerie.

Tous ces sujets sont à présenter de manière ludique et attrayante, en utilisant notamment la mascotte du radis pour créer une identité visuelle forte et reconnaissable.



Design et ergonomie

Le design épuré et l'ergonomie soignée du site de Croq&Local offrent une expérience utilisateur agréable et intuitive, favorisant ainsi la découverte et l'achat de produits locaux de qualité, et contribuant ainsi au développement de l'économie locale et au soutien des producteurs régionaux.

- Le site doit présenter un design épuré et moderne, en parfaite harmonie avec les valeurs de l'épicerie Croq&Local.
- La navigation doit être claire et intuitive, avec un menu principal et des sous-menus permettant d'accéder facilement aux différentes sections du site.
- Le site doit être responsive et s'adapte de manière optimale à tous les types d'appareils (ordinateurs, tablettes, smartphones).
- Il est intégré à la plateforme WordPress et utilise des extensions pour faciliter la gestion et la navigation du client.
- Une attention particulière doit être portée à l'optimisation du temps de chargement, assurant ainsi une expérience utilisateur rapide et fluide. La planche de tendances

Le site de Croq&Local se distinguera par son design épuré et moderne, une navigation claire et intuitive, une adaptabilité à tous les appareils, une intégration efficace à WordPress, et une optimisation du temps de chargement, offrant ainsi une expérience utilisateur optimale.

MoodBoard

Après une veille graphique auprès de la concurrence et des tendances du moment, les idées qui viennent de prime abord pour définir l'identité graphique de Croq&Local tournent autour de ces axes :

- Les produits locaux et fermiers : Utiliser des images inspirantes de fruits, légumes, produits frais et de la ferme pour représenter l'aspect local et authentique de Croq&Local.
- La nature et le paysage : Intégrer des éléments visuels de la nature, tels que des paysages verdoyants, des champs, des arbres, pour évoquer la connexion à la terre et à l'environnement.
- Le minimalisme et la simplicité : Opter pour des designs épurés et minimalistes, mettant l'accent sur l'essentiel. Utilisez des typographies claires, des lignes épurées et des espaces vides pour une esthétique moderne et équilibrée.
- Les couleurs naturelles et vives : Utiliser une palette de couleurs inspirée de la nature, avec des tons terreux, des verts frais, des rouges chaleureux pour refléter la diversité des produits et évoquer l'appétit.
- Les illustrations personnalisées : Créer des illustrations originales représentant des légumes, des fruits, des producteurs locaux ou des paniers pour apporter une touche artistique et authentique à l'identité visuelle de Croq&Local.



Responsable
Proximité
Sourcé
Plaisir
Terroir

Charte graphique

Logo & déclinaisons

Le nouveau logo de Croq&Local conserve l'idée de l'ancien logo tout en apportant des modifications significatives.



Au centre du logo se trouve maintenant un radis, qui remplace l'esperluette « & ». Cette modification vise à mettre en évidence l'importance des produits au cœur de l'entreprise.

Le radis est représenté de manière stylisée, rappelant les lithographies anciennes. Cela ajoute une touche d'authenticité et évoque le lien étroit avec les produits locaux et naturels proposés par Croq&Local.

La typographie choisie, avec son aspect « graminée », a été modifiée pour créer un effet de miroir entre les mots « Croq » et « Local. » Cela renforce l'idée de localité et de proximité de l'épicerie en mettant en valeur les deux mots clés de l'entreprise.

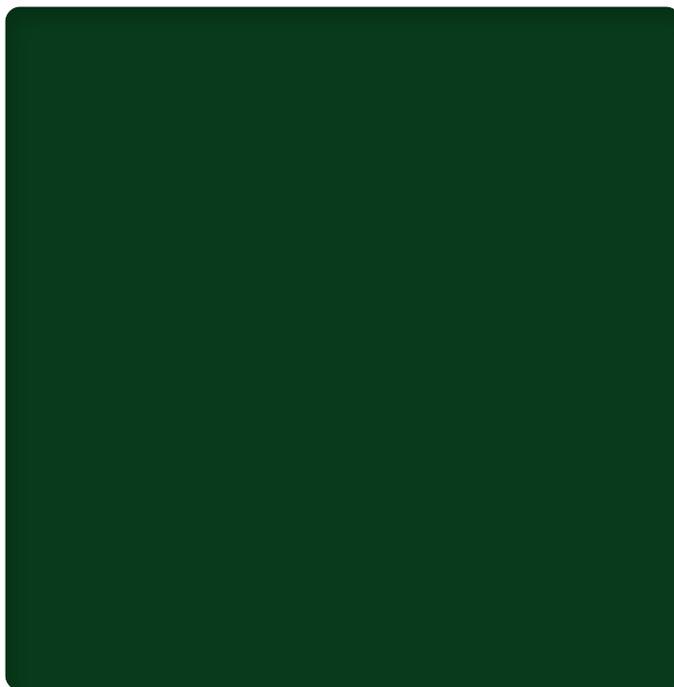
L'ensemble du logo reflète l'engagement de Croq&Local envers les produits locaux, frais et de qualité. Il capture l'authenticité, la tradition et la proximité avec une esthétique visuelle attrayante et distinctive.

Les zones de protection sont indiquées sur la figure ci-contre.



Les couleurs

La charte graphique de Croq&Local utilise une palette de couleurs soigneusement sélectionnées pour représenter l'essence de l'entreprise.



Couleur principale

Fane de radis

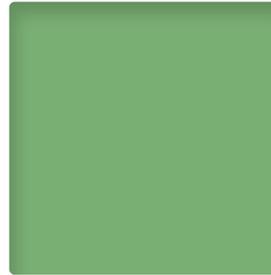
Hexa	#093E0E		
RGB	9	62	14
CMJN	85	0	78 76

Ces couleurs ont été choisies pour représenter l'identité de Croq&Local, en évoquant la fraîcheur des produits locaux, la nature et l'authenticité. Elles se combinent harmonieusement pour donner vie à la charte graphique de l'entreprise et créer une expérience visuelle cohérente.

Couleurs secondaires

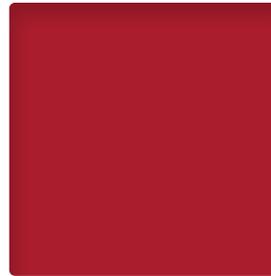
Jeune pousse

Hexa #81AF6A
RGB 129 175 106
CMJN 26 0 39 31



Tête de radis

Hexa #AA1A24
RGB 170 26 36
CMJN 0 85 79 33



Terre normande

Hexa #6A4818
RGB 106 75 24
CMJN 0 32 77 58



Ardoise

Hexa #0E0E0E
RGB 14 14 14
CMJN 0 0 0 94



Éléments graphiques

La charte graphique de Croq&Local comprend différents éléments visuels qui véhiculent les valeurs et l'identité de l'entreprise :



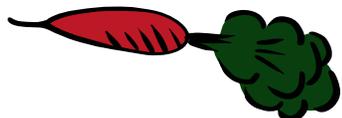
Logo

Le logo de Croq&Local est le point central de la charte graphique. Il représente un radis placé au cœur du mot « Croq » et du mot « Local », symbolisant ainsi l'importance des produits locaux dans l'entreprise.



Tampon de l'entreprise

Ce tampon reprend le logo de Croq&Local et l'intègre dans un paysage normand pittoresque. Le paysage comprend un verger de pommiers à gauche, des champs à droite et une chaumière au milieu. Un chemin bordé d'une clôture sépare le verger des champs. Quelques oiseaux sont présents dans le ciel. L'ensemble est encadré par un cercle, créant un effet d'effacement sur les bords.

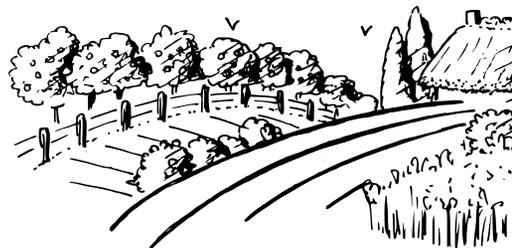


Déclinaison du radis

Le radis du logo peut être utilisé de manière déclinée, c'est-à-dire qu'il peut être présenté dans différentes couleurs ou en version monochrome, selon les besoins de la communication visuelle.

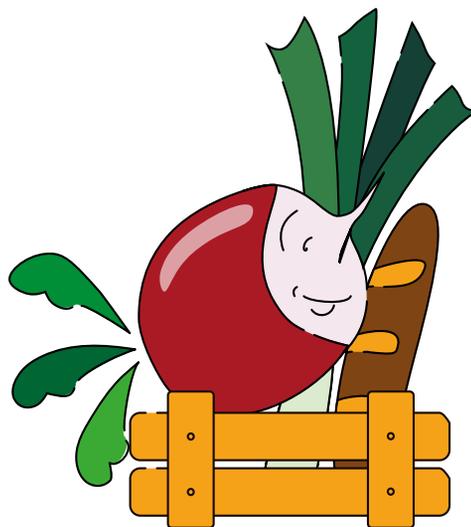
Paysage du tampon

Le paysage normand du tampon peut également être utilisé en tant qu'élément graphique distinct, pour représenter l'authenticité, la nature et la proximité des producteurs locaux.



Croquinou

La mascotte de Croq&Local, est un radis personnifié dans un style BD ligne claire. Installé dans son cageot avec un poireau et une baguette de pain. Croquinou arbore un sourire joyeux et des yeux pétillants, reflétant l'enthousiasme de l'équipe de Croq&Local et l'accueil chaleureux réservé à ses clients. Il symbolise également l'esprit de partage et de convivialité qui caractérise l'entreprise.



Ces éléments graphiques permettent de véhiculer les valeurs de Croq&Local, à savoir l'importance des produits locaux, l'attachement à la région normande et la volonté de proposer une expérience authentique et de qualité. Ils contribuent à créer une identité visuelle reconnaissable et cohérente pour l'entreprise.

Les typographies

Dans la charte graphique de Croq&Local, nous utilisons trois typographies qui reflètent l'essence de notre entreprise.

Bernhard Std Condensed

AÀBCDEÉÈFGHIÏJKLMNOÔPQRS

UÛVWXYZ

aàbcdeéèfghiïjklmnoôpqrs

uùüvwxyz

1234567890,,:!?./\$%\$€&

Le logo

La première est Bernhard Std Condensed, utilisée pour le logo, qui évoque l'authenticité et la tradition grâce à son aspect légèrement « graminé. »

Elle est spécifiquement réservée à son utilisation dans le logo de Croq&Local. Elle ne peut être utilisée que pour la mettre en parallèle avec le logo afin de préserver son impact et sa reconnaissance.

Ubuntu Condensed

AÀBCDEÉÈFGHIÏJKLMNOÔPQRS

UÛVWXYZ

aàbcdeéèfghiïjklmnoôpqrs

uùüvwxyz

1234567890,,:!?./\$%\$€&

Les titres

La deuxième typographie, Ubuntu Condensed, choisie pour les titres, incarne des valeurs d'ouverture et de diversité. Originnaire du monde libre, Ubuntu signifie « humanité » dans un dialecte sud-africain, symbolisant l'engagement envers les relations humaines et le partage de Croq&Local.

Roboto

Regular

AÀBCDEÉÈFGHIÏJKLMNOÔPQRS

UÙVWXYZ

aàbcdeéèfghïijklmnoôpqrs

tuùvwxyz

1234567890,;!?./§%\$€&

Italic

AÀBCDEÉÈFGHIÏJKLMNOÔPQRS

TUÙVWXYZ

aàbcdeéèfghïijklmnoôpqrs

tuùvwxyz

1234567890,;!?./§%\$€&

Bold

AÀBCDEÉÈFGHIÏJKLMNOÔPQRS

TUÙVWXYZ

aàbcdeéèfghïijklmnoôpqrs

tuùvwxyz

1234567890,;!?./§%\$€&

Le corps

Enfin, pour le corps de texte, nous utilisons la typographie Roboto. Reconnue pour sa lisibilité et son accessibilité, elle renforce la volonté de rendre le contenu clair et facilement compréhensible pour tous.

Les typographies Ubuntu Condensed et Roboto peuvent être utilisées sur l'ensemble des supports, quelle que soit leur taille. Il est cependant important de respecter une différence notable de taille entre les titres et les corps de texte, afin de maintenir une hiérarchie visuelle claire et une lisibilité optimale. Cette variation de point entre les typographies contribue à une présentation visuelle équilibrée et professionnelle.

En combinant ces typographies, nous créons une harmonie visuelle qui représente l'authenticité, la diversité et l'accessibilité de Croq&Local.

Mauvaises pratiques

Afin de maintenir l'intégrité de la charte graphique de Croq&Local, il est important de se conformer à certaines bonnes pratiques pour l'utilisation du logo. Voici quelques mauvaises pratiques à éviter :



Utilisation sur un fond sans contraste

S'assurer que le logo est clairement visible et contrasté par rapport à son arrière-plan. Éviter les fonds qui diminuent la lisibilité ou l'impact visuel du logo.



Utilisation de couleurs non conformes

Utiliser uniquement les couleurs spécifiées dans la charte graphique de Croq&Local. Éviter d'appliquer d'autres couleurs au logo qui pourraient altérer sa cohérence visuelle.



Déformation ou non-respect de l'homothétie

Ne pas déformer pas le logo en modifiant sa proportion ou ses dimensions. S'assurer de maintenir l'équilibre visuel et l'harmonie des éléments du logo.



Imitation de la typo du logo

Ne pas utiliser la typographie du logo pour imiter le logo. La typographie du logo est spécifique et doit être réservée à son utilisation dans le logo lui-même.

En respectant ces consignes, Croq&Local contribuera à préserver son identité visuelle et à garantir une cohérence graphique dans toutes les applications du logo.

Bonnes pratiques

Pour une utilisation correcte du logo de Croq&Local, il est nécessaire de suivre les bonnes pratiques suivantes :

Utilisation du logo en noir ou en couleur sur une image claire

Placer le logo sur une image claire qui offre un contraste suffisant pour assurer sa lisibilité. Veiller à ce que le logo ressorte clairement sans se confondre avec l'arrière-plan.



Utilisation du logo en noir ou en couleur sur un fond clair

Lorsque le logo est utilisé sur un fond uni, choisir une couleur qui offre un bon contraste avec le fond clair. S'assurer que le logo reste clairement visible et reconnaissable.



Utilisation du logo en blanc sur un fond foncé

S'il est besoin d'utiliser le logo sur un fond foncé, prendre la version en blanc pour assurer une meilleure visibilité. Veiller à ce que le logo se démarque nettement sur le fond foncé pour éviter toute confusion visuelle.



Il est important de respecter ces bonnes pratiques pour garantir une utilisation cohérente et efficace du logo de Croq&Local dans différentes situations. Cela contribuera à maintenir la visibilité et la reconnaissance de la marque.

Exemples de mise en situations

Croq&Local a utilisé différents mockups pour mettre en valeur son logo dans diverses situations et démontrer son application dans la réalité.



Partie de la vitrine du magasin

Le logo est intégré avec soin dans la vitrine du magasin, attirant l'attention des passants et invitant à découvrir les produits locaux de qualité proposés à l'intérieur.

Tampon avec le logo

Croq&Local utilise un tampon personnalisé arborant le logo pour apposer sa marque sur divers documents officiels et emballages, renforçant ainsi son identité visuelle.



Sur un tricycle Piaggio électrique

Le logo est fièrement affiché sur un tricycle électrique, symbolisant l'engagement de Croq&Local en faveur de la mobilité durable et de la livraison écologique de produits frais.



Tote-bags publicitaires

Les tote-bags sont un support idéal pour promouvoir Croq&Local. Le logo y est imprimé, permettant aux clients de transporter leurs achats tout en affichant fièrement leur engagement envers les produits locaux.



Logo gravé sur du bois

L'aspect authentique et naturel de Croq&Local est mis en avant avec un logo gravé avec précision sur du bois, évoquant le lien étroit avec les producteurs locaux et les ingrédients de qualité.

Cageot de pommes

Le logo est apposé sur un cageot de pommes, illustrant visuellement l'origine locale des produits et la volonté de soutenir les producteurs de la région.



T-shirt pour les employés

Les employés de Croq&Local portent des t-shirts arborant fièrement le logo, véhiculant ainsi une image d'appartenance à une entreprise engagée dans la promotion des produits locaux.



Dessin à la craie sur une ardoise

Un dessin à la craie sur une ardoise présente le logo de manière artistique, rappelant l'authenticité et la convivialité des produits de Croq&Local.

Ces exemples démontrent l'adaptabilité du logo de Croq&Local dans divers contextes, mettant en avant l'engagement de l'entreprise.

Le site croqlocal.fr

Les images du site

Les images utilisées pour le site de Croq&Local illustrent la philosophie de l'entreprise, qui est de proposer des produits frais et locaux, tout en soutenant les producteurs de la région. Les images sont claires, lumineuses et attrayantes, et elles donnent envie de découvrir les produits de Croq&Local.

Page d'accueil



Page boutique



Page Newsletters



Page Contact



Les images du site illustrent également l'engagement de Croq&Local en faveur du développement durable. Les produits proposés par Croq&Local sont tous issus d'une agriculture raisonnée ou biologique. Croq&Local s'approvisionne également auprès de producteurs locaux, ce qui permet de réduire l'impact environnemental du transport des produits.

Maquettes dynamiques du site

Le site mobile

Voici la maquette du site mobile de CroqLocal.fr. Conçue pour offrir une expérience utilisateur fluide et agréable sur les smartphones, cette maquette permet d'avoir un aperçu de certaines fonctionnalités du site.

En plus de la page d'accueil, le menu burger développe un menu mobile, une page produit générique et la page d'inscription à la newsletter ont été modélisés.

Avec son design simple et avenant, ses fonctionnalités intuitives et sa facilité de navigation, le site rendra une expérience d'achat encore plus pratique et accessible



Page d'accueil



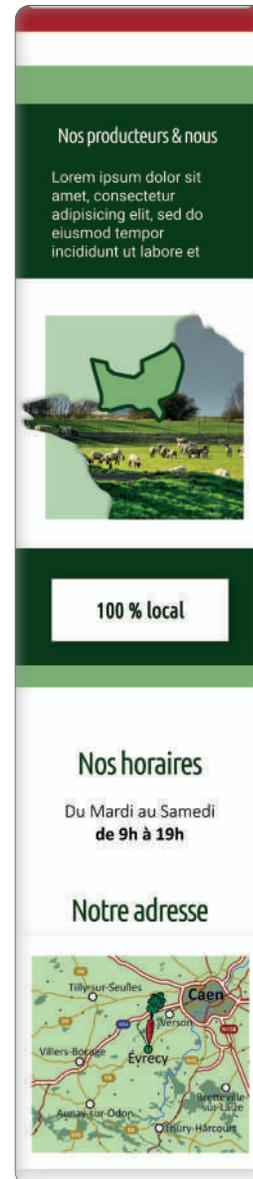
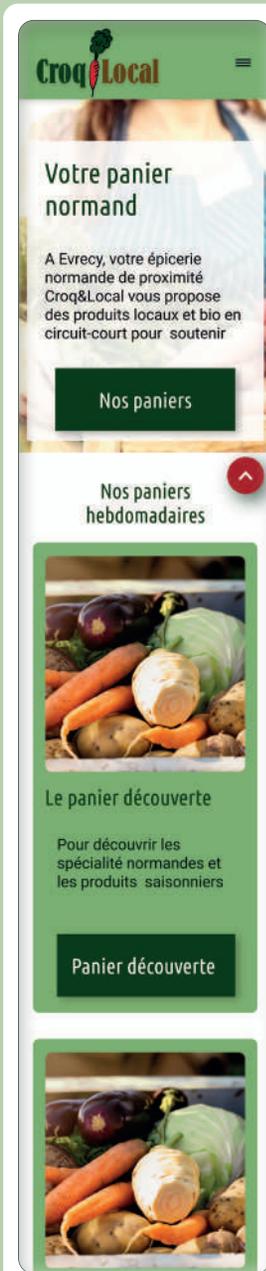
Menu mobile



Page inscription



Page produit



La page d'accueil

Présentation de la page d'accueil mobile.

Toutes les informations sont disposées de manières claires et dans un style qui simplifie l'expérience utilisateur.



Une page produit

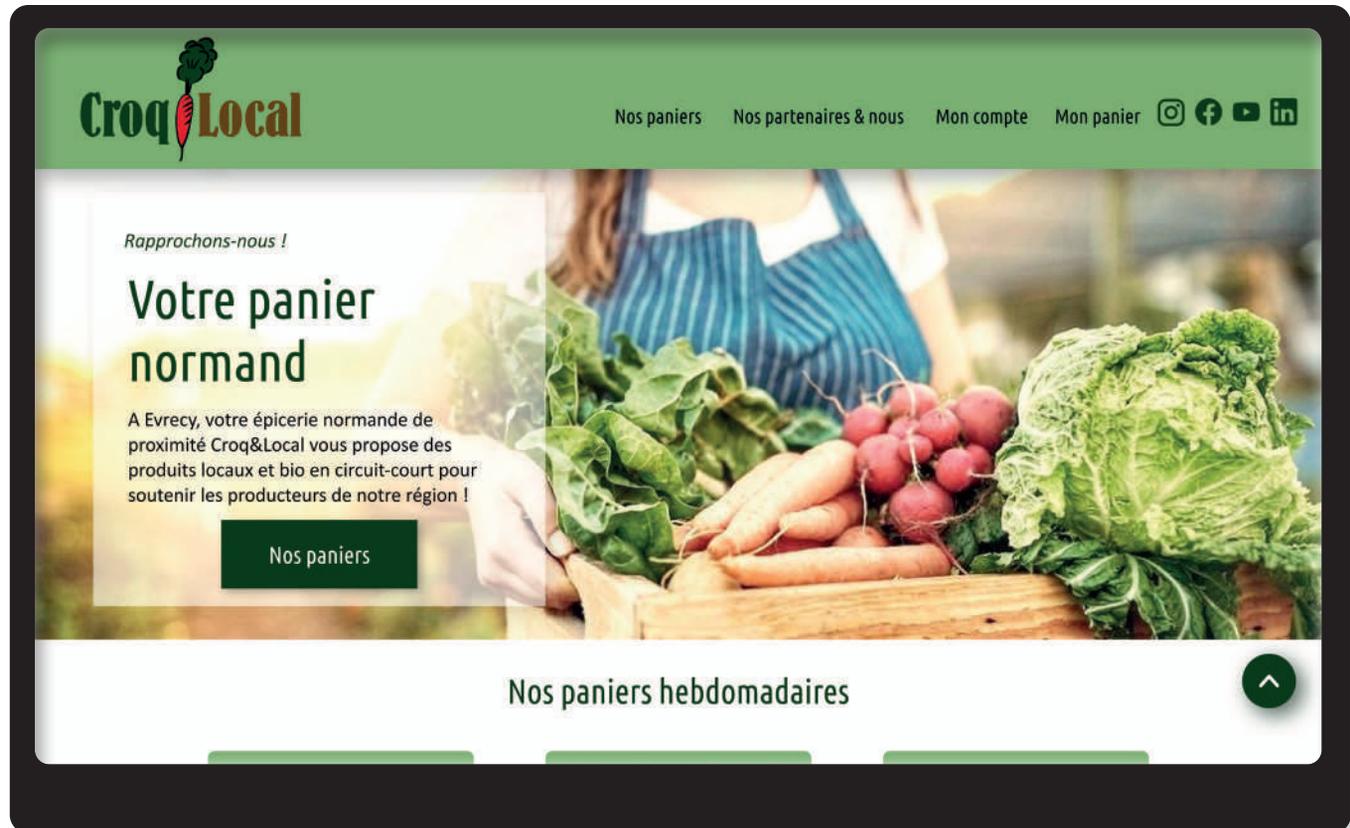
Toujours dans le même style, les pages produits laissent la place à l'information pour rendre l'expérience utilisateur la plus aisée possible.

Le site Desktop

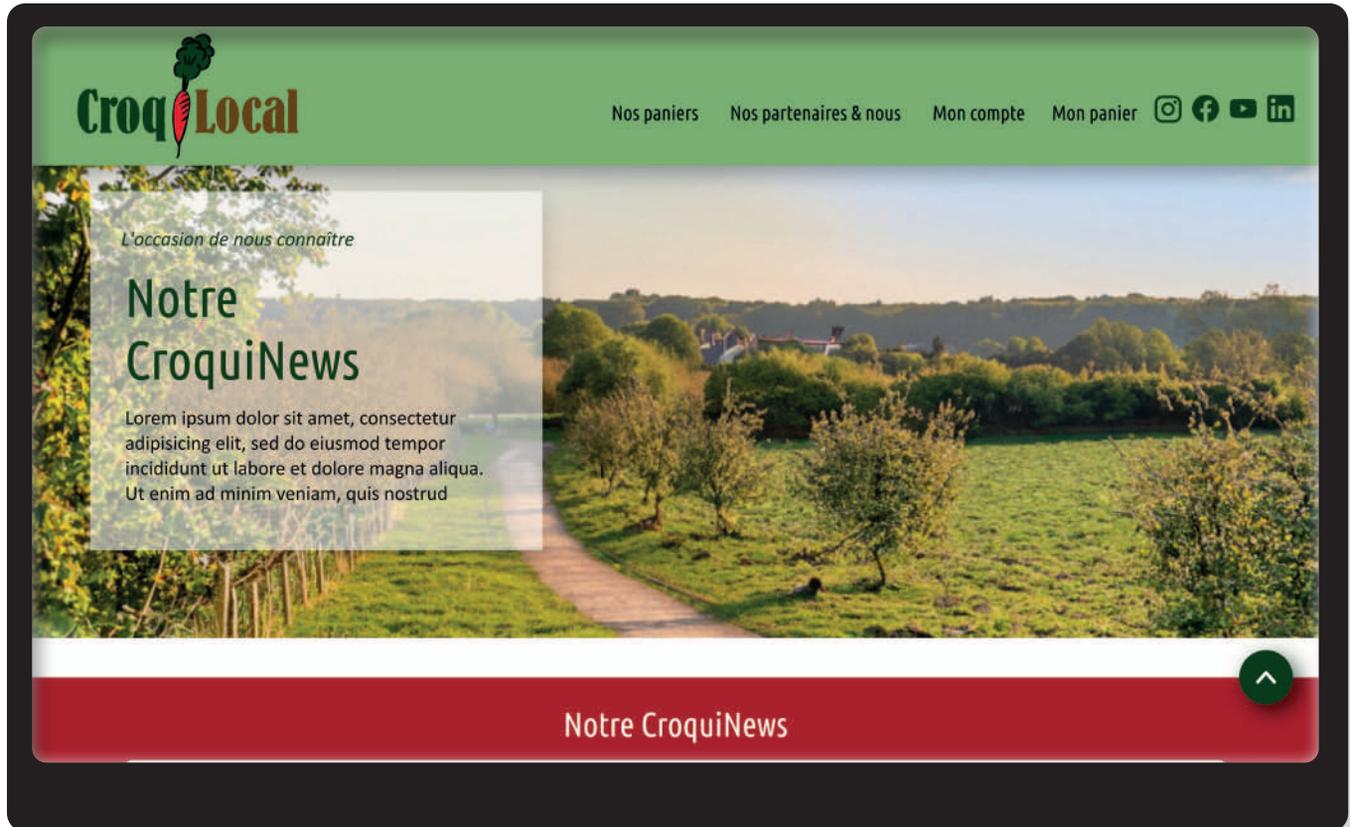
Voici la maquette du site desktop de CroqLocal.fr ! Elle a été spécialement conçue pour offrir une expérience utilisateur fluide et agréable sur les ordinateurs, permettant à l'utilisateur d'explorer facilement toutes les fonctionnalités du site.

En plus de sa page d'accueil conviviale, celui-ci pourra accéder au menu complet, découvrir une page produit générique et s'inscrire à notre newsletter.

Son design épuré et attrayant, ses fonctionnalités intuitives et sa navigation aisée amélioreront considérablement cette expérience d'achat en ligne, en la rendant plus pratique et accessible que jamais.

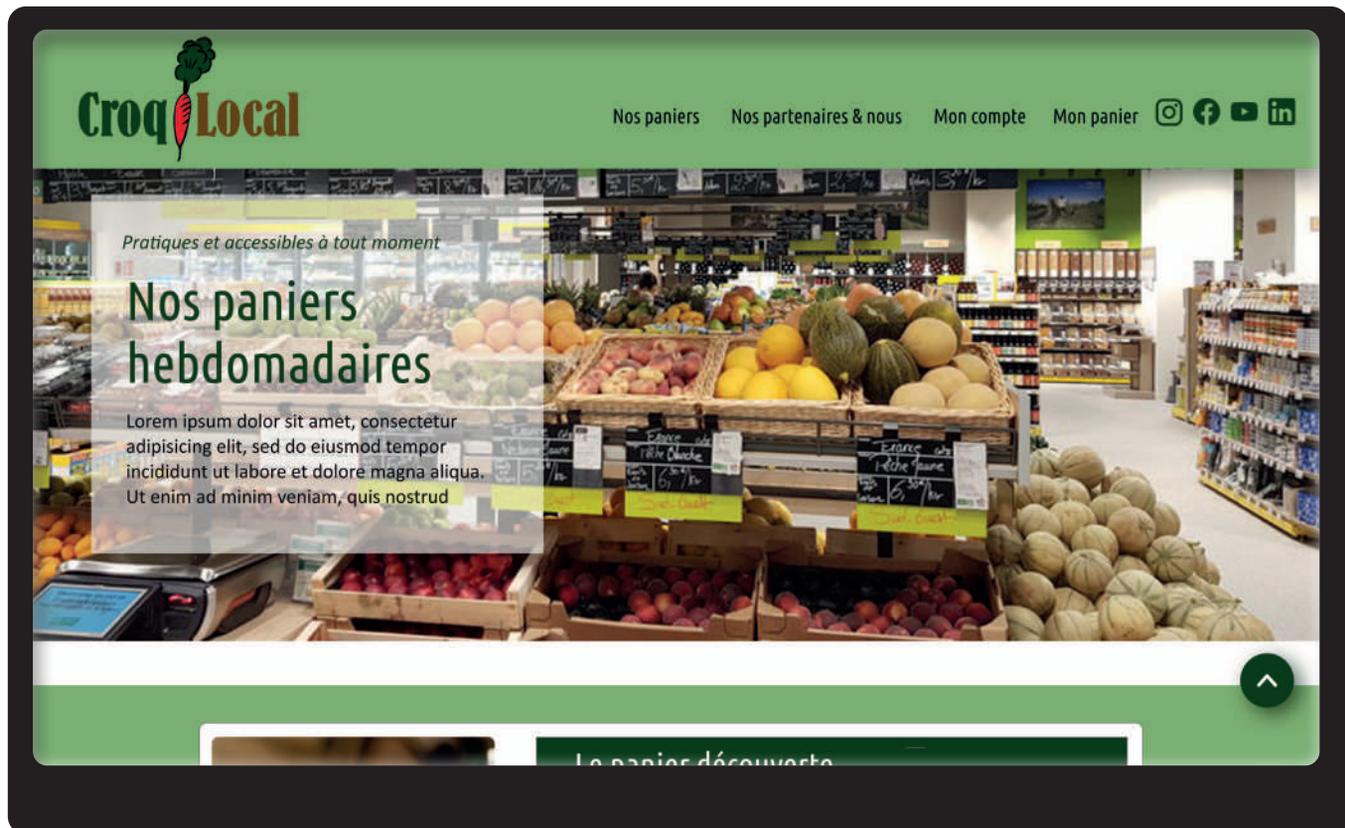


La page d'accueil

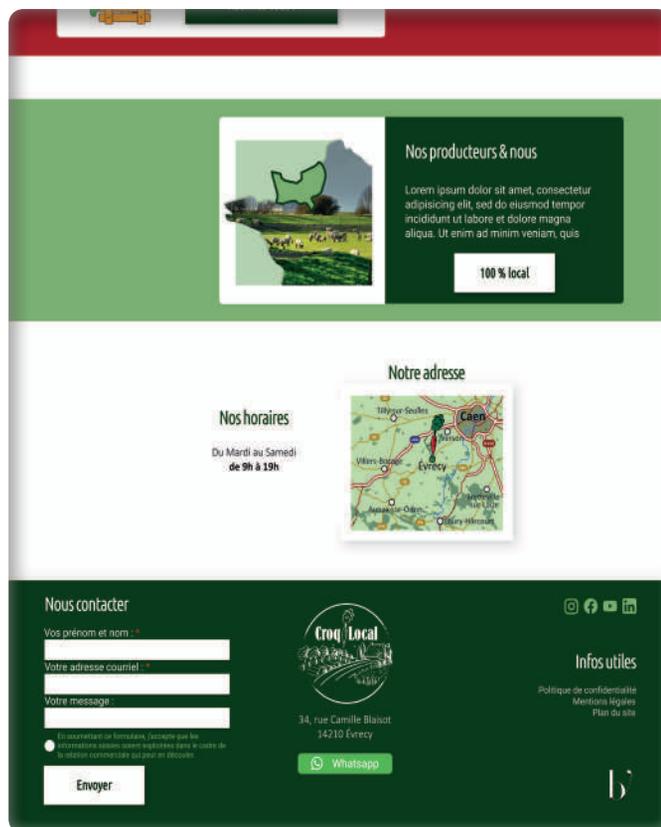
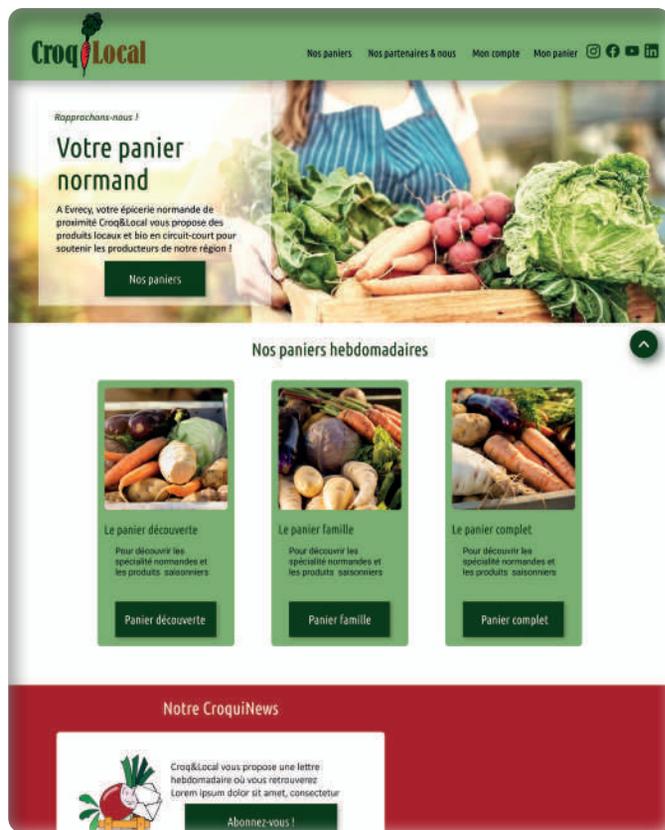


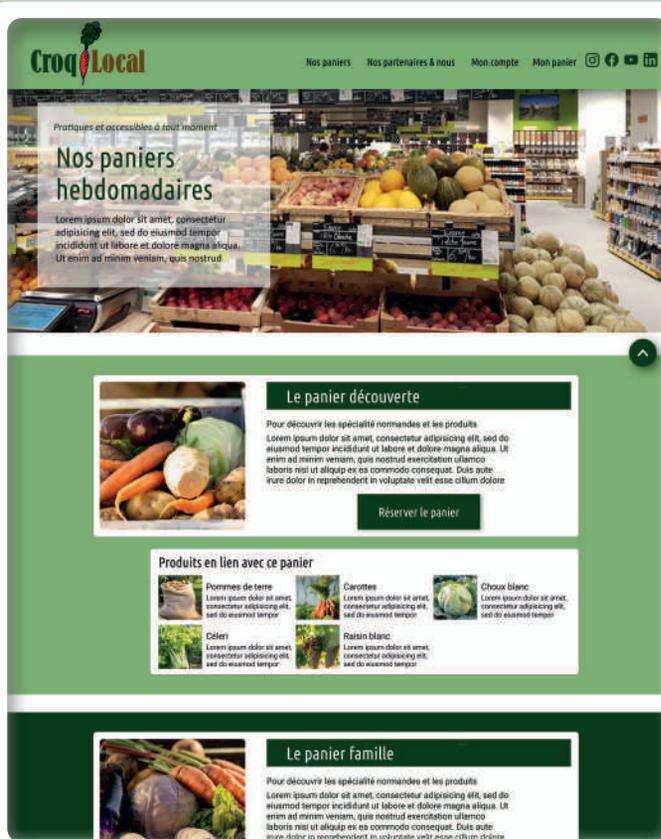
La page d'adhésion à la Newsletter

La page boutique

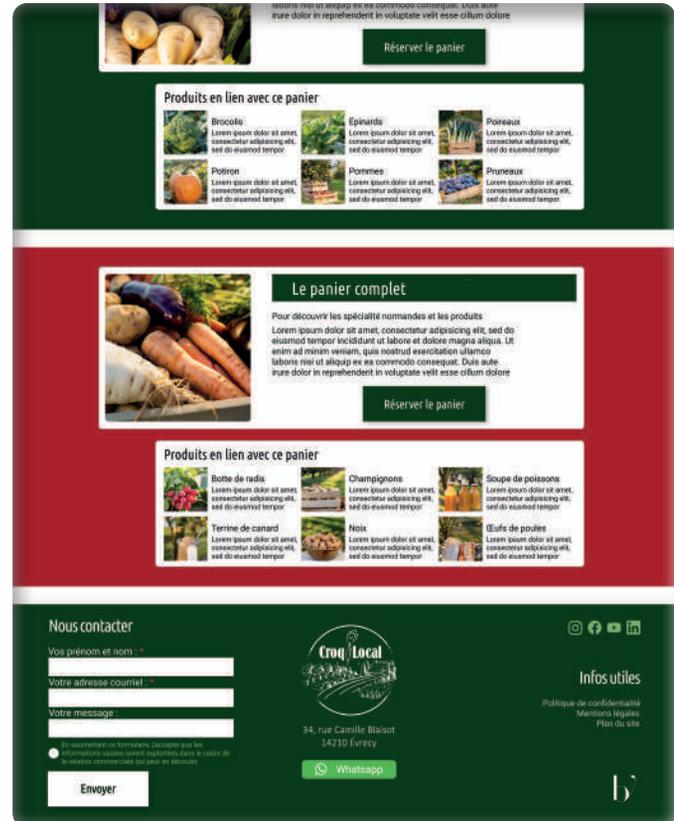


La page d'accueil

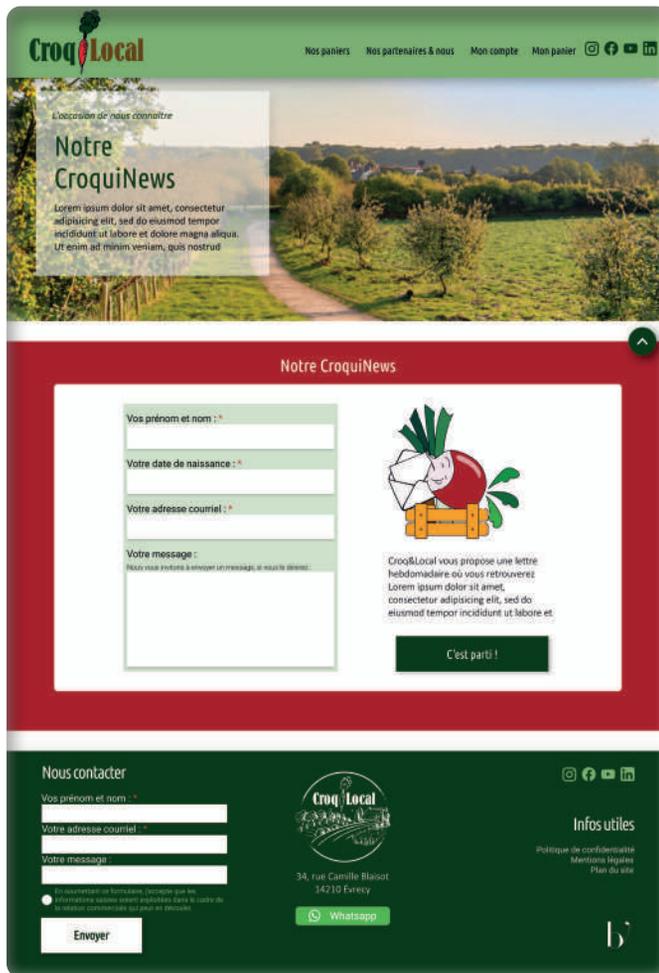




La page boutique



La page d'adhésion à la Newsletter





Intégration sur WordPress

L'intégration du site dans WordPress s'est déroulée en suivant différentes étapes méthodiques.

Tout d'abord, l'application XAMPP a été installée pour créer un environnement local, puis une base de données avec MySQL et phpMyAdmin ont été créées. Ensuite, il a été procédé à l'installation de WordPress, d'abord en local pour les tests, puis sur le serveur du client. Le thème Twenty Twenty-One comme base pour le design du site.

Pour enrichir les fonctionnalités du site, plusieurs extensions essentielles ont été installées :

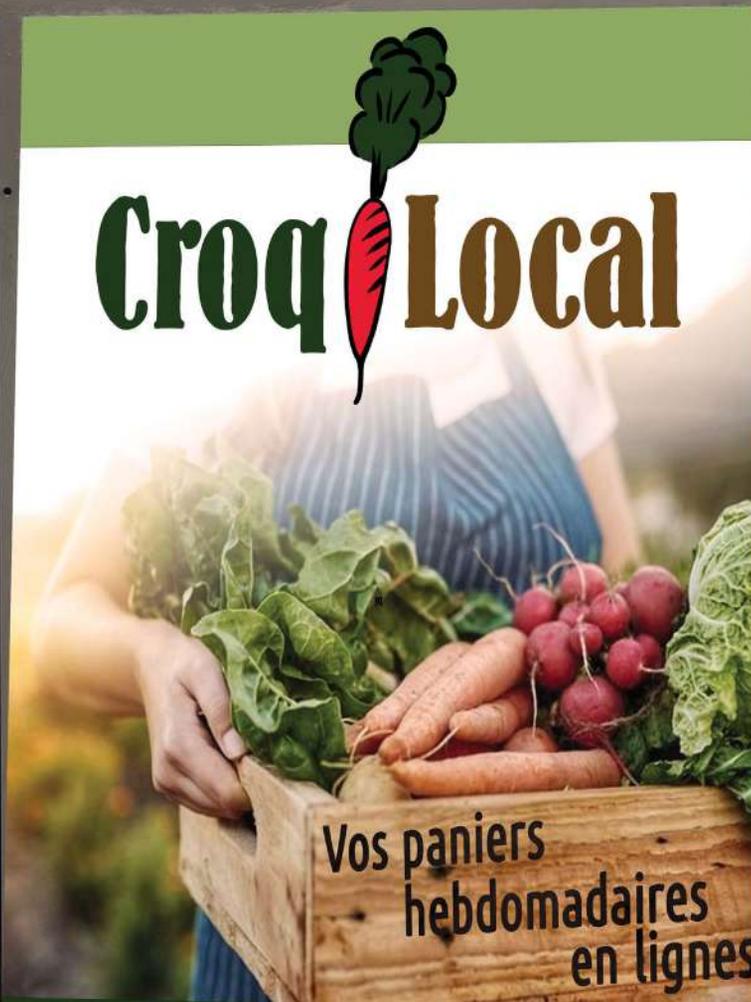
- Le Child Theme Wizard pour personnaliser le thème principal sans risquer de perdre les modifications lors des mises à jour ;
- L'éditeur Gutenberg a été installé pour faciliter la création de contenus riches et attractifs.
- Contact Form 7, pour mettre en place un formulaire de contact fonctionnel.
- Enable Media Replace pour permettre un remplacement facile des médias du site et pour optimiser les images et réduire leur poids, EWWW Image Optimizer.
- L'extension WooCommerce pour la création d'une boutique en ligne. Chaque produit a été enregistré en spécifiant à quel panier il appartenait et les options de paiement en ligne ont été configurées.
- Pour améliorer le référencement naturel du site, Yoast SEO a été installé pour remplir les titres et les meta titles de chaque page.
- Les Conditions Générales de Vente (CGV) et les mentions légales ont été intégrées grâce à l'extension Complianz, garantissant ainsi la conformité légale du site.

Les pages ont été optimisées pour une expérience mobile fluide et intuitive. Tout au long du processus, des tests et des ajustements ont été effectués en utilisant des connaissances de confiance pour s'assurer que tout fonctionnait correctement.

Enfin, la publication du site sur l'hébergeur OVH a été faite en utilisant le plugin Duplicator pour faciliter le transfert du site vers le serveur du client. Cette intégration rigoureuse et complète a permis de mettre en place un site WordPress fonctionnel, esthétiquement agréable, avec des fonctionnalités optimales et une expérience utilisateur améliorée. Voir le site <https://croqlocal.fr/>



Croq Local



Vos paniers
hebdomadaires
en lignes



Commandez sur
www.croqlocal.fr



Croq&local · 34, rue Camille Blaisot 14210 Évrecy

PIT
BULL
energy
drink

Vidéo & animation



Animation et vidéo – Fatalitas

« Fatalitas » est une vidéo allégorique sur la vie, où un radis symbolise le cycle de la naissance, de la récolte, de la préparation et de la mort, avec des éléments visuels et sonores troublants qui renforcent l'atmosphère sinistre. Le film explore de manière artistique et sombre les différentes étapes de la vie d'un radis, captivant le spectateur et lui laissant une impression mémorable et déroutante.

Script

0. Titre

[0'02"] 0.1 Apparition du titre : Le mot « Fatalitas » apparaît en fondu, en rouge sur fond noir, dans la typographie du logo.

[0'04"] 0.2 Apparition du radis : Le “i” se transforme en morphing pour devenir un radis, reprenant ainsi le logo de Croq&local. En arrière-plan, des chants d'oiseaux se font entendre doucement.

[0'07"] 0.3 Morphing du radis : Le titre laisse place au radis, dont les fanes commencent à pousser. Le fond se transforme en un plan large sur un paysage normand lors d'un lever de soleil flamboyant. Quelques oiseaux passent au loin. La musique du « Chant du cygne » de Schubert commence doucement.

1. Plénitude – Jeunesse

[0'15"] 1.1 Naissance du radis : Un gros plan sur la terre révèle une pousse de radis qui pousse rapidement. Lorsque le violoncelle se fait entendre, les chants d'oiseaux en fond sonore continuent.

[0'31"] 1.2,1 Récolte : Gros plan sur une ligne de radis, où une main en mouvement récolte les radis. Les chants d'oiseaux diminuent progressivement tandis que la musique continue.

[0'40"] 1.2.2 Mise en bottes : Un gros plan sur la mise en bottes des radis, mettant en évidence la présence de l'homme.

[0'42"] 1.2.3 Mise en cageots : Des bras superposent des cageots remplis de bottes de radis. La musique commence à se distordre, créant une impression de malaise.

[0'45"] 1.2.4 Lavage des bottes en cageots : Un homme arrose une colonne de cageots remplis de radis. La musique est complètement déformée.

[0'47"] 1.2.5 Mise en camion : Un autre homme conduit un chariot qui range des colonnes de cageots remplis de radis dans un semi-remorque.

[0'49"] 1.3 Transport : Une contre-plongée montre un camion roulant vers la droite sur une route coupant à travers champs dans un paysage normand. La musique est complètement désarticulée. Un fondu rapide vers le noir éteint la musique et laisse place à des bruits provenant d'une boutique.

2. Attente – Chez l'épicier (sans musique)

[0'55"] 2.1 À l'étal : Un jeune garçon tient un panier et choisit des radis sur l'étal de l'épicier, les plaçant ensuite dans son panier. En arrière-plan, on entend des rires.

[1'04"] 2.2 À la caisse : Le panier rempli de légumes est posé sur le comptoir. Deux personnes se passent les légumes pour les faire passer en caisse. On entend le bip de la caisse.

[1'05"] 2.3 Vers la maison : Un travelling de droite à gauche montre le client tenant son panier et passant devant un cimetière à la lueur du soleil couchant. On entend les bruits de pas sur le gravier. Un fondu vers un plan fixe montre le garçon s'enfonçant dans le cimetière, qui se remplit de brume vers la gauche. L'ombre du marcheur est longue.

[1'11"] L'image devient plus sombre et bleue. On entend les bruits de pas dans le gravier et, au loin, le passage de voitures.

3. Tension – La nuit, l'heure du crime

[1'17"] 3.1 La lune : La lune apparaît en fondu sur fond noir, obstruée par des nuages. Le son d'une cloche grave et ténébreuse retentit au loin. La musique « Mmm Chicken » de Thomas Bergersen monte progres-

sivement avec un rythme angoissant.

[1'29"] 3.2.1 Sortie du panier : Dans la cuisine, en contre-plongée, la main du garçon sort les légumes du panier sur une paillasse. Il dépose la botte dans une passoire au fond de l'évier. Au premier plan, un grand couteau est posé. La colorimétrie est terne et les couleurs sont passées pour renforcer un sentiment de malaise. La musique est de plus en plus présente avec des sons stridents.

[1'41"] 3.2.2 Douche de la botte : La botte est lavée dans la passoire, les sons sont exagérés pour créer un effet dramatique. La musique fait penser à un roulement de tonnerre.

[1'47"] 3.2.3 Aiguisage du couteau : En plan rapproché, on voit les mains d'une femme aiguisant le couteau avec de grands gestes. Le bruit du métal est accentué pour le rendre menaçant.

[1'55"] 3.2.4 Arasage : Dans le même plan, la botte est étalée sur une planche de découpe et la jeune femme arase les fanes d'un geste puissant et bref, les évacuant énergiquement dans l'évier avec son couteau. Les bruits sont encore puissants.

[2'01"] 3.2.5 Nettoyage des têtes : Toujours dans le même plan, avec un couteau plus petit, la jeune femme nettoie les têtes des radis dans un bruit strident et terrifiant. On entend les battements d'un cœur qui apparaît en fondu.

4. La Chute – La mort

Un fondu noir éteint la musique. On n'entend plus que les battements sourds du cœur.

[2'15"] 4.1 Plan poitrine sur une petite fille : Une petite fille avec un regard gourmand observe un ramequin rempli de radis. Elle en prend un et ouvre la bouche. Les battements du cœur s'arrêtent brusquement. L'écran devient noir tandis qu'un bruit de croquement résonne.

5. Générique de fin sur fond noir

[2'21"] 5.1 Pendant que le générique défile avec les remerciements, une animation montre le radis du logo se faire trancher en deux dans un mouvement sec, éclaboussant l'espace avec un bruit de couteau tranchant. La musique de fond est extraite de la « Danse macabre » de Camille Saint-Saëns.

[2'29"] 5.2 Les crédits s'affichent avec le logo de BVD.

Et fin [2'31"].

Storyboard

TITRE : FATALITAS - Naissance

NOM : Bertrand Vaillant

PAGE : 1/3

DATE : 04/07/2023

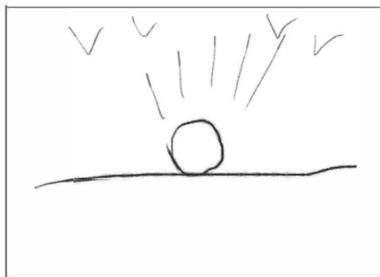
Titre



Sur fond noir en silence

Puis le chant des oiseaux

Lever du soleil



Apparition du paysage en fondu

Le soleil se lève les oiseaux passent

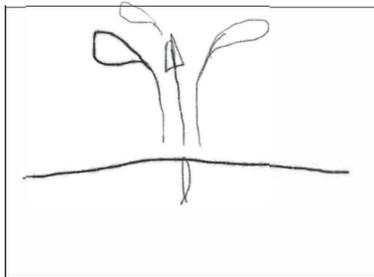
Morphing du titre



Morphing du "i" sur le radis

fondu sur la musique douce

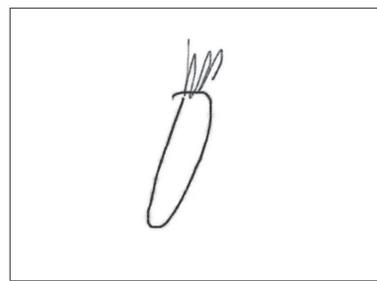
Apparition de la jeune pousse



Gros plan sur la pousse du radis

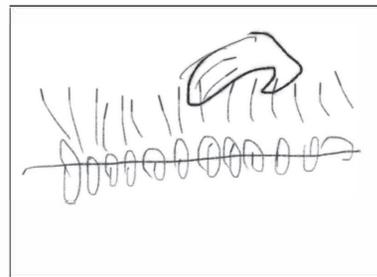
La musique est toujours aussi vibrante et pleine d'espoir

Apparition du radis logo



Disparition des lettres et poussée
des fanes. la musique s'impose

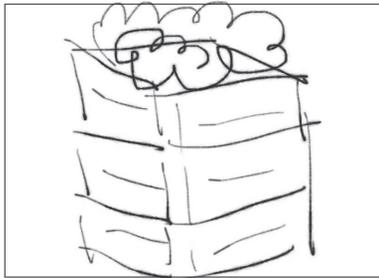
Récolte des radis



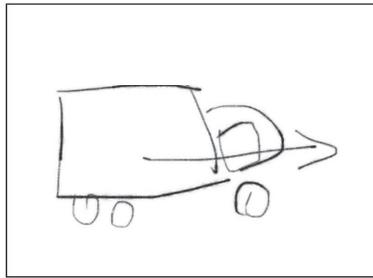
Récolte du radis

TITRE : FATALITAS - Transport
NOM : Bertrand Vaillant

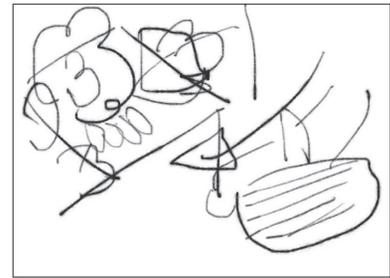
PAGE : 2/3
DATE : 04/07/2023



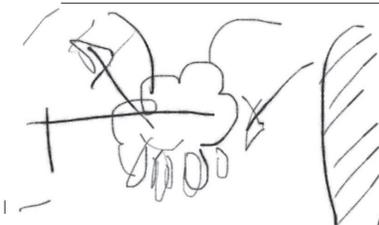
Mise en cageots, nettoyage
La musique comment à s'inquiéter



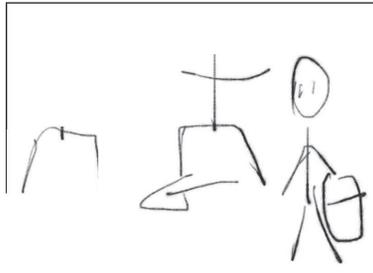
Déplacement du camion dans la
campagne. La musique se fausse.



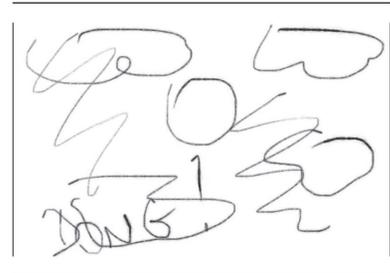
Chez l'épicier, sur l'étal, le client
se sert. l'image est dérangeante



Passage en caisse, seuls les bruits
du magasin s'entendent un crispant



Le client rentre chez lui, à travers
le cimetière, on n'entend que ses pas



Vue de la lune embrumée, sur un
ciel noir, le son de la cloche
La musique devient angoissante

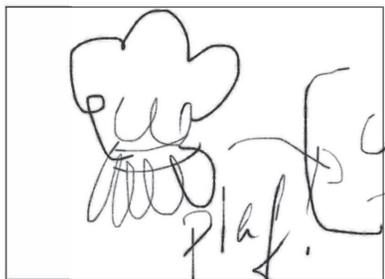
TITRE : FATALITAS - A la maison

NOM : Bertrand Vaillant

PAGE : 3/3

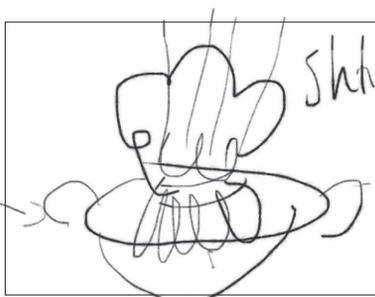
DATE : 04/07/2023

Dépos de la botte

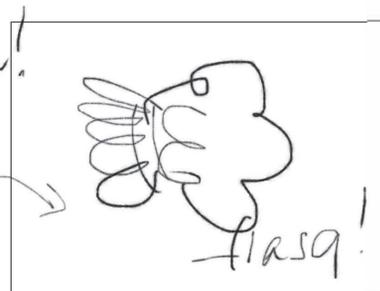


Dépose de la botte dans l'évier

Douche



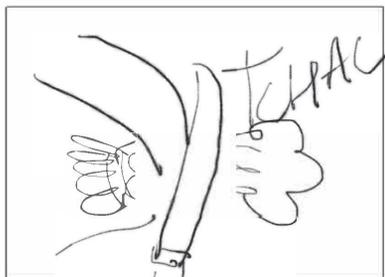
Passage à la douche de la botte



La botte est jetée sur la paille

On n'entend les sons exagérés et brutaux de la cuisine sous un fond musical franchement angoissant, la colorimé-

Préparation des radis



Un grand couteau tranche les fanes

Épluchage du radis



une main épluche le radis

Fin du radis



un enfant innocent et gourmand

trie est accentuée pour donner un sentiment de malaise, puis s'arrête net:

croque le radis, dans le silence!

Vidéo



Voici le lien vers la vidéo:

<https://www.youtube.com/watch?v=EecHonLrsE8>

Nous tenons à exprimer notre sincère gratitude à toutes les personnes qui ont pris le temps de lire ce projet professionnel. Votre intérêt et votre attention sont grandement appréciés.

Nous espérons sincèrement que cette présentation vous a été instructive et vous a permis de découvrir de nouvelles informations et perspectives.

Outre la possibilité de mettre en œuvre ce que j'ai appris lors de cette année de reconversion professionnelle en tant Concepteur Designer UI, j'ai pu apprécier de travailler pour Croq&Local, cette entreprise, dont la philosophie et la politique commerciale centrée sur l'humain et son environnement immédiat. J'en remercie chaudement Richard et son épouse Lydie Bonnet.

Je remercie particulièrement mes proches, Élodie, mon épouse et mes enfants de m'avoir permis de finaliser ce projet en toute quiétude.

Votre soutien sont essentiels pour nous, et nous vous remercions chaleureusement d'avoir accordé votre attention à notre projet. Si vous avez des questions ou des commentaires, nous vous invitons à nous les faire parvenir. Merci encore pour votre intérêt et votre confiance.

