



M.L. PRODUCTION

-SAE 106-

**Gestion de projet pour une
recommandation de
communication
numérique (SAE 105)**

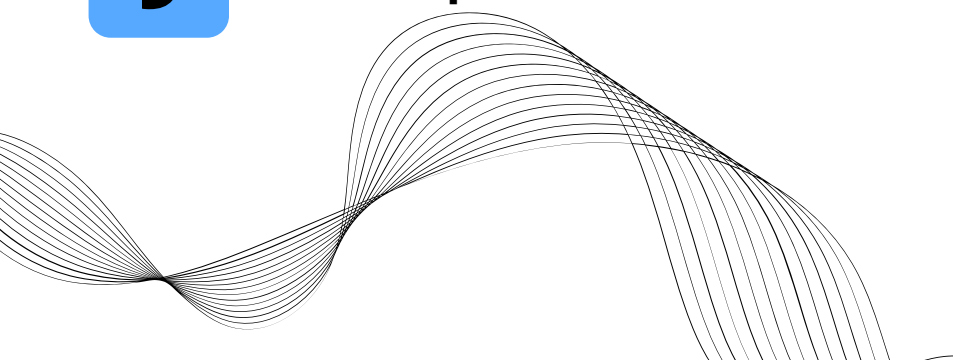


**IUT DE TROYES
BUT MMI 1, ANNÉE 2026, TB AB**

**MAEVA LOUIS - MATTHIAS ROTON -
MATTHIEU KREMER - MARION PIERREUX**

Sommaire



- 1** Présentation et motivation du projet..... p.1
 - 2** Objectifs et indicateur clés de performance..... p.2
 - 3** Périmètre / Hors périmètre..... p.3
 - 4** Hypothèses et contraintes..... p.4
 - 5** Livrables et Réception..... p.5
 - 6** Estimation des ressources financières..... p.6
 - 7** Échéancier..... p.7
 - 8** Chef de projet..... p.8
 - 9** Parties prenantes..... p.9
- 

1 PRESENTATION ET MOTIVATION DU PROJET

Dans le cadre la SAE 105, notre groupe a réalisé plusieurs site web portant des thématiques culturelles et médiatiques variées. Marion Pierreux, notre chef de projet, a conçu un site web sur le groupe de musique "**Tryo**" pour présenter le groupe ainsi que l'univers musical. Matthieu Kremer a réalisé un site web consacré à l'artiste "**Vald**". Il vise à mettre en avant sa carrière, ses albums ainsi que son identité artistique. Matthias Roton, a développé un site web sur le célèbre pilote de F1 (Formule 1) **Sébastien Vettel**. Le but de ce site, est de retracer son parcours sportif et ses nombreuses victoires. Enfin, Maeva Louis, a conçu un site web autour de la série Netflix "**Les Chroniques de Bridgerton**". L'objectif principale du site est de présenter l'univers de la série ainsi que ses personnages.

Bien que les 4 sujets soient tous différents, ces sites web ont bien un point commun : la **promotion d'un personnalité ou d'un oeuvre culturelle**. Le but de ces sites est de valoriser l'image d'une personne, ou d'un groupe de personnes. La diffusion de nombreuses informations pertinentes permet de capter l'information d'un communauté de fans ou de passionnés et d'en faire une **communication numériques adaptée à tous** et n'importe où à condition d'avoir une connexion internet.

Les 4 membres du groupe : Matthieu, Maeva, Matthias et Marion constituent l'agence web "**M.L Production**", une agence spécialisée dans la création de sites web ainsi que l'accompagnement d'un communication numériques.



M.L PRODUCTION

2 OBJECTIFS ET INDICATEURS CLES DE PERFORMANCE

Dans le cadre de notre agence web “M.L Production”, les objectifs et indicateurs clés de performance (**KPI: Key Performance Indicator**) sont premièrement d’accroître la visibilité des sites web auprès des audiences ciblées. Dans un second temps, l’objectif est de **renforcer l’engagement des utilisateurs** en incitant l’audience à passer davantage de temps sur le site web à consulter plusieurs pages et à s’y intéresser. Enfin la stratégie KPI vise à **encourager les actions des nombreux visiteurs** telles que la consultations de contenus spécifiques (contenu de passionnés par exemple) ou l’interaction avec des projets via les réseaux sociaux pour développer une grandes communauté de passionnés autour de différentes thématiques. (Source : <https://www.francenum.gouv.fr/> “Quels indicateurs clés de performance pour un site web ?”).

Dans le but de **mesurer l’atteinte de ces objectifs** de notre agence web, plusieurs indicateurs clés de performance sont mobilisés: tout d’abord, le nombre de visiteurs uniques et le nombre de pages vues évaluent la visibilité des sites et leur capacité à attirer du trafic. Le temps moyen passé sur le site et le taux de rebond **constituent des indicateurs fondamentaux** pour analyser l’engagement de l’utilisateur et son intérêt pour les contenus proposés. Un temps de visite fort et un faible taux de rebond montrent généralement une expérience utilisateur satisfaisante.

De plus, les **interactions avec les réseaux sociaux**, telles que les “j’aime”, les partages, les republication, les mentions, les mises en favoris ou encore les abonnements **constituent des indicateurs supplémentaires** qui permettent **d’évaluer l’impact global** de la communication numériques et de la notoriété global des projets en dehors des sites web. (sources: <https://beehiveyour.com/> (Mesurer la performance digitale grâce aux KPI).

L’objectif de “M.L Production”, dans l’utilisation de ces indicateurs, est d’**analyser** objectivement les performances des sites web, d’**identifier** les points à améliorer et d’**adapter** les recommandations de communication numérique afin d’atteindre les objectifs fixés par l’agence et par le client.

3 PERIMETRE / HORS PERIMETRE

Le **périmètre** du projet **définit** l'ensemble des activités, livrables et fonctionnalités incluses : le projet inclut la réalisation complète d'un site web culturel pour l'association cliente. Cela comprend :

- La **conception UX/UI** et le design graphique.
- L'**intégration HTML/CSS** des pages principales (accueil, présentation, contenus, partenaires, galerie).
- L'**intégration de contenus multimédias** (images, vidéos, textes fournis par le client).
- Les **tests de compatibilité** navigateur et d'affichage sur mobile/tablette.
- La vérification de la lisibilité, de la performance et de l'ergonomie du site.
- La **possibilité d'ajouter** des photos sur la page de galerie directement depuis le site
- L'**envoi d'un mail** via un formulaire sur le site, 2 mails sont envoyés, 1 au **destinataire** et le 2ème à **l'expéditeur** comme mail de confirmation de la bonne réception de son mail

L'**hors périmètre** définit ce qui n'est **pas compris dans le périmètre**, ce qui n'est **pas pris en compte** dans la réalisation du site. Le projet **n'inclus pas** :

- La **traduction du site** dans d'autres langues.
- La **création de contenus** (textes, images, vidéos) non fournis par le client.
- L'**ajout de fonctionnalités complexes** ou dynamiques (forums, boutiques en ligne, systèmes de paiement).
- La **maintenance** et la **mise à jour** continue du site après livraison.

Importance :

Cette délimitation permet de **clarifier** les responsabilités, de concentrer les efforts sur les **tâches essentielles** et d'éviter les **dérives de projet**.

4 HYPOTHESES ET CONTRAINTES

Hypothèses :

- L'association fournira les **logos, images** et **textes** des partenaires dans les **délais convenus** (10 jours maximum après le début du projet).
- Le site principal est déjà en ligne ou en cours de **finalisation**, permettant l'intégration de la page **Partenaires** sans modification majeure.
- L'équipe dispose des **outils nécessaires** pour le développement (logiciels graphiques, éditeurs de code, accès au serveur).
- Les **contenus** fournis respectent les **droits d'auteur** et peuvent être publiés **légalement**.

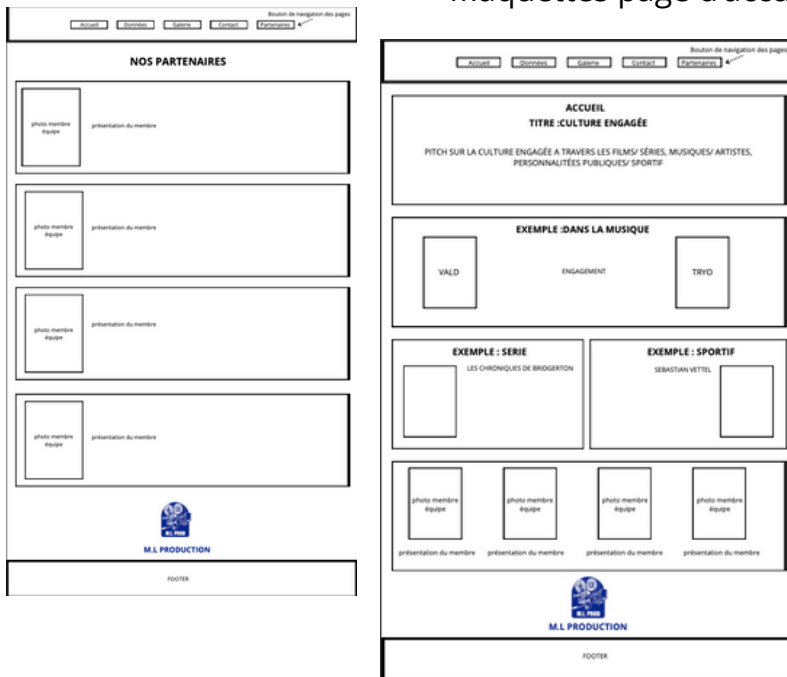
Contraintes :

- Budget **limité** : les ressources financières allouées au développement de la page Partenaires doivent **rester dans la limite fixée** par le client.
- **Délais** : la page doit être **finalisée** et testée **avant** la date de **lancement prévue** par l'association.
- Normes d'**accessibilité** : la page doit **respecter** les standards **W3C** et les bonnes pratiques d'accessibilité web.
- **Compatibilité** : la page doit être **fonctionnelle** sur tous les principaux navigateurs et sur les **appareils mobiles** et **tablettes**.
- L'**avancement** du projet doit se faire **en continue** avec des **rendus** et des points intermédiaire avec l'association.

Importance :

Identifier les **hypothèses et contraintes** dès le départ permet de mieux **planifier** les activités, de prévenir les imprévus et **d'anticiper** les solutions si certaines hypothèses ne sont pas **confirmées**.

Maquettes page d'accueil et page partenaires

Livrable 1 : **Arborescence** du site

Description :

Structure du site composée de 5 pages, définissant l'**organisation** et la **navigation** entre les différentes sections.

Critères de validation :

- Arborescence claire et logique
- Navigation intuitive entre les pages
- Validée par le client avant la phase de conception graphique

Livrable 2 : Charte graphique

Définition de l'**identité visuelle** du site (couleurs, typographies, styles graphiques, iconographie).

Critères de validation :

- Cohérence avec l'image et les objectifs du projet
- Lisibilité et accessibilité des choix graphiques
- Validation par le client avant la création des maquettes

Livrable 3 : Maquettes graphiques (wireframes / maquettes finales)

Maquettes des 5 pages du site, présentant la mise en page, la hiérarchie des informations et les éléments visuels.

Critères de validation :

- Respect de l'arborescence définie
- Conformité à la charte graphique
- Validation du client avant le développement
- Versions desktop et responsive si demandées

Livrable 4 : **Fonctionnalités** du site

Liste et mise en place des fonctionnalités prévues (menu de navigation, formulaire de contact, galerie, liens externes, etc.).

Critères de validation :

- Fonctionnalités opérationnelles et conformes au cahier des charges
- Expérience utilisateur fluide
- Tests fonctionnels réalisés
- Compatibilité avec les navigateurs principaux

Livrable 5 : Site web final (5 pages)

Site web complet intégrant le **design**, les contenus et les **fonctionnalités validés**.

Critères de validation :

- Site responsive (ordinateur, tablette, mobile)
- Conformité aux maquettes validées
- Bon fonctionnement sur les navigateurs principaux
- Validation finale par le client

6 ESTIMATION DES RESSOURCES FINANCIERES

Dans le cadre de notre activité d'agence de développement web, nous avons estimé les ressources nécessaires pour réaliser et mettre en ligne un site web vitrine similaire à www notionné dans ce document.

Le temps de production est réparti en étapes de conception, intégration, développement des fonctionnalités, tests et déploiement.

Sur la base d'une estimation moyenne de 30 heures de travail à un taux horaire de 40 €, le coût du développement est estimé à environ 1200 €. (La fabrique du Net)

Les coûts annexes comprennent l'hébergement web et le nom de domaine.

Un hébergement mutualisé adapté au site proposé se situe dans une fourchette de 3 à 10 € par mois (PulseHeberg), ce qui correspond à environ 30 € par an pour une offre basique adaptée à un site vitrine. Un nom de domaine en .fr ou .com est estimé à environ 10-15 € par an.

Ainsi, le budget total estimé pour la mise en ligne et le maintien annuel d'un site vitrine est d'environ 1242 €, dont 1200 € de développement et ~42 € de coûts d'hébergement et domaine.

L'échéancier permet de **structurer le projet** en identifiant les principales étapes et les dates associées à chaque jalon. Il constitue un **outil essentiel** pour **organiser** le travail de l'équipe, **suivre** l'avancement du projet et **garantir** le respect des délais fixés avec le commanditaire.

Dans le cadre de la création d'un site web, les durées estimées reposent sur des **pratiques courantes du secteur**. D'après GoodFirms, la réalisation d'une page web simple nécessite en **moyenne 3 à 7 jours**, tandis qu'un site web complet peut s'étendre sur **4 à 8 semaines selon sa complexité**. La phase de **conception graphique** et **UX/UI** représente généralement **1 à 3 semaines**, tandis que les tests, ajustements et la **mise en ligne** s'effectuent sur une période plus courte (src:HubSpot).

En tenant compte de ces références et des ressources disponibles, l'échéancier prévisionnel du projet est le suivant :

Étape	Durée estimée	Dates prévues
Analyse des besoins et cahier des charges	3 jours	du 10/XX/2026 au 14/XX/2026
Conception UX/UI et design graphique	10 jours	du 15/XX/2026 au 28/XX/2026
Intégration HTML/CSS des pages	15 jours	du 29/XX/2026 au 18/XX/2026
Intégration des contenus	7 jours	du 19/XX/2026 au 27/XX/2026
Tests et ajustements	10 jours	du 28/XX/2026 au 10/XX/2026
Mise en ligne et vérifications finales	3 jours	du 11/XX/2026 au 14/XX/2026

Cet échéancier reste **prévisionnel** et pourra être **ajusté** en fonction des **retours du client** ou des **contraintes techniques rencontrées**.

Sources :

- GoodFirms — Web Development Timeline: How Long Does It Take to Build a Website?
- HubSpot — Website Redesign Planning Guide

8 CHEFFE DE PROJET

Cheffe de projet : Marion AUDREN-PIERREUX

Contacts :

- par mail : marion.audren@icloud.com
 - par mail universitaire: marion.audrene-perrieux@etudiant.univ-reims.fr
 - par Whatsapp : 06 50 55 93 46
-
- La cheffe de projet doit dans un premier temps : **comprendre** le besoin du client en échangeant avec pour comprendre ses objectifs, clarifier les attentes en termes de design, contenu, budget et délais, et comprendre le cahier des charges.
 - Il est aussi important que la cheffe de projet **planifie** la création du site a travers un planning qu'elle va réaliser. Qu'elle **organise** par la répartition des tâches entre les différents membres de l'équipe. Et elle doit **anticiper** les risques et ajuster le projet si nécessaire
 - La cheffe de projet va devoir **coordonner** son équipe en facilitant la communication au sein de l'équipe mais aussi avec le client. Mais également en **s'assurant** que chacun respecte le cahier des charges et les délais.
 - Il est essentiel que la cheffe de projet **vérifie** l'avancement du projet, par le **contrôle** de la qualité du site : design, ergonomie, performances à travers les testes du site
 - La cheffe de projet va **accompagner** le client jusqu'à la mise en ligne du site c est a dire : **organiser** la recette, **superviser** la mise en ligne, **former** le client à l'utilisation du site.
 - Et pour finir la cheffe de projet va **assurer** le suivi après la mise en ligne, pour des potentiels changements, améliorations...

9 PARTIES PRENANTES DU PROJET

Dans ce projet web, plusieurs acteurs sont impliqués, chacun jouant un rôle spécifique dans la conception, le développement et la mise en ligne du site.

- Client / Commanditaire : L'association ou la structure qui nous a mandatés pour concevoir et héberger le site. Il définit les objectifs, les besoins, le cahier des charges et valide les livrables.
- Agence de développement web (M.L Production) : C'est l'entité qui réalise l'ensemble du travail technique et créatif. Elle prend en charge la conception, le développement, l'intégration, les tests et la mise en ligne du site.
- Cheffe de projet (Marion) : Responsable de la coordination entre tous les acteurs. Elle s'assure que les exigences du client sont comprises, que les délais sont respectés et que les livrables sont conformes aux attentes.
- Équipe de réalisation : Groupe de développeurs et designers responsables de la production du site (UI/UX, coding, tests). Chaque membre contribue selon ses compétences spécifiques.
- Utilisateur final : Les visiteurs du site web. Bien qu'ils ne participent pas directement à la production, leurs besoins (ergonomie, accessibilité, rapidité) guident les choix techniques et fonctionnels.

La réussite du projet dépend de la collaboration et de la communication entre toutes ces parties prenantes, chacune apportant une expertise complémentaire pour assurer la qualité du site et la satisfaction du client.



M.L. PRODUCTION

-SAE 106-

**Gestion de projet pour une
recommandation de
communication
numérique (SAE 105)**



**IUT DE TROYES
BUT MMI 1, ANNÉE 2026, TB AB**

**MAEVA LOUIS - MATTHIAS ROTON -
MATTHIEU KREME- MARION PIERREUX**