

CHARTRE DE PROJET

CHARTE DE PROJET

Nom/ Code projet : SAE 106

Référence : SAE 105

Cheffe de projet : Marilou LONDOLE

Service/ Organisation :LMPM (Leading Media & Project Management)

Membres : LONDOLE Marilou, MAMADY Léo, POTIN Pierre, RABENJASON Mathieu

Table des matières

Présentation et motivation du projet.....	3
Objectifs et indicateurs clés de performance.....	5
Périmètre / Hors périmètre.....	7
Hypothèses et contraintes.....	10
Livrables et réception.....	12
Estimation des ressources financières.....	15
Echéancier.....	17
Cheffe de projet.....	19
Parties prenantes.....	21

Présentation & Motivation

Présentation et motivation du projet

Le projet LMPM (Leading Media & Project Management) s'inscrit dans une démarche de réponse aux besoins des particuliers, entrepreneurs et petites entreprises. Il a été conçu suite à une analyse du marché local réalisée en amont, mettant en évidence un manque d'accompagnement accessible et personnalisé pour la création de sites web professionnels à Troyes et dans sa région.

Aujourd'hui, de nombreuses personnes souhaitent développer leur présence en ligne mais font face à des difficultés techniques, financières ou à un manque de connaissances en développement web. Les solutions existantes sont souvent complexes, coûteuses ou peu adaptées aux besoins spécifiques des utilisateurs débutants.

LMPM a pour objectif de proposer une solution simple, efficace et abordable permettant à chacun de créer un site web fonctionnel, moderne et adapté à son activité. L'entreprise offrira un accompagnement personnalisé, allant du conseil à la mise en ligne du site, afin de faciliter la transition numérique de ses clients.

De plus, ce projet vise à renforcer l'économie locale en accompagnant les entrepreneurs et en améliorant la présence en ligne des acteurs du territoire.

Face à ces constats, la création de LMPM s'impose comme une solution adaptée et indispensable. Ce projet a pour objectif de répondre à un besoin réel tout en s'inscrivant dans une démarche d'innovation, de proximité et de développement durable, ce qui justifie pleinement sa mise en place.

Objectifs et indicateurs clés de performance

Objectifs et indicateurs clés de performance

Le projet LMPM a pour objectif principal de faciliter la création de sites web pour les particuliers, entrepreneurs et petites entreprises situés à Troyes et dans ses environs. L'entreprise souhaite proposer des solutions simples, accessibles et adaptées aux besoins de ses clients, tout en assurant un développement économique durable.

Objectif 1: Développer l'activité commerciale en constituant une clientèle locale stable. LMPM vise la réalisation de 20 sites web au cours de la première année, afin d'assurer le lancement et la stabilité de l'entreprise. Objectif 2: Garantir un haut niveau de satisfaction client grâce à un accompagnement personnalisé et à des prestations de qualité. LMPM souhaite instaurer une relation de confiance durable avec ses clients. Objectif 3: Livrer des sites web fiables et performants, respectant les délais annoncés et répondant aux standards actuels du web. Objectif 4: Développer sa notoriété et sa visibilité au niveau local, afin de devenir un acteur reconnu de la création de sites web à Troyes.

Afin de mesurer l'atteinte de ces objectifs, plusieurs indicateurs clés de performance seront suivis.

Pour le développement de l'activité, le nombre de sites web créés et livrés constituera l'indicateur principal, avec une cible fixée à 20 projets finalisés sur 12 mois. Concernant la satisfaction client, celle-ci sera mesurée à l'aide de questionnaires de satisfaction et du taux de recommandations, avec un objectif de satisfaction supérieure à 90 %.

La qualité et la fiabilité des prestations seront évaluées grâce au respect des délais de livraison et au nombre de corrections ou incidents techniques signalés après la mise en ligne, avec une cible de 100 % des projets livrés dans les délais et un taux d'erreurs inférieur à 5 %.

Enfin, la visibilité de LMPM sera mesurée par le nombre de visiteurs sur le site web, ainsi que par la présence et l'engagement sur les réseaux sociaux. L'objectif est d'atteindre au moins 500 visiteurs mensuels sur le site et une communauté en ligne active dans les 6 à 9 premiers mois.

Périmètre / Hors périmètre

Périmètre du projet

Éléments inclus dans le périmètre

Le projet comprend la conception, le développement et la mise en ligne d'un site web vitrine et informatif.

Conception Graphique :

- Création d'une charte graphique web adaptée à l'identité visuelle d'Utopia (esprit Art et Essai).
- Design responsive (optimisé pour Mobile, Tablette et Ordinateur).

Fonctionnalités Techniques :

- Gestion de la programmation : module permettant d'afficher les films à l'affiche, les horaires des séances et les films "prochainement".
- Fiches films : intégration des synopsis, bandes-annonces (via YouTube/Vimeo) et affiches.
- Billetterie : intégration d'un bouton "Réserver" renvoyant vers la plateforme de paiement existante du cinéma.
- Actualités & événements : section dédiée aux ciné-débats, festivals et animations spéciales.
- Newsletter : mise en place d'un formulaire d'inscription pour l'envoi du programme hebdomadaire.

Référencement & Performance :

- Optimisation SEO de base (balises titres, descriptions, rapidité de chargement).
- Installation d'un outil de statistiques (ex: Matomo ou Google Analytics).

Formation :

- Une session de formation (2h) pour l'équipe du cinéma afin qu'ils puissent mettre à jour les horaires et les films en autonomie.

Éléments exclus du périmètre

Tout élément non listé ci-dessus est considéré comme hors-périmètre. Cela inclut notamment :

Production de Contenu :

- Rédaction des textes de présentation du cinéma ou des articles de blog.
- Shooting photo des salles ou captation vidéo pour le site.

Marketing & Publicité :

- Gestion des réseaux sociaux du cinéma (Facebook, Instagram).
- Achat d'espace publicitaire (Google Ads) pour la promotion des films.

Infrastructure & Maintenance :

- Frais annuels d'hébergement et de nom de domaine (facturés directement au client par l'hébergeur).
- Maintenance corrective et évolutive au-delà de la période de garantie de 3 mois.

Fonctionnalités avancées non prévues :

- Développement d'un système de paiement interne (e-commerce) pour la vente de pop-corn ou de produits dérivés.
- Création d'un espace membre ou d'un forum de discussion.

Hypothèses et contraintes

Hypothèses de réalisation du projet

La concrétisation de ce projet au sein de l'Utopia Troyes repose avant tout sur une hypothèse de **synergie territoriale**. Pour que l'initiative soit viable, elle doit s'inscrire dans le tissu local en créant des ponts avec les acteurs culturels et éducatifs de la ville. Le projet part du postulat que le public troyen recherche une expérience qui dépasse la simple projection : il s'agit de transformer le cinéma en un véritable "tiers-lieu" de débat et de rencontre. Sa réalisation est donc conditionnée par la capacité du cinéma à mobiliser sa communauté et à obtenir l'adhésion des partenaires institutionnels, tels que la Ville de Troyes ou la Région Grand Est, garantissant ainsi une assise financière et une visibilité accrue.

Une autre hypothèse fondamentale est celle de la **préservation de l'identité**. Le projet ne peut voir le jour que s'il respecte l'ADN militant et indépendant d'Utopia. Cela signifie que chaque étape de mise en œuvre doit garantir l'accessibilité tarifaire et la qualité éditoriale de la programmation. La réussite repose sur l'idée que l'innovation (qu'elle soit technique ou structurelle) ne doit jamais se faire au détriment de la convivialité et de l'aspect humain qui caractérisent cet ancien garage réhabilité de la rue Paillot de Montabert.

Contraintes de planification et de ressources

En matière de planification, la principale contrainte est celle de la **continuité de l'activité**. Contrairement à un lieu culturel neuf, l'Utopia Troyes doit jongler avec un calendrier d'exploitation quotidien très dense. Toute modification ou événement spécial doit s'insérer sans perturber le flux des séances habituelles, ce qui laisse des fenêtres d'intervention très réduites. Le facteur temps est également dicté par le rythme des sorties nationales et les festivals locaux, imposant une planification rigoureuse pour éviter toute surcharge opérationnelle lors des périodes de forte affluence.

Sur le plan des ressources, la contrainte est double : **spatiale et humaine**. L'architecture singulière du bâtiment, bien que charmante, limite les possibilités d'extension physique et impose des normes de sécurité ERP (Établissement Recevant du Public) très strictes qui peuvent renchérir les coûts. Parallèlement, les ressources humaines sont souvent concentrées sur la gestion courante. Le déploiement du projet nécessite donc une optimisation des tâches pour ne pas épuiser l'équipe en place. Enfin, la ressource financière reste le nerf de la guerre ; chaque investissement doit être soigneusement fléché pour maximiser l'impact sur l'expérience du spectateur tout en maintenant l'équilibre économique fragile d'une structure Art et Essai.

Livrables et reception

Liste des livrables

Les livrables sont divisés en phase pour assurer un suivi régulier avec l'équipe du cinéma :

Phase	Livrable	Description	Destinataire
Cadrage	Charte de projet finalisée	Document validé définissant les objectifs et le périmètre	Direction de l'Utopia
Conception	Maquettes graphiques (Mockups)	Design visuel de la page d'accueil et d'une fiche film (mobile et desktop)	Direction et responsable com
Développement	Prototype fonctionnel (pré-production)	Version test du site sur un URL privée pour tester la navigation et les réservations	Equipe technique de l'Utopia
Finalisation	Site web	Le site final déployé sur le nom de domaine officiel	Client/ public
Accompagnement	Guide d'administration & formation	Document PDF simplifié et session de formation pour mettre à jour les films	Personnel d'accueil/ la gestion

Processus de réception (réception)

Pour garantir le respect des délais, chaque livrable doit faire l'objet d'une validation selon les modalités suivantes :

Quand l'approbation a-t-elle lieu ?

- À la fin de chaque phase (jalon) le client dispose de 5 jours ouvrés pour soumettre ses retours ou valider le livrable.
- Le Bon à Tirer (BAT) final intervient juste avant la mise en ligne officielle.

Comment l'approbation est-elle formalisée ?

- Validations intermédiaires : Par échange d'e-mails écrits (faisant foi de preuve).

- Réception finale : Signature d'un Procès-Verbal (PV) de réception. Ce document marque la fin de la mission de création et le début de la période de garantie de 3 mois.

Critères d'acceptation :

- Conformité au design validé en phase de conception.
- Fonctionnement correct des liens de billetterie.
- Affichage fluide sur les principaux navigateurs (Chrome, Safari, Firefox).

Estimation des ressources financières

Estimation des ressources financières

Rôle	Initialisation (M1/M2)	Réalisation (M3)	Clôture (M4/M5)	Total heures	Coût (30€/h)
Chef de projet	20	15	15	50	1 500€
Graphiste	25	15	5	45	1 350€
Développeur Web	5	40	10	55	1 650€
Intégrateur	5	35	10	50	1 300€
Total	55	105	40	200	6 000€

Conformément aux besoins de l'association, ces frais sont nécessaires pour le maintien opérationnel du site :

- Hébergement et Nom de domaine : 120€ (forfait annuel).
- Licences logicielles : 180€
- Sous-total techniques : 300€.

Comme le prévoit la méthodologie de gestion de projet, ce budget est justifié par les bénéfices suivants:

1. Réduction des coûts de maintenance : Le passage à un système moderne et flexible permet de supprimer les frais liés aux solutions informatiques "dépassées et coûteuses" mentionnées dans l'audit initial.
2. Accessibilité accrue : L'investissement dans l'intégration permet de toucher un public plus large (normes RGAA), ce qui est un objectif stratégique pour une association culturelle.
3. Autorité budgétaire : En tant que Cheffe de projet, Marilou L. dispose de l'autorité nécessaire pour engager ces dépenses dans la limite de l'enveloppe globale de 6 300€.

Ce tableau montre que tu maîtrises la "charge de travail". Le fait que le développeur ait plus d'heures en réalisation (M3) et la cheffe de projet plus d'heures en planification (M2) prouve que votre agence **LMPM** est organisée de manière professionnelle.

Echéancier

Echéancier

L'échéancier du projet de refonte du site du **Cinéma Utopia** a été conçu pour garantir une transition fluide entre la situation initiale et la mise en ligne du nouvel écosystème numérique. Il s'articule autour de six jalons (M1 à M6) qui marquent les étapes clés du cycle de vie du projet :

Jalon	Chantier	Description	Date
M1	Initialisation	Signature de la charte de projet avec le client	30/04/2026
M2	Planification	Cahier des charges et maquettes	30/06/2026
M3	Réalisation	Développement du site internet (105h)	30/09/2026
M4	Contrôle et suivi	Test UX et validation par le client	31/12/2026
M5	Clôture	Bilan financier, mise en ligne du site	Janvier 2027
M6	Décommissionnement	Fin de contrat	Janvier 2027

Cheffe de projet

LONDOLE Marilou

J'ai décrit la situation initiale : beaucoup de particuliers et de petites entreprises à Troyes souhaitent créer un site web mais rencontrent des difficultés techniques, financières ou organisationnelles.

J'ai justifié la nécessité du projet en mettant en avant les limitations des solutions existantes: elles sont coûteuses, complexes ou peu adaptées aux besoins spécifiques des débutants. J'ai présenté les objectifs globaux du projet (offrir un accompagnement personnalisé, accessible et fiable pour permettre à chacun de créer un site web) .

J'ai relevé avec mon groupe. Les objectifs sont les résultats que le projet doit atteindre, comme par exemple :

- Développer l'activité et acquérir une clientèle stable.
- Garantir la satisfaction et la fidélisation des clients.
- Livrer des sites fiables et conformes aux attentes.
- Renforcer la notoriété et la visibilité locale de LMPM.

Les indicateurs (KPI) permettent de mesurer si les objectifs sont atteints :

- Nombre de sites web livrés par mois ou par an.
- Taux de satisfaction client via questionnaires et recommandations.
- Respect des délais de livraison et taux d'erreurs techniques.
- Trafic sur le site web et engagement sur les réseaux sociaux.

Parties prenantes

Les **parties prenantes internes** s'articulent autour de l'équipe qui fait vivre le Cinéma Utopia au quotidien et de l'équipe LMPM chargée de sa transformation numérique. On y retrouve la direction du cinéma et les programmateurs, dont l'expertise culturelle guide les besoins techniques, ainsi que le personnel d'accueil et les projectionnistes qui utiliseront potentiellement les nouveaux outils de gestion ou de communication. Du côté de LMPM, les chefs de projet et développeurs interviennent comme un prolongement de l'équipe interne pour garantir que les solutions web créées (système de réservation, mise en avant de la programmation "Art et Essai") reflètent l'identité singulière et militante du cinéma tout en simplifiant ses processus opérationnels.

Les **parties prenantes externes** englobent l'ensemble de l'écosystème local troyen et du secteur cinématographique qui interagit avec le lieu. Le premier groupe est constitué des spectateurs et des abonnés fidèles, qui attendent une interface numérique fluide pour consulter les séances et s'engager dans la vie du cinéma. On identifie également les partenaires institutionnels comme la Ville de Troyes et le CNC, ainsi que les associations culturelles et scolaires locales qui collaborent régulièrement avec l'établissement. Enfin, ce réseau inclut les distributeurs de films, les commerçants de proximité du centre-ville et les prestataires techniques (fournisseurs de billetterie, hébergeurs web), pour qui la modernisation de l'image en ligne d'Utopia renforce l'attractivité globale du quartier et de l'offre culturelle de l'Aube.