

STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR L'ASSOCIATION SANG PROTECTION

agence
CLASH!

GAUTRAIS Clara
PILET Lou
RAYNAUD Hugues
SAINT-ANDRÉ Apolline



Master 1 Information-Communication
Année universitaire 2022-2023

SOMMAIRE

PRÉSENTATION	3
Présentation de l'agence CLASH	3
Présentation du client : Sang Protection	3
Le projet	4
ANALYSE	4
Les cibles de l'association	4
Cibles et actions de l'association	4
Cibles et actions de la communication de l'association.....	5
Les personae.....	5
Audit de la communication numérique.....	8
Les réseaux sociaux	8
Audit de l'E-réputation.....	8
Audit de la charte graphique	9
Logo.....	9
Visuels des réseaux sociaux	9
Visuels prints.....	11
Veille concurrentielle du secteur	11
Local.....	11
National	12
SWOT	13
PRÉCONISATIONS	14
Création du site web	14
Sémantique du site internet	14
Aspect technique	16
Aspect juridique.....	17
Aspect budgétaire.....	17
La ligne éditoriale	18
Amélioration de la charte graphique	19
Couleurs et formes.....	19
Éléments graphiques.....	20
Typographie.....	20
Le logo.....	20
Charte graphique et préconisations appliquées au site web.....	22
Templates Réseaux sociaux numériques.....	24
Format 1 : «On vous donne la parole»	24
Format 2 : «Les troubles et maladies liés aux règles».....	25
ANNEXES	26

Ce projet est un projet universitaire et par conséquent sera transmis à nos enseignants. Afin de leur transmettre des informations spécifiques, utiles dans le cadre pédagogique, vous trouverez à certains endroits, des remarques leur étant destinées. Celles-ci seront reconnaissables par l'encadré noir autour du texte.

PRÉSENTATION

Présentation de l'agence CLASH

Créée en 2023, l'agence CLASH est une agence de communication toulousaine, composée de quatre membres. Formé·e·s au Master Information-Communication à l'Université de Toulouse Capitole, Clara Gautrais, Lou Pilet, Apolline Saint-André et Hugo Raynaud ont déjà de nombreux projets accomplis ensemble. Sensible aux causes sociétales, l'équipe de CLASH choisit ses projets avec minutie.

Les points forts de nos membres fondateurs :

- Clara : Développement / Graphisme / Veille
- Lou : Référencement / Arborescence / Maintenance du site
- Apolline : Graphisme / UX design / Visuel du site
- Hugues : Stratégie social media / Recherche documentaire / Budget et juridique

Dans ce présent cahier des charges, l'agence CLASH se distinguera par le pronom "nous".

Notre organisation pour ce projet : Groupe Messenger pour la communication interne / un fichier Google Drive pour les documents de travail / un GANTT prévisionnel (en Annexe) pour la temporalité.

Présentation du client : Sang Protection

Sang Protection est une association de loi 1901 basée à Hérouville-Saint-Clair, dans le Calvados (14), en Normandie (France). L'association a commencé en 2019 sous le statut de collectif puis en 2020 sous le titre d'association.

Depuis juin 2021, Sang Protection possède une double labellisation ONU Femme France et Génération Égalité Voices. En octobre 2021, les membres de l'association se sont rendus à l'EYE (European Youth Event) au Parlement Européen. Cet événement est une rencontre de jeunes européens de 16 à 30 ans afin qu'ils se réunissent et échangent autour de leurs idées sur l'avenir de l'Europe. Les échanges entre les associations se manifestent par des ateliers, des stands ou encore des tables rondes. Sang Protection y proposait un atelier sous diverses formes (jeu de société, débat, test) sur le sujet de la précarité menstruelle et sur la vulgarisation du tabou des règles, du genre et de la sexualité. Les valeurs de l'association : solidarité, inclusivité, éducation, égalité, bienveillance.

Ces valeurs sont le fruit de notre audit, confirmées et partiellement modifiées par le client lors de notre brief. Nous tenons à préciser que l'association est temporairement inactive du fait que sa présidente soit en étude à l'étranger. De ce fait, l'audit des réseaux sociaux se base sur des contenus publiés lorsque l'association était toujours en activité.

Le projet

En ayant proposé ce projet à Sang Protection, l'agence CLASH s'engage dans un projet sociétal en faveur d'une égalité de droit, celui de disposer du matériel nécessaire à la bonne santé des personnes menstruées durant leurs règles.

Ce projet est celui de l'élaboration d'une stratégie de communication numérique. Pour cela, nous mettons en place dans ce cahier des charges, une préconisation de création de site internet institutionnel. Les objectifs de ce derniers sont :

- Créer un support d'identification professionnel et officiel de l'association pour les partenaires institutionnels
- Plateforme de contact, recrutement, échange avec les bénévoles
- Créer une relation privilégiée avec la presse

De plus, afin d'élaborer une stratégie numérique complète, nous allons préconiser des modifications de la charte graphique ainsi que de la charte éditoriale des réseaux sociaux de l'association.

Nous n'incluons pas dans le projet la communication print puisque nous souhaitons nous concentrer sur le numérique. En effet, les faibles ressources humaines et budgétaires de l'association ne nous permettent pas d'élaborer une stratégie de communication print. De plus, ce projet a pour but de créer une relation formelle entre l'association et les institutions. Des affiches ou des flyers, par exemple, ne seraient pas les meilleurs supports de communication pour cela, puisque cette relation se base exclusivement sur de la communication digitale. Actuellement l'association ne communique pas à travers des supports prints (excepté une affiche et une boîte à dons lors des collectes de dons). Enfin, les établissements scolaires demandent une certaine discrétion lors des périodes de collectes, une affiche ne semble donc pas préconisée. Par conséquent, nous proposerons dans ce dossier une préconisation de graphique pour la boîte à dons mais n'irons pas plus loin dans cet aspect de la communication.

ANALYSE

Les cibles de l'association

En premier temps, voici les cibles des actions de l'association. Nous verrons les cibles de la communication dans un second temps.

Cibles et actions de l'association

- Jeunes adolescent.e.s en précarité : distribution de protections
- Adolescent.e.s : sensibilisation à la précarité menstruelle (par les ateliers au lycée), motivation à s'engager (don de protections + bénévolat)

- **Grand public** : sensibilisation (par la communication sur les réseaux sociaux) + motivation à s'engager (bénévolat)
- **Associations partenaires** : redistribution à des associations plus importantes des protections que Sang Protection a collecté
- **Lycées** : créer un partenariat + sensibilisation et éducation sur le sujet

Cibles et actions de la communication de l'association

- **Futurs bénévoles** : recrutement
- **Potentielles structures partenaires** (lycées) : les sensibiliser et les convaincre de faire une action avec l'association pour ensuite créer des partenariats durables
- **Structures déjà partenaires** (lycées) : les convaincre de refaire des actions (conserver le lien et le renforcer)
- **Personnes en précarité** : communication en partenariat avec les associations distributrices
- **Grand public** : sensibilisation sur la précarité menstruelle (notamment par la communication sur les réseaux sociaux) + motivation à s'engager + dons financiers exceptionnels dans le cadre des actions de l'association
- **Médias** : augmenter la visibilité de l'association en la légitimant auprès des Pouvoirs Publics

Les personae



Biographie

Elle vit avec sa mère, son père et ses frères, un grand à la fac et un petit au collège. Sa mère est agent immobilier et son père ingénieur. Elle a eu ses règles à 13 ans, elle utilise des serviettes et tampons jetables. Sa mère l'a accompagné basiquement dans la découverte de ses règles cependant le sujet reste assez tabou dans la famille. Sa mère lui achète ses protections lors des courses familiales.

Lisa Duprès
Femme (régulée)
16 ans
Célibataire
Sans enfant
Lycéenne en Seconde au lycée
Paul Cornu
Lisieux (14)

Centres d'intérêt :

- Vidéos Tik Tok
- Sortir avec ses amis
- La mode
- Jane Austen

Personnalité :

- Sociable
- Solidaire
- Intéressée par l'écologie
- Dynamique
- En recherche de sens

Supports et moyens de communication qu'elle utilise :

- Ordinateur portable pour le lycée et regarder Netflix
- Smartphone pour communiquer avec ses amis sur Snapchat et Instagram ainsi que poster ses vidéos sur Tik Tok. De plus, elle l'utilise pour naviguer sur internet et accéder à son espace ENT
- TV : télé (télé réalité) et TPMP

L'association

Atelier de sensibilisation dans son lycée. Quelles sont ses motivations à donner des protections ainsi qu'à s'intéresser en profondeur au sujet de la précarité menstruelle et ainsi peut-être bénévole.

Motivations :

- Envie d'en apprendre plus sur cet aspect de son corps
- S'intéresse aux discriminations, notamment de genre
- Étant une personne réglée, elle compatit plus facilement
- Freins :
- Tabou entretenu au sein de sa famille et au sein du lycée : le regard des autres
- Ne sait jamais engagée dans une association, ne sait pas comment devenir bénévole



Biographie

Ancien professeur d'histoire au lycée, il est à la tête du lycée Dumont D'Urville ayant des classes de bac général et technologique. Il est épanoui dans son travail et dans sa famille. Le sujet des règles n'est pas un sujet qui le préoccupe particulièrement mais est ouverte d'esprit.

Jean-Pierre Bouchard
Homme (non réglé)
53 ans
Marié, 2 garçons (10 et 15 ans)
CSP+, ancien professeur d'histoire
devenu proviseur au lycée Dumont
D'urville à Caen (14) depuis 10 ans
Blainville (14)

Centres d'intérêt :

- Se promener dans la nature et sur la plage
- L'histoire
- Famille et enfants

Personnalité :

- Investit dans son travail avec les jeunes
- N'aime pas le conflit ou tensions
- Dynamique, actuel, moderne, se tient au courant

Supports et moyens de communication qu'il utilise :

- Utilise son ordinateur fixe du travail pour les tâches professionnelles, son ordinateur portable pour les actions personnelles ainsi que son téléphone portable pour naviguer sur les réseaux sociaux et ses mails
- Facebook personnel : publier ses photos de vacances, interagir avec ses amis
- Facebook du lycée : publication des actualités
- LinkedIn personnel : CV et se tenir au courant des actualités de sa profession
- Whatsapp : converser avec ses enfants sur le groupe de la famille "Bouchard Family <3 "
- Presse locale-nationale : Côté Caen, Le Monde, Les Echos, Mediapart
- TV : France 2
- Radio : France Culture, France Inter

L'association

Mise en place d'une action de sensibilisation dans son lycée

Motivations :

- Travailler avec les acteurs locaux de sa région
- Sensibiliser les jeunes aux problématiques sociales actuelles
- Sollicitation par l'infirmerie du lycée
- Pas de contraintes financières

Freins :

- Ne se sent pas compétent ou concerné personnellement sur le sujet
- Contraintes logistiques (gestion, organisation et ressources humains)
- Réticences potentielles des parents d'élèves sur ce sujet intime



Biographie

Est séparé de son ex-femme car elle l'a quitté pour un ingénieur. Il est toujours en contact avec elle pour l'organisation avec leur fille mais ne lui parle pas forcément. Vit seul depuis leur séparation et depuis peu avec sa fille à temps plein puisque la mère a déménagé à Nice avec son conjoint. Bruno a donc besoin de trouver une solution pour acheter des protections hygiéniques pour sa fille qui a ses règles depuis peu. De plus, Charlotte (sa fille) n'a pas l'aide de sa mère pour comprendre l'évolution de son corps (puberté).

Bruno Brodec
Homme (non réglé)
45 ans
Divorcé, père célibataire
1 fille de 13 ans (a ses règles depuis quelques mois)
Employé boulangerie à Leclerc
Ifs (14)

Centres d'intérêt :

- Avoir du temps avec sa fille
- Le foot
- Son potager

Personnalité :

- Timide
- Pas confiance en lui
- Ne s'épanouit pas dans son métier
- Ennuyé par la routine
- Sa fille est son rayon de soleil

- Supports et moyens de communication qu'il utilise :
- Ordinateur portable pour regarder Netflix et le côté administratif
- Smartphone pour communiquer avec sa fille
- Facebook : restez en contact avec ses amis de lycée, se renseigner sur l'actualité sportive et générale
- WhatsApp : Discussion avec la mère et groupe de famille avec la mère, le beau-père et la fille.
- TV : L'Equipe (21), BFMTV, Arte, France 2 pour le sport

L'association

Recherche des protections périodiques pour sa fille et du contenu éducatif pour s'instruire et instruire sa fille

Motivations :

- Prendre soin de la santé de sa fille
- L'accès gratuit à des protections
- Pouvoir éduquer sa fille dans des bonnes conditions et lui-même en apprendre plus sur ce sujet

Freins :

- Ne sait quoi et où chercher
- Peur de mal faire
- Le regard des autres par rapport aux distributions gratuites
- Le tabou des règles



Biographie

Renseignée sur le thème des menstruations, sensible aux communications féministes depuis quelques années.

Mathilde Moreau

Femme (régliée)

24 ans

En couple

Sans enfant

Étudiante, deuxième année de Master en droit du travail à l'Université de Caen

Caen (14)

Centres d'intérêt :

- La justice sociale
- Regarder des séries avec son copain
- Soirée à la plage avec ses amis

Personnalité :

- Bienveillante
- Intéressée par le monde et les questions sociales
- Féministe
- Ecologiste

Supports et moyens de communication qu'elle utilise :

- Ordinateur portable pour ses études et loisirs et lire la presse numérique
- Smartphone pour communiquer avec ses amis et se renseigne sur ses thématiques pref (féminisme, écolo, politique) sur Twitter et Insta
- Compte Facebook pour Messenger
- Radio : France Culture en podcast
- Youtube : vulgarisation politique
- TikTok : contenu engagé
- Radio : France Culture, France Inter

L'association

Devenir bénévole

Motivations :

- Impliquée dans la cause
- Sensibiliser par le fait qu'elle est d'une personne menstruée
- Veut s'engager dans une association sociale qui à des actions concrètes localement

Freins :

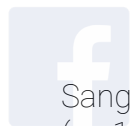
- N'a pas le temps car étudiante en droit
- Investissement personnel important
- Pas de voiture pour se déplacer

Audit de la communication numérique

Les réseaux sociaux



Le compte **Instagram** de Sang Protection comptabilise 277 abonnés et compte 94 publications depuis mai 2019 (au 19/02/2023). Ce RSN est principalement utilisé pour partager des posts explicatifs de sensibilisation sur les règles mais aussi l'actualité de l'association. On note que plusieurs formats ont été développés, chacun disposant de templates particuliers. On retrouve par exemple le format "Autour des règles", des posts dédiés à la présentation des membres de l'association ou encore "Les règles dans le monde". De plus, l'option "Story à la une" est largement utilisée avec là encore plusieurs formats. Des stories sur l'actualité de l'association mais aussi des stories sollicitant la participation des internautes comme des quizz sont alors mises en avant.



Sang Protection est présente sur **Facebook** depuis mai 2019 et comptabilise aujourd'hui 87 abonnés (au 19/02/2023). La page est presque uniquement utilisée pour partager les mêmes contenus que sur Instagram, auxquels s'ajoutent quelques posts publiés sur le vif de l'activité de l'association (lors d'une collecte de protections hygiéniques par exemple). Les posts sont relativement réguliers avec environ 3 par mois jusqu'au 15 octobre 2021.

Audit de l'E-réputation

3 pages internet sont consacrées à Sang Protection : deux sur le site Wweeddo dans le cadre d'un [appel à projet](#) et d'une cagnotte pour le [financement d'un autre projet](#), et l'autre sur Yapla pour une [récolte de dons](#) afin de se déplacer au Parlement Européen pour l'EYE.

Bien que ces pages ne soient pas aujourd'hui utilisées dans le cadre de la communication de l'association, leur contenu pourra être récupéré pour alimenter un futur site internet.

En ce qui concerne le référencement, les RSN de l'association sont les premiers liens lorsque l'on entre les mots clefs "Sang Protection", suivis par la page d'appel à projet de Wweeddo, puis par des articles de presse dédiés. En revanche, lorsque l'on cherche "association précarité menstruelle", l'association n'apparaît sur aucune des 6 premières pages. Cependant, si nous ajoutons le périmètre Caen ou Hérouville-Saint-Clair dans le champ de recherche, l'association apparaît dans un résultat de Ouest-France et de la mairie de Hérouville-Saint-Clair.

Dans cet audit, nous ne mentionnons pas la création d'un documentaire sur les règles dans le monde puisque suite à des problèmes internes, cet outil de communication produit par l'association, n'est pas utilisable en tant que tel. Nous ne prenons donc pas en compte ce documentaire, malgré le fait que nous connaissons son existence. Cette décision a été prise unanimement avec le client.

Audit de la charte graphique

Logo

La charte graphique de l'association est très peu formelle. En effet, même si l'association a un logo, les couleurs et typographies de leurs publications sur les réseaux sociaux, sont très différentes d'une période à une autre.



Premier logo de 2019 à septembre 2021. Il est de forme ronde avec un cerclage rouge, un fond beige avec un bout de la Terre en bleu et vert en haut à droite. Une goutte de sang rouge est présente en bas à gauche. Le nom de l'association figure dans une typographie assez ronde et en majuscule, le logo de la courbe intérieur du cercle. En noir sur fond beige et blanc sur la Terre.



Logo numéro 2 et logo actuel. Même style que le premier mais en plus simple. Toujours de forme ronde avec un cerclage rouge, il représente une Terre un peu plus apparente, on y figure l'Amérique. La goutte de sang est moins importante et le nom est d'une taille moindre aussi. Ce dernier est d'une police toujours très ronde et délicate mais en minuscule et à l'horizontale malgré le fait qu'il suive la courbe du cercle. Le fond du logo est blanc et les traits sont rouges.

Ce logo opère un changement de charte graphique puisqu'il est plus épuré, plus facile à transposer sur différents supports puisqu'il n'a que deux couleurs.

Visuels des réseaux sociaux

Les visuels sur Instagram et sur Facebook sont exactement les mêmes.

Nous procéderons par "phase" puisqu'il n'y a pas à proprement parler de charte graphique respectée.

Phase 1 : le jaune/orange pâle et la typographie manuscrite



Cette période concerne les publications de mai 2019 à mars 2020 et consiste en une dizaine de publications. Les visuels sont là pour appuyer la création de l'association sur les réseaux sociaux et aussi les résultats de l'association comme le nombre de protections récoltés.

Phase 2 : fond rose pâle et typographie manuscrite



Concerne quelques posts pour les premiers témoignages.

Phase 3 : fond rose pâle et typographie manuscrite



Ces visuels concernent 6 publications sur des termes médicaux. Il a été utilisé de mai à juin 2020.

Phase 4 : Orange et jaune



Concerne 3 publications de témoignages. On comprend bien que c'est des témoignages avec le dessin style bulle de BD, le nom et l'âge de la personne interviewée. Ce sont des vidéos audio. Période de mai 2020.

Phase 5 : Fond rouge et blanc, typographie sans sérif et personnages



Concerne 2 publications sur un syndrome et l'histoire des règles dans le temps.

Phase 6 : Fond dégradé pastel jaune et rose, fleurs, photo

Publication de présentation des membres de l'association. Très «girly» avec des plantes, un fond dégradé de jaune et rose et touche de bleu turquoise. Concernent 5 posts.



Phase 7 : Fond uni de différentes couleurs, typographie manuscrite



Concerne 6 publications dans la série [Autour des règles]. Retour de la typographie manuscrite, cercle en pointillé autour du titre et couleurs chaudes.

Phase 8 : Fond uni, couleurs un peu ternes



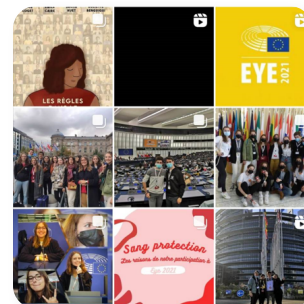
Pour le forum Menstr'solidaire.

Phase 9 : Panel de rose, de cercles



Concerne la fin des visuels du compte Instagram et Facebook. Camaïeu de rose, de rouge et d'orange. Typographie avec sérif, un peu ronde. Les formes rondes sont très présentes.

Phase 10 : Photographies



Concerne les toutes dernières publications de l'association sur l'EYE. Photographie de groupe au Parlement Européen.

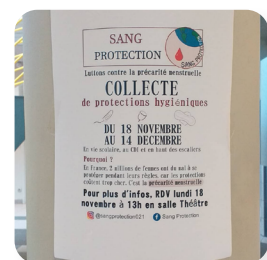
Visuels prints

Ils concernent les boîtes à dons ainsi que l'affiche que l'association appose sur les boîtes.



La boîte à dons : sur les photographies que nous avons pu voir, deux boîtes à dons sont utilisées par l'association. La première est une boîte en bois carré avec une feuille A4 paysage dessinée à la main. Fond blanc et crayon noir avec quelques dessins. La seconde boîte possède un carré transparent laissant voir les protections récoltées, avec des bandes de bois dessinant un cœur de part et d'autre de la boîte carré transparente pour venir se rejoindre au sommet où figure une affiche.

Affiche : format A4 paysage avec un fond blanc, logo et nom en haut ainsi que quelques informations sur la collecte écrite dans une police avec sérif, les trois mêmes dessins que sur le boîte. Ensemble très peu coloré, juste le logo en couleur et la typographie en noir ou rouge foncé.



Veille concurrentielle du secteur

Local

Collectif Sangsationnel - Caen

- Créé en 2019 par deux étudiants de médecine de l'université de Caen. Le collectif s'inscrit à l'Association universitaire de recherche, d'enseignement et d'information pour la promotion de la santé sexuelle (Assureipss)
- Leurs actions : collecte de protections hygiéniques (18 000 en 2022) notamment à l'université de Caen, mise en place de distributeur de protections à la fac, quelques ateliers de sensibilisation sous la forme de discussion, participation au forum Santé sociale et affective du Assureipss
- Relais de communication pour les actions de Assureipss

Lors de notre entretien avec la présidente de Sang Protection, celle-ci nous affirmait qu'à la période de création de l'association, le collectif Sangsationnel, effectuait des actions de sensibilisation médicale sur le sujet des règles. Sang Protection se situait sur un autre angle par de la sensibilisation grand public. Aujourd'hui, au vu de ce que nous avons relevé du Collectif, il semble que leur angle d'action ait changé et se situe sur celui de Sang Protection, même s'il garde l'aspect médical avec l'alliance au Assureipss.

Concernant la communication :

- Un compte Facebook (478 followers) et Instagram (340 followers)
- Une charte graphique bien défini et respecté sur tous les supports de communication avec le rouge et le blanc. Visuel attractif avec des dessins fait mains et des petits personnages en protections hygiéniques (voir annexes)
- Pas de site internet
- De bonnes retombées presses avec des articles de Ouest-France et de Actu.fr
- Tweet de l'association nationale Règle Élémentaire sur Twitter, pour le partenariat entre le collectif et les magasins de vêtements Camaieu en Normandie

Sang Rancune 76 - Rouen

- Association basée à Rouen (Normandie comme Sang Protection)
- Collecte et redistribution des protections hygiéniques (25 000 en 2022), ateliers de sensibilisation

Concernant la communication :

- Facebook (999 abonnés) : témoignages de bénévoles, photographies des ateliers, partage d'actualité sur le sujet
- Charte graphique affirmé sur toutes les publications : rose, rouge, beige et personnages féminins stylisés (voir annexes)

Association M.A.Y - Toulouse

Nous avons analysé cette association, même si elle n'est pas basée en Normandie puisque c'est la première qui apparaît avec les mots clés "association précarité menstruelle" sur les moteurs de recherche Fondée en 2019 par 3 co-fondatrices à Toulouse, l'association compte aujourd'hui 8 bénévoles à travers la France. Elle a été reconnue association d'intérêt général depuis 2020.

- Elle lutte contre la précarité menstruelle chez les jeunes. Vise à faire en sorte que la déscolarisation causée par la précarité menstruelle ne soit plus
- Leurs actions : ateliers de sensibilisation à partir du collège (150 jeunes sensibilisés), collecte et distribution à des jeunes dans le besoin (25 000 protections récoltées), CV périodique : livre numérique contenant les informations à connaître sur chaque type de protections, podcast, course Menstruathlon : courses connectée contre la précarité menstruelle (40 inscrits en 2021).

Concernant la communication :

- Un site internet : www.may-asso.com
- Un compte Facebook (390 abonnés) avec retranscription des ateliers avec photos, post éducatifs sur l'histoire de la Journée des droits des femmes, etc.
- Un compte Insta (932 abonnés pour 300 publications) : les mêmes posts que sur Facebook, décryptage des labels, focus sur des rapports et des analyses, focus sur des femmes inspirantes
- Un compte LinkedIn (83 abonnés) : juste la présentation de l'association
- Un compte Youtube (15 abonnés pour 26 vidéos) : témoignages par vidéos ou audio dans le cadre d'un projet spécifique
- Une newsletter par trimestre
- Une charte graphique qui change avec comme couleur dominante le jaune (voir annexes)

National

Association Règles Élémentaires

- Créée en 2015 basée Paris, avec des antennes régionales sauf en Normandie
- Première association d'envergure nationale de lutte contre la précarité menstruelle et le tabou des règles
- 40 personnes (salariés et bénévoles)
- beaucoup de partenaires financiers (Carrefour, Etam, Fondation BNP Paribas, L'Oréal, Paris, Lyon...), partenaires fabricants (marques de sous-vêtements périodiques), partenaires institutionnels (Lille, Tours, Grand Est, Ministère de l'Égalité, Ministère de l'Écologie...)
- Leurs actions : Collecte et redistribution de protections (15 000 000 depuis 2015), sensibilisation lors d'ateliers et d'événements (10 000 personnes sensibilisées dans les écoles dès le CM1, auprès des personnes bénéficiaires des protections, du grand public), mobiliser via des pétitions

Concernant la communication :

- Site internet www.regleselementaires.com
- Newsletter
- Un compte Facebook (12k d'abonnés) avec un post tous les jours : posts informatifs, appel aux dons, informations sur les événements
- Twitter (2 097 abonnés) avec beaucoup de retweet
- LinkedIn (3 558 abonnés) présentée comme un "organismes civiques et sociaux"
- TikTok (7 083 abonnés - 94.2 j'aime) : vidéos humoristiques et informatives sur des sujets précis
- Instagram (29.2k d'abonnés avec 1 217 publications) : mêmes posts que sur Facebook
- Charte graphique en rose/rouge et blanc, utilisé sur tous les supports de communication (voir annexes)

SWOT

Nous avons analysé cette association, même si elle n'est pas basée en Normandie puisque c'est la première qui apparaît avec les mots clés "association précarité menstruelle" sur les moteurs de recherche. Fondée en 2019 par 3 co-fondatrices à Toulouse, l'association compte aujourd'hui 8 bénévoles à travers la France. Elle a été reconnue association d'intérêt général depuis 2020.

Forces

Faiblesses

Internes

- Association labellisée ONU "Femmes France et Génération Égalité" : reconnaissance institutionnelle comme argument d'autorité
- Localisation en Normandie : lieu moins touché par les autres associations ce qui ouvre le champ d'action
- Déjà une présence sur les réseaux sociaux : nom, charte graphique (logo), publications sur Instagram et Facebook

- Statut associatif et jeune association : difficultés à recruter des bénévoles, moyens financiers bas, organisation interne et mobilisation plus difficile
- Association actuellement en arrêt et incertitude sur les futures actions : pour cause personnelle des membres liée au temps, à la quantité de travail et à l'organisation
- Pas de site internet : manque de crédibilité et de référencement et donc de visibilité sur le web

Externes

- Loi en 2022 : prise en compte de la santé menstruelle en France et accessibilité dans tous les lieux publics de protections menstruelles
- Mouvement social et féministe de sensibilisation sur le sujet des discriminations de genre et de précarité menstruelle : événements, tables rondes, interventions avec les institutions : sujet d'actualité

- Sujet encore tabou et difficile à aborder dans certaines circonstances (à relier avec force externe ci-dessus et avec les actions de l'association)
- Autres associations plus importantes et plus reconnues donc plus de difficultés à prendre sa place : voir le benchmark
- Difficultés liées au statut associatif lors de la crise du Covid-19, aux confinements et aux mesures sanitaires mises en place

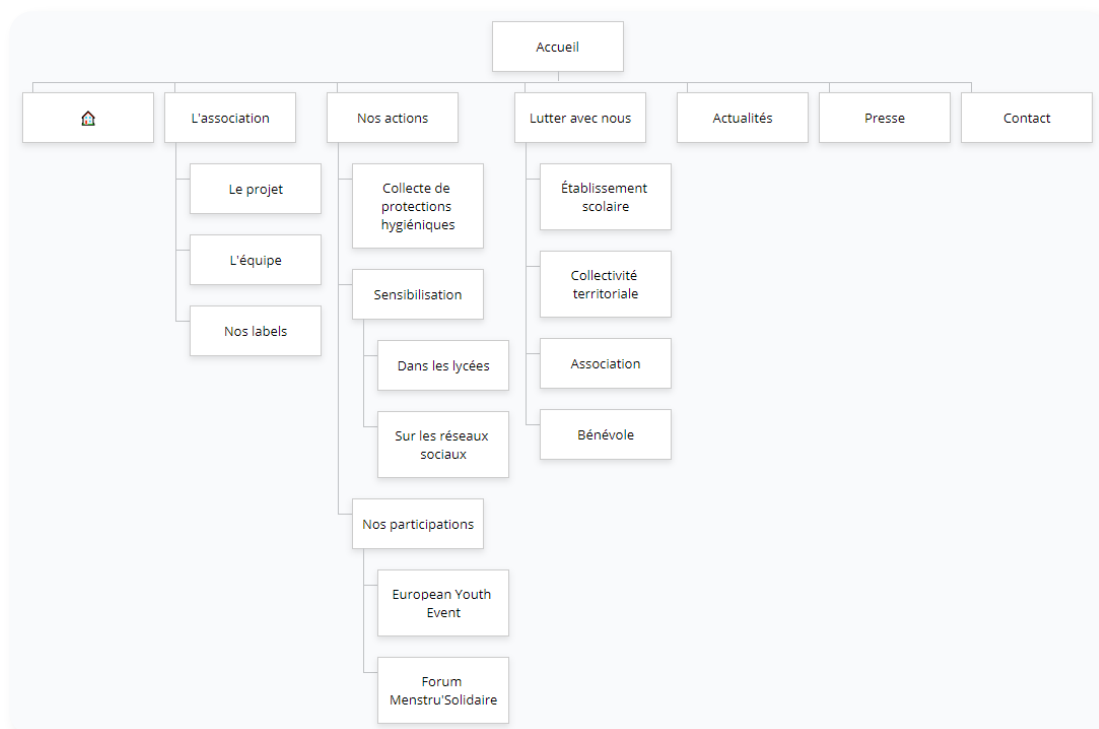
PRÉCONISATIONS

Création du site web

L'objectif : posséder un outil de communication institutionnel afin de légitimer l'association et ses actions. Il servira de vitrine pour montrer les actions déjà effectuées, les retombées, etc.

Les cibles : les structures pouvant accueillir des ateliers de sensibilisation (exemple avec les lycées), les collectivités territoriales, les futurs bénévoles, les médias.

L'arborescence : voici comment nous imaginons l'arborescence du site internet :



Sur le header (haut du site internet) nous imaginons : le menu, le logo de l'association (cliquable vers la page d'accueil), à titre exceptionnel un bandeau pour les dons, les boutons pour l'accessibilité handicap (contraste, taille et changement de police).

Sur le footer (bas de page du site) : menu en mode liste, logo de l'association, boutons cliquables vers les réseaux sociaux, le copyright, la mention "Association de loi 1901 qui lutte contre la précarité menstruelle", nom de l'agence qui a développé le site.

Fonctionnalités :

- Kit de presse pour les médias (composé du logo, de visuel pré fait pour les réseaux sociaux, du communiqué de presse)
- Lien dans la page bénévole, vers HelloAsso pour les inscriptions
- Lien vers HelloAsso pour les dons financiers lors du pop-up et du bandeau sur la page d'accueil.

Sémantique du site internet

Cette étape est primordiale car elle permettra au site internet de l'association d'être bien catégorisé sur les moteurs de recherche. La sémantique des termes est très importante pour le référencement.

Ce dernier est ce qui va permettre au site internet d'apparaître plus facilement dans les résultats des moteurs de recherche (Google, Bing, Opéra, Ecosia...). Il est indispensable à la bonne visibilité du site et donc de l'association.

Le référencement se divise en deux types : le naturel (SEO) et le payant (SEA). Pour ce projet, nous allons nous concentrer exclusivement sur le naturel, c'est-à-dire gratuit, puisque Sang Protection n'a pas les ressources budgétaires et humaines pour effectuer un référencement payant.

Afin de faire ressortir le site internet, nous préconisons d'insérer dans le contenu ce type de termes :

Sémantique des valeurs

Inclusivité
Bienveillance
Lutte contre les discriminations
Précarité menstruelle
Education
Sensibilisation
France
Normandie
Association étudiante

Sémantique de recherche

Association précarité menstruelle

- Association précarité menstruelle normandie
- Association lutte règles
- Association collecte protections hygiéniques

Distribution protections hygiéniques

- Protections hygiéniques gratuites
- Protections hygiéniques don

La sémantique des valeurs est les termes à utiliser pour faire ressortir des textes les éléments importants autour des valeurs du projet de l'association.

La sémantique de recherche est le type de recherche que pourraient réaliser les personnes pour trouver le site internet, si elles ne connaissent pas le nom de l'association.

En plus du vocabulaire à utiliser, certaines règles de rédaction sur le web sont à respecter.

Voici un récapitulatif :

- **Écrire de la manière la plus claire possible.** Des tournures de phrases courtes et simples qui accrochent l'utilisateur dans sa lecture.
- **Le moins de répétitions possible.** Les répétitions de phrases ou de mots ne sont pas agréables à la lecture et défavorisent un bon référencement.
- **Le verbe "être" est à proscrire.** Plus les textes sont élaborés, tout en étant compréhensible, mieux cela est.
- **La titraile.** Il est nécessaire d'avoir un ordre de titres sur une page ou un article web. Les titres permettent une hiérarchisation de l'information et un bien meilleur référencement. On commence avec H1, titre de la page ou de l'article, puis plus on descend en ordre, plus le titre devient petit (H2, H3, H4...)
- **Attention à la ponctuation.** Ne pas oublier les règles de ponctuation française comme les espaces insécables pour ":", "!", "?" par exemple.
- **Accentuer certaines informations importantes.** Gras, taille de police plus importante ou changement de police, accentuer les informations permet une lecture plus fluide et un meilleur référencement. Attention à bien choisir les mots en gras.
- **L'utilisation des liens hypertextes.** Les liens URL sont très fortement préconisés entre les différentes pages du site et vers des sites extérieurs. Cependant, il vaut mieux avoir plus de liens internes qu'externes.
- **Les illustrations.** Insérer des images (photographies, cartes, infographies...) afin de laisser respirer la page. Attention à bien nommer les fichiers de ces illustrations et d'inscrire une légende et un texte alternatif. Ce dernier s'affiche quand l'illustration ne charge pas sur la page. De plus, dans une démarche d'inclusion, le texte alternatif permet aux personnes avec un déficient visuel de pouvoir avoir le contenu de l'illustration.

Aspect technique

Le nom de domaine :

Deux propositions :

- Econome, nous vous recommandons de prendre le nom de domaine *sang-protection.fr* . Les avantages, c'est la solution la plus économique (7 euros par an), le .fr présente comme la localisation en France et implique une approche territoriale.
- Protection, les avantages sont : elle permet de protéger plusieurs noms de domaines. Nous recommandons notamment : *sang-protection.fr*, .com, .org. C'est cependant une proposition plus coûteuse. (30 euros par an) mais elle assure la sécurisation des noms de domaine très proches, pouvant être utilisés.

Choix du nom de domaine :

- Mettre le nom de l'association avec un simple tiret permet de simplifier l'URL
- Le tiret permet de mieux lire les deux parties
- Simple et efficace

Nous n'avons pas retenu l'idée d'intégrer le terme association ou asso dans le nom de domaine, ni dans l'extension pour plusieurs raisons :

- L'extension n'est pas supportée par OVH
- Considérant que OVH est l'offre la moins chère, nous préconisons de ne pas utiliser le .asso car : il est encore peu connu et utilisé en France et dans le cadre d'un site institutionnel, le .fr ou le .org est le plus favorable de renvoyer une image de site officiel.

L'hébergement :

Après analyse du marché, l'une des offres les plus intéressantes pour un site comme celui que vous souhaitez est celle proposée par OVH. Les avantages sont que l'hébergement et le contrôle des noms de domaine se font via le même compte, les prix sont réduits et l'intégration de Wordpress est incluse. L'offre perso (39,48 euros par an) nous paraît suffisante pour la bonne gestion du site internet.

Solution logicielle :

Nous recommandons l'utilisation de Wordpress. Facile d'utilisation, une offre gratuite suffisante, beaucoup de template accessibles et modifiables, cette solution nous paraît la plus adaptée à vos besoins et à vos moyens.

Accessibilité et handicap :

Le site web doit être accessible aux personnes en situation de handicap. Il faut d'abord obligatoirement des textes alternatifs clairs pour toutes les images apparaissant sur le site. Aussi le texte doit être agrandissable et les contrastes doivent être augmentables. L'accessibilité est indispensable au regard des valeurs de l'association (inclusivité), et permet également un meilleur référencement : d'abord par rapport à la réputation du site, puis par rapport aux critères du référencement des moteurs de recherche. Les contrastes doivent cependant être prévus en amont de la conception visuelle, pour faciliter la navigation. Pour mettre en place une accessibilité optimale, des plug-ins sont disponibles sur Wordpress, comme WP Accessibility Tools (outil gratuit et recommandé).

Aspect juridique

Le dépôt du logotype à l'INPI. Nous préconisons de déposer votre logo et votre charte graphique auprès de l'INPI. Cela vous coûtera entre 210 euros (si dossier numérique). Protéger juridiquement son logo, c'est s'assurer que personne d'autre ne puisse se servir de votre identité visuelle à votre détriment.

Les images : afin de personnaliser le site le plus possible, nous recommandons d'insérer des photographies prises par les membres de l'association. Le droit à l'image ne posera donc pas problème concernant la captation. Cependant, si des personnes apparaissent sur les photographies, il faudra leur faire signer un document de droit à l'image (voir annexe).

Les pages obligatoires juridiquement : sur un site internet conforme doit figurer une page avec les mentions légales, la politique de confidentialité et la politique des cookies si utilisation de cookies. Nous conseillons leur utilisation afin d'avoir un aperçu du parcours de l'utilisateur sur le site et pour enregistrer ses préférences. Par exemple pour la fermeture du pop-up de dons financiers. (Voir annexe)

Aspect budgétaire

Dans la continuité des deux propositions faites dans la partie technique, voici les conséquences budgétaires.

Solution économique : OVH

- Nom de domaine sang-protection.fr : 6.99 par an (Gratuit la première année)
- Hébergement 100 Go HDD : 3.29/mois, soit 39.48 euros par an (HT)
- Solution logicielle : Offre Wordpress gratuite : 0 euro/an
- Total : 55.77 euros (TVA incluse)

Solution protective : OVH

- Nom de domaine sang-protection.fr , .com, .org : 15.98 par an la première année (.fr offert), 31.99 à partir de la deuxième année.
- Hébergement 100 Go HDD : 3.29/mois, soit 39.48 euros par an (HT)
- Solution logicielle : Offre Wordpress gratuite : 0 euro/an
- Total : 66,55 euros la première année, 85,76 la deuxième année. (TVA incluse)

Nous préconisons donc de choisir la première option avec un seul nom de domaine pour commencer.

Temps de travail :

Pour la réalisation de ce dossier, nous avons passé en moyenne 3 jours de travail (3x8h). Les deux parties ayant pris le plus de temps sont le travail sur le site et le travail sur la charte graphique (17 et 18h). Considérant le temps passé, le cahier des charges devrait être vendu pour près de 8000 euros HT, et ce, en étant à peine rentable pour l'agence. S'ajoutent les 20% de TVA, le prix final est donc de 9600 euros.

De façon plus réaliste, le présent cahier des charges pourrait être vendu 2400 euros (TVA incluse). En effet, il s'agit d'une création de site internet et d'une mise à jour complète de la charte graphique. Ces deux éléments prennent beaucoup de temps et cela justifie donc un prix plus élevé que le prix du marché (entre 1500 et 2000 euros).

Pour la mise en place du site et de la stratégie social media, il faudrait compter au moins 4 heures de travail par semaine pour les RSN (et la maintenance/actualisation du site) et 2 semaines à temps plein pour la mise en service du site, selon nos préconisations. Cela représente 300 euros par semaine pour le/la CM et pour 3500 euros pour la mise en place du site. Dans les deux cas, ces tâches pourraient être prises en charge par un ou des bénévoles mais cela prendra donc bien plus de temps.

La ligne éditoriale

La ligne éditoriale sert à structurer les messages que l'association pourra diffuser sur le site internet et les réseaux sociaux.

1 - Quelles sont les missions de l'association ? La structure a été créée dans le but de sensibiliser sur le sujet des règles et de supprimer le tabou lié, ainsi que de participer à la lutte contre la précarité menstruelle dans une approche locale. Sang Protection a été créé car aucune offre n'était disponible en Normandie. Les services proposés sont la collecte et la sensibilisation.

2 - Quelles sont les valeurs de l'association ? Solidarité, inclusivité, éducation, égalité, bienveillance. De plus, il est préférable de mettre en avant la localité des actions.

3 - Quel est le positionnement de l'association ? Elle se revendique proche des gens, avec une logique d'inclusion et une approche pédagogique. De plus, des revendications politiques (féministes, inclusives) sont à faire remarquer, dans le sens d'éducation populaire.

4 - Quelle personnalité et quel ton emploie l'association ?

Sur le site internet :

- Utilisation de la première personne du pluriel (Nous, nos, notre), parler à la troisième personne du singulier dans les articles d'actualité et dans la présentation de l'association ("Sang Protection à récolter X protection cette année").
- Utilisation de la deuxième personne du pluriel (Vous, vos, votre) pour le côté institutionnel
- Utilisation de la deuxième personne du singulier (Tu, ton, ta) pour le côté bénévole
- Écriture inclusive sur tout le site
- Ton neutre
- Ambiance sur le site internet : Formelle et experte pour le côté institutionnel. Exception pour la page bénévole où la proximité est de rigueur (utilisation du TU).

Sur les réseaux sociaux

- Utilisation de la deuxième personne du singulier (Tu, ton, ta) afin de mieux correspondre à la cible jeune.
- Écriture inclusive sur tout le site
- Ton neutre

Formats clés de communication sur les réseaux sociaux :

- Expérience de l'individu (témoignages)
- Éducation (vignettes)

Ambiance des réseaux sociaux : proximité avec les utilisateurs tout en gardant la fonction d'éducateur sur la question des règles. Proximité par le ton (TU), par l'utilisation des émojis, l'aspect graphique manuel. Expert car l'association a un rôle de sensibilisation (d'éducation) donc il faut que l'utilisateur sente la maîtrise du sujet.

Emojis clef :

- 🩸 : règles. Quand ? A chaque début de post
- ✊ : point levé, aspect lutte, call to action. Quand ? Mise en avant de la question de la lutte et sollicitation des utilisateurs
- 👙 : culotte. Quand ? Annonce de collectes de protections périodiques
- 📌 : pin. Quand ? Informations pratiques
- 📅 : calendrier. Quand ? Indique les dates
- ! : point d'exclamation. Quand ? Informations importantes
- 📣 : gyrophare. Quand ? Informations très importantes (dons, rendez-vous)
- ➡ : Flèche. Quand ? Liens
- ❤️ : coeur rouge. Quand ? Sororité inclusive, bienveillance. Signature de chaque post
- 💛 : coeur jaune. Quand ? Bonnes nouvelles, joie...
- 👤 : Petit personnage. Quand ? Pour les témoignages

Focus sur l'écriture inclusive : les règles à respecter

- Mettre en féminin les métiers, grades, titres
- Utiliser le point médian (ex : étudiant·e·s). La règle du point médian est "racine du mot + suffixe masculin + point médian + suffixe féminin + point médian + pluriel si besoin"
- Mention par ordre alphabétique (ex : les étudiantes et les étudiants)
- Utilisation de termes génériques (ex : les élèves)

Nous préconisons l'écriture inclusive dans ce projet puisque l'association, de par son ADN, a vocation d'inclure tout le monde. Nous considérons donc qu'elle doit inclure tout à chacun dans sa communication et cela passe par l'écriture non genrée.

5 - Quel message clef ? Souhait de rendre le sujet des règles non tabou, universel et inclusif.

Amélioration de la charte graphique

Cette partie abordera la question de l'identité visuelle de l'association sur les différents supports (digital et print). Nous avons pu constater dans l'audit de l'existant que l'association avait déjà mis en place certaines bases, notamment concernant le logo, que nous allons reprendre et approfondir.

La charte graphique est un élément indispensable pour instaurer une continuité et cohérence dans l'image globale de l'association. C'est ce qui va permettre d'identifier les valeurs et l'ambiance que l'association souhaite véhiculer. Il est de ce fait primordial de bien définir la charte graphique à utiliser afin d'avoir une base commune d'utilisation de cette dernière au sein de l'association mais aussi auprès des partenaires relais de communication.

Couleurs et formes

Les couleurs de la charte graphique sont dans un premier temps primordiales pour reconnaître et identifier l'association. Aussi, les couleurs permettent sur le plan symbolique de représenter les valeurs de la structure. Ici, nous avons choisi de combiner deux couleurs vives et impactantes avec deux couleurs plus pastel.



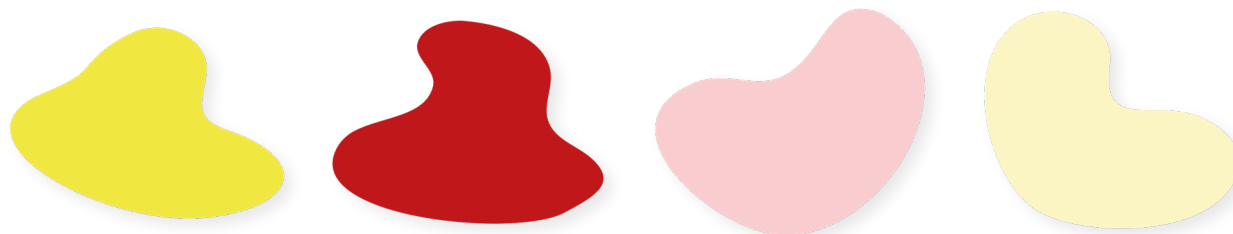
Le rouge nous semble indispensable car c'est la couleur de référence pour la thématique abordée par l'association. Elle permet donc à l'internaute dès son arrivée sur les réseaux sociaux numériques ou sur le site internet de pouvoir avoir un point d'ancrage et d'identification fort. C'est aussi une couleur totalement en cohérence avec l'aspect militant de l'association.

Le rose s'inscrit dans la continuité du rouge et permet de nuancer les possibilités de visuels.

Le jaune est synonyme de bienveillance et de positivité. Il s'inscrit totalement dans la volonté de l'association de sensibiliser tout en ayant une approche pédagogique et inclusive, ouverte à tous que ce soit aux personnes réglées mais aussi aux personnes non réglées. Nous avons choisi un jaune vif et impactant, accompagné d'un jaune plus discret, toujours dans l'idée de varier les possibilités de combinaison.

Éléments graphiques

Au niveau des formes, l'utilisation d'arrondis renforce les valeurs portées par l'association tout en dynamisant l'ensemble. Les courbes font référence au corps humain et à la singularité de chacun. C'est aussi une façon de contraster le côté impactant du rouge utilisé dans la charte graphique alliant ainsi lutte, inclusivité et bienveillance.



Typographie

Les deux typographies que nous préconisons pour l'association sont : Cooper Hewitt Black et Roboto.

COOPER HEWITT BLACK est à utiliser pour les titres : une typographie grasse, sans empattement et lisible qui est en cohérence avec l'aspect militant de l'association. L'utiliser en majuscule permet d'accentuer l'aspect impactant, officiel et institutionnel.

Pour le corps de texte, ROBOTO est une typographie efficace, simple, moderne et très adaptée au web.

COOPER HEWITT, BLACK
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ROBOTO, light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Le logo

Le logo est un point d'ancrage de référence et la signature de l'association. Il est important qu'il apparaisse sur tous les supports de communication print et web.

Le logo doit être :

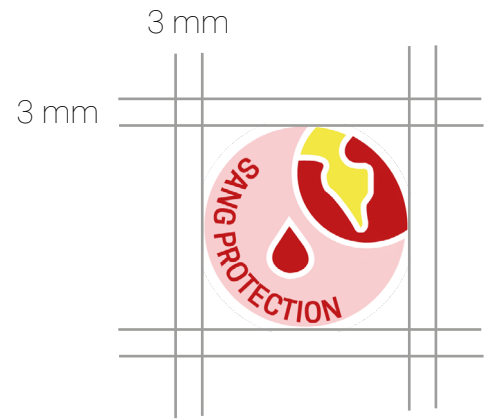
- Adaptable à tout type de support : couleur, noir et blanc, monochrome
- Réductible : notamment pour les supports web
- Symbolique : utilisation de la goutte de sang pour indiquer le domaine d'activité de l'association
- En mode colorimétrique RVB (couleurs web)

Proposition de modernisation

- Utilisation des couleurs établies dans la charte graphique : association du jaune et du rouge pour signifier la thématique traitée par l'association et l'aspect inclusif
- Revalorisation du nom de l'association avec une police plus moderne et lisible
- Police utilisée : Cooper Hewitt black

A faire :

- Utiliser le logo sur le site pour qu'il soit visible dans le header.
- Mettre pour le favicon du site le logotype de la goutte pour renforcer l'identité et cohérence visuelle.
- Uniformiser la présence du logo sur les supports de communication de l'association : site internet, réseaux sociaux numériques, boîtes de récolte de dons.
- Zone de protection : respecter les marges, aucun autre élément ne doit empiéter sur cette zone.

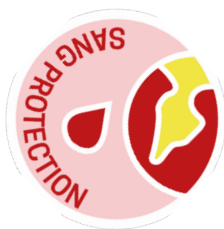


A ne pas faire :



Le logo utilisé sur les visuels doit toujours provenir du fichier source au format png avec fond transparent. Les transformations sur le logo ou une mauvaise qualité empêchent sa bonne lisibilité et donc la bonne image de l'association : ne pas utiliser une mauvaise qualité

Ne pas pivoter



Ne pas changer les couleurs



Ne pas déformer



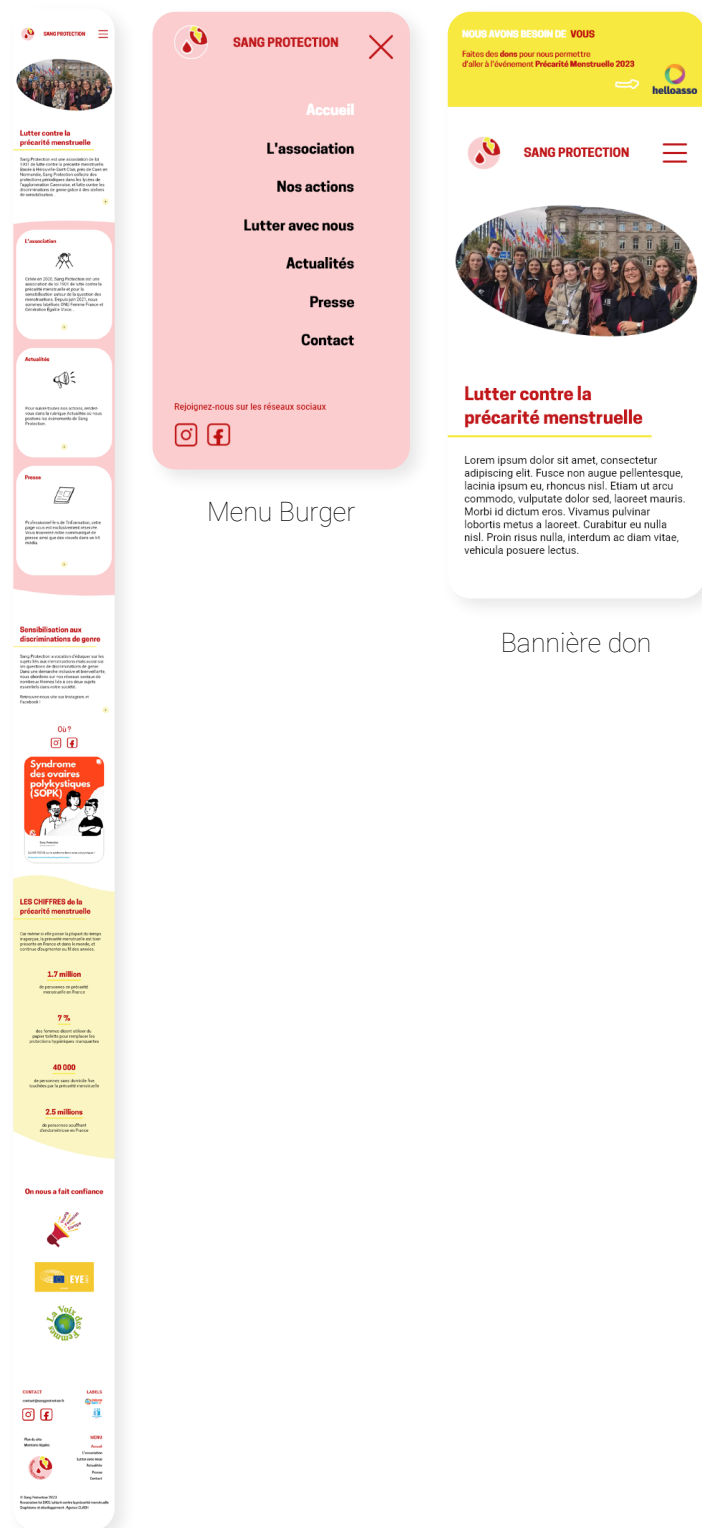
Charte graphique et préconisations appliquées au site web

D'après les préconisations sur la sémantique, le contenu et les préconisations graphiques, nous pouvons vous présenter ici des maquettes du site web comme nous l'imaginons. Nous avons réalisé les pages les plus pertinentes comme la page d'accueil et la page destinée aux institutions, et permettant de visualiser le projet. Les autres pages seraient basées sur les mêmes codes et le même style graphique. Aussi, les internautes navigant majoritairement sur mobile, nous proposons la version mobile de la page d'accueil. La responsiveness est un facteur d'amélioration de la navigation et de favorisation du référencement du site.

Page d'accueil - Web



Mobile



Menu Burger

Bannière don



Page Établissement Scolaire

Page Presse

SANG PROTECTION

[L'association](#)
[Nos actions](#)
[Lutter avec nous](#)
[Actualités](#)
[Presse](#)
[Contact](#)

Établissement scolaire
1

Collectivité Territoriale
0

Association
0

Bénévoles
0

Établissement scolaire

Sang Protection intervient directement en milieu scolaire afin de sensibiliser sur les questions de menstruation et de précarité menstruelle. Nous animons des ateliers de sensibilisation dans des classes de collèges et lycées de l'agglomération Caennaise ainsi que la collecte de protections hygiéniques durant une période donnée. Les protections scolaires sont redistribuées à nos personnes dans le besoin, par des associations partenaires telles que Les Restos du Coeur et La Croix Rouge.

Sensibilisation à la précarité menstruelle

Nos bénévoles assurent des ateliers de sensibilisation sur la question des règles et de la précarité menstruelle. Nous abordons selon le niveau des classes, les thèmes des premières règles, des différentes protections hygiéniques, les symptômes liés aux menstruations ainsi que la définition de la précarité menstruelle et comment y faire face.

[En savoir plus](#)

Collecte de protections hygiéniques

À la suite des ateliers de sensibilisation, nous installons dans un endroit facile d'accès, une boîte à dons dans l'établissement scolaire. Les élèves peuvent y déposer leurs dons de protections hygiéniques afin de lutter contre la précarité menstruelle à l'échelle locale. Les protections sont redistribuées à des associations locales afin d'avoir un circuit court et d'en faire bénéficier les personnes dans le besoin.

[En savoir plus](#)

Comment lutter avec nous ?

Pour mettre en place des ateliers de sensibilisation et des collectes dans votre établissement scolaire, veuillez nous joindre via cette adresse email : sang.protection@gmail.com ! Nous nous ferons un plaisir de vous répondre rapidement et de s'organiser afin de nous rencontrer.

Contacter nous

On s'organise

Atelier de sensibilisation

Collecte de protections

Et nous redistribuons !

Nos actions dans les lycées

© Sang Protection 2023
Association loi 1901 luttant contre la précarité menstruelle
Graphisme et développement : Agence CLASH

CONTACT
contact@sangprotection.fr

LABELS

Mentions légales [Plan du site](#)

MENU
Accueil
L'association
Lutter avec nous
Actualités
Presse
Contact

SANG PROTECTION

[L'association](#)
[Lutter avec nous](#)
[Actualités](#)
[Presse](#)
[Contact](#)

Presse
0

Professionnel le s de l'information, cette page vous est exclusivement réservée. Vous trouverez notre communiqué de presse ainsi que des visuels afin d'illustrer vos propos. N'hésitez pas à nous contacter à sang.protection@gmail.com, nous serons ravis de vous renseigner et de répondre à vos questions.

Logo et déclinaisons

Télécharger en zip

Télécharger en png

Étiquette pour les boîtes à collecte

Télécharger en jpg

Bannière Facebook

Télécharger en png

Sang Protection dans la presse

Lutter contre la précarité menstruelle

L'Orne Hebdo, 11 juin 2020

Un collectif lutte contre la précarité menstruelle

Ouest France Mayenne, 3 juin 2020

Ces étudiantes s'occupent de la précarité menstruelle

Ouest France Normandie, 20 juillet 2020

Alençon. Le collectif "Sang protection" fait don de 1000 protections menstruelles aux Restos du Coeur

L'Orne Hebdo, 11 juin 2020

ACTUALITÉ

SANG PROTECTION : LUTTE CONTRE LA PRÉCARITÉ MENSTRUUELLE

Sang protection, collectif de jeunes lycéens et lycéennes, réalise une deuxième édition de protections hygiéniques afin de lutter contre la précarité menstruelle. Le projet a été financé par le conseil d'administration de la commune d'Évron.

INITIATIVE EN

SANG PROTECTION

CONTACT

contact@sangprotection.fr

Site internet d'Évronville Saint Clair

© Sang Protection 2023
Association loi 1901 luttant contre la précarité menstruelle
Graphisme et développement : Agence CLASH

CONTACT
contact@sangprotection.fr

LABELS

Mentions légales [Plan du site](#)

MENU
Accueil
L'association
Lutter avec nous
Actualités
Presse
Contact

23

Templates Réseaux sociaux numériques

Nous avons constaté dans l'audit de l'identité visuelle de l'association que certains formats types avaient déjà été mis en place dans la communication sur les réseaux sociaux numériques. Nous proposons donc d'adapter ces formats-là à la charte graphique et la ligne éditoriale que nous préconisons, en reprenant deux posts déjà effectués en les adaptant aux nouvelles modalités. Pour se faire, nous avons sélectionné deux formats phare de l'association : un format partageant des témoignages, et un autre éducatif sur le vocabulaire autour du monde des menstruations.

Format 1 : «On vous donne la parole»



GABRIELLE, 17 ANS

On juge souvent la féminité des femmes trans, et donc notre validité, selon notre anatomie. En effet, la question des règles est souvent détournée dans une rhétorique transphobe, pour nous discréditer en tant que femmes car nous n'avons pas de menstruations.

Cependant, je trouve cet argument très misogyne car la féminité d'une femme dépendrait uniquement de sa capacité à donner la vie. Pourtant, certaines femmes sigennes sont aussi dans l'incapacité à tomber enceinte ou n'ayant pas de menstruations.

Personnellement, je n'ai pas l'impression de me sentir exclue des milieux des femmes mais je pense qu'il faudrait arrêter de genrer les menstruations car ce n'est pas une affaire de genre. Certains hommes peuvent avoir leurs règles, certaines personnes non-binaires aussi.

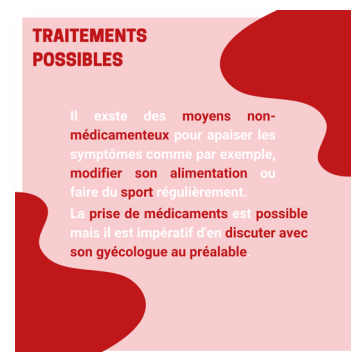
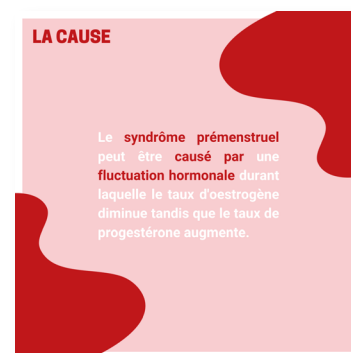
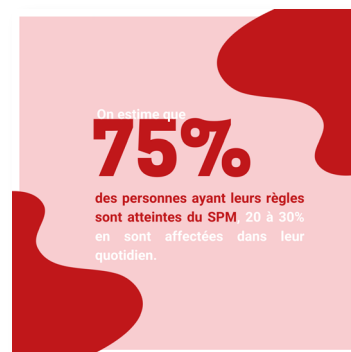
De plus, nous pouvons avoir notre mot à dire sur le sujet, car même si c'est un fait peu connu, les femmes trans qui ont décidées de prendre un traitement hormonal de substitution expérimentent également les douleurs liées aux règles ainsi que le syndrome prémenstruel.

Pour ce premier format, nous avons choisi de reproduire le post du 7 mai 2020 sur la page instagram de l'association. ([post instagram](#))

Ici, nous donnons un nom bien défini au format ce qui permettra de mieux l'identifier. "On vous donne la parole", le "on" favorise la proximité avec l'internaute et permet ainsi d'être en adéquation avec la ligne éditoriale que nous préconisons. Nous utilisons la couleur jaune pour insister sur l'aspect partage et communautaire que l'association souhaite véhiculer.

Pour la description, nous avons choisi d'utiliser les émoticônes que nous préconisons pour structurer le message et donner des points de référence à l'internaute. Nous encourageons à la réaction en fin de description, toujours dans l'idée d'avoir une proximité avec l'internaute mais aussi de susciter des réactions. Cela aura un poids positif sur le référencement de la publication car plus une publication est commentée, plus elle sera mise en avant par l'algorithme. Enfin, nous utilisons des hashtag en lien avec l'écosystème de l'association pour toucher le plus de comptes possible susceptibles d'être intéressés par ce contenu.

Format 2 : «Les troubles et maladies liés aux règles»



Pour ce format, nous avons choisi de reproduire le post du 1er juin 2020 sur la page instagram de l'association. ([ancien post Instagram](#))

Pour ce format, nous avons gardé le nom déjà instauré par l'association. Nous utilisons la couleur rouge pour que l'internaute comprenne directement qu'il s'agit d'un post directement lié aux règles.

Pour la description, nous reprenons la même structure que pour le format précédent, toujours dans l'idée d'instaurer une habitude visuelle chez l'internaute. Nous avons préféré passer les sources en description (plutôt que de dédier une slide) afin de rendre le post moins long, et donc, plus susceptible d'être lu en entier. Enfin, nous utilisons des hashtag en lien avec la thématique afin d'atteindre un plus large public.

ANNEXES

Annexe 1 : Cadrage du projet

Lettre de cadrage : Elaboration de la stratégie de communication numérique pour Sang Protection

Groupe : Apolline Saint-André, Clara Gautrais, Lou Pilet et Hugues Raynaud

Client : Sang protection

Projet : Création site web et stratégie social media

Agence CLASH, qui sommes-nous ?

Apolline : Graphisme / UX design / arborescence et maintenance du site

Clara : Développement / Graphisme / Veille

Lou : Référencement / Arborescence / Maintenance du site

Hugues : Stratégie social media / recherche documentaire / budget et juridique

Client : Sang protection

Sang protection est une association loi 1901, créée en 2020, qui lutte contre la précarité menstruelle et les discriminations de genre. Située en Normandie (Hérouville-St Clair), elle a un ancrage et rayonnement local. Elle est labellisée ONU Femmes France et Génération égalité.

Actions : ateliers de sensibilisation (lycée), collectes et distributions de protections hygiéniques dans les lycées, journée de sensibilisation sur les questions menstruelles, sensibilisation sur réseaux sociaux, participation au European Youth Event (Parlement Européen).

Objectifs de l'association :

Lutter contre la précarité menstruelle

Organiser des collectes de produits hygiéniques

Sensibiliser sur la thématique et les tabous autour des règles

Lutter contre les discriminations liées au genre

Valeurs :

Solidarité

Inclusivité

Éducation

Égalité

Bienveillance

Objectifs du projet

Créer un support d'identification professionnel et officiel de l'association pour les partenaires institutionnels

Présenter un support stable et crédible de partage d'informations et de sensibilisation autour des valeurs et des sujets de l'association : la précarité menstruelle

Plateforme de contact, recrutement, échange avec les bénévoles

Créer une relation privilégiée avec la presse

Projet et structure

Dossier : "Elaboration d'une stratégie de communication numérique"

Audit / Benchmark / SWOT

Cahier des charges du site internet

Stratégie Social Media / Charte graphique

Le dossier est rendu à la fin du projet à l'association (avec présentation la semaine du 27 mars). Des encarts sont précisés pour le contenu destiné à l'université uniquement.

Gestion de projet

Com interne Groupe Messenger

Documents de travail : Google Drive

Retroplanning : Trello + GANTT

Planning de réunions avec l'association :

Brief client : semaine du 20 février

Validation des préconisations : semaine du 6 mars

Réunion de présentation finale et remise du dossier : semaine du 27 mars

GANTT du projet de l'agence CLASH

	Semaine 7	Semaine 8	Semaine 9	Semaine 10	Semaine 11	Semaine 12	Semaine 13	Semaine 14	Semaine 15
Préparation du projet									
Lettre de cadrage									
Réunion client 1 - Brief									
Dossier stratégique									
Audit									
Benchmark									
SWOT									
Pistes de préconisations									
Réunion client 2 - Pistes de préco									
Dossier de conception									
Charte graphique									
Sémantiques									
RSN									
Cadre technique									
Ligne éditoriale									
Site internet									
Dossier juridique et financier									
Dossier juridique									
Dossier financier									
Livrable									
Corrections									
Relectures									
Mise en page									
Remise du livrable universitaire									
Présentation du projet									
Support									
Préparation									
Présentation - Réunion client 3									
	Semaine 7	Semaine 8	Semaine 9	Semaine 10	Semaine 11	Semaine 12	Semaine 13	Semaine 14	Semaine 15

Compte-rendu : Brief Client

Compte-rendu réunion avec Sang Protection

DATE : 23/03/2023	DUREE : 1H30 LIEU : Visioconférence
PRÉSENTS : <ul style="list-style-type: none">- Gautrais Clara : membre de l'agence- Piler Lou : membre de l'agence- Raynaud Hugues : membre de l'agence- Saint-André Apolline : membre de l'agence - Maneuvrier Jeanne : présidente de Sang Protection	ABSENTS : / EXCUSÉS :
Objet : Brief client n°1	Ordre du jour : <ul style="list-style-type: none">- Présentations (projet et association)- Expertise des besoins

Présentation de l'association :

Association officiellement depuis août 2020 mais des activités existaient déjà sous le statut du Collectif Sang Protection.

Pourquoi créer cette association ? En février 2019 la présidente participe à un congrès international où elle échange avec des lycéens de Caen et fait émerger l'idée de vouloir aussi contribuer sur la question de la précarité menstruelle. L'aspect social de la pauvreté et l'aspect tabou sont des sujets qui l'intéressent. Jeanne Maneuvrier veut créer une association avec une autre jeune femme Juliette Benguigui. Les deux jeunes femmes échangent avec l'association la Voix des femmes sur la future structuration de l'association. Mais cela est compliqué à mettre en place une structure car le collectif n'était pas pris au sérieux, car les jeunes femmes étaient mineures à l'époque.

L'historique de l'association :

- Premières actions dans des lycées : à la fois la collecte et les interventions d'éducation.
- L'association a travaillé avec le Secours Populaire pour la redistribution car pas de ressources humaines pour le faire en interne.
- Avril 2020 : ONU Femme France lance un appel pour les associations féministes intergénérationnelles et intersectionnelles et Sang Protection réussi à avoir la labellisation → super bénéfique car l'association se fait enfin prendre plus au sérieux
- 2021 : L'EYE organisé par le Parlement Européen → pour la première fois, il y avait la possibilité de candidater pour participer en tant que jeune, et l'association se retrouve sélectionnée → tous les membres de l'association y sont allés. Atelier d'1h30 en Français + anglais sur l'aspect éducation / sensibilisation
- Septembre 2021 Forum avec l'association La Voix des femmes d'Hérouville Saint-Clair → ont fait venir des scolaires pour évoquer la question des tabous etc.
- Young Feminist Europe : à fait partie d'un réseau européen qui réfléchit des campagnes sur l'éducation, sensibilisation, collecte et recherche. Ce réseau comprend une dizaine d'associations et collectifs en Europe. Cet engagement n'a mené à rien car trop de facteurs et beaucoup de logistique.
- Début mars 2021 : stages avec la mairie d'Hérouville St Clair. Il y avait des colos donc interventions dedans

→ Conclusion : très envie d'avoir plus d'ampleur car ils voyaient les changements, que ça intéressait les collectivités et les institutions. Le souci était que l'association demandait beaucoup de temps aux membres qui n'étaient que des étudiants.

Fonctionnement

→ partenariats avec des institutions. Différentes façons de faire :

- au début, les dons étaient faits à des associations en local. L'association se déplaçait pour démarcher les distributeurs des dons pour leur donner les protections
- après y a eu des dons plus importants au Resto du coeur et Secours Populaire
- une fois que c'est devenue une association, ils sont passés sur des dons réguliers, avec de réels partenariats qui allaient dans les deux sens (ex : sur les forums, présence des partenaires sur les affiches) + partenariat avec mairie de Hérouville : aide organisationnelle de la mairie

Seulement il n'y a pas d'accord écrit (charte de partenariat ni rien).

Au début : volonté forte de rester sur le local et que ça revienne aux communautés qui ont pu donner

→ Exemple type d'ateliers au lycée

- Très compliqué à mettre en place car la discussion se tenait avec les chefs d'établissement. Il n'y a pas un partenariat car les chefs d'établissement souvent pas forcément intéressés
- au début : refusé par les établissements car pas pris au sérieux
- Par la suite, soutien des professeurs qui a permis de mettre en place les premiers ateliers dans le lycée de la présidente, le CPE ne voulait pas que la collecte soit visible (parce qu'apparemment ça peut mettre mal à l'aise des gens). Même vis à vis des professeurs c'était difficile : pour les séances d'éducation
- 2 formules : 1 sur le midi ouverte à tout le monde ou 1 dans le cadre des cours qui faisait parti des cours
- sur la deuxième formule, certains profs étaient très intéressés même si c'était pas la thématique de leur cours

→ Pour démarcher établissements scolaires

- Compliqué de récupérer les contacts
- présentation de l'asso + présentation de ce qu'ils avaient fait avant (légitimité)
- Aussi prit contacte avec des collègues
- échanges avec l'université de Caen : la fac a créé un appel à proposition de choses à mettre en place au sein de l'université. → propositions, votes des étudiants, puis distribution des sous. Sang Protection y a participé, ça a créé une conversation avec l'université, l'asso devait faire partie du réseau de l'université mais manque humain donc le projet s'est tassé. → projet de créer des endroits de libre service de protections mais aussi avec le budget de mettre en accès des protections plus durables pour les étudiants

Cible idéale

- des collégiens aux étudiantes (12-25 ans)

L'association a plusieurs dizaines d'interventions à son actif avec plus d'une centaine de personnes sensibilisées.

L'asso se démarque des autres car : pas d'antenne de Règles Élémentaires en Normandie

La communication

Gérée par des personnes très différentes, mais toujours l'inclusion grammaticale

Besoins

- Site internet car besoin essentiel de bénévoles + étendre les partenariats, donc les futurs partenaires font partie des cibles
- définition des valeurs : Inclusion, féminisme (bcp la question de la place des garçons bénévoles par exemple ?), accessible + l'importance de la jeunesse, le pouvoir de l'éducation pour changer les mentalités
- charte graphique : logo : personne n'a mis un droit dessus, a été fait par la co-présidente. N'ont jamais déposé le nom de l'asso

Budget

dons exceptionnels, spécifiques à un besoin particulier

cotisations des bénévoles (réévaluations chaque année) entre 10€ et 20€ en fonction des années

Annexe 2 : Anciens posts Instagram utilisés comme exemples

Format témoignage



Format éducation



Annexe 3 : Benchmark

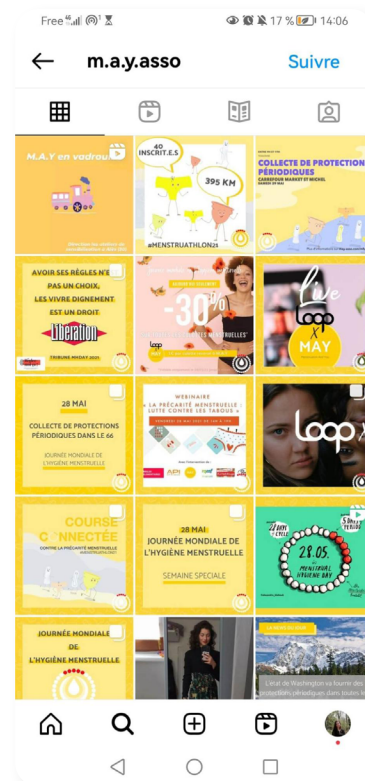
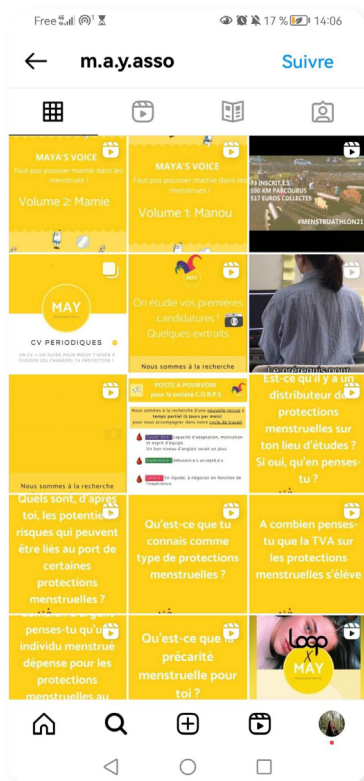
Collectif Sangsationnel - Rouen



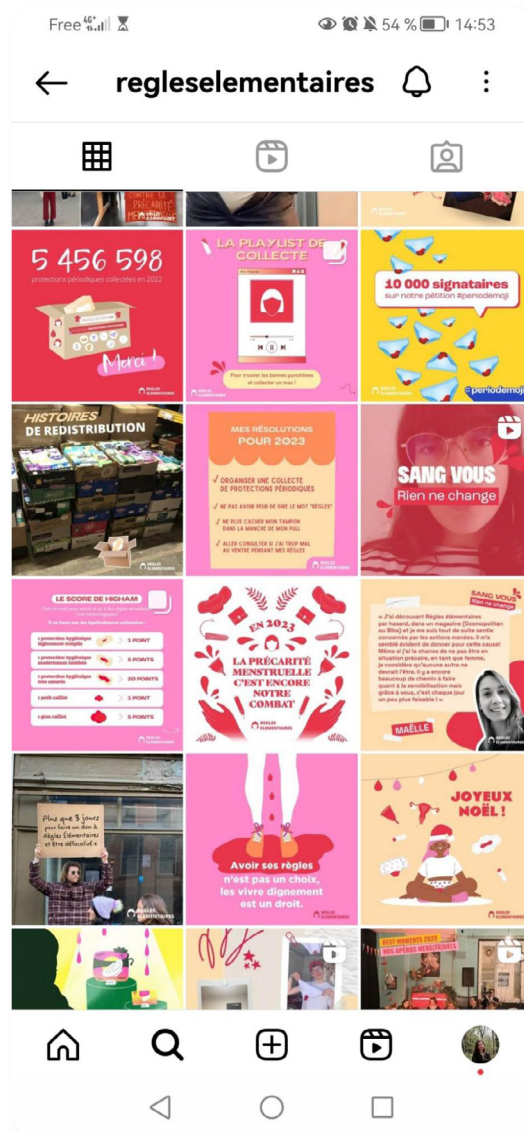
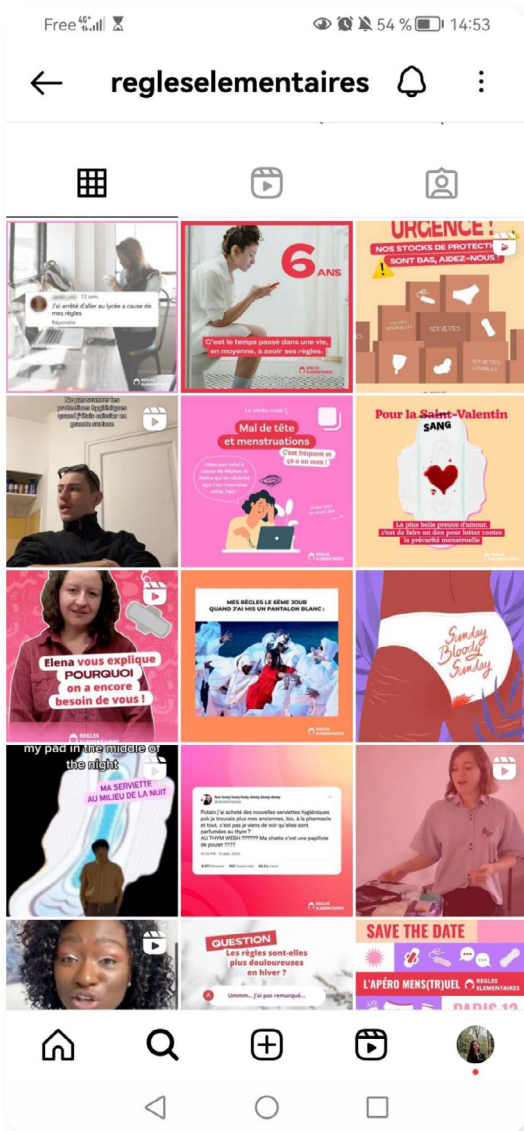
Sang Rancune 76 - Caen



Association M.A.Y - Toulouse



Règles Élémentaires



Annexe 4 : Recherche sur la sémantique

Mots-clés de recherche

Association précarité menstruelle

- Association précarité menstruelle normandie
- Association lutte règles
- Association collecte protections hygiéniques

Distribution protections hygiéniques

- Protections hygiéniques gratuites
- Protections hygiéniques don

règles

menstruations

cycle menstruel

protections hygiéniques

serviettes hygiéniques

protections périodiques

Protège slip

protections intimes

précarité menstruelle

don de protections hygiéniques

don de serviettes hygiéniques

collecte serviettes hygiéniques

distribution serviettes hygiéniques / protections hygiéniques

obtenir des protections hygiéniques gratuites

comment avoir des protections hygiéniques gratuites ?

comment avoir des protections hygiéniques gratuites à Caen / en Normandie / dans le Calvados ?

où trouver des serviettes hygiéniques gratuites à Caen / en Normandie / dans le Calvados

Mots-clés autour du projet

Inclusivité

Bienveillance

lutte contre les discriminations

précarité menstruelle

Education

Sensibilisation

Association

Association de loi 1901

Association étudiante

France

Normandie

Basse Normandie

14 000

Caen

Hérouville Saint Clair

Caen la mer

Agglomération de Caen

Périphérie de Caen

Côte-de-Nacre

Annexe 5 : Conseils généraux : communication sur les réseaux sociaux

- 1. Bien choisir le moment** : il est important de publier à heure fixe, dans le moment de consultation des usagers.
- 2. Etablir une veille** : suivre ce qui se fait sur les RSN et s'en inspirer pour améliorer son contenu.
- 3. Les réseaux sont une toile** : chaque RSN doit renvoyer vers les autres et vers le site !
- 4. Régularité et réactivité** : Publier régulièrement du contenu pour rester dans le paysage social des usagers, être réactif en cas de sollicitation.
- 5. Harmoniser son contenu** : chaque format doit répondre à des critères et ces critères doivent être respectés, cela crée un sentiment de sécurité chez l'utilisateur.
- 6. Favoriser les interactions** : poser des questions, impliquer les usagers, encourager les échanges (commentaires, MP)
- 7. Penser la complémentarité des contenus** : chaque réseau ayant ses codes, il faut les utiliser afin de transmettre la bonne info via le bon canal.
- 8. Réfléchir avant de poster** : il faut bien penser chaque mot/image. Aussi, est-il vraiment utile de transmettre cette information.
- 9. Rebondir sur l'actualité** : Si possible, intégrer l'actualité dans les posts, pour améliorer les interactions et l'identification des usagers.
- 10. 1 Post = 1 idée** : Chaque post doit traiter d'une information, afin de maximiser sa réception par les usagers.

Ces 10 conseils s'appliquent de manières générales pour toutes les plateformes. Ils ne sont pas hiérarchisés car il faut veiller à tous les respecter au mieux afin de fournir une communication de qualité sur les RSN. Mais il est également important de comprendre qu'à chaque RSN, des codes particuliers s'appliquent.

Autorisation de droit à l'image

Je soussigné ...

demeurant ...

autorise

pour moi-même

pour le mineur : ...

- Pour l'année ...

OU

- Pour l'événement suivant : ... qui se tiendra le XX/XX/20XX
organisé par l'association Sang Protection ; (Adresse siège social)

à réaliser des prises de vue photographiques, des vidéos ou des captations numériques.

En conséquence de quoi et conformément aux dispositions relatives au droit à l'image, j'autorise *Sang Protection* fixer, reproduire et communiquer au public les photographies, vidéos ou captations numériques prises dans le cadre associatif.

Les images pourront être exploitées et utilisées directement par l'association sous toute forme et tous supports connus et inconnus à ce jour, pour un territoire illimité, sans limitation de durée, intégralement ou par extraits et notamment : presse, livre, supports d'enregistrement numérique, site internet, réseaux sociaux.

Fait à :

Le :

Signature (précédée la mention « Lu et Approuvé »)

Annexe 7 : Mentions légales types

Identité

Nom du site web : Sang Protection

Adresse du site : <https://sang-protection.fr>

Propriétaire : <Insérer le nom du propriétaire du site>

Responsable de publication : <Insérer le nom du responsable des publications ainsi que son email de contact>

Hébergement : <Insérer le nom de l'hébergeur ainsi que son adresse postale>

Conditions d'utilisation

L'utilisation du présent site implique l'acceptation pleine et entière des conditions générales d'utilisation décrites ci-après. Ces conditions d'utilisation sont susceptibles d'être modifiées ou complétées à tout moment.

Informations

Les informations et documents du site sont présentés à titre indicatif, sans caractère exhaustif, et ne peuvent engager la responsabilité du propriétaire du site.

Le propriétaire du site ne peut être tenu responsable des dommages directs et indirects consécutifs à l'accès au site.

Propriété intellectuelle

Sauf mention contraire, tous les éléments accessibles sur le site (textes, images, graphismes, logo, icônes, sons, logiciels, etc.). Restent la propriété exclusive de leurs acteurs, en ce qui concerne les droits de propriété intellectuelle ou les droits d'usage.

Toute représentation, représentation, modification, publication, adaptation de tout ou partie des éléments du site, quel que soit le moyen ou le procédé utilisé, est interdite, sauf autorisation écrite préalable de l'auteur.

Toute exploitation non autorisée du site ou de l'un des éléments qu'il contient est considérée comme constitutive d'une contrefaçon et passible de poursuite

Les marques et logos reproduits sur le site sont déposés par les sociétés qui en sont propriétaires.

Liens

Liens sortants

Le propriétaire du site décline toute responsabilité et n'est pas engagé par le référencement via des liens hypertextes, de ressources tierces présentes sur le réseau internet, tant en ce qui concerne leur contenu que leur pertinence.

Liens entrants

Le propriétaire du site autorise les liens hypertextes vers l'une des pages de ce site, à condition que ceux-ci ouvrent une nouvelle fenêtre et soient présentés de manière non équivoque afin d'éviter :

- Tout risque de confusion entre le site citant et le propriétaire du site
- Ainsi que toute présentation tendancieuse, ou contraire aux lois en vigueur.

Le propriétaire du site se réserve le droit de demander la suppression d'un lien s'il estime que le site source ne respecte pas les règles ainsi définies.

Confidentialité

Tout utilisateur dispose d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux données personnelles le concernant, en effectuant sa demande écrite et signée, accompagnée d'une preuve d'identité.

Le site ne recueille pas d'informations personnelles, et n'est pas assujéti à la déclaration à la CNIL.

Crédits

Mentions légales fournies par

Annexe 8 : Tableaux budget

	Clara	Lou	Hugues	Apolline	Général
Rôle principal	Chargé de com	Chef de projet	Chargé de com	Graphiste	
Taux F/J moyen	600,00 €	500,00 €	600,00 €	700,00 €	
Gestion du projet	2	2	5	2	11
Audit	2	2	2	2	8
Benchmark	1	4	1	1	7
Ligne édito	1	3	4	3	11
Charte graph	3	0	0	15	18
Site	10	3	2	2	17
RSN	2	0	2	6	10
Budget	0	3	3	0	6
Juridique	0	0	3	0	3
Mise en page	5	7	2	0	14
Total heures	26	24	24	31	105
Total jours	3,25	3	3	3,875	13,125
Total coûts	1 950,00 €	1 500,00 €	1 800,00 €	2 712,50 €	7 962,50 €

Rôle principal	CM	Informaticien
Taux F/J moyen	600,00 €	400,00 €
Total heures	4	70
Total jours	0,5	8,75
Total coûts	300,00 €	3 500,00 €

Annexe 9 : Devis Techniques

() amen.fr Disponibilité » Produits » Authentification » Paiement » Confirmation

sangprotectionassociation.FR	25,80 €
2 ans, réduction 14%	
Service DNS	Inclus
Hébergement dynamique 1 Go	Inclus
10 Go/mois Trafic	Inclus
Outil de création web	Inclus
3 comptes mail de Go POP3/IMAP4	Inclus
SSL Let's Encrypt	Inclus
1 base de données 1 Go	Inclus
1 Compte FTP	Inclus
Interface de gestion cPanel	Inclus
Serveurs monitorés 24h/7j	Inclus

Votre panier Vous avez un code promo?

sangprotectionassociation.FR	25,80 € ✖
PRODUITS NON ASSOCIÉS À UN DOMAINE	
WordPress Business	34,50 € ✖
Sous-total	60,30 €
TOUT SUPPRIMER	

En cliquant sur "Continuer", je déclare avoir lu et accepté les conditions particulières et les conditions générales de services d'Amen. Commande avec obligation de paiement.

sangprotectionassociation.fr ⬆

Domaine

Les tarifs affichés concernent un enregistrement, un renouvellement ou un transfert de nom de domaine considéré comme "standard" par le registre de l'extension. Certains noms de domaine dit "premium" peuvent être enregistrés à un tarif spécifique qui sera déterminé par le registre.

Enregistrement .fr 1 an - 12,00 € ▼

Pack d'hébergement [Comparaison d'hébergement](#)

Chaque domaine est livré avec un pack d'hébergement standard qui comprend 100 Mo et 1 adresse e-mail.

Pack Perso 12 mois - 58,80 € ▼

Vos articles

sangprotectionassociation.fr ✖	
Domaine	
Enregistrement .fr (1 an)	12,00 €
Pack d'hébergement	
Hébergement Pack Perso (12 mois)	58,80 €
Sous-total HT	70,80 €

Total HT **70,80 €**
TVA (20%) **14,16 €**
Total TTC 84,96 €

Trouvez l'hébergement web qui répond à vos besoins parmi notre gamme de solutions. Elles vous offrent simplicité, sécurité et performances.

Hébergez votre site web personnel, votre blog ou votre CV en ligne

Perso

3,29 € HT /mois
soit 39,48 €/an

Supprimer cette offre d'hébergement

Idéal pour héberger votre site web personnel, votre blog ou votre CV en ligne

Parfait pour **5 sites web**

100 Go HDD stockage

Puissance ●●○○○

Optimisé pour

Héberger un site web professionnel avec des adresses e-mail

Pro

6,59 € HT /mois
soit 79,08 €/an

Ajouter cette offre d'hébergement

Tout ce dont vous avez besoin pour héberger un site web professionnel, adresses e-mail incluses

Parfait pour **10 sites web**

250 Go HDD stockage

Puissance ●●●○○

Optimisé pour

Votre sélection

Nom de domaine sangprot...ation.fr	0,00 € <small>4,00 €</small>
Option DNSSEC (DNS sécurisé)	Inclus
Hébergement	
Perso	39,48 €
Option SSL Let's Encrypt	Inclus
Module pré-installé WordPress	Inclus
Prix HT /12ème année	39,48 €
20% TVA	7,90 €
Total	47,38 € TTC
4 produits	

Présentez votre entreprise en ligne avec

Rechercher un nom de domaine

mondomaine.ovh



Rechercher

Résultats de la recherche

Prix HT /1re année

sang-protection.com

✔ Disponible

8,99 €
puis 11,79 €/an

Acheter

sang-protection.fr ⓘ

✔ Disponible

4,99 €
puis 6,99 €/an

Acheter

Autres extensions

sang-protection.store

✔ Disponible

0,99 €
puis 50,99 €/an

Acheter

sang-protection.shop

✔ Disponible

2,99 €
puis 39,89 €/an

Acheter

sang-protection.tech

✔ Disponible

3,99 €
puis 49,99 €/an

Acheter

sang-protection.org

✔ Disponible

~~8,99 €~~ **6,99 €**
puis 12,99 €/an

Acheter

sang-protection.site

✔ Disponible

0,99 €
puis 32,29 €/an

Acheter

sang-protection.cloud

✔ Disponible

2,99 €
puis 16,49 €/an

Acheter

Nos suggestions

sang.protection

✔ Disponible

2 299,00 €
puis 2 499,00 €/an

Acheter

whistleprotection.fr ⓘ

✔ Disponible

4,99 €
puis 6,99 €/an

Acheter

whistleprotection.com

✔ Disponible

8,99 €
puis 11,79 €/an

Acheter

singprotection.fr ⓘ

✔ Disponible

4,99 €
puis 6,99 €/an

Acheter

singprotection.com

✔ Disponible

8,99 €
puis 11,79 €/an

Acheter

sangauspices.fr ⓘ

✔ Disponible

4,99 €
puis 6,99 €/an

Acheter

Annexe 10 : Devis : Primaire



Devis

Date : 3/29/2023
 N° FACTURE [100]
 Date d'expiration :
 4/29/2023

À Association Sang Protection
 XX rue de XX
 14XXX Hérouville Saint-Clair
 06 XX XX XX XX
 Réf client 24FHS238

Vendeur	Tâche	Méthode d'expédition	Conditions de livraison	Date de livraison	Modalités de paiement	Échéance
/	/	/	/	29/03/2023	Paiement à la réception	/

Qté	N°article	Description	Prix unitaire	Remise	Total de la ligne
1	Cahier des charges WEB	Cahier des charges opérations - Site web / Social Media	8000,00 HT	/	8000,00 HT
				Pourcentage de remise	/
				Sous-total	8000,00
				TVA	20%
				Total	9600,00

Devis préparé par : Hugues Raynaud _____

Ceci est un devis des biens nommés, soumis aux conditions indiquées ci-dessous : (Décrivez toutes les conditions liées à ces prix et toutes les conditions supplémentaires de l'accord. Il est conseillé d'inclure les dépenses imprévues qui affecteront le devis.)

Pour accepter ce devis, signez ici et renvoyez-le : _____

Merci de votre commande !

Agence CLASH XX rue du Taur 31000 Toulouse Téléphone [06.XX.XX.XX.XX] agenceCLASH@gmail.com

Annexe 11 : Devis Réel



Devis

Date : 3/29/2023
 N° FACTURE [100]
 Date d'expiration :
 4/29/2023

À Association Sang Protection
 XX rue de XX
 14XXX Hérouville Saint-Clair
 06 XX XX XX XX
 Réf client 24FHS238

Vendeur	Tâche	Méthode d'expédition	Conditions de livraison	Date de livraison	Modalités de paiement	Échéance
/	/	/	/	29/03/2023	Paiement à la réception	/

Qté	N°article	Description	Prix unitaire	Remise	Total de la ligne
1	Cahier des charges WEB	Cahier des charges opérations - Site web / Social Media	2000,00 HT	/	2000,00 HT
				Pourcentage de remise	/
				Sous-total	2000,00
				TVA	20%
				Total	2400,00

Devis préparé par : Hugues Raynaud _____

Ceci est un devis des biens nommés, soumis aux conditions indiquées ci-dessous : (Décrivez toutes les conditions liées à ces prix et toutes les conditions supplémentaires de l'accord. Il est conseillé d'inclure les dépenses imprévues qui affecteront le devis.)

Pour accepter ce devis, signez ici et renvoyez-le : _____

Merci de votre commande !

Agence CLASH XX rue du Taur 31000 Toulouse Téléphone [06.XX.XX.XX.XX] agenceCLASH@gmail.com

Annexe 12 : Devis de déploiement



Devis

Date : 3/29/2023
 N° FACTURE [100]
 Date d'expiration :
 5/15/2023

À Association Sang Protection
 XX rue de XX
 14XXX Hérouville Saint-Clair
 06 XX XX XX XX
 Réf client 24FHS238

Vendeur	Tâche	Méthode d'expédition	Conditions de livraison	Date de livraison	Modalités de paiement	Échéance
/	/	/	/	15/04/2023	Paiement à la réception	/

Qté	N°article	Description	Prix unitaire	Remise	Total de la ligne
1	Création site internet	Mise en place du site internet	3500,00 HT	/	3500,00 HT
				Pourcentage de remise	/
				Sous-total	3500,00
				TVA	20%
				Total	4200,00

Devis préparé par : Hugues Raynaud _____

Ceci est un devis des biens nommés, soumis aux conditions indiquées ci-dessous : (Décrivez toutes les conditions liées à ces prix et toutes les conditions supplémentaires de l'accord. Il est conseillé d'inclure les dépenses imprévues qui affecteront le devis.)

Pour accepter ce devis, signez ici et renvoyez-le : _____

Merci de votre commande !

Agence CLASH XX rue du Taur 31000 Toulouse Téléphone [06.XX.XX.XX.XX] agenceCLASH@gmail.com

Annexe 13 : GANTT Déploiement

Site internet - Sang Protection

Nom de la société : Agence CLASH

Légende : En bonne voie Risque faible Risque moyen Risque élevé Non attribué

Chef de projet : Lou Pilet

Date de début du projet : 30/03/2023

Incrément de défilement : 0

Description du jalon	Catégorie	Attribué à	Progression	Début	Jours
Mise en place matérielle					
Nom de domaine	Jalon		0%	31/03/2023	1
Hébergement	Jalon		0%	03/04/2023	1
Wordpress	Jalon		0%	03/04/2023	1
Mise en place	Objectif		0%	04/04/2023	1
Déploiement du site					
Intégration template	Risque faible		0%	04/04/2023	2
Adaptation de la charte graphique	Risque faible		0%	06/04/2023	5
Arborescence du site	Risque moyen		0%	08/04/2023	5
Point d'étape	Jalon			08/04/2023	1
Déploiement initial	Objectif		0%	12/04/2023	1
Intégration générale					
Mentions légales	Risque faible		0%	07/04/2023	2
Page d'accueil	En bonne voie		0%	08/04/2023	4
Intégration des modules	Risque moyen		0%	09/04/2023	5
Point d'étape	Jalon			10/04/2023	1
Déploiement V1.0	Objectif		0%	14/04/2023	1

