



CAHIER DES CHARGES

Refonte de la plateforme

TERRE-NET OCCASIONS

& Son Back-Office de Gestion

Maître d'ouvrage	Groupe NGPA / La France Agricole
Rédaction	Abdelkrim Mokhtari – Chef de projet
Validation	Jean-Marie Lavigne
Version	V1.0 — mai 2026
Statut	CONFIDENTIEL
Objet	Consultation prestataire — Demande de chiffrage
Prestataire (Maitre d'œuvre)	Groupe Lundimatin
Diffusé le 18/05/2026 à :	Jaouad AHIL jaouad.ahil@lundimatin.fr - Stéphane Caccia stephane.caccia@lundimatin.fr
Accord de confidentialité signé	Oui

www.Terre-net-occasions.fr

Sommaire

- 1. INSTRUCTIONS AUX PRESTATAIRES 4
 - Livrables attendus du prestataire 4
- 2. CONTEXTE & ENJEUX STRATÉGIQUES 4
 - 2.1 Présentation de Terre-net Occasions 4
 - 2.2 Contexte du Projet 4
 - 2.3 Diagnostic de l'Existant 5
 - 2.4 Ambition Stratégique 5
 - 2.5 Données de Trafic (Piano Analytics — Mars 2024 → Mars 2026) 5
- 3. PÉRIMÈTRE DU PROJET 6
 - 3.1 Livrable Principal 6
 - 3.2 Catalogue Matériels Couverts 6
 - 3.3 Hors Périmètre V1 6
- 4. BENCHMARK CONCURRENTIEL 7
- 5. SPÉCIFICATIONS FONCTIONNELLES GENERALES — FRONT-OFFICE 7
 - 5.1 Moteur de Recherche 7
 - 5.2 Fiche Annonce 7
 - 5.3 Espace Utilisateur / Acheteur 8
 - 5.4 Services à Valeur Ajoutée 8
 - 5.5 Fonctionnalités IA 8
 - 5.6 Internationalisation 9
 - 5.7 Mobile First — Objectifs UX 9
- 6. SPÉCIFICATIONS FONCTIONNELLES GENERALES — BACK-OFFICE 9
 - 6.1 Dashboard Concessionnaire 10
 - 6.2 Gestion des Annonces — Concessionnaire 10
 - 6.3 Gestion des Contacts & Leads — Concessionnaire 10
 - 6.4 Mon Compte Concessionnaire 10
 - 6.5 Mes Services — Concessionnaire 11
 - 6.6 Dashboard Particulier / ETA 11
 - 6.7 Gestion des Annonces — Particulier / ETA 11
 - 6.8 Gestion des Contacts — Particulier / ETA 12
 - 6.9 Mon Compte Particulier / ETA 12
 - 6.10 Services Particulier / ETA 12
 - 6.11 Dashboard Administration 12
 - 6.12 Gestion des Utilisateurs & Offreurs 12
 - 6.13 Modération & Qualité 12
 - 6.14 Gestion des Référentiels 13
 - 6.15 Offres Commerciales & Monétisation 13
 - 6.16 Conformité RGPD 13

7. ARCHITECTURE TECHNIQUE	13
7.1 Stack Technique Actuel.....	13
7.2 Infrastructure Actuelle	14
7.3 Intégration ERP / DMS Concessionnaires	14
7.4 SEO Technique — Exigences.....	14
7.5 Architecture Vidéo & Formats Immersifs.....	14
8. SEO, ACQUISITION & CONTENUS	15
8.1 Stratégie SEO.....	15
8.2 Contenu Éditorial — Levier Différenciant.....	15
8.3 Diversification des Sources de Trafic	15
8.4 Plan de Taggage Analytics	15
9. OFFRE COMMERCIALE & MONÉTISATION	16
9.1 Marchés Cibles	16
9.2 Écosystème Partenaires NGPA	16
9.3 Les Grandes Occasions (LFA)	16
9.4 E-commerce	16
9.5 Formats de diffusion envisagés	17
9.6 Formats Vidéo	17
10. GOUVERNANCE & ÉQUIPE PROJET	17
10.1 Organisation du Projet (Côté NGPA).....	17
10.2 Attentes vis-à-vis du Prestataire	17
10.3 Contraintes Projet	18
10.4 Maintenance & Accompagnement.....	18
11. CLAUSES & CONDITIONS DE LA CONSULTATION	19

1. INSTRUCTIONS AUX PRESTATAIRES

Le présent cahier des charges est adressé dans le cadre d'une consultation auprès de prestataires potentiels. Il a pour objectif de permettre l'établissement d'une estimation financière et d'un planning prévisionnel pour la refonte complète de la plateforme Terre-net Occasions (TNO).

Livrables attendus du prestataire

En réponse à ce cahier des charges, le prestataire est invité à fournir :

- Une proposition commerciale détaillée avec ventilation par lots
- Un planning prévisionnel avec jalons et dépendances identifiées
- Une méthodologie projet (gouvernance, fréquence des échanges, recette)
- Des recommandations techniques et fonctionnelles
- Les hypothèses retenues pour le chiffrage
- Les coûts récurrents (hébergement, licences, TMA)
- Les risques identifiés et les propositions d'atténuation

OBJECTIF CIBLE : V1 stabilisée et mise en production pour septembre 2026.

2. CONTEXTE & ENJEUX STRATÉGIQUES

2.1 Présentation de Terre-net Occasions

Terre-net Occasions (TNO) est une des principale place de marché française dédiée au matériel agricole d'occasion. Adossée au groupe France Agricole (NGPA), la plateforme met en relation acheteurs et vendeurs — agriculteurs, ETA et concessionnaires — pour du matériel professionnel d'occasion.

TNO se distingue d'une simple plateforme de petites annonces grâce à une gamme étendue de services historiques à forte valeur ajoutée, intégrés au sein de la plateforme et nécessitant aujourd'hui une modernisation ainsi qu'une remise à niveau fonctionnelle et graphique :

- Cotes de tracteurs d'occasion (8 marques) : Service dont les mises à jour ont été abandonnées il y a plusieurs années par le prestataire externe, et aujourd'hui peu utilisé par les visiteurs pour les accompagner dans le positionnement d'un prix d'achat ou de vente.
- Fiches techniques matériels : 5 catégories au total
- Annuaire de concessionnaires et annuaire des ETA , actualisé annuellement.
- Appels d'offre
- Services de financement, garantie et transport

2.2 Contexte du Projet

Le groupe NGPA souhaite engager la refonte complète de la plateforme Terre-net Occasions afin de :

- Moderniser l'expérience utilisateur (UX)
- Stabiliser l'infrastructure existante
- Proposer une alternative crédible aux acteurs leaders du marché
- Développer l'audience de la plateforme et des annonces, générer des leads qualifiés pour les annonceurs et capter la donnée des visiteurs
- Développer de nouveaux services pour les annonceurs et les visiteurs
- Intégrer l'IA.

Une nouvelle identité est actuellement à l'étude, adossée au titre *La France Agricole*, avec un nouveau nom de domaine et une redirection structurée depuis TNO.

⇒ *L'approche retenue est pragmatique, orientée MVP/V1 stabilisée.*

2.3 Diagnostic de l'Existant

Limites identifiées sur la plateforme actuelle :

- Expérience utilisateur (UX) insuffisante : desktop et mobile
- Manque d'animation marketing
- Faible génération de leads et d'audience
- Base de données Marque/Modèle absente (à reconstruire)

2.4 Ambition Stratégique

OBJECTIF À 2 ANS : Devenir une alternative crédible et compétitive à AgriAffaires.

Positionnement cible :

- Offre 360° : présence online, offline et événementielle
- Différenciation par contenu éditorial + Data + IA
- Adossement à la marque La France Agricole
- Naming hybride à définir (rupture avec l'image obsolète de TNO)
- Marchés cibles : concessionnaires agricoles, viticoles et espaces verts (agriculteurs, viticulteurs, paysagistes) côté annonceurs, et l'ensemble des agriculteurs côté visiteurs.

2.5 Données de Trafic (Piano Analytics — Mars 2024 → Mars 2026)

Indicateur	Valeur	Interprétation
Visiteurs uniques	3,3 millions	Audience qualifiée, secteur agricole
Visites totales	~4,8 millions	Taux de retour notable
Pages vues	11,1 millions	Fort engagement sur le contenu
Temps moyen / visite	4 min 23 sec	Engagement élevé vs benchmarks web
Érosion trafic 2 ans	-50% (227k → 110k/mois)	⚠ Signal d'alarme PRIORITAIRE

Sources de trafic — vulnérabilités identifiées :

- SEO (moteurs de recherche) : 79% du trafic — dépendance forte à l'algorithme Google
- Réseaux sociaux : seulement 0,9% du trafic
- Mobile : 57% des visiteurs (Android 43% + iOS 18%), sans application native disponible

Répartition géographique du trafic :

Pays	Part du trafic
France	47%
Allemagne	6,1%
Pologne	5,4%

Pays	Part du trafic
Italie	4,8%
Espagne	3,8%
Autres	~33%

3. PÉRIMÈTRE DU PROJET

3.1 Livrable Principal

La refonte porte sur deux composants distincts et complémentaires :

FRONT-OFFICE (Site public)	BACK-OFFICE (Outil de gestion)
<ul style="list-style-type: none"> • Moteur de recherche multicritères • Fiches annonces enrichies • Espace acheteur / vendeur • Cote de l'occasion (à clarifier) • Services premium • Contenus éditoriaux liés • Internationalisation (20 langues) • Fonctionnalités IA 	<ul style="list-style-type: none"> • Dashboard concessionnaire & Particulier / ETA • Gestion des annonces • Gestion des flux In et Out • Gestion des leads • Administration catalogue • Statistiques & exports • Modération • Gestion des offres commerciales

3.2 Catalogue Matériels Couverts

- Agricole : tracteurs (environ 16 000 annonces), moisson/récolte, pulvérisateurs, semis, outils du sol, épandage, betteravier, maraîchage, agriculture de précision
- Manutention / Transport : chariots télescopiques, remorques
- Travaux Publics
- Viti/Vini : matériel viticole, arboricole, équipement vinicole
- Élevage : traite, soins aux animaux, fourrages, animaux, aliments bétail
- Espaces verts et immobilier agricole
- Véhicules utilitaires et pick-up
- Pièces détachées

3.3 Hors Périmètre V1

- Application mobile native (prévue en Phase 2)
- Module enchères en ligne (opportunité future)
- Intégration complète multi-ERP (connexions partenaires livrées progressivement). Il est indispensable d'avoir dès la V1 l'intégration des flux In & Out pour mise à jour des annonces (peu de saisies d'annonces en direct dans le BO)

POINT D'ATTENTION BDD : La migration de l'existant dépend de la stratégie retenue — nouvelle BDD (nécessite moulinette de migration) ou conservation de la BDD actuelle (adapter sans moulinette). Ce point devra être clarifié par le prestataire dans sa proposition.

4. BENCHMARK CONCURRENTIEL

Plateforme	Positionnement	Menace pour TNO
Agriaffaires	Leader français et européen — audience massive, filtres avancés, data prix, devenu incontournable pour les concess (20-40% de leurs leads)	Très forte — référence marché
TractoMarket	Challenger européen — interface moderne, orientation transaction	Moyenne — montée en puissance
Place des Tracteurs	Spécialiste FR — simplicité, ciblage agricole	Très forte car détiennent la matière première = l'annonce dès sa création (appli Tik Trak)
E-Farm	Plateforme transactionnelle — inspection, paiement sécurisé, logistique	forte — modèle futur
Leboncoin	Généraliste FR — trafic massif, simplicité, gratuit particuliers	Très forte (C2C et B2C)
Promodis Occasions	Réseau concessionnaires — stock mutualisé	Forte dans la construction et la prescription
MachineFinder	Constructeur — garantie, historique machine	Modérée

Leçons issues du benchmark automobile & immobilier :

- Auto / L'Argus → la Cote est une norme de référence comparable à L'Argus
- Auto / La Centrale → imposer une data riche : historique, fiches techniques complètes
- Immobilier / SeLoger → algorithme de recommandation et alertes push plus agressifs
- Immobilier / Bien'ici → carte interactive 3D (services) + visualisation des coûts logistiques

5. SPÉCIFICATIONS FONCTIONNELLES GÉNÉRALES — FRONT-OFFICE

Les éléments ci-dessous constituent une base fonctionnelle générale permettant aux prestataires d'évaluer le périmètre. Cette liste est indicative et pourra évoluer durant les phases de cadrage.

5.1 Moteur de Recherche

- Recherche multicritère : marque, modèle, année, heures, puissance, prix, région, catégorie
- Barre de recherche universelle visible sur toutes les pages
- Recherche par géolocalisation avec carte interactive (Leaflet + OSM)
- Recherche par marque et par région
- Filtres essentiels visibles immédiatement sur mobile (prix, marque, localisation)
- Intégration IA pour la recherche en langage naturel pouvant décrire un besoin plus qu'un matériel

5.2 Fiche Annonce

- Visuels plein écran (galerie photos optimisée mobile, gestion ordre des photos issues de fichiers d'import)
- Informations clés en priorité : prix, heures, année, localisation

- Actions immédiates : appel en un clic, message rapide, mise en favori, appel WhatsApp
- Fiches techniques intégrées
- Intégration de vidéos et/ou de sons pour décrire un matériel
- Score de complétude de l'annonce avec recommandations
- Partage, impression et signalement de l'annonce
- Bouton comparaison (jusqu'à 5 matériels)
- Lien avec le contenu éditorial (articles et vidéo)

POINT TECHNIQUE : Le lien entre fiches techniques et annonces TNO nécessite une logique de réconciliation Marque/Modèle (valeur libre des deux côtés). Les accès données se font via un package NuGet C# (store privé). Les articles ToolKat sont accessibles via flux RSS filtré par catégorie.

5.3 Espace Utilisateur / Acheteur

- Création de compte particulier et professionnel
- Ma sélection (favoris)
- Alertes personnalisées par e-mail
- Alertes comportementales : détection de profil navigation + push notification ciblée
- Historique de navigation
- Notifications push (baisse de prix, nouvelles offres)
- Vidéo et Vidéo 360°
- Possibilité de dépôt d'appel d'offres
- Possibilité de générer des alertes sur certains matériels

5.4 Services à Valeur Ajoutée

- Cote de l'occasion : 8 marques de tracteurs (référence comparable à l'Argus auto) — à clarifier en cadrage (dans son périmètre et sa mise à jour)
- Fiches techniques : tracteurs, moissonneuses-batteuses, télescopiques, machines à vendanger
- Annuaire des concessionnaires et annuaire des ETA
- Service transport, garantie et financement
- Appels d'offre, sélection de la semaine, newsletter
- Le concessionnaire du mois (offres et remises de prix)
- Simulateur d'estimation — Calculateur TCO (coût sur 5 ans, V1 ciblée tracteurs)
- Offre de reprise : connexion avec les concessionnaires les plus proches
- Inspection certifiée, échange de matériel
- Mise en avant sur les titres print (via Mat Picker) et catalogues concessionnaires et web NGPA
- Pièces neuves via partenariats avec catalogues d'annonceurs spécifiques
- Valorimètre — Jauge prix & Observatoire marché (évolution 12 mois par modèle et région)

5.5 Fonctionnalités IA

- Traduction multilingue IA : DeepL ou LLM, pipeline asynchrone déclenché à la publication — 20 langues (arabe, chinois, ukrainien, hindi, polonais...)
- LLM Signaux marché : génération automatique de commentaires de marché en langage naturel, alimenté par les données du Valorimètre
- Transcription audio vendeur : enregistrement vocal mobile, transcription via Whisper (OpenAI) intégrée dans la description — gain terrain + SEO

- Alerte vendeur — Détection prix hors marché : remontée automatique dans le BO concessionnaire + badge de validation si bien positionné
- Mat'Import assisté IA : aide à la correspondance des critères lors des imports XLS/ZIP
- Gestion ordre et optimisation des photos de l'annonce
- Identification arnaques acheteurs / vendeurs

5.6 Internationalisation

- 20 langues disponibles (dont arabe, chinois, ukrainien, hindi, polonais...)
- Traductions automatiques encadrées avec validation manuelle sous seuil de fiabilité
- Respect des termes métiers agricoles dans les traductions

5.7 Mobile First — Objectifs UX

OBJECTIF MOBILE : Permettre à un utilisateur sur le terrain de trouver un matériel en moins de 3 clics depuis son smartphone, même en zone à faible réseau.

Permettre aux clients et concessionnaires de gérer leur parc, leurs annonces et leur activité directement depuis leur mobile.

Front Office — Expérience utilisateur :

- Navigation ultra simplifiée : accès direct aux catégories clés
- Temps de chargement optimisé : API rapides, CDN, images compressées
- Expérience fluide même en zone à faible réseau
- Géolocalisation simplifiée des matériels et vendeurs
- Parcours utilisateur pensé prioritairement mobile avant desktop
- Notifications mobiles (messages, favoris, alertes annonces)

Back Office — Gestion concessionnaire (responsive obligatoire) :

- Tableau de bord simplifié : leads, annonces actives, demandes en attente, stats
- Gestion rapide des annonces : création/modification/suspension, ajout photos depuis mobile
- Gestion du parc matériel : statuts disponibles/vendus/réservés
- Gestion des leads et contacts en temps réel
- Fonctionnement dégradé en faible réseau avec synchronisation différée
- Compatibilité iOS / Android tous navigateurs récents

6. SPÉCIFICATIONS FONCTIONNELLES GÉNÉRALES — BACK-OFFICE

Les éléments ci-dessous constituent une base fonctionnelle générale permettant aux prestataires d'évaluer le périmètre. Cette liste est indicative et pourra évoluer durant les phases de cadrage.

Le back-office couvre trois profils utilisateurs distincts, chacun disposant d'un espace dédié avec des droits et des fonctionnalités adaptés à ses usages :

CONCESSIONNAIRE	PARTICULIER / ETA	ADMINISTRATION NGPA
<i>Profil professionnel multi-sites. Gestion de parc, accès multi-utilisateurs, services avancés et statistiques détaillées.</i>	<i>Profil simplifié pour la vente de gré à gré. Gestion de quelques annonces et suivi des contacts reçus.</i>	<i>Accès global. Modération, pilotage des offres, gestion des référentiels, supervision technique et conformité RGPD.</i>

PROFIL 1 — CONCESSIONNAIRE

6.1 Dashboard Concessionnaire

- Vue synthétique : annonces actives, à échéance, à échéance dans 30 jours
- Limite de passage d'annonces et prochaine date d'échéance
- Entonnoir de contacts sur 12 mois : vues annonces, clics coordonnés, contacts entrants
- Qualité des annonces : score global, % photos, % prix renseigné, % critères affichés
- Derniers projets d'achat avec informations acheteur et annonce concernée
- Exports Excel/CSV sur tous les graphiques d'évolution

6.2 Gestion des Annonces — Concessionnaire

- Création, édition, archivage et renouvellement d'annonces
- Score de complétude par annonce avec recommandations d'amélioration
- Gestion des annonces à échéance
- N° d'annonce et N° d'inventaire
- Classeurs d'occasions, carrousel personnalisé
- Gestion du parc annonces print (Mat Piker)
- Mat'Import : import en masse XLS/ZIP avec aide IA pour la correspondance des critères
- Pièces import (à clarifier)
- Editeur fiche de reprise
- Valorimètre BO : alerte automatique si prix hors marché + badge de validation si bien positionné (calcul nightly)
- Lien avec Immatriculations : nombre de matériels identiques immatriculés et en ligne sur notre plateforme

6.3 Gestion des Contacts & Leads — Concessionnaire

- Projets d'achat — occasions
- Projets d'achat — pièces
- Demandes entrantes (formulaire contact, appel en un clic, WhatsApp)
- Terre-net Work (à clarifier)
- Historique complet des leads reçus par annonce
- Notifications temps réel (email + push mobile) pour chaque nouveau contact
- Possibilité d'actions commerciales (emailing et automation) sur les visiteurs d'une annonce

6.4 Mon Compte Concessionnaire

- Coordonnées et informations profil
- Gestion des accès : code sécurisé, authentification multi-utilisateurs (OpenIddict)
- Logo, cartes de visite

- Gestion des vendeurs / responsable occasion (1^{er} contact) et du responsable pièces détachées
- Gestion multi-sites : affectation des annonces et des équipes par concession
- Mes parutions print (à clarifier)

6.5 Mes Services — Concessionnaire

- MAT Picker (à clarifier)
- Classeur occasion ou sélection utilisable pour une newsletter occasion personnalisé au concessionnaire
- Applications tierces (à clarifier)
- Terre-net Guide
- Cote agricole d'occasion (à clarifier)
- Mat'Import / Mat'Export (à clarifier)
- Pièces Import (à clarifier)
- Éditeur fiche de reprise
- Marketing Direct sur les visiteurs de ses annonces (critère et temporalité à définir)

Services complémentaires envisagés :

- Calculateur TCO — Coût réel sur 5 ans (V1 ciblée tracteurs)
- Widget NGPA Matching articles : matching vectoriel annonces / articles éditoriaux
- Vidéo 360° et formats immersifs
- Devis transport et financement intégrés

PROFIL 2 — PARTICULIER / ETA

Le back-office Particulier / ETA est une version allégée, pensée pour des vendeurs occasionnels (agriculteurs, ETA, viticulteurs, paysagistes) qui ne gèrent pas un parc professionnel mais souhaitent publier, suivre et gérer leurs annonces simplement.

6.6 Dashboard Particulier / ETA

- Vue synthétique : annonces actives, en attente de validation, expirées
- Nombre de contacts reçus sur les 30 derniers jours
- Annonces consultées récemment par les acheteurs
- Alertes : annonce bientôt expirée, prix hors marché détecté

6.7 Gestion des Annonces — Particulier / ETA

- Création d'annonce simplifiée : formulaire guidé pas-à-pas (utilisation de la plaque d'immatriculation pour gain de temps)
- Ajout de photos depuis mobile (compression automatique)
- Sauvegarde automatique des brouillons
- Édition, renouvellement et suppression d'annonce
- Limite d'annonces actives simultanées selon l'offre souscrite – 5 annonces gratuites si logué – 10 annonces gratuites si abonné à un de nos titres et pas professionnel)
- Score de complétude avec conseils pour optimiser la visibilité
- Transcription audio : description par enregistrement vocal (Whisper / OpenAI)

6.8 Gestion des Contacts — Particulier / ETA

- Messagerie intégrée : réception et réponse aux messages des acheteurs
- Notification email et push à chaque nouveau contact
- Historique des échanges par annonce
- Demandes de rappel téléphonique

6.9 Mon Compte Particulier / ETA

- Coordonnées et informations profil (nom, localisation, type de profil)
- Authentification sécurisée (OpenIddict)
- Gestion des alertes et préférences de notification
- Historique des annonces publiées (actives, archivées, expirées)
- Suppression du compte et droit à l'effacement des données (RGPD)

6.10 Services Particulier / ETA

- Accès à la Cote de l'occasion (lecture) pour positionner son prix
- Valorimètre simplifié : jauge prix vert/orange/rouge à la publication
- Service transport : mise en relation avec transporteurs partenaires
- Garantie et financement : accès aux offres partenaires NGPA

PROFIL 3 — ADMINISTRATION CENTRALE (Équipe NGPA)

Les éléments ci-dessous constituent une base fonctionnelle générale permettant aux prestataires d'évaluer le périmètre. Cette liste est indicative et pourra évoluer durant les phases de cadrage.

6.11 Dashboard Administration

- Tableau de bord personnalisable avec outils préférés en tuiles (nombre annonces par catégorie, annonceurs actifs, leads ...)
- Surveillance en temps réel : accès actifs, annonces publiées, leads générés
- Alertes automatiques : anomalies de modération, pics de trafic, erreurs techniques

6.12 Gestion des Utilisateurs & Offreurs

- Gestion des offreurs (concessionnaires + particuliers/ETA) : listes avec filtres alphabétiques/ID, dates, limitations, logos
- MétaMoteur : recherche multicritères contacts/offreurs/annonces
- Surveillance et statistiques : suivi accès, échéances, évolution annonces/comptes
- Gestion des concessions V4 : tableaux de bord avec taux de réalisation
- Activation / suspension / suppression de comptes

6.13 Modération & Qualité

- Modération des annonces : validation, signalement, suppression (intégration de l'IA)
- File de modération priorisée : nouvelles annonces, signalements utilisateurs, anomalies IA
- Contrôle qualité : annonces sans photo, prix aberrants, descriptions vides
- Historique de modération par annonce et par opérateur

6.14 Gestion des Référentiels

- Gestion de l'arborescence : catégories de matériels et critères associés
- Base de données Argus (à clarifier)
- Base fiches techniques
- Base immatriculations (Hyltel)
- Base Marque/Modèle (brique à part — validation avec Irium et ADquation)

6.15 Offres Commerciales & Monétisation

- Gestion des offres et abonnements concessionnaires (création, modification, tarification)
- Gestion des offres particuliers / ETA (gratuites, payantes, premium)
- Gestion des mises en avant et options payantes (boost, carousel, affichage prioritaire)
- Suivi des revenus par type d'offre et par profil

6.16 Conformité RGPD

- Droit à l'effacement des données depuis le back-office admin (concessionnaires et particuliers)
- Registre des traitements documenté à la livraison
- Gestion des demandes d'exercice des droits (accès, rectification, portabilité)
- Traçabilité des suppressions et exports de données

7. ARCHITECTURE TECHNIQUE

7.1 Stack Technique Actuel

Couche	Technologie	Remarques
Back-end	.NET Core / C# (.Net10)	Continuité de l'existant — architecture MVC
Front-end	Razor, VanillaJS ou jQuery	Attention forte au SEO — plan de redirection obligatoire
CSS	Bootstrap 5 (Sass) — Bundler Webpack	
Cartographie	Leaflet (OSM)	Remplacement Google Maps si géoloc multi-pages
Notifications push	WonderPush (service tiers)	
Envoi email	SparkPost (service tiers)	
Proxy IA	OpenRouter	
Authentification	OpenIddict (refondu)	Remplacement système obsolète (mots de passe en clair)
Hébergement	Infrastructure interne NGPA	Coordination direction numérique requise
IA / Recherche	Azure AI Search / SQL AI Search	Budget estimé : 50-150 €/mois
Tracking	IsaDataLab V2 + Piano Analytics	Plan de taggage complet à mettre en place

Couche	Technologie	Remarques
Régie pub	Equativ	Ciblage contextuel par catégorie et géographie
Consentement	Didomi	Déjà en place sur plateformes NGPA
Outil éditorial	Swyp – ToolKat (outil maison)	

7.2 Infrastructure Actuelle

- Serveur de développement et serveur de préproduction en place
- Pas de base de données de développement dédiée — à créer
- Stratégie recommandée : conserver la BDD existante, s'y connecter avec backups et extraits pour les tests
- Nom de domaine géré par ISAGRI (maison mère) — délai de bascule DNS à anticiper
- Astreinte incidents hors heures ouvrées : aucun process en place — à définir avec le prestataire

7.3 Intégration ERP / DMS Concessionnaires

Axe stratégique majeur : connexion de TNO aux ERP des concessionnaires pour l'intégration automatique des stocks en temps réel.

DMS / ERP	Origine
DIS (Dealer Information Systems)	Pays-Bas Pas prio
Irium Software	France
DMS Group	France
Mistral Informatique	France
Everlog	France
Neoti	France
BLG	France

7.4 SEO Technique — Exigences

- Balisage structuré JSON-LD sur toutes les fiches (reconnu par Google et les moteurs IA)
- Redirections 301 complètes — aucune page indexée ne disparaît
- Pages GEO SEO générées automatiquement (ex : tracteur occasion Bretagne, John Deere Normandie...)
- Sitemap dynamique et robots.txt optimisés
- Optimisation Core Web Vitals : LCP, CLS, FID
- Plan de redirection structuré pour la migration (URLs existantes préservées)
- Indexation pilotée côté back-end

7.5 Architecture Vidéo & Formats Immersifs

RECOMMANDATION : Construire un socle technique scalable, capable d'intégrer Tournicar ainsi que ses concurrents, et tous les formats immersifs. Architecture ouverte, sans dépendance à un seul prestataire.

Formats à intégrer dans le socle technique :

- Vue 360°, vidéo standard, live visio vendeur, live audio
- Futur : IA, 3D, inspection automatisée

Modèle de monétisation :

- Basique : photos
- Standard : photos + vidéo
- Premium : photos + vidéo + 360°

8. SEO, ACQUISITION & CONTENUS

8.1 Stratégie SEO

- Plan de redirection structuré pour la migration (URLs existantes préservées)
- Indexation pilotée côté back-end
- Renforcement du maillage interne entre annonces et contenus éditoriaux
- Optimisation Core Web Vitals : LCP, CLS, FID
- Schema.org structured data pour les annonces
- Sitemap dynamique et robots.txt optimisés

8.2 Contenu Éditorial — Levier Différenciant

- Widget NGPA Matching articles : connexion bidirectionnelle annonces / articles (Terre-net.fr, La France Agricole) via matching vectoriel
- Essais matériels, analyses, vidéos associés aux fiches annonces
- Page publique "Observatoire des prix" : évolution sur 12 mois par modèle et région
- Guide d'achat éditorial signé par les journalistes LFA

8.3 Diversification des Sources de Trafic

ALERTE CRITIQUE : 79% du trafic provient du SEO — vulnérabilité majeure aux changements d'algorithme Google. Les réseaux sociaux ne représentent que 0,9% du trafic.

- Activation des réseaux sociaux : stratégie de contenu dédiée
- Newsletter : programme de fidélisation avec contenu éditorial
- Programme de notifications push (mobile)
- Cross-traffic avec les titres NGPA : Terre-net.fr, La France Agricole.fr, Matériel Agricole, Matériel et Paysage, Web-agri, Vitisphère
- Événementiel : Les Grandes Occasions, salons agricoles

8.4 Plan de Taggage Analytics

PRIORITÉ ABSOLUE : 99,9% des événements Piano actuels sont de simples affichages de page. Aucune conversion ni interaction clé n'est tracée. Le pilotage analytique est impossible en l'état.

Événements à tracer en priorité :

- Recherches effectuées (termes, filtres utilisés)
- Vues de fiches annonces
- Clics sur coordonnées / appel en un clic
- Envois de messages / leads générés
- Ajouts aux favoris
- Utilisation de la Cote / Valorimètre / TCO
- Dépôts d'annonces
- Inscriptions newsletter

9. OFFRE COMMERCIALE & MONÉTISATION

9.1 Marchés Cibles

- Concessionnaires agricoles et espaces verts
- Agriculteurs et viticulteurs
- Paysagistes
- Particuliers (vente de gré à gré)
- Partenaires plateforme occasions (ex RitchieBross)
- Autres partenaires Media (<https://www.usedtecworld.com/>)

9.2 Écosystème Partenaires NGPA

- NGPA / La France Agricole, Terre-net.fr, Matériel Agricole
- Vitisphère, Le Lien Horticole Matériel & Paysage
- Décisions Machinisme & Réseaux, JobAgri
- Tableau immatriculations (Hyltel)

9.3 Les Grandes Occasions (LFA)

Dispositif lancé en 2026 par La France Agricole (NGPA) :

- 150 matériels sélectionnés, renouvelés chaque lundi par thématique
- 2 à 3 offres actives simultanément
- Guide d'achat éditorial + événement physique à Poussay
- 19 partenaires associés : Groupama, Crédit Mutuel, Mécavista, Terre-net

9.4 E-commerce

- Achat de mises en avant web ;
- Achat de mises en avant print ;
- Catalogue d'offres et formats publicitaires ;
- Sélection des supports partenaires NGPA ;
- Gestion des campagnes de visibilité ;
- Paiement et facturation ;
- Suivi des consommations et crédits ;
- Gestion des options de diffusion.

9.5 Formats de diffusion envisagés

- Annonces standards ;
- Annonces premium ;
- Remontées en tête de liste ;
- Bannières et encarts ;
- Diffusion multi-sites ;
- Parutions print.

9.6 Formats Vidéo

Modèle de monétisation :

- Basique : photos
- Standard : photos + vidéo
- Premium : photos + vidéo + 360°

10. GOUVERNANCE & ÉQUIPE PROJET

10.1 Organisation du Projet (Côté NGPA)

Rôle	Personne	Missions
Arbitre	Hervé Noiret	Décisions stratégiques, go/no-go
Sponsors	J. Buffard / J. Havart / D. Duclos	Portage stratégique, déblocage ressources
Pilote projet	Jean-Marie Lavigne	Pilotage opérationnel, coordination prestataire
Chef de projet	Abdelkrim Mokhtari	Coordination quotidienne, recettage, animation ateliers
Expertise marché	Laurent Garrez	Marché / contenu / offre, sélection concessionnaires test
Référent technique	Jean-Baptiste Gay	Architecture technique, interfaces internes
Admin BO	Élodie Merat	Recette BO + gestion post-lancement

10.2 Attentes vis-à-vis du Prestataire

Méthodologie projet

- Organisation projet et gouvernance
- Méthode de pilotage
- Fréquence des échanges
- Gestion des recettes et validations
- Accompagnement au lancement

Recommandations techniques

Le prestataire est libre de proposer son architecture et son socle technique à condition de garantir :

- Stabilité et maintenabilité
- Sécurité et conformité RGPD

- Évolutivité et scalabilité
- Performance SEO

Planning prévisionnel

- Planning détaillé avec jalons projet
- Dépendances identifiées
- Risques principaux et mesures d'atténuation

Objectif cible : V1 stabilisée pour septembre 2026.

Budget & Devis

- Devis détaillé avec ventilation par lots si nécessaire
- Coûts récurrents (hébergement, licences, TMA)
- Hypothèses retenues pour le chiffrage

Livrables attendus du prestataire

- Démo sur solution
- Spécifications détaillées
- Développements et environnement de recette
- Documentation technique et fonctionnelle
- Procédures de déploiement
- Accompagnement au lancement

10.3 Contraintes Projet

- Maintien de l'activité existante durant la transition
- Migration progressive si nécessaire
- Limitation des risques SEO (aucune page indexée ne disparaît)
- Compatibilité mobile obligatoire
- Capacité à gérer un volume important d'annonces (>16 000 tracteurs seuls)
- Simplicité d'utilisation pour les concessionnaires

10.4 Maintenance & Accompagnement

Le prestataire précisera :

- Modalités de maintenance corrective et évolutive
- SLA proposés
- Modalités de TMA et conditions de réversibilité
- Modalités de support post-lancement
- Astreinte incidents hors heures ouvrées : procédure d'escalade à définir

11. CLAUSES & CONDITIONS DE LA CONSULTATION

Se référer à l'accord de confidentialité signé par les deux parties.

Pour rappel :

Caractère du Document

Le présent cahier des charges a pour objet de définir les besoins fonctionnels et techniques connus à ce jour. Il est communiqué à titre indicatif et non exhaustif. Des ajustements, compléments ou évolutions pourront être apportés au cours du projet en fonction des contraintes techniques, réglementaires ou opérationnelles identifiées ultérieurement.

La transmission du présent document ne vaut ni engagement contractuel définitif, ni validation ferme du périmètre, des délais ou du budget. Ceux-ci devront faire l'objet d'une validation formelle entre les parties.

Confidentialité

Le prestataire s'engage à considérer comme strictement confidentielles l'ensemble des informations, documents, données, accès, contenus et échanges transmis dans le cadre du projet. Ces informations ne pourront être communiquées à des tiers sans accord écrit préalable du client.

Fin du document

*Document préparé par Abdelkrim Mokhtari — Chef de projet TNO
Groupe NGPA / France Agricole — Avril 2026 — CONFIDENTIEL*