



Mission Dresseur

AVENTURE
COLLABORATIVE

DOCTRINE PRODUIT

Les doubles des uns complètent les classeurs des autres.

Document fondateur officiel — Version V1 enrichie.

Vision, doctrine, flows, règles métier, identité visuelle,
roadmap.

V1 · 2026

CONFIDENTIEL

MOBILE-FIRST PWA

Pourquoi Mission Dresseur existe.

Un classeur Pokémon incomplet n'est pas un problème de marché. C'est une **histoire personnelle** qu'on ne sait pas comment finir. Les sites de petites annonces n'aident pas : trop chers, trop de bruit, trop de négociation. Les marketplaces classiques transforment chaque carte en marchandise. Le collectionneur sérieux se retrouve seul.

Mission Dresseur n'est pas une marketplace de plus. C'est une *plateforme de missions* : un collectionneur confie ses cartes manquantes à un autre dresseur, qui fouille ses doubles, prépare un envoi propre, et fait avancer un classeur.

Ce document est la **source de vérité** du produit. Il décrit la vision, les flows, les règles métier, le pricing, le SAV, la direction artistique, l'architecture, la roadmap. Aucune décision produit ne devrait contredire ce qui suit sans qu'on l'ait explicitement remplacé ici.

« Les doubles des uns complètent les classeurs des autres. »

— PHRASE FONDATRICE

Architecture du document.

I	Vision produit	XIII	Onboarding vendeur
II	Cible & culture	XIV	Profils, matching, badges
III	Périmètre cartes V1	XV	Notifications & emails
IV	Prix & doctrine économique	XVI	Direction artistique & wording
V	Flow acheteur	XVII	Identité visuelle — logo, typo, palette
VI	Flow vendeur — UX stack	XVIII	Design system & doctrine UI
VII	Proposition & décisions acheteur	XIX	Modales, menus, aide contextuelle
VIII	Sanctions douces & respect du temps	XX	Admin & paramétrage
IX	Paiement, solde, crédits mission	XXI	Site public, PWA, hébergement
X	TVA & rôle intermédiaire	XXII	Modèle de données recommandé
XI	Transport & expédition	XXIII	Doctrine anti-refactor
XII	SAV & litiges	XXIV	Roadmap conseillée
		XXV	Synthèse fondatrice



Vision produit

Ce qu'on construit. Et surtout, ce qu'on refuse de construire.

Mission Dresseur organise une mission humaine de recherche.

Mission Dresseur est une plateforme **mobile-first** de recherche collaborative de cartes Pokémon. Le produit transforme une liste de cartes manquantes en une mission concrète, confiée à un autre dresseur. Il s'inspire de la mission guidée, de l'entraide communautaire et du workflow d'un envoi soigné. Il refuse l'esprit marketplace classique.

DOCTRINE

Mission Dresseur **ne vend pas simplement des cartes**. Mission Dresseur organise une **mission humaine** de recherche pour aider un collectionneur à compléter son classeur.

CE QUE LE PRODUIT EST

- ✓ Plateforme de missions de completion pour collectionneurs Pokémon.
- ✓ Outil qui transforme une liste de manques en recherche concrète.
- ✓ Système de confiance, de préparation et d'envoi adapté aux cartes de faible valeur mais de forte valeur émotionnelle.
- ✓ Expérience mobile fluide pour chercher, proposer, payer, expédier et valider.

CE QUE LE PRODUIT N'EST PAS

- ✗ Un Pokédex bis : on ne gère pas la collection complète d'un joueur.
- ✗ Une marketplace spéculatrice : pas d'enchères, pas de prix libres, pas de cartes premium instables.
- ✗ Un réseau social : pas de messagerie libre, pas de feed, pas de course à l'ego.
- ✗ Un outil d'investissement : on vise les classeurs, pas la performance financière.

« Tu ne commandes pas à un vendeur. Tu confies une mission à un dresseur. »



Cible & culture

À qui on s'adresse. Et qui on décourage naturellement.

CIBLE PRIORITAIRE

De vrais collectionneurs. De vrais préparateurs.

- Les vrais collectionneurs qui aiment leurs classeurs complets.
- Les personnes qui font des full sets ou cherchent beaucoup de reverses, holo, communes, uncoss.
- Les petits vendeurs soigneux dans l'esprit Vinted : bons emballages, attention, photos propres.
- Les vendeurs Whatnot ou collectionneurs avec beaucoup de doubles dormants.

PROFILS À DÉCOURAGER NATURELLEMENT

- ✘ Scalpers, investisseurs, chasseurs de marge, vendeurs agressifs.
- ✘ Profils qui négocient chaque centime.
- ✘ Profils qui cherchent les cartes premium ou les litiges d'état.
- ✘ Acheteurs « façon Amazon » qui lancent des demandes sans respecter le temps des vendeurs.

DÉCISION VALIDÉE

La plateforme doit créer une culture où l'on ne « commande » pas à un vendeur, mais où l'on **confie une mission** à un dresseur.



Périmètre cartes V1

Ce qu'on accepte. Ce qu'on exclut. Ce que ça implique.

Pokémon FR. Architecture multi-TCG dès le départ.

LANGUE

FR uniquement au lancement.
Japonais plus tard.

BLOCS

EB, EV, ME récents et populaires.
Architecture extensible aux blocs
antérieurs.

CARTES COMPATIBLES

Communes, uncos, rares, holo,
reverse, ex standards, V, VMAX,
VSTAR pour EB.

CARTES EXCLUES

AR, SAR, full arts, gold, rainbow, alt
arts, promos complexes, cartes très
chères.

ÉTAT

Near Mint obligatoire. Formule user-
friendly : « cartes propres pour binder
».

SOURCE CATALOGUE

TCGdex en V1. **Pas de scraping**
Pokécardex.

CONSÉQUENCES PRODUIT

- L'utilisateur ne voit que les cartes compatibles.
- Les cartes exclues n'existent pas dans l'interface de mission.
- L'app devient une version « classeur principal », pas une checklist exhaustive.
- Les catégories de raretés sont configurables, jamais hardcodées Pokémon.

IV

Prix & doctrine économique

Pourquoi les prix sont fixés. Comment ils sont structurés.

DOCTRINE

Le vendeur ne choisit pas son prix. Choix fondamental pour éviter la négociation, les comparaisons et la dérive marketplace. **Le vendeur raisonne en mission globale**, pas carte par carte.

STRUCTURE VALIDÉE

- Prix fixés par **bloc** et par **rareté**.
- Communes et uncocs fusionnées dans une catégorie unique : **COUNCO**.
- Exceptions carte par carte possibles en V2. Pas au lancement.
- PricingRule générique : TCG / bloc / catégorie mission / rareté / prix / actif.

CATÉGORIES & PRIX V1

CATÉGORIE	DESCRIPTION	PRIX UNITAIRE
COUNCO	Communes et uncocs regroupées	0,20 €
RARE EB	Rares bloc EB	0,50 €
HOLO EB	Holographiques bloc EB	1,00 €
HOLO EV / ME	Holographiques EV et ME	0,50 €
REVERSE EB	Reverses bloc EB	0,60 €
REVERSE EV / ME	Reverses EV et ME	0,30 €
EX / V / VMAX / VSTAR	Versions standards de set principal	à fixer / bloc

« Sur trente cartes, certaines seront avantageuses pour le vendeur, d'autres moins. Ce qui compte est le lot, la fluidité, le gain de temps, et la sortie de bulk dormant. »

V

Flow acheteur

De l'ouverture du classeur au lancement de mission.

Un acheteur prépare sa mission en douceur.

01 Choisir un TCG, puis un set

L'acheteur sélectionne le jeu (Pokémon en V1) et un set compatible avec le périmètre V1.

02 Parcourir les cartes dans l'ordre du set et par rareté

L'interface gère **une carte à la fois**. Pas de checklist plate.

03 Trois états par carte

J'AI **MANQUANT** **JE NE SAIS PAS**. Les manquantes alimentent la mission. Les « je ne sais pas » servent de mémoire à vérifier.

04 Lancement à tout moment

Pas besoin de finir le set. Lancement possible quand l'acheteur le souhaite, sous réserve du minimum.

ORGANISATION PAR RARETÉ

COUNCO, REVERSE, HOLO et EX/V sont **séparés** dans la demande. L'interface gère une carte à la fois, pas plusieurs états internes complexes en parallèle. La recherche intelligente utilise la rareté courante comme contexte.

RÈGLES FORTES

Mission lancée : non modifiable.

Une seule mission active par acheteur.

Tant qu'aucun vendeur n'a pris la mission, l'acheteur peut continuer sa recherche (statut « Acheteur complète »).

Dès qu'un vendeur prend la mission, tout est verrouillé pour protéger son temps.

WORDING AVANT LANCEMENT

« Une mission représente du temps réel pour les dresseurs. Une fois lancée, elle ne pourra plus être modifiée. »

RECHERCHE & AJOUT RAPIDE

Une recherche qui ne fait jamais réfléchir.

- Recherche par nom Pokémon, numéro, set, saisie partielle, fautes légères.
- Auto-complétion rapide.
- Ajout intelligent selon le contexte (onglet REVERSE = ajout reverse, etc.).
- Choix de rareté uniquement en cas d'ambiguïté réelle.

MINIMUM DE MISSION

Basé sur le **nombre de cartes**, pas sur les euros. L'idée : représenter une vraie progression de classeur, pas une transaction commerciale.

CYCLE MISSION & EXCLUSIVITÉ VENDEUR

- Les missions restent ouvertes jusqu'à ce qu'un vendeur les prenne.
- Premier vendeur qui prend = exclusivité temporaire.
- Pas de concurrence directe sur une même mission.
- Les autres vendeurs sont en file d'attente passive, notifiés si la mission redevient disponible.
- Délai d'exploration initial configurable en admin (base envisagée : 1 heure).
- Si le vendeur ne propose rien dans le délai, la mission redevient publique automatiquement.

SI AUCUN VENDEUR NE PREND

Le système propose à l'acheteur d'**élargir la recherche** (ex. accepter 40 % ou 50 % de completion). L'utilisateur garde toujours le contrôle.

VI

Flow vendeur — UX stack

Pas une checklist. Un flow de recherche fluide.

PRINCIPE DE STACK

Une seule carte en focus à la fois.

- Pas de grille principale. Une grille peut exister en support, le cœur est la **stack mobile**.
- Filtres de rareté accessibles et *sticky*.
- Affichage carte : numéro énorme, nom grand, rareté plus petite, image présente mais non dominante.
- Boutons fixes : **J'AI** **J'AI PAS**.
- Validation « J'ai » instantanée avec undo immédiat.
- Swipe droite → gauche : carte suivante / mise en attente.
- Swipe gauche → droite : carte précédente.
- Quand toutes les cartes ont été présentées une fois : affichage « Nouvelle présentation ».



Aperçu stack vendeur — numéro dominant, image secondaire.

GESTION DES CARTES

- Carte trouvée : disparaît du flux principal, reste accessible dans la vue « Trouvées ».
- Carte « J'ai pas » : revient dans la boucle. Peut être marquée « Recherche difficile » ou revenir moins souvent.
- **Le vendeur ne doit jamais bloquer sur une carte.**

Le produit s'adapte au chaos réel des doubles.

- COUNCO, REVERSE, HOLO, EX/V visibles et accessibles en un tap.
- Le vendeur peut changer de rareté selon son rangement physique.
- Tri par défaut : ordre du set. Tris possibles : rareté, type/énergie, numéro, nom, set.
- Le vendeur peut swiper, mémoriser, revenir, accélérer progressivement.

OBJECTIF COGNITIF

Le produit doit s'adapter au **chaos réel** des boîtes, ETB, piles de reverses et classeurs incomplets. Pas l'inverse.

FIN DE RECHERCHE

- Résumé détaillé par rareté : COUNCO, REVERSE, HOLO, EX/V.
- Nombre total de cartes retrouvées.
- Estimation automatique du prix mission.
- Transition : « Prêt pour les photos ? »

PHOTOS

- Jusqu'à 6 photos maximum.
- Photos des cartes préparées, pas de tas illisible.
- Possibles par rareté, préparation, enveloppe.
- Visibles par l'acheteur dans la proposition.
- Compression backend, stockage temporaire, suppression rapide.
- IA légère pour filtrer contenu (sexuel, offensant, troll, abus).

DOCTRINE PHOTOS

Les photos ne servent **pas** à vérifier chaque carte une par une. Elles servent à **rassurer** sur la préparation réelle et le soin du vendeur.

VII

Proposition & décisions acheteur

Présenter ce qui a été trouvé. Pas ce qui manque.

PROPOSITION CÔTÉ ACHETEUR

« Ce dresseur a retrouvé X cartes pour votre collection. »

- Pourcentage de completion en premier.
- Nombre de cartes retrouvées.
- Détail par rareté.
- Photos réelles du vendeur.
- Prix cartes, transport, participation Mission Dresseur, total.
- Pas de focus sur les cartes restantes.
- Pas de formulation négative type « mission incomplète ».

DÉCISIONS ACHETEUR — CAS STANDARD

- Choix 1 : **accepter** la proposition.
- Choix 2 : **demander un autre vendeur** (une seule fois).
- Si l'acheteur accepte : payer maintenant ou autoriser 24 h de recherche supplémentaire (engagement d'achat).
- Si l'acheteur demande un autre vendeur : disclaimer clair — possible une seule fois pour respecter le temps des dresseurs.

CAS MISSION 100 %

- Écran spécial : **Mission complète**.
- Deux choix : accepter ou refuser.
- Refus d'une mission 100 % = blocage temporaire de nouvelles missions pendant **7 jours** (cooldown).
- L'acheteur peut revenir plus tard : demander si la proposition est encore disponible (revalidation vendeur obligatoire).

DOCTRINE

Une mission complète est le moment émotionnel le plus fort du produit. Elle doit être **célébrée et respectée**.

VIII

Sanctions douces & respect du temps

Protéger les deux camps sans transformer la plateforme en tribunal.

ACHETEURS

COMPORTEMENT	SANCTION
Refus d'une proposition 100 %	COOLDOWN 7 JOURS
Demande un 2 ^e vendeur et refuse 2 propositions respectant le pourcentage	COOLDOWN 7 JOURS
Pendant le cooldown	Impossible de lancer une nouvelle mission. Historique consultable. Ancienne proposition réactivable.

VENDEURS

COMPORTEMENT	SANCTION
Prend des missions sans rien proposer	Impact sur la visibilité et la capacité.
« Ghost » : mission expire automatiquement	Réputation interne impactée.
Annule après paiement	REVIEW, SUSPENSION POSSIBLE
N'envoie rien après paiement	REMBOURSEMENT ACHETEUR, SUSPENSION FORTE

IX

Paiement, solde, crédits mission

Garder l'argent dans l'écosystème. Éviter la friction CB inutile.

MODÈLE DE PAIEMENT

- L'acheteur paie la mission.
- Le vendeur est payé après réception et validation acheteur (ou auto-validation après délai).
- Le vendeur possède un **solde Mission Dresseur**.
- Aucun minimum de retrait validé pour V1.
- Le solde vendeur peut servir à acheter des missions.

CRÉDITS MISSION

Pour les micro-problèmes, on utilise des **crédits Mission Dresseur** uniquement.
Pas de remboursement CB pour chaque mini litige. Objectif : limiter les frais, garder l'argent dans l'écosystème, éviter une charge support absurde.

FRAIS MISSION DRESSEUR

- Les frais sont payés par le **chercheur** (acheteur), pas par le vendeur.
- Wording recommandé : « Participation Mission Dresseur » ou « frais de mission ».
- À éviter : « commission », « taxe marketplace », « frais vendeur ».



TVA & rôle intermédiaire

Une plateforme. Pas un revendeur.

MODÈLE INTERMÉDIAIRE

Mission Dresseur part sur un **modèle intermédiaire**. Les vendeurs particuliers restent les vendeurs réels. Mission Dresseur facture une **participation / frais de service** pour organiser la mission.

TVA

À appliquer sur les **frais plateforme**, pas sur la valeur des cartes vendues par des particuliers (sous réserve de validation comptable).

WORDING À ÉVITER

- ✘ « Nos cartes »
- ✘ « Notre stock »
- ✘ « Acheter à Mission Dresseur »

WORDING À PRIVILÉGIER

- ✔ « Un dresseur a retrouvé... »
- ✔ « Mission proposée »
- ✔ « Cartes retrouvées »

À VALIDER AVANT OUVERTURE LARGE

CGU, DAC7 potentiel, statut marketplace, KYC vendeurs, flux Stripe Connect, facturation exacte. Stripe et les flux marketplace doivent être validés avec un comptable / juriste avant scale.

XI

Transport & expédition

Lettre Suivie La Poste. Suivi obligatoire dès la V1.

TRANSPORT AUTOMATIQUE

- Tarifs alignés sur Lettre Suivie La Poste.
- Le vendeur génère lui-même son suivi en V1 et le saisit dans Mission Dresseur.
- Suivi obligatoire, même pour les petites missions.
- V2 envisagée : génération automatique d'étiquettes.

ANTI FAUX SUIVI

- Numéro de suivi unique (impossible à réutiliser).
- Payout bloqué jusqu'à validation réception ou auto-validation.
- Suspicion si suivi déjà utilisé, incohérent ou associé à un profil vendeur à risque.

RÈGLE ABSOLUE

Un faux suivi est une **fraude**, pas une erreur. Exclusion immédiate.

XII

SAV & litiges

Workflows guidés. Pas un tribunal de 0,30 €.

PRINCIPES

Pas de messagerie libre.

Workflows guidés uniquement.

But : éviter de transformer la plateforme en tribunal de 0,30 €.

Photos, suivi, délais et solde bloqué réduisent naturellement les conflits.

CARTE MANQUANTE

- L'acheteur signale les cartes manquantes.
- Le vendeur reçoit une demande : Oui / Non / Je ne sais pas.
- Si « Oui » : crédit mission financé par le solde vendeur.
- Si pas de réponse dans le délai : acceptation implicite.
- Seuils plus élevés (ex. 15 cartes manquantes) : review admin.

COLIS PERDU

- Cas reconnu comme risque réel.
- Si suivi non livré : attente puis résolution selon règles.
- Si suivi livré mais acheteur conteste : suivi = preuve principale, avec review possible.
- La plateforme ne doit pas devenir assurance transport universelle.

XIII

Onboarding vendeur

Une vraie épreuve. Pas un formulaire.

ÉTAPES

Devenir dresseur certifié : un rite, pas un clic.

01 Mission test réelle

Une mini-mission : par exemple 25 COUNCO, 5 reverses, 5 holos, 1 ex/V. Le candidat la prépare réellement.

02 Photos par rareté ou préparation

Upload des photos des cartes par rareté ou par préparation. Pas de tas illisible.

03 Questions clés

Création d'une lettre suivie, compte La Poste, expédition sous enveloppe bulle, utilisation de protections.

04 Validation manuelle

En V1, l'admin valide manuellement. Plus tard : pré-validation automatique + review rapide.

CHARTRE D'ENGAGEMENT

Cartes propres pour binder. Préparation sérieuse. Protection des cartes. Expédition rapide. Numéro de suivi valide. **Faux suivi = exclusion immédiate.** Mission Dresseur n'est pas responsable des pertes transport.

EN CAS DE REFUS

Le statut est « à améliorer », pas une humiliation. Le candidat peut refaire ses photos, relire la charte, et représenter sa candidature.

XIV

Profils, matching & badges

Valoriser les vrais dresseurs sans dériver social.

PROFIL

- V1 : pseudo uniquement. Avatar plus tard. Pas de profil social lourd.
- Pas de choix manuel du vendeur par l'acheteur.
- Paramètre possible côté acheteur : limiter aux **vendeurs confirmés** / Power Dresseurs.

MATCHING

- Questionnaire vendeur pour guider le matching.
- Les préférences ne doivent pas devenir des filtres durs contre-productifs.
- Toujours permettre d'explorer plus large.

BADGES

Mix premium / Pokémon léger. Les badges valorisent les vendeurs qui font du 100 %.

CERTIFIÉ

Onboarding validé.

CONFIRMÉ

Plusieurs missions complètes sans incident.

POWER DRESSEUR

Régularité, qualité, volume soutenu.

MISSIONS PARFAITES

Aucune carte manquante, suivi clean.

WORDING STATS

Cartes retrouvées · missions complétées · classeurs aidés.

À éviter : ventes, CA, top seller.

XV

Notifications & emails

Utiles. Limitées. Toujours paramétrables.

- Notifications hybrides : push utiles + emails transactionnels.
- Pas de spam agressif.
- Notifications vendeur intelligentes, limitées, basées sur la compatibilité et la disponibilité.
- Email transactionnel paramétrable en admin : textes, fréquence, CTA, variables.
- L'IA peut proposer des textes, l'admin garde la main et valide.

EXEMPLES DE WORDING

ACHETEUR

« Un dresseur a retrouvé des cartes pour votre mission. »

VENDEUR

« Une mission compatible pourrait vous attendre. »

TRANSACTIONNEL

« Votre mission est en route. »

RÉACTIVATION

« Cette mission est de nouveau disponible. »

XVI

Direction artistique & wording

Premium moderne. Touches d'aventure Pokémon. Jamais infantile.

DA VALIDÉE

- Mix premium moderne + touches aventure Pokémon.
- Dark mode et light mode dès le départ.
- Animations ciblées : swipe, carte trouvée, mission complète, validation.
- Mission 100 % : célébration forte, moment spécial.

WORDING À PRIVILÉGIER

- ✓ Mission · dresseur · aventure · recherche
- ✓ Cartes retrouvées · classeur · doubles · exploration
- ✓ Lancer une mission · Valider cette mission · Rechercher un autre dresseur
- ✓ Explorer cette mission · J'ai · J'ai pas · Envoyer ma proposition · Prêt pour les photos

WORDING À ÉVITER

- ✗ Commande · panier · annonce
- ✗ Top seller · commission · transaction
- ✗ Client roi · vente pure

XVII

Identité visuelle

Logo, typographie, palette. Aucun élément hardcodé.

TYPOGRAPHIE

Inter — partout, sans exception.

Inter est imposé pour le site public, l'app, l'admin, les emails, et les documents PDF.
Aucune autre police n'est utilisée.

- ✗ Pas de Poppins
- ✗ Pas de Montserrat
- ✗ Pas de Roboto
- ✗ Pas de police « Pokémon »
- ✗ Pas de fantaisie

HIÉRARCHIE TYPOGRAPHIQUE

INTER BLACK

Aa

INTER BOLD

Aa

INTER MEDIUM

Aa

INTER REGULAR

Aa

LOGO

Sobre. Mobile-friendly. Sans Pokéball.



Mission

Dresseur

AVENTURE COLLABORATIVE

- Structure : icône carrée à coins arrondis + texte « Mission Dresseur ».
- Fonctionne en favicon, PWA, navbar, splashscreen.
- Variantes : icon, horizontal, compact, monochrome, dark, light.
- Composant unique côté code : BrandLogo.

PALETTE — ADMINISTRABLE

PRIMARY #0B1D3A — Navy profond	SECONDARY #D4AF37 — Or chaud	ACCENT #7B9E87 — Sauge
BACKGROUND #F9F8F6	SURFACE #FFFFFF	BORDER #E5E5E5

COULEURS RARETÉS



DOCTRINE

Aucune couleur n'est hardcodée. Tout passe par des variables CSS, propagées globalement via le composant BrandTheme. L'admin peut prévisualiser et publier sans toucher au code.

XVIII

Design system & doctrine UI

Mutualiser. Standardiser. Refuser les divergences.

OBJECTIF

Éviter les refactorings lourds. **Tous les écrans utilisent des composants partagés, configurables et réutilisables.**

COMPOSANTS CANONIQUES

LAYOUT

AppPage · AppHeader · AppSection · AppStickyFooter · AppBottomNav

SURFACES

AppModal · AppBottomSheet · AppTabs · Tooltip / InfoPopover

ACTIONS

CTAButton (variants) · StatusBadge · EmptyState

MISSION

MissionCard · CardStack · PricingSummary · RarityTabs · PhotoUploader · TimelineStatus

ADMIN

AdminTable · AdminSectionHeader · AdminSidebar · SettingsCard · EditableContentBlock · AuditLogRow

MARQUE

BrandLogo · BrandMark · BrandTheme

MUTUALISATION ACHETEUR / VENDEUR

Les flows acheteur et vendeur partagent un maximum de composants. **Pas d'UI acheteur / vendeur séparée** avec des styles divergents. Badges, cards, résumé mission, pricing, photos, status, footers sont mutualisés.

XIX

Modales, menus & aide contextuelle

Une seule modale. Aucun scroll horizontal. Aide via champs « i ».

MODALES

- AppModal est obligatoire.
- Header standardisé : icône, titre, sous-titre, close.
- Contenu scrollable, footer sticky.
- Fullscreen mobile, largeur desktop contrôlée.
- **Maximum 2 actions principales** visibles sur mobile.
- Variants : info · form · confirmation · destructive · media-preview · payment · admin.

MENUS

RÈGLE ABSOLUE

Aucun menu ne doit provoquer de scroll horizontal. Si beaucoup d'options : dropdown, bottom sheet ou grille responsive. Navigation au pouce prioritaire.

TITRES & AIDE CONTEXTUELLE

- Titres courts.
- Pas de longs textes explicatifs sous tous les titres.
- Préférer les champs « i » : tooltip, popover court, exemple contextualisé.



Admin & paramétrage

Modifier le produit sans toucher au code.

COCKPIT ADMIN

L'admin permet d'ajuster le produit sans modifier le code brut. Le **compte admin est séparé** des comptes publics, sans profil acheteur / vendeur visible.

MODULES NÉCESSAIRES

ÉCONOMIE

Pricing par TCG / bloc / rareté ·
Exceptions carte par carte en V2

CATALOGUE

Import sets · prévisualisation · édition
carte par carte · activation

UTILISATEURS

Gestion users, vendeurs, statuts,
suspensions

PAIEMENTS

Paiements, soldes, crédits, retraits

LITIGES

Cartes manquantes, colis perdu, faux
suivis

TRANSPORT

Tarifs Lettre Suivie · seuils poids /
cartes

EMAILS TRANSACTIONNELS

Templates, textes, fréquence,
variables, preview

DÉLAIS

Exploration, extension, réponse
vendeur, cooldown, auto-validation

DASHBOARD RISQUE

Acheteurs à réclamations, vendeurs à
ghosting, suivis suspects

BRAND THEME

Palette · logo · previews · rarity colors

TOUS LES DÉLAIS IMPORTANTS SONT CONFIGURABLES.

Aucun seuil métier ne doit vivre dans du code dur.

XXI

Site public, PWA & hébergement

Trois zones. Trois rôles. Un seul système.

ARCHITECTURE DES ZONES

SITE PUBLIC

missiondresseur.fr
— homepage,
comment ça
marche, devenir
dresseur, charte,
FAQ, légal,
connexion.

APP PWA

missiondresseur.fr/
app — application
mobile-first
acheteur / vendeur.

ADMIN

missiondresseur.fr/
admin — cockpit
admin, séparé et
sécurisé.

PAGES PUBLIQUES V1

- Homepage V1 simple, rassurante.
- Comment ça marche.
- Devenir dresseur certifié.
- Charte du dresseur.
- FAQ.
- Mentions légales, CGU, confidentialité.
- Connexion / inscription.

XXII

Modèle de données recommandé

Générique. Extensible. Multi-TCG.

DOMAINES & ENTITÉS PRINCIPALES

DOMAINE	ENTITÉS
Catalogue	TCG · Block · Set · Card · CardImage · Rarity · MissionCategory
Mission	Mission · MissionItem · MissionStatus · MissionProposal · ProposalItem
Vendeur	SellerProfile · SellerStatus · SellerOnboarding · SellerCharter · SellerScore
Paielement	PaymentIntent · PlatformFee · SellerBalance · BalanceMovement · MissionCredit · PayoutRequest
Transport	Shipment · TrackingNumber · Carrier · ShippingRate
Media	MediaAsset · MediaOwner · ModerationStatus · RetentionPolicy
Admin	AdminUser · ImpersonationSession · AuditLog · GlobalSetting · BrandTheme

XXIII

Doctrine anti-refactor

Les erreurs structurelles qu'on ne fera jamais.

ERREURS INTERDITES

Hardcode · duplication UI · logique métier couplée · composants divergents · wording dispersé · pricing dans l'UI · états implicites · exceptions sauvages.

RÈGLES STRUCTURELLES

- ✓ **Moteur mission générique** — pas de PokemonMission spécifique.
- ✓ **TCG découplé** — Pokémon est une configuration, pas le cœur du moteur.
- ✓ **UI générée par configuration** — tabs et catégories issus de MissionCategory.
- ✓ **Aucun wording hardcodé** dans les composants critiques.
- ✓ **Design system obligatoire.**
- ✓ **Machine d'état mission centralisée.**
- ✓ **Pricing engine séparé de l'UI.**
- ✓ **Workflow configurable en admin** — délais, cooldowns, auto-validation, seuils.
- ✓ **Media abstrait** — photos, preuves, uploads, modération via un modèle Media générique.
- ✓ **Séparer moteur métier et UX Pokémon.**

XXIV

Roadmap conseillée

Cinq phases. Une seule logique : ne rien casser.

01 Phase 1 — Prototype privé

Tester le workflow réel avec un vendeur principal, une mission simple, des photos, et un suivi manuel.

02 Phase 2 — MVP fermé

Quelques vendeurs certifiés. Onboarding, stack vendeur, propositions, solde, admin basique.

03 Phase 3 — Paiement structuré

Stripe / solde / crédits. Paiement acheteur, solde vendeur, retrait manuel, litiges guidés.

04 Phase 4 — Automatisation

Transport et scoring : étiquettes, anti-fraude suivi, scoring vendeur / acheteur.

05 Phase 5 — Scale contrôlé

Plus de vendeurs. Power Dresseurs. Missions lourdes. Notifications intelligentes.

SYNTHÈSE FONDATRICE

Une mission. Un dresseur. Un classeur qui avance.

Au cœur de Mission Dresseur, une promesse simple : un collectionneur confie une mission, un autre dresseur fouille ses doubles, les cartes retrouvées font avancer un classeur.

Notre valeur ajoutée n'est pas la marge. C'est le **respect du temps humain**, l'évitement de la spéculation, la limitation de la discussion libre, le cadrage du SAV, et la transformation de la recherche en aventure collaborative.

Ce document est la source de vérité du produit. Toute décision future doit pouvoir s'y rattacher, ou alors le remplacer explicitement ici.