

MELBOURNE

AGENCE DE MARQUE & DE CONTENUS — MELBOURNE.FR

DEVIS — REFONTE DU SITE INTERNET

Rhône Saône Habitat, *l'habitat pour vocation.*

Prendre soin d'un patrimoine, d'habitants et d'une identité coopérative. Trois métiers, un même geste.

RÉFÉRENCE

MEL-2026-118

DATE D'ÉMISSION

6 août 2026

VALIDITÉ

60 jours

DEUX FORMULES, HT

17 469 € · 21 369 €

01 Objectifs de la refonte

Une coopérative d'habitat ne produit pas des logements : elle prend soin d'un droit. Rhône Saône Habitat réinvestit ses bénéfices au lieu de les distribuer, fait siéger des administrateurs bénévoles, et permet à ceux qu'elle loge de devenir sociétaires de la maison qui les abrite. Accession, location, syndic : trois métiers qui énoncent la même chose sous trois formes — l'habitat n'est pas un actif à faire fructifier, c'est un bien commun à entretenir dans le temps long.

Nous reconnaissons ce terrain. Melbourne accompagne les acteurs de l'habitat depuis trente ans, et nous avons appris ce métier des deux côtés de la table : celui des coopératives et des bailleurs, et celui de la promotion privée — Bouygues Immobilier, Vinci Immobilier, Thomas SA, les opérateurs de la promotion de montagne, et SLC Pitance, dont le site figure parmi les références que vous nous avez transmises.

Nous savons donc comment se construit une plaquette de lancement, comment se rédige l'accroche d'une perspective, à quel moment un promoteur sort le mot « qualité de vie » et pourquoi il le sort. Cette connaissance-

« Nous travaillons pour ce qui dure, avec des gestes qui se transmettent. »

là ne s'improvise pas et ne s'achète pas : elle se paie en années. Elle nous sert ici à une seule chose — ne pas vous conseiller de les imiter.

Car Melbourne est une agence du soin plutôt que de l'effet : nous travaillons pour ce qui dure, avec des gestes qui se transmettent. Ce site n'a donc pas à faire événement. Il doit rendre lisible ce que vous êtes déjà, et rester vivant entre vos mains longtemps après notre départ.

Reste que trois métiers, ce sont trois publics qui n'ont ni les mêmes attentes, ni le même vocabulaire, ni le même moment de vie. Le site actuel les fait cohabiter ; le site à venir doit les orienter.

LE PLAN D'ACTION

- Refondre le site à partir des éléments et des contenus existants
- Faire monter l'image en gamme et mieux valoriser les programmes
- Mettre en avant l'identité coopérative et les trois métiers
- Livrer un site responsive, pensé mobile d'abord, administrable et évolutif
- S'appuyer sur une infrastructure gérée et hébergée en Europe
- Renforcer le référencement Google et le référencement IA
- Documenter et accompagner les équipes après la mise en ligne

LE RÔLE SOCIAL, ET CE QU'IL IMPOSE AU SITE

Sept ménages sur dix peuvent frapper à votre porte. Combien le savent ? Cette question devrait commander la refonte : un site de coopérative n'a pas pour fonction de trier ses visiteurs, il a pour fonction de les détromper. Votre premier concurrent n'est ni une autre agence ni le marché privé — c'est l'autocensure de gens persuadés que « ce n'est pas pour eux ».

Source : Panorama du logement social 2025, ANCOLS. En accession abordable, les plafonds sont plus élevés encore.

DIRE LE DROIT AVANT DE DÉCRIRE L'OFFRE

Un visiteur qui ignore son éligibilité ne cherchera jamais un programme. L'ordre de lecture compte donc plus que le catalogue : l'accueil doit poser la question du droit avant de dérouler les logements. C'est ce qui fait du simulateur d'éligibilité, présenté en option, le levier au meilleur rapport coût-effet de tout ce devis.

UNE GAMME QUI N'ASSIGNE PERSONNE

La montée en gamme n'est pas une coquetterie d'agence : elle est la conséquence directe du chiffre. Si les trois quarts de la population sont concernés, le site s'adresse au corps social dans son ensemble, non à un public assisté. Un site qui ressemble à un guichet dissuade ceux-là mêmes qu'il devrait accueillir.

ÊTRE LÀ AU MOMENT DE LA QUESTION

« Ai-je droit au BRS », « quels sont les plafonds », « qu'est-ce que l'ORSOL » : ces questions se posent désormais autant à un assistant conversationnel qu'à un moteur de recherche. D'où le travail de la phase 05 — des réponses structurées pour être extraites, citées et attribuées à Rhône Saône Habitat plutôt qu'à un site généraliste.

CE QUE LA FORME COOPÉRATIVE AJOUTE AU PROPOS

Vous ne vendez pas seulement un prix accessible. Vous proposez un modèle où les bénéfices sont réinvestis plutôt que distribués, où des administrateurs bénévoles siègent, où l'habitant peut devenir sociétaire de la structure qui le loge, et où le bail réel solidaire sort durablement le logement de la spéculation. Ce n'est pas un argument d'appoint à ranger dans un « qui sommes-nous » : c'est la réponse à la question que se pose tout visiteur devant un prix inférieur au marché — « où est le piège ? ». Le site doit y répondre avant qu'elle ne soit posée.

Une concurrence qui a changé de terrain

Longtemps le partage était simple : le promoteur privé vendait l'emplacement et la finition, la coopérative vendait le prix. Ce n'est plus vrai. Les promoteurs viennent désormais chasser sur vos terres, et ils le font avec vos mots — qualité de conception, espaces partagés, jardins en commun, voisinage choisi, bien vivre ensemble. Là où ils vendaient des mètres carrés, ils vendent une vie de quartier. Le risque n'est pas qu'ils fassent mieux. C'est qu'ils disent la même chose plus fort, et qu'un acquéreur éligible finisse par croire que la qualité de vie se trouve chez eux, et l'aide financière chez vous.

Notre réponse tient en deux déplacements.

PREMIER DÉPLACEMENT

Prouver plutôt que promettre

Une perspective en trois dimensions peuplée de silhouettes souriantes est une promesse. Un chantier filmé du terrassement à la remise des clés, une résidence livrée il y a huit ans qu'on peut aller voir sur la carte du patrimoine, une assemblée générale de sociétaires, un syndic qui répond encore vingt ans plus tard : ce sont des preuves. Le promoteur privé s'en va à la livraison. Vous restez — c'est même votre deuxième métier. Rendre cette permanence visible est le seul argument qu'un concurrent ne peut ni acheter ni imiter.

SECOND DÉPLACEMENT

Occuper la question, pas le slogan

Sur « bien vivre ensemble », vous perdrez la bataille du volume publicitaire : leurs budgets média sont sans commune mesure avec les vôtres. Sur « qu'est-ce que le bail réel solidaire », « qui décide des charges de ma copropriété », « que devient mon logement si je revends », « à quoi sert l'ORSOL » — vous êtes légitimes et ils ne le sont pas. C'est précisément le terrain du travail de référencement décrit en phase 05 : être la source citée quand la question se pose, plutôt que la marque créée quand personne n'écoute.

UNE MÉTHODE NOMMÉE PAR SES GESTES

Chaque phase de ce devis porte deux noms : celui du geste qu'elle accomplit, et son intitulé technique. Le premier dit ce que nous faisons à votre marque, le second ce qui vous est facturé. Ce vocabulaire du soin n'est pas un ornement : entretenir un bâti dans la durée, veiller sur des habitants, réparer avant que cela ne casse — c'est votre métier avant d'être notre grammaire.

02 Notre façon de voir les choses

Un premier rendez-vous, chez Melbourne, n'est pas un rendez-vous de découverte. C'est déjà un rendez-vous de travail. Nous ne demandons pas à nos futurs compagnons de décrire ce qu'ils veulent avant de leur avoir montré quelque chose : nous dessinons d'abord, et nous écoutons ensuite ce que le dessin fait remonter. On n'applique pas un soin sans avoir observé la peau ; on ne conçoit pas un site sans avoir vu réagir ceux qui l'habiteront.

C'est pourquoi trois maquettes de votre page d'accueil vous sont présentées dès le premier échange – produites avant que ce devis ne soit signé, et sans figurer sur aucune de ses lignes. Cette méthode n'est tenable que parce qu'elle s'adosse à trente ans de pratique.

Ce que nous proposons au premier échange n'est pas de l'improvisation rapide, mais de l'expérience rendue disponible tout de suite.

On ne dessine pas trois pistes crédibles en quelques jours sur un secteur que l'on découvre : il faut avoir déjà maquette des programmes, écrit des accroches de lancement, vu ce qui déclenche une prise de rendez-vous et ce qui n'y parvient jamais.



PREMIÈRE PISTE

Le reflet

Ce que vous nous avez demandé, exécuté fidèlement. Votre intention rendue visible. Elle vérifie que nous avons entendu – et il arrive qu'elle révèle que ce qui était demandé n'était pas tout à fait ce qui était voulu.



DEUXIÈME PISTE

La parenté

Une piste nourrie des codes que nous pratiquons des deux côtés : ceux des coopératives et des bailleurs, ceux de la promotion privée. Vous y lirez la frontière d'un seul regard – ce que font vos pairs, ce que font les promoteurs, et l'endroit précis où Rhône Saône Habitat cesse de ressembler aux uns comme aux autres. C'est la piste la plus utile en discussion : elle rend visible ce qu'il ne faut surtout pas copier.



TROISIÈME PISTE

Le parti pris

Une proposition que vous ne nous avez pas demandée, où nous engageons notre regard plutôt que notre exécution. Elle n'est pas là pour être choisie telle quelle, mais pour déplacer la conversation. C'est le seul endroit où trente ans d'observation servent à autre chose qu'à reproduire : c'est souvent d'elle que sort le détail qui fera la différence.

CE QUE CETTE MÉTHODE ENGAGE

Ce travail est produit avant d'être commandé, et il ne vous est pas facturé – ni dans ce devis, ni ailleurs. C'est notre manière d'entrer en relation : nous engageons du travail, pas des promesses. Une coopérative sait ce que cela veut dire – on ne juge pas un partenaire sur ce qu'il annonce, mais sur ce qu'il met en commun dès le premier jour. C'est aussi le seul test honnête d'une expérience revendiquée : trente ans de métier, cela doit se voir sur une maquette avant de se lire sur une page de références. La suite du projet ne fait que prolonger ce geste : trois pistes, une décision partagée, puis un savoir-faire transmis à vos équipes pour qu'elles n'aient plus besoin de nous au quotidien.

03 Le détail des phases

Ce qui suit traduit en gestes, en jalons et en euros tout ce qui précède.

Six phases, chacune nommée par ce qu'elle accomplit avant de l'être par ce qu'elle produit. Aucune ne se referme sans que vous l'ayez validée, aucune ne s'ouvre avant que la précédente ne soit tenue.

Un budget contenu n'autorise pas un travail expédié : il oblige à choisir. Nous avons donc préféré retirer des livrables plutôt qu'en abîmer la qualité — chacun de ces retraits est écrit noir sur blanc en section 04, pour que vous sachiez exactement ce que vous achetez et ce que vous n'achetez pas.

Phase 01

L'éclat

5 869 €

Avant toute chose, faire apparaître.

DIRECTION ARTISTIQUE ET MAQUETTES

Trois pistes posées côte à côte, une conversation, puis un choix qui vous appartient entièrement.

Pilotage : Melbourne Agency.

- Définition de la direction artistique du futur site
- Design sobre sur une base taupe, rehaussée de touches orange et turquoise
- Choix de la piste parmi les trois maquettes présentées en amont, produites hors facturation
- Affinage et finalisation de la maquette d'accueil retenue
- Déclinaison en un gabarit de page métier, appliqué aux univers Rhône Saône Habitat, Accession, Location et Syndic
- Principes graphiques des listings, des fiches programmes et des pages de contenu
- Emplacements promotionnels prévus dès le maquettage, dans un gabarit contraint
- Déclinaison mobile de la page d'accueil et du gabarit métier
- Mise en avant de l'accession abordable, des programmes et de l'identité coopérative
- Session de validation et ajustements graphiques avant intégration

Phase 02

La texture

2 600 €

Le dessin devient matière.

INTÉGRATION ET RÉALISATION DU SITE

Ce que vous avez validé se met à exister, à la nuance près, sur les écrans de ceux qui vous cherchent.

Pilotage : Melbourne Agency

- Transmission des maquettes à l'environnement de production et reproduction fidèle de la direction artistique
- Page d'accueil
- Pages Accession, Location et Syndic
- Pages de présentation de la coopérative, de ses engagements et de son écosystème
- Listings des programmes, des actualités et des offres
- Fiches détaillées des programmes immobiliers
- Menu principal et méga-menu
- Boutons, liens et appels à l'action
- Réseaux sociaux et coordonnées par métier
- Animations et micro-interactions légères
- Adaptation responsive sur ordinateur, tablette et mobile

Phase 03

Le socle

3 250 €

Ce qui ne se voit pas et qui porte tout.

FONCTIONNALITÉS ET DASHBOARD

Les outils par lesquels vos équipes reprendront la main, le jour où nous serons partis.

Pilotage : Melbourne Agency.

- Dashboard unique : un seul écran pour piloter les programmes, les médias, les actualités et les annonces
- Prise en main sans compétence technique, sans passage par un prestataire
- Gestion des programmes et des logements
- Gestion des médias, des galeries et des documents, avec étiquetage et indication du format et des dimensions attendus à chaque emplacement, au moment du dépôt de l'image
- Recadrage et génération automatique des déclinaisons nécessaires
- Gestion des actualités par métier, avec tri anti chronologique
- Gestion des cinq statuts de programme : à venir, lancement commercial, démarrage des travaux, livraison imminente, livré
- Galerie sur les fiches programmes
- Publication des annonces commerciales à durée limitée depuis le dashboard, avec retrait automatique à échéance
- Informations principales, typologies et documents par programme
- Conseiller ou contact dédié par programme
- Moteur cartographique OpenStreetMap, mutualisé pour l'ensemble des cartes du site
- Carte de situation par programme, avec les transports et commodités à proximité
- Carte interactive des programmes en commercialisation, avec regroupement des points
- Carte du patrimoine locatif et fiche par résidence : nombre de logements, stationnements, visuel de façade
- Formulaire de contact général
- Formulaire de proposition ou de vente de terrain
- Liens vers les espaces existants Unlatch et Powimo
- Architecture ouverte permettant l'ajout ultérieur d'espaces personnalisés

Phase 04

La transmission

2 050 €

Vos contenus rejoignent leur nouvelle maison.

MIGRATION ET CONTENUS

Nous préparons les pièces, vous apportez ce qui vous appartient, nous restons à côté pendant l'emménagement.

Pilotage : Melbourne Agency.

- Mise en place de la structure d'accueil des contenus et paramétrage des gabarits
- Intégration des programmes actifs et du premier lot d'actualités retenues
- Intégration des documents réglementaires et des ressources utiles
- Saisie des pages institutionnelles et des pages métier par vos équipes, à partir de nos gabarits
- Une demi-journée d'accompagnement de vos équipes pendant la saisie
- Optimisation des images fournies
- Mapping des anciennes URL et mise en place des redirections 301
- Guide d'utilisation précisant les formats et dimensions d'images recommandés

Phase 05

Le rayonnement

1 950 €

Un beau site que personne ne trouve n'existe pas.

SEO, RÉFÉRENCIAGE IA ET ANALYTICS

Cette phase veille à ce qu'on vous rencontre au moment précis où l'on vous cherche.

Pilotage : Melbourne Agency.

- Optimisation des titres et des métadonnées
 - Optimisation de la structure des URL
 - Création et configuration du site map, configuration du fichier robots.txt
 - Mise en place des redirections SEO et optimisation du maillage interne
 - Balisage des contenus ORSOL, BRS et accession abordable
 - Création du fichier llms.txt
 - Données structurées Schema.org : organisation, programmes, FAQ et offres d'emploi
 - Configuration ou reprise de Google Analytics 4
 - Configuration de Google Tag Manager et de Google Search Console
 - Optimisation des performances et des Core Web Vitals
-

Phase 06

La révélation

1 750 €

On vérifie, on répare, on ouvre.

TESTS ET MISE EN LIGNE

On reste trois mois à portée de main, sans que vous ayez à le demander.

Pilotage : Melbourne Agency.

- Tests des pages et des parcours principaux
- Tests des formulaires, des liens et des appels à l'action
- Tests de la carte OpenStreetMap
- Tests responsive sur ordinateur, tablette et mobile, et sur les navigateurs récents
- Vérification des contrastes et des textes alternatifs
- Vérification SEO finale et contrôle des redirections
- Mise en production, configuration du domaine, des DNS et du certificat SSL
- Contrôle du site après déploiement
- Documentation du dashboard
- Garantie corrective de trois mois sur les éléments du périmètre livré
- Forfaits fermes pour le périmètre décrit ci-dessus.

Le volume exact des contenus à migrer en phase 04 sera validé avec vos équipes avant le lancement ; un écart significatif par rapport au volume estimé donnerait lieu à un avenant soumis à votre accord écrit.



04 Ce que le dashboard vous rend possible

Un site n'a de valeur que s'il bouge. Nous avons donc fait un choix de conception simple : tout ce que Rhône Saône Habitat aura besoin de dire au quotidien doit pouvoir être dit sans nous. Le dashboard n'est pas un back-office de plus, c'est la condition pour que ce site reste vivant après notre départ.

LE COMMERCE

Agir le jour où il faut

« Cuisine incluse pour toute réservation avant le 30 août. » « Frais de notaire offerts sur les trois derniers T3. » « Portes ouvertes samedi 12, sur rendez-vous. » Chacune se pose en quelques minutes : un message, deux dates, un programme concerné. Elle apparaît à l'emplacement prévu au maquettage, et disparaît seule à l'échéance. Aucun ticket, aucun devis, aucun délai d'agence entre la décision commerciale et sa mise en ligne.

LA COOPÉRATIVE

Dire la substantifique moelle

Un modèle coopératif ne se raconte pas une fois sur une page « qui sommes-nous » : il se prouve par la récurrence. Une assemblée générale, un nouveau sociétaire, un chantier livré, un dispositif ORSQL expliqué, un administrateur bénévole qui prend la parole. Le dashboard classe ces publications par métier et les trie du plus récent au plus ancien : la preuve s'accumule d'elle-même, sans que personne ait à la mettre en scène.

L'ÉCONOMIE

Ce que l'autonomie vous rend

Une coopérative qui réinvestit ses bénéfices n'a pas vocation à les dépenser en demandes de modification. Chaque bandeau posé, chaque actualité publiée, chaque programme mis en ligne sans passer par un prestataire est un euro qui reste dans le logement. C'est pourquoi le dashboard figure au socle et non en option, et pourquoi la documentation et la formation sont livrées en phase 06 plutôt que vendues ensuite.

UN POINT DE MÉTHODE QUE NOUS ASSUMONS

Une agence a rarement intérêt à rendre son client autonome. Nous faisons l'inverse, et pas par générosité : un site qu'on ne peut pas faire vivre soi-même meurt en dix-huit mois, et un client dont le site est mort ne revient pas. Notre intérêt à long terme et le vôtre coïncident exactement sur ce point. Le service managé que nous proposons ensuite porte sur ce qui demande vraiment un métier — la sécurité, la performance, le référencement — pas sur le droit de changer une phrase sur votre propre site.

Le soin, puis la routine

Les six phases de ce devis forment un protocole : intensif, daté, avec un début et une fin. Ce qui vient après n'a plus rien d'intensif — ce sont des gestes courts et réguliers, dont la valeur tient à leur constance bien plus qu'à leur ampleur. Publier une actualité le lendemain de l'assemblée générale. Retirer une promotion arrivée à échéance, ou laisser le dashboard le faire à votre place. Ajouter les photographies d'une résidence livrée. Répondre à un avis. Vérifier une fois par mois que rien ne s'est cassé. Aucun de ces gestes ne réclame une agence ; tous réclament d'être faits.

Un protocole de soin n'a d'effet que s'il est suivi d'une routine.

Nous répartissons donc l'après en deux mains. La vôtre, sur tout le quotidien éditorial : c'est le rôle du dashboard, et la raison pour laquelle la formation et la documentation sont livrées en phase 06 plutôt que vendues ensuite. La nôtre, sur ce qui demande un métier et ne se voit jamais — sécurité, sauvegardes, performance, référencement, veille : c'est Le rituel, décrit en section 05.

CE QUE NOUS AVONS APPRIS EN TRENTE ANS

Un site meurt rarement d'un défaut de conception. Il meurt d'une routine abandonnée — d'une actualité qui date de dix-huit mois, d'une promotion expirée depuis l'été dernier, d'un programme livré qui figure encore en commercialisation. C'est pourquoi nous concevons d'abord pour le jour ordinaire, pas pour le jour du lancement. Le premier est le seul que vos visiteurs verront.

05 Complément de périmètre

Le moteur cartographique OpenStreetMap retenu en phase 03 sert toutes les cartes du site. La carte des programmes en commercialisation et celle du patrimoine locatif sont donc livrées au socle, sans supplément : elles partagent le même moteur, seules changent les données qu'elles affichent.

Deux besoins de votre cahier des charges restent en dehors, parce qu'ils ne relèvent pas de la cartographie : le moteur de recherche multicritère, qui est un travail d'indexation et de filtrage, et les annonces distinguant logement et stationnement.

S'y ajoute une phase de cadrage en amont du maquettage : sur trois métiers et trois publics, produire des maquettes sans arborescence validée fait porter l'arbitrage éditorial par le designer – c'est le premier poste de reprise sur un projet de refonte.

C0 Le diagnostic

1 600 €

CADRAGE STRATÉGIQUE ET ARBORESCENCE (En amont de la phase 01)

- Atelier de lancement, puis un atelier par métier : accession, gestion locative, syndic
- Définition des parcours des trois cibles : accédant, locataire, copropriétaire
- Arborescence détaillée et logique du méga-menu, validées avant maquettage
- Note de cadrage servant de brief à la direction artistique

C1 L'orientation

1 200 €

MOTEUR DE RECHERCHE MULTICRITÈRE DES PROGRAMMES (Complète la phase 03)

- Recherche des programmes par secteur, typologie, dispositif, statut et budget
- Indexation des programmes et pertinence des résultats
- Filtres persistants entre le listing et la carte livrée au socle
- Mémorisation des critères et partage d'une recherche par lien

C2 Le rehaut

Offert

ANNONCES COMMERCIALES À DURÉE LIMITÉE (Prévu aux phases 01 et 03)

- Emplacements dédiés prévus dès le maquettage : bandeau d'accueil, pastille sur la fiche programme, encart de listing
- Message, période de validité et programme concerné paramétrables depuis le dashboard
- Affichage et retrait automatiques aux dates définies, sans intervention technique
- Gabarit graphique contraint, pour qu'une promotion n'entame jamais le niveau de gamme du site
- Par exemple : « Cuisine incluse jusqu'au 30 août 2026 »

POURQUOI « LE REHAUT » EST OFFERT

Ce site est une montée en gamme, et une promotion mal posée peut défaire en une bannière ce que la direction artistique a construit. Nous avons donc prévu les emplacements en amont, dans un gabarit contraint : quand le commerce l'exige, l'offre s'affiche sans que le site perde son niveau. C'est une décision de conception, pas un module ajouté après coup – il n'y a donc rien à vous facturer pour cela.

C3 La vitrine

1 100 €

ANNONCES LOGEMENT ET STATIONNEMENT DANS LE DASHBOARD (Complète la phase 03)

- Publication d'annonces avec distinction stricte entre logement et stationnement
- Filtres dédiés et affichage différencié dans le listing
- Gestion des annonces depuis le dashboard, aux côtés des programmes et des annonces commerciales

Total Compléments • Cadrage, deux modules et une option offerte

3 900 €

06 Récapitulatif

Le moteur cartographique OpenStreetMap retenu en phase 03 sert toutes les cartes du site. La carte des programmes en commercialisation et celle du patrimoine locatif sont donc livrées au socle, sans supplément : elles partagent le même moteur, seules changent les données qu'elles affichent.

Deux besoins de votre cahier des charges restent en dehors, parce qu'ils ne relèvent pas de la cartographie : le moteur de recherche multicritère, qui est un travail d'indexation et de filtrage, et les annonces distinguant logement et stationnement. S'y ajoute une phase de cadrage en amont du maquetage : sur trois métiers et trois publics, produire des maquettes sans arborescence validée fait porter l'arbitrage éditorial par le designer — c'est le premier poste de reprise sur un projet de refonte.

Formule Essentiel

		PART	MONTANT HT
PHASE		34 %	5 869 €
01	L'éclat · Direction artistique et maquettes	15 %	2 600 €
02	La texture · Intégration et réalisation du site	19 %	3 250 €
03	Le socle · Fonctionnalités et dashboard	12 %	2 050 €
04	La transmission · Migration et contenus	11 %	1 950 €
05	Le rayonnement · SEO, référencement IA et analytics	10 %	1 750 €
06	La révélation · Tests et mise en ligne		

Total formule Essentiel

17 469 €

TVA 20 % — soit TTC

20 963 €

Formule Intégrale

		MONTANT HT
PHASE		17 469 €
01 à 06	Formule Essentiel	
COMPLÉMENTS		1 600 €
C0	Le diagnostic · Cadrage stratégique et arborescence	1 200 €
C1	L'orientation · Moteur de recherche multicritère des programmes	Offert
C2	Le rehaut · Annonces commerciales à durée limitée	1 100 €
C3	La vitrine · Annonces logement et stationnement dans le dashboard	

Total formule Intégrale

21 369 €

TVA 20 % — soit TTC

25 643 €

NOTRE RECOMMANDATION

La formule Intégrale, et si l'enveloppe l'impose, un séquençement plutôt qu'un renoncement : la formule Essentiel avec le cadrage seul, puis les deux modules six mois après la mise en ligne. L'architecture livrée les accueille sans reprise. Ce qui ne se rattrape pas, en revanche, c'est une arborescence arbitrée après le maquetage.

07 Options - Sur demande, non incluses

PRESTATION OPTIONNELLE

TARIF HT

La projection · Simulateur d'éligibilité BRS / PSLA

1 800 €

- Questionnaire d'éligibilité BRS et PSLA
 - Gestion des plafonds de ressources
 - Administration des règles et des barèmes
 - Restitution pédagogique du résultat
-

La conversation · Chatbot gestion locative

1 200 €

- Base de connaissances alimentée par vos documents
 - Réponses aux questions fréquentes
 - Orientation vers les documents et les contacts adaptés
 - Transfert vers un interlocuteur humain
 - Périmètre de la phase pilote à définir ensemble
-

Le seuil · Espace client accession

2 600 €

- Authentification des acquéreurs
 - Consultation des documents
 - Suivi des étapes du parcours d'achat
 - Informations et notifications personnalisées
-

Le foyer · Espace locataire

2 600 €

- Authentification des locataires
 - Accès aux documents et aux informations de résidence
 - Dépôt et suivi des demandes
 - Services personnalisés
-

Le miroir · E-réputation et avis vérifiésIntégration d'une solution d'avis vérifiés

1 400 €

- Affichage maîtrisé de la note et des témoignages, pilotable métier par métier
- Parcours de collecte d'avis
- L'abonnement à la solution tierce et la campagne de recontact sont à chiffrer séparément

NOTRE RECOMMANDATION SUR L'OPTION « LE MIROIR »

Nous vous conseillons de l'activer d'abord sur l'accession et la gestion locative, où la preuve sociale rassure au moment de l'engagement le plus lourd d'une vie. Sur le syndic, la prudence s'impose : c'est un métier statistiquement mal noté, où les avis émanent souvent de copropriétaires en litige plutôt que de la majorité satisfaite. Nous préconisons d'y déployer d'abord le parcours de collecte, et de n'afficher les témoignages qu'une fois la note stabilisée. L'affichage reste pilotable métier par métier depuis le back-office.

Le temps long · Webcam de chantier et séquences accélérées

1 600 €

- Intégration du flux de la webcam de chantier sur la fiche programme
- Séquences accélérées par étape : terrassement, gros œuvre, clos et couvert, finitions, livraison
- Format court exportable pour vos publications sur les réseaux sociaux
- Activation, interruption et archivage pilotés par programme depuis le dashboard
- À la livraison, le film complet du chantier reste un actif de la coopérative
- Tarif d'intégration valable pour l'ensemble des programmes équipés
- Matériel, installation et abonnement opérateur à chiffrer séparément selon la durée du chantier

La perspective · Visites virtuelles 3D

120 € / programme

- Intégration dans les fiches programmes des visites déjà produites
- La production des visites 3D n'est pas comprise

Les éditions limitées · Landing pages supplémentaires

290 € / page

- Lancement commercial, offre ponctuelle, dernières opportunités, événement ou campagne
- Tarif applicable à une page reprenant un gabarit déjà maqueté

Brochures promotionnelles

60 € / programme

- Intégration des brochures fournies et mise à disposition sur les fiches programmes
- La création graphique des brochures est à chiffrer séparément

08 Prestation récurrente - Après la mise en ligne

PRESTATION OPTIONNELLE

TARIF HT

Le Rituel · Service managé – budget annuel reconductible

999 € HT / an

- Soit 83,25 € par mois, reconduit chaque année sauf dénonciation
- Hébergement du site compris sans supplément, sur une infrastructure gérée et localisée en Europe
- Nom de domaine, certificats SSL et supervision continue
- Maintenance préventive et mises à jour
- Sauvegardes régulières et restauration en cas d'incident
- Support aux équipes de Rhône Saône Habitat
- Veille du référencement IA et maintien des données structurées
- Les interventions correctives hors garantie font l'objet d'un chiffrage à la demande
- Le service prend effet à la mise en ligne et se reconduit chaque année à sa date anniversaire
- À défaut de souscription, il revient à Rhône Saône Habitat de fournir et d'exploiter son propre hébergement

09 Calendrier et conditions

Durée prévisionnelle : douze semaines à compter de la réunion de lancement, sous réserve des délais de validation et de la mise à disposition des contenus par vos équipes. La formule Intégrale ajoute deux semaines de cadrage en amont, portant la durée à quatorze semaines.

PHASE		S1 - S2	S3 - S4	S5 - S6	S7 - S8	S9 - S10	S11 - S12
01	L'éclat						
02	La texture						
03	Le socle						
04	La transmission						
05	Le rayonnement						
06	La révélation						

10 Échéancier de facturation

ÉCHÉANCIER DE FACTURATION	PART	Essentiel HT	Intégrale HT
À la commande, valant acceptation du présent devis	30 %	5 241 €	6 411 €
À la validation de la direction artistique et des maquettes — fin de phase 01	30 %	5 241 €	6 411 €
À la livraison du site en préproduction — fin de phase 03	25 %	4 367 €	5 342 €
À la mise en ligne — fin de phase 06	15 %	2 620 €	3 205 €
TOTAL HT	100 %	17 469 €	21 369 €
Soit TTC		20 963 €	25 643 €

CE QUE NOUS ATTENDONS DE VOS ÉQUIPES

- Un interlocuteur référent par métier pour les validations
- Les contenus, visuels et documents à migrer, dans les formats convenus
- Les accès à l'hébergement, au domaine, aux analytics, à Unlatch et à Powimo
- Une réponse aux demandes de validation sous cinq jours ouvrés

PROPRIÉTÉ ET LIVRABLES

Les droits patrimoniaux sur les créations graphiques et les développements spécifiques sont cédés à Rhône Saône Habitat au règlement intégral du solde, pour la durée légale de protection et pour le monde entier. La documentation du back-office est livrée à la mise en ligne.

GARANTIE

Garantie corrective de trois mois à compter de la mise en ligne, portant sur les éléments du périmètre livré. Les évolutions au-delà de ce périmètre relèvent du service managé ou d'un chiffrage complémentaire.

MODALITÉS

Devis valable 60 jours à compter de sa date d'émission.
Règlement à 30 jours date de facture, par virement.
Pénalités de retard au taux directeur BCE majoré de 10 points, indemnité forfaitaire de recouvrement de 40 €.
Forfaits fermes pour la durée du projet.

ÉVOLUTIONS DE PÉRIMÈTRE

Toute demande hors du périmètre décrit en sections 03 et 04 fait l'objet d'un chiffrage complémentaire soumis à validation écrite avant réalisation. Aucune prestation hors périmètre n'est engagée sans accord préalable.

VOTRE CONTACT

Thomas
Thomas@melbourne.fr

Allons ensemble à la portée de votre public.

POUR MELBOURNE AGENCY

Paul Muller, Fondateur



BON POUR ACCORD – RHÔNE SAÔNE HABITAT

Nom, qualité, date, signature et cachet

Melbourne Agency – melbourne.fr – Groupe Connect360

Siège social : Melbourne Agency, 254 rue Vendôme, 69003 LYON

RCS Lyon B 939661302 – TVA Intracommunautaire FR85939661302





254 RUE VENDÔME – 69003 LYON
TÉL. : 04 84 49 13 50
BONJOUR@MELBOURNE.FR

WWW.MELBOURNE.FR