

Refonte graphique du site de vente en ligne MyTikkashop

Cahier des charges



DES CRÉATIONS ORIGINALES
POUR COLOREZ VOTRE UNIVERS

Description

Présentation des spécifications graphiques et fonctionnelles du nouveau design à mettre en place sur le site de vente en ligne MyTikkashop.com

Remarques/Questions

Candice BASTIEN-FAIRAND – candice@mytikkashop.com – 06 87 77 27 35



MyTikkashop

9 rue Bergson, 31400 TOULOUSE – France

Tél : +33 (0) 5 82 95 03 88 | Fax : +33 (0) 9 72 11 65 74

contact@mytikkashop.com | <http://www.mytikkashop.com>

Table des matières

1. Préambule	3
1.1. MyTikkashop	3
1.2. Objectifs	3
1.3. Contexte	3
2. Spécifications graphiques.....	4
2.1. Identité visuelle	4
2.1.1. Concept.....	4
2.1.2. Valeurs.....	4
2.2. Charte graphique	4
2.3. Merchandising	4
3. Spécifications fonctionnelles	5
3.1. Page d'accueil.....	5
3.1.1. Schéma de la page d'accueil.....	6
3.1.2. Carrousel	7
3.2. Page Catégories.....	7
3.2.1. Schéma de la page Catégories.....	9
3.2.2. Recherche avancée (module optionnel)	10
3.3. Fiches produits	10
3.3.1. Schéma des Fiches produits.....	13
3.4. Processus de commandes	14
3.5. Pages d'informations	14
4. Planning et périmètre du projet.....	14
5.1. Graphisme.....	14
5.2. Création d'un thème Prestashop.....	15
5. Partie financière	15
5.1. Graphisme.....	15
5.2. Création d'un thème Prestashop.....	15
6. Choix du prestataire	16
7. Annexes	17
7.1. Annexe 1	17
7.2. Annexe 2	18
7.3. Annexe 3	19
7.3. Annexe 4	20
7.3. Annexe 5	21



MyTikkashop

9 rue Bergson, 31400 TOULOUSE – France

Tél : +33 (0) 5 82 95 03 88 | Fax : +33 (0) 9 72 11 65 74

contact@mytikkashop.com | <http://www.mytikkashop.com>

1. Préambule

1.1. MyTikkashop

La boutique MyTikkashop a été créée en décembre 2008. A ce jour, les produits de la marque sont exclusivement vendus sur Internet via le site de vente en ligne <http://www.mytikkashop.com>.

Le concept repose sur la fabrication artisanale de housses standardisées ou sur-mesure pour appareils high-tech (ordinateurs portables, téléphones mobiles, lecteurs mp3, APN, livres numériques, etc), la fabrication d'accessoires féminins (bandeaux pour cheveux, trousse à maquillage, pochettes) et la création d'objets de décoration (*art toys*).

La clientèle de la boutique se répartit de la manière suivante :

Genre		Origine géographique		Répartition régionale (France)	
Femmes	64%	France	95%	Province	65%
Hommes	36%	Autre	5%	Ile de France	35%

1.2. Objectifs

- **Clarté** : rendre le site plus clair pour l'utilisateur qui doit comprendre dès son arrivée qu'il s'agit d'un site de vente en ligne.
- **Identité** : le site de MyTikkashop doit être clairement reconnaissable grâce à son graphisme et sa charte graphique et ne pas être confondu avec d'autres sites de vente en ligne.
- **Modernité** : le graphisme du site doit être contemporain et donner une impression de modernité.

Ce document représente le cahier des charges pour 2 prestations :

- 1) refonte graphique,
- 2) création d'un thème sous Prestashop.

Il est possible de répondre à l'une ou l'autre de ces deux prestations, comme aux deux.

1.3. Contexte

La refonte graphique du site de vente en ligne MyTikkashop.com s'inscrit dans une démarche d'extension de la gamme de produits existante et de développement du chiffre d'affaires via l'externalisation d'une partie de la production.



MyTikkashop

9 rue Bergson, 31400 TOULOUSE – France

Tél : +33 (0) 5 82 95 03 88 | Fax : +33 (0) 9 72 11 65 74

contact@mytikkashop.com | <http://www.mytikkashop.com>

A terme, le nouveau site devra également servir de vitrine pour démarcher les futurs points de vente (boutiques physiques) de la marque.

2. Spécifications graphiques

2.1. Identité visuelle

2.1.1. Concept

Les concepts à mettre en avant sont les suivants :

- le **sur-mesure**,
- l'**originalité** (dans la conception, le choix des tissus),
- la **créativité**.

Quant aux produits de la marque, ils se déclinent en deux univers :

- d'une part, un univers plutôt classique (tissus Liberty, tartans, etc)
- de l'autre des thèmes forts et/ou dépayés (tissus graphiques ou d'influence asiatique, USA, etc)

La marque se veut **citadine, contemporaine, élégante et décalée** (mais pas marginale).

2.1.2. Valeurs

Nos valeurs sont le **savoir-faire**, le **service** aux clients et l'**écoute**.

2.2. Charte graphique

La charte graphique doit être assez épurée et respecter une dominante **verte**.

Les boutons « Call-to-action » (ajouter au panier, commander, etc) devront se démarquer et être très visibles.

2.3. Merchandising

Le logo devra être rajeuni tout en restant dans le même esprit.

Optionnel : réalisation de flyers publicitaires et de cartes de visite sur la base du graphisme global mis en place sur le site de vente en ligne.

3. Spécifications fonctionnelles

Dans l'optique d'une migration du site de vente en ligne vers une plate-forme **Prestashop**, nous souhaitons créer un thème personnalisé.

Les maquettes ci-dessous indiqueront le *zoning* par page ainsi que les thèmes sources à utiliser. Elles serviront également de base de travail pour le graphiste. Les **zones en vert** correspondent aux parties sur lesquelles le graphisme devra être mis en avant.

3.1. Page d'accueil

La page d'accueil se découpe en 4 zones (acolades en rouge sur le schéma de « zoning ») :

- l'en-tête,
- le carrousel,
- les blocs d'informations,
- le bas de page.

L'en-tête et le bas de page sont des éléments fixes que l'on retrouvera sur toutes les pages du site, seul l'agencement du milieu de page sera évolutif.

Légende du schéma de la page d'accueil :

1) Les **cadres** correspondent aux dimensions souhaitées :

a) En-tête :

- Largeur de page = 900 px
- Hauteur d'en-tête = 170 px dont :
 - 90 px de haut pour la zone de menus,
 - 80 px de haut pour le débordement du graphisme entourant le carrousel.

b) Carrousel (diaporama) :

- Largeur = 800 px
- Hauteur = 300 px

c) Blocs d'informations :

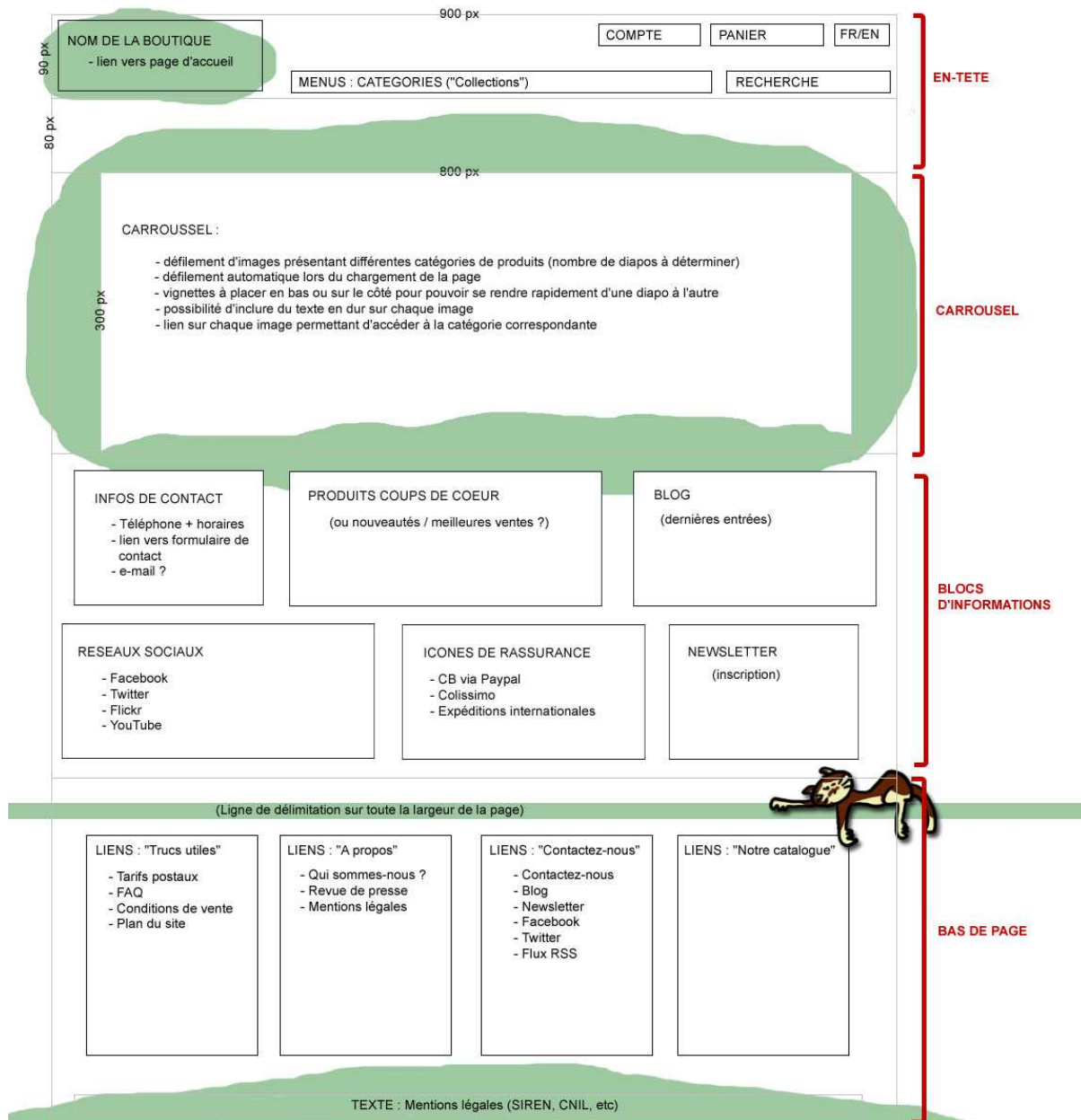
- Les blocs occupent l'espace sous le carrousel sur 2 lignes, sans s'étaler sur plus de 900 px de largeur
- largeur de chaque bloc à définir

d) Bas de page :

- largeur à définir, équivalente pour les 4 blocs de « Liens »

2) Les **zones en vert** correspondent aux parties sur lesquelles le graphisme devra être mis en avant (s'applique à tous les schémas de pages)

3.1.1. Schéma de la page d'accueil



Commentaires concernant le graphisme :

Le design principal de la page d'accueil devra s'intégrer autour du carrousel dans l'esprit du site *aka-aki.com* (cf Annexe 1).

Les blocs d'informations seront **délimités par des cadres aux formes originales** dans l'esprit du site *jolidragon.com* (cf Annexe 2). Le nombre de cadres nécessaires est laissé à la libre appréciation du graphiste (un cadre par bloc d'informations, un cadre pour plusieurs blocs... ?)

Le graphiste a carte blanche pour les éléments suivants :

- a) couleur (ou motifs) de **fond de page**
- b) relooking du **nom de la boutique** (en haut à gauche, dans l'en-tête)
- c) **ligne de délimitation** entre les blocs d'informations et le bas de page ; la seule contrainte étant qu'elle s'étende sur toute la largeur de la page. Le chat posé sur cette ligne - en bas à droite - devra également être gardé car il fait partie du logo de l'entreprise, mais il pourra être rajeuni si nécessaire.
- d) **bas de page** (au niveau des mentions légales)
- e) **favicon** du site.

3.1.2. Carrousel

Le « Carrousel » est un diaporama dans lequel défilent des images représentant les principales catégories de produits de la boutique dans l'esprit du site *moo.com* (Annexe 4).

Ses dimensions sont les suivantes :

- Largeur = 800 px,
- Hauteur = 300 px.

Caractéristiques :

- 1) Chaque diapositive est composée d'une **image**, d'un **texte descriptif** et d'un **lien** pointant sur la catégorie (ou le produit)
- 2) Ces éléments doivent être **facilement modifiables**, par exemple par le biais d'un fichier tpl pour le texte et les liens.
- 3) **Le design du graphiste devra être intégré** au carrousel dans le même esprit que sur le site *aka-aki.com* (Annexe 1)
- 4) La **navigation** entre les diapositives du carrousel devra être rendue possible :
 - a) soit par l'ajout de vignettes (ex : *moo.com*, Annexe 4) à placer sur le côté gauche ou droit des diapos pour ne pas qu'elles soient cachées par l'intégration du graphisme,
 - b) soit par la présence de flèches et de numérotation sur les diapos.

3.2. Page Catégories

La page Catégories se découpe en 3 zones (accolades en rouge sur le schéma de « zoning ») :

- l'en-tête,
- le milieu de page,
- le bas de page.

L'en-tête et le bas de page sont les mêmes que sur la page d'accueil, mis à part le **module de recherche avancée qui est optionnel** (en jaune sur le schéma).



MyTikkashop

9 rue Bergson, 31400 TOULOUSE – France

Tél : +33 (0) 5 82 95 03 88 | Fax : +33 (0) 9 72 11 65 74

contact@mytikkashop.com | <http://www.mytikkashop.com>

Le milieu de page sera « cloisonné » dans une zone à fond blanc de forme originale rappelant les blocs d'informations de la page d'accueil dans le même esprit que sur le site *jolidragon.com* (cf Annexe 3). Idéalement, la zone de description de la catégorie pourra comporter du texte + une image en relation avec la catégorie sélectionnée.

La zone de milieu de page sera habillée par le même graphisme que celui en page d'accueil (autour du carrousel) ou par un autre graphisme approchant, selon le choix du graphiste.

Les pages Catégories afficheront par défaut une vingtaine de produits. Le pavé de navigation permettra de se déplacer entre les pages tout en précisant leur nombre, comme sur cet exemple :

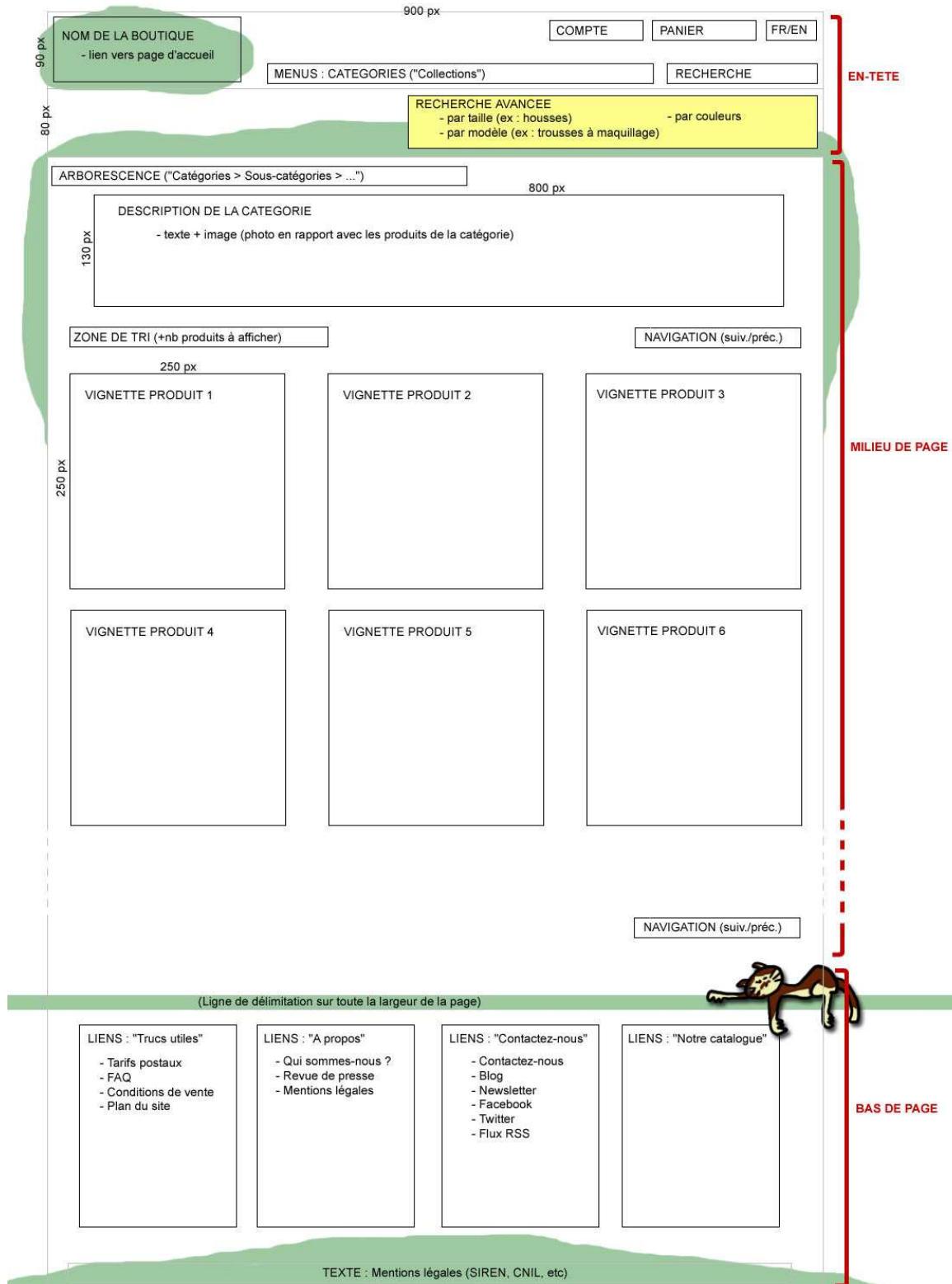
<< Page précédente [1] [2] [3] Page suivante >>

Optionnel : le nom et le prix des produits s'afficheront lors du survol de la souris, idéalement en blanc sur fond gris foncé par-dessus la vignette du produit.

Le tri des produits s'effectuera en fonction des points suivants :

- **nouveauté** : par défaut, les plus récents en début de liste,
- **prix** : du moins cher au plus cher et inversement,
- **ordre alphabétique,**
- **produits en stock / hors stocks.**

3.2.1. Schéma de la page Catégories



3.2.2. Recherche avancée (module optionnel)

Optionnel : les pages Catégories et les Fiches produits comporteront un module de recherche avancée dans l'en-tête.

Celui-ci devra comporter les champs de recherche suivants :

1) Quelle que soit la catégorie affichée :

- a) **Produit recherché** (champ libre)
- b) **Recherche par couleur** avec affichage de vignettes dans cet esprit :



(source : <http://www.ptikado.com>, page d'accueil)

- c) **Recherche par tranches de prix**
- d) **Recherche par cible** (homme, femme...)
- e) Possibilité d'effectuer la recherche sur tout le site ou uniquement dans la catégorie en cours.

2) Si l'on se trouve dans la catégorie des housses pour ordinateurs :

- a) Recherche par taille (XS, S, M, L, etc...)
- b) Recherche par type de fermeture (bouton pression, fermeture éclair, etc...)
- c) Recherche par options (poches, etc...)

3.3. Fiches produits

Les Fiches produits sont basées sur la même architecture que les pages Catégories. Elles se découpent en 3 zones (accolades en rouge sur le schéma de « zoning ») :

- l'en-tête,
- le milieu de page,
- le bas de page.

L'en-tête et le bas de page sont les mêmes que sur la page d'accueil, mis à part le **module de recherche avancée qui est optionnel** (en jaune sur le schéma, voir chapitre 3.2.2).

Le milieu de page sera « cloisonné » dans une zone à fond blanc de forme originale rappelant les blocs d'informations de la page d'accueil dans le même esprit que sur le site jolidragon.com (cf Annexe 3).

La mise en page du contenu de la fiche produit s'inspire quant à elle du site corset.fr (cf Annexe 5).



MyTikkashop

9 rue Bergson, 31400 TOULOUSE – France

Tél : +33 (0) 5 82 95 03 88 | Fax : +33 (0) 9 72 11 65 74

contact@mytikkashop.com | <http://www.mytikkashop.com>

1) **Images des produits**

Les photos de produits sont positionnées sur la partie gauche de la fiche. Les vignettes de photos supplémentaires du produit sont placées à la verticale par rapport à l'image principale. S'il y en a plus de 3, le client peut les faire défiler grâce aux flèches situées en haut et en bas de chaque côté des vignettes (voir schéma).

Lors du survol des vignettes par la souris, l'image correspondante est agrandie dans le cadre principal. Pour zoomer, on clique sur l'image du cadre principal. L'image sélectionnée s'affiche alors dans sa taille réelle dans une *lightbox* (ou assimilé).

L'image principale et les vignettes sont carrées, leurs dimensions sont les suivantes :

- a) Image principale = 370 px
- b) Vignettes des images supplémentaires = 90 px

2) **Texte descriptif des produits**

La description des produits est affichée sur la partie droite de la fiche.

Les « options de partage » correspondent aux icônes d'**envoi par e-mail** et de partage sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter).

Le nom du produit est écrit dans une plus grande police de sorte à être bien visible.

3) **Zone d'ajout au panier**

Cette zone doit se démarquer du reste du texte. Un fond de couleur peut lui être appliqué afin de la faire ressortir (cf Annexe 5).

Le prix doit être écrit gros et être très visible sur la fiche.

Le bouton « Ajouter au panier » doit également adopter un style et une couleur qui le font ressortir le plus possible sur la page.

4) **Produits associés**

La séparation entre le descriptif des produits et les suggestions de produits complémentaires est un élément graphique.

Les vignettes de ces produits sont carrées et leur dimension est la suivante : 180 px.

5) **Informations de rassurance**

Cette zone comporte à la fois des images (icônes) et du texte.

Il s'agit du bloc d'informations présent dans la partie « boutique » du site *mytikkashop.com* (sur les pages de catégories et fiches produits):



FAIT MAIN Fabrication artisanale
Produits réalisés en France

PayPal Paiement sécurisé
par Carte Bancaire

Expédition dans le monde entier
à partir de 3,50€

Colissimo Livraison suivie
en 48 à 72 heures (après
délai de fabrication)

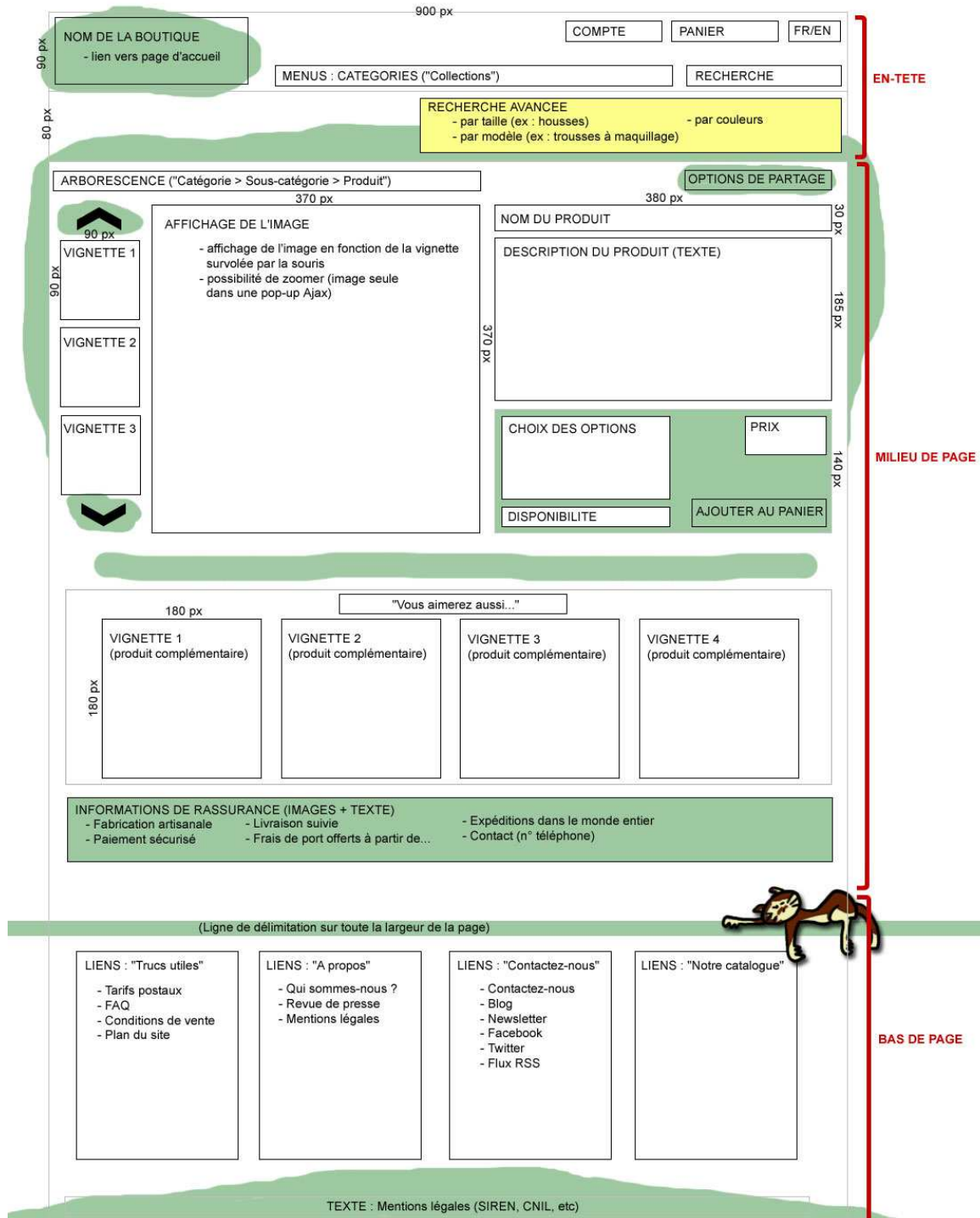
Frais de port offerts
dès 60€ d'achat (valable
en France Métropolitaine)

Besoin d'un conseil ?
+33(0)5 82 95 03 88
(de 10h à 17h, lun-ven)

Ces différents éléments doivent être repris de sorte à être affichés à l'horizontale, sur toute la largeur de la fiche produit.

Les icônes peuvent être reprises telles quelles ou relookées afin de s'intégrer au reste du graphisme.

3.3.1. Schéma des Fiches produits





MyTikkashop

9 rue Bergson, 31400 TOULOUSE – France

Tél : +33 (0) 5 82 95 03 88 | Fax : +33 (0) 9 72 11 65 74

contact@mytikkashop.com | <http://www.mytikkashop.com>

3.4. Processus de commandes

Les écrans du thème par défaut de Prestashop seront gardés, il suffira de passer les titres et tableaux en vert afin de les intégrer au reste du site.

3.5. Pages d'informations

Les Pages d'informations sont basées sur la même architecture que les pages Catégories. Elles se découpent en 3 zones (accolades en rouge sur le schéma de « zoning ») :

- l'en-tête,
- le milieu de page,
- le bas de page.

L'en-tête et le bas de page sont les mêmes que sur la page d'accueil. Le milieu de page sera « cloisonné » dans une zone à fond blanc de forme originale rappelant les blocs d'informations de la page d'accueil dans le même esprit que sur le site *jolidragon.com* (cf Annexe 3). Les pages d'informations sont les suivantes :

- Conditions de vente,
- Mentions légales,
- Tarifs postaux,
- Revue de presse,
- Partenaires (liens),
- Inscription à la Newsletter,
- Qui sommes-nous,
- FAQ,
- Contactez-nous,
- Erreur 404.

La page « Erreur 404 » doit s'intégrer dans le reste du site en reprenant l'architecture existante (en-tête, milieu de page et bas de page) et proposer un lien de retour vers la page d'accueil ou une page de recherche avancée.

4. Planning et périmètre du projet

5.1. Graphisme

En résumé, le travail graphique est symbolisé dans tous les schémas par les parties vertes, incluant :

- une description des polices à utiliser (tailles, couleurs, etc...),
- une illustration pour la page 404,
- les boutons « *Call-to-Action* » : « Ajouter au panier », « Commander », « Ce produit reviendra-t-il ? », « Continuer mes achats »
- relooking du nom de la boutique qui figure en haut à gauche dans l'en-tête de toutes les pages,
- relooking des icônes de assurances (si nécessaire),
- relooking de l'image du chat (si nécessaire),
- création d'un *favicon*.

Ce travail doit être livré le 15 septembre 2010 au plus tard.

5.2. Création d'un thème Prestashop

Cette prestation peut se résumer par la réalisation des éléments suivants :

- placement des différents modules comme indiqué sur les schémas,
- réalisation d'un carrousel sur la page d'accueil,
- création d'un module de recherche avancée (optionnel),
- intégration de la partie graphique au thème via une feuille de style (optionnel).

Ce travail doit être livré le 15 octobre 2010 au plus tard.

5. Partie financière

La partie financière devra obligatoirement être présentée de la manière suivante :

5.1. Graphisme

	Nombre d'heures	Prix HT
Design général		
Illustration pour la page 404		
Boutons « <i>Call-to-Action</i> »		
Relooking du nom de la boutique		
Relooking des icônes de assurances		
Relooking de l'image du chat		
Flyers publicitaires		
Cartes de visite		
TOTAL		

5.2. Création d'un thème Prestashop

	Nombre d'heures	Prix HT
Création du thème personnalisé		
Carrousel pour page d'accueil		
Module de recherche avancée		
Intégration du graphisme au thème		
Protection du thème contre le vol		
TOTAL		



MyTikkashop

9 rue Bergson, 31400 TOULOUSE – France

Tél : +33 (0) 5 82 95 03 88 | Fax : +33 (0) 9 72 11 65 74

contact@mytikkashop.com | <http://www.mytikkashop.com>

6. Choix du prestataire

Le choix du prestataire se fera selon les critères suivants par ordre d'importance :

- Prix
- Respect des délais
- Expérience

7. Annexes

7.1. Annexe 1

Source : <http://www.aka-aki.com> (page d'accueil)



aka-aki
the discovery of a lifetime

en · de

login for members

username:

password: [forgot?](#)

remember me

join aka-aki, collect encounters
and win with a little bit of luck
cool prizes every week.

THE LEGEND OF AANG
THE LEGEND OF AANG
IN 3D

this week you could win a
The Last Airbender fan
package incl. sky runner.

the people nearby.
on your mobile.

sign up

username:

password:

country:
france

birthday:
1 january 1982

gender:
choose gender...

e-mail:

security code:

accept terms of use &
privacy policy

7.2. Annexe 2

Source : <http://www.jolidragon.com> (page d'accueil)



Jolidragon.com

Produits Eco-Design

Mon compte (0)

Rechercher [OK]

Sans bisphénol A | Enfants | Maison | Bien-Être | Insolites | Coups de coeur | Idées Cadeaux

Bienvenue chez Jolidragon.com

Découvrez la sélection de produits éco-design pour la famille de Jolidragon.

N'hésitez pas à nous joindre pour toute question sur un produit, ou sur une commande à venir ou en cours : par mail ou par téléphone au 06 23 68 25 57.

Géraldine & Sébastien - Les deux ailes du Dragon.

Coup de Cœur

Thermos® Classique 1L... 42€

Le coup de coeur du salon Maison & Objet 2009 : cette collection de véritables Thermos® au look vintage ! C'est au musée de Tokyo que la marque Thermos® a...

Idées et Coffrets cadeaux

Huile d'Argan... - 17€

Ecosphères - 135€

NewsLetter

Pour recevoir toutes les infos, les promos, les bons plans...

vous e-mail [OK]

Inscription [v]

Le Blog du Jolidragon

03/08 - Bilan du mois de juillet sur le blog du Jolidragon.

7.3. Annexe 3

Source : <http://www.jolidragon.com/4-accessoires-ecodesign> (page des catégories)

Joli dragon .com Produits Eco-Design

Mon compte (0)

Rechercher

Sans bisphénol A | Enfants | Maison | Bien-Être | Insolites | Coups de cœur | Idées Cadeaux

Accueil > **Maison**

Maison
Beaux, bio, écologiques, voici les accessoires pour la maison et le quotidien que vous propose jolidragon.com

Sous-catégories : Décoration Gourdes, thermos et boîtes repas Poêles Ecologiques Sacs et cabas

BOBBLE Gourde filtrante sans BPA
15,40 €

Poêles Evergreen Plug And Play par Aubecq (20, 24, 28 et 32 cm)
Aubecq
39,00 €

Sauteuse Evergreen Plug And Play par Aubecq (24 cm)
Aubecq
65,00 €

Casseroles Evergreen Plug And

Presse Citron en hêtre Chezvovo

Savon de Marseille à l'huile

Panier ↑
Aucun produit
Expédition 0,00 €
Total 0,00 €

Commander

Conseils et assistance par téléphone: 06 23 68 25 57 de 9h00 à 18h00

Paiement sécurisé Banque Populaire
VISA Mastercard PayPal

Livraison avec numéro de suivi
Colissimo > suivi (48)

Réductions

Gourde SIGG Rise Above Plastic 0.6l
19,90 € (-10%)
17,46 €

Toutes les promos

Déjà vus

Draisienne...
Clairement un des chouchous de la ... >>

Draisienne...

7.3. Annexe 4

Source : <http://www.uk.moo.com/fr/> (page d'accueil)



The screenshot shows the MOO website interface. At the top, there is a navigation bar with the MOO logo and the tagline "WE LOVE TO PRINT". To the right of the logo are links for "Articles", "Accessoires", "Idées", "Votre compte", and "Demander à MOO". Further right are links for "Enregistrez-vous", "Panier d'achat (0)", and a European Union flag. The main content area features a large image of several business cards. The cards are arranged in a stack, showing different designs. One card is white with blue text and a quote: "ANYONE WHO HAS NEVER MADE A MISTAKE HAS NEVER TRIED ANYTHING NEW." by Albert Einstein. Another card is blue with white text and a quote: "THE TEAM WITH THE BEST PLAYERS WINS." by Jack Welch. A third card is white with blue text and a quote: "BEFORE GETTING READY IS THE SECRET OF SUCCESS." by Henry Ford. A fourth card is blue with white text and a quote: "CHANGING YOUR MIND IS THE MOST IMPORTANT THING YOU CAN DO." by Mark Twain. The cards are for Mark Goldwin, Managing Consultant, with contact information: mark@kobra.com, 07863 850089, 0207 0948 890, and www.kobra.com, 21 Rouse St, London, C2 4NB. A green button with white text says "En savoir plus sur les Cartes de Visite". Below the main image is a row of small thumbnail images showing various other products available on the website.

7.3. Annexe 5

Source : <http://www.corset.fr/corsets/101-corset-ecossais-rouge.html> (*fiche produit*)

La Corseterie
BOUTIQUE

Accueil Collections Sélections Meilleures ventes Promotions

Panier : 1 article

← Retour à la liste

Accueil > Corsets > Corset Ecossais Rouge Agrafage

Envoyer à une amie

Corset Ecossais Rouge Agrafage

Corset imaginé par La Corseterie, créé et fabriqué dans notre atelier français par nos petites mains aux doigts de fée. Il est constitué de :

- 8 pièces de tissu écossais rouge doublé 100 % coton
- 10 baleines en acier ressort pour la souplesse et le confort
- 18 oeilletons "nyckelfree" pour éviter toute allergie
- Fermeture et réglage par laçage dorsal de 3 m et agrafage sur le devant
- Hauteur antérieure et dorsale de 34 cm, 29 cm sur les côtés

Taille :

86,00 €

Choisir ma taille

Règlement : carte bancaire, paypal
Disponibilité : d'ici 2 à 3 semaines

Ajouter au panier

Le mot du créateur



Voici un corset simple à mettre : une ligne d'agrafes posée sur deux bandes de satin noir qui n'est pas que décorative, vous permet de l'enfiler ... et l'enlever sans difficulté.