

IFY

VISION

CAHIER DE CONCEPTION

Agence de Production Audiovisuelle

SAE 201-202 · BUT MMI · IUT de Toulon

CHEF DE PROJET

Lucas Autran

ÉQUIPE

Autran · Faivre · Zeroual · Tran · Ruiz · Gaudillière

PÉRIODE

Semaines 8 à 23 · Année 2025–2026

COMMANDITAIRE

M. Christophe Lachaume · SAEMMITLN

SOMMAIRE GÉNÉRAL

Cahier de Conception IFY VISION

01 CAHIER DES CHARGES (CDCF)

Semaine 8

1.1	Motif déclencheur	...
1.2	Présentation du client	...
1.3	Présentation de l'équipe	...
1.4	Descriptif de l'organisation et de ses valeurs	...
1.5	Étude de l'existant	...
1.6	Expression détaillée du besoin	...
1.7	Fonctions et contraintes pour chaque livrable	...
1.8	Livrables attendus	...
1.9	Échéancier	...
1.10	Solutions exclues, explorées, conseillées	...
1.11	Risques majeurs	...
1.12	Budget prévisionnel	...

02 IDENTITÉ VISUELLE

Semaines 9 & 12

2.1	Nom et concept	...
2.2	Logo et déclinaisons	...
2.3	Charte graphique complète	...
2.4	Maquettes documents (CR réunion, journal hebdo)	...

03 PLANIFICATION DU PROJET

Semaine 10

3.1	Contexte et WBS	...
3.2	Tableau des tâches	...
3.3	Diagramme de Gantt	...

04 GESTION DE PROJET — SUIVI HEBDOMADAIRE

Semaines 8–22

4.1	Journaux hebdomadaires (S8 → S22)	...
4.2	Comptes-rendus de réunion	...

05 REVUE DE PROJET

Semaine 14

- | | | |
|-----|---------------------------|-----|
| 5.1 | Bilan intermédiaire S14 | ... |
| 5.2 | Avancement et ajustements | ... |

06 SITE VITRINE

Semaine 21

- | | | |
|-----|-----------------------------------|-----|
| 6.1 | Architecture et arborescence | ... |
| 6.2 | Maquettes (wireframes / mockups) | ... |
| 6.3 | Statuts juridiques | ... |
| 6.4 | Hébergement et référencement | ... |
| 6.5 | Backup et méthode de régénération | ... |

07 TEASER AUDIOVISUEL

Semaine 22

- | | | |
|-----|---------------------------------|-----|
| 7.1 | Concept et storyboard | ... |
| 7.2 | Production et montage | ... |
| 7.3 | Intégration sur le site vitrine | ... |

08 CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Semaine 23

- | | | |
|-----|---------------------------------------|-----|
| 8.1 | Stratégie et concept autour du Citron | ... |
| 8.2 | Affiches et supports imprimés | ... |
| 8.3 | Résultats et analyse d'impact | ... |

09 DOSSIER DE TESTS

Semaine 23

- | | | |
|-----|--------------------------|-----|
| 9.1 | Fiches de tests | ... |
| 9.2 | Résultats et corrections | ... |

10 CAHIER DE MAINTENANCE & INSTALLATION

Semaine 23

- | | | |
|------|------------------------------|-----|
| 10.1 | Guide d'installation du site | ... |
| 10.2 | Documentation de maintenance | ... |

01 - CAHIER DES CHARGES

Document de référence du projet IFY VISION · Semaine 8

Ce cahier des charges fonctionnel constitue le document de référence du projet. Il définit le contexte, les besoins, les livrables et le cadre de réponse de l'agence IFY VISION dans le cadre de la SAE 201-202 du département MMI de l'IUT de Toulon.

1.1

Motif déclencheur

Héritière directe du savoir-faire du département MMI de l'IUT de Toulon et acteur historique de la prestation multimédia, la société SAEMMITLN amorce une restructuration stratégique majeure sous l'impulsion de son dirigeant M. Christophe Lachaume. Ce dernier constate que le marché actuel ne recherche plus des généralistes, mais des experts hyper-spécialisés face à l'explosion de la demande de contenus vidéo destinés aux réseaux sociaux, aux spots publicitaires et à la communication interne. Le département généraliste actuel atteint désormais ses limites techniques et organisationnelles.

Ce constat constitue le motif déclencheur d'une mutation profonde visant à transformer la SAEMMITLN en une structure de type holding possédant des filiales autonomes et spécialisées. C'est dans ce contexte que M. Lachaume lance un appel d'offres compétitif pour sélectionner l'équipe capable de créer l'agence officielle de production audiovisuelle du groupe : IFY VISION.

1.2

Présentation du client

COMMANDITAIRE	ORGANISATION	RÔLE
M. Christophe Lachaume	SAEMMITLN	Investisseur-décideur unique

Le projet est placé sous l'égide de Monsieur Christophe Lachaume, agissant en qualité de Directeur Général de la SAEMMITLN. Son rôle dépasse largement celui d'un client traditionnel : il s'apparente à un investisseur-décideur unique qui ne recherche pas seulement une proposition esthétique, mais de véritables partenaires d'affaires capables de piloter l'intégralité de la création de la nouvelle filiale.

L'exigence du commanditaire repose sur un équilibre constant entre la rigueur administrative et l'audace créative. L'enjeu majeur est de garantir la rentabilité économique de la structure tout en assurant un rayonnement d'envergure à la marque MMI. La confiance accordée à l'équipe repose sur sa capacité à rassurer l'investisseur sur la maîtrise stricte des budgets et le respect impératif du calendrier.

1.3

Présentation de l'équipe

Nom	Rôle	Email	Téléphone
Lucas Autran	Chef de projet	ify.vision.iut@gmail.com	06 06 06 06 06
Théo Faivre	Associé	—	—
Ilyas Zeroual	Associé	—	—
Ethan Tran	Associé	—	—
Luka Ruiz	Associé	—	—
Samuel Gaudillière	Associé	—	—

1.4

Descriptif de l'organisation et de ses valeurs

IFY VISION se définit avant tout comme une agence « Digital Native ». Son nom, Imagined For You, n'est pas qu'un slogan : c'est le cœur d'une philosophie fondée sur la conviction que la vidéo ne doit pas être un produit standardisé, mais une solution visuelle unique, imaginée sur-mesure. Cette approche repose sur une écoute réelle et une immersion sincère dans l'univers du client dès les premiers échanges.

IFY VISION est une structure agile et connectée, rompant avec les codes des agences traditionnelles trop rigides. L'organisation repose sur une hiérarchie horizontale et des outils collaboratifs (Notion, Slack) permettant une réactivité maximale. L'ADN de l'agence se retrouve dans la quête du « beau fonctionnel » : chaque image doit être magnifique, certes, mais surtout utile et au service de la stratégie client.

Créativité

Explorer de nouvelles formes visuelles et narratives

Précision

Soigner chaque détail du cadrage à l'étalonnage

Collaboration

Co-construire une vision partagée avec nos clients

Innovation

Intégrer les dernières tendances du secteur audiovisuel

1.5

Étude de l'existant

Afin de positionner IFY VISION sur le marché de la production audiovisuelle, une analyse comparative de deux acteurs majeurs du secteur a été réalisée.

Warner Bros.

Studio américain fondé en 1923, Warner Bros. est un acteur majeur du divertissement mondial présent dans le cinéma, la télévision, le streaming et les jeux vidéo. Son positionnement repose sur des franchises fortes et transgénérationnelles : Harry Potter (7,7 Mds\$), DC Universe (6,59 Mds\$), Friends (~4,8 Mds\$). Sa stratégie multi-supports va du film à la série, aux jeux vidéo et aux expériences immersives.

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Catalogue puissant · Notoriété mondiale · Diversification · Expertise blockbusters	Dépendance franchises · Instabilité DC · Coûts élevés · Concurrence streaming	Croissance streaming · Adaptation licences · Expériences immersives · Marchés émergents	Concurrence Disney/Netflix/Amazon · Baisse cinéma · Piratage · Évolution usages

Publicis Worldwide

Principale agence créative du Publicis Groupe, fondée en 1926 à Paris. Publicis est spécialisée dans les films publicitaires, le brand content, les campagnes vidéo multi-plateformes et les contenus digitaux courts. Parmi ses campagnes marquantes : Renault « Va Va Voom » et « Passion for Life ». Elle dispose d'un réseau international présent dans plus de 100 pays.

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Réseau +100 pays · Expertise data/digital · Grandes marques · Modèle intégré	Organisation complexe · Dépendance grands comptes · Coûts élevés · Sensibilité crises	Marketing digital & IA · Transformation digitale · Brand content · Marchés émergents	WPP/Omnicom · Géants tech · Automatisation IA · Pression sur marges

1.6

Expression détaillée du besoin

Sous la direction de Christophe Lachaume, SAEMMITLN franchit une nouvelle étape en structurant sa croissance autour d'agences expertes dédiées à la communication, au web, au design et à l'audiovisuel. L'enjeu est d'imaginer de A à Z l'une de ces futures agences — plus qu'un exercice de style, c'est un véritable défi entrepreneurial visant à prouver que la vision de l'équipe, de la stratégie de marque au cadre juridique, tient la route et répond aux besoins du marché.

1.7

Fonctions et contraintes pour chaque livrable

Livrable	Fonction principale	Contraintes
Identité visuelle (Nom, Logo, Charte)	Identifier l'agence, traduire visuellement ses valeurs, assurer une cohérence sur tous les supports.	<i>Univers graphique reflétant l'expertise audiovisuelle · fidélité aux valeurs MMI · police Copasetic obligatoire pour le logo.</i>
Statuts juridiques	Définir le cadre légal, protéger les associés, structurer le mode de gouvernance.	<i>Choix justifié (SA, SARL, SAS) en concertation avec le commanditaire · crédibilité institutionnelle.</i>
Site Web vitrine	Présenter l'expertise de l'agence, assurer une présence en ligne 24h/24 et permettre la prise de contact.	<i>Wordpress · responsive · espace client confidentiel · version anglaise · flux RSS · formulaire de contact.</i>
Teaser de lancement	Capter l'attention, susciter l'intérêt et créer une attente autour de l'ouverture de l'agence.	<i>Durée 60 s · animations graphiques intégrées · qualité professionnelle · diffusé via le site vitrine.</i>
Campagne publicitaire	Développer la notoriété de la marque et attirer les premiers prospects/clients.	<i>Axe « Citron » · affiches imprimées · réseaux sociaux · analyse d'impact obligatoire.</i>

1.8

Livrables attendus

Dans le cadre de la mise en concurrence lancée par Monsieur Lachaume, l'équipe IFY VISION présente un ensemble de livrables visant à démontrer la faisabilité réelle de l'agence sur les plans créatif, technique, juridique et économique :

- **Identité visuelle** — Création du nom, du logo et de la charte graphique complète.
- **Cadre juridique** — Choix et justification du statut (SAS/SARL) en concertation avec le commanditaire.
- **Site Web vitrine** — Espace numérique professionnel réalisé sous WordPress.
- **Teaser de lancement** — Vidéo courte et dynamique de 60 secondes avec animations graphiques.
- **Campagne publicitaire** — Supports visuels et numériques autour du concept « Citron ».

1.9 Échéancier

Phase	Semaine(s)	Contenu
Phase 1 - Analyse & Conception	S8-S9	Étude de marché, nom, logo, positionnement stratégique, maquettes documents.
Phase 2 - Production Stratégique	S10-S12	WBS, Gantt, identité visuelle, rédaction statuts juridiques, architecture web.
Phase 3 - Réalisation	S12-S21	Développement site vitrine, tournage/montage teaser, création supports pub.
Phase 4 - Validation & Revue	S14 & S21-S23	Tests, corrections finales, cahier de conception, soutenance devant le commanditaire.

1.10 Solutions exclues, explorées, conseillées

■ Options écartées	■ Pistes explorées	■ Solutions préconisées
<ul style="list-style-type: none"> Identité visuelle trop générique Statuts simplifiés (association, auto-entrepreneur) Site e-commerce (hors besoin) 	<ul style="list-style-type: none"> Différentes orientations graphiques Étude comparative SARL / SAS / SA Divers formats de teasers et visuels publicitaires 	<ul style="list-style-type: none"> Statut SARL ou SAS Site vitrine responsive (UX/UI modernes) Communication centrée sur les réseaux sociaux

1.11 Risques majeurs

Risque	Description	Plan de réponse
Technique	Manque de matériel ou logiciels professionnels impactant la qualité finale.	Mobilisation de ressources professionnelles dès le départ.

Organisationnel	Coordination imprécise générant des retards de production.	<i>Répartition claire des rôles et points d'avancement réguliers.</i>
Financier	Sous-estimation des coûts fragilisant le projet.	<i>Chiffrage rigoureux de chaque poste budgétaire.</i>
Marketing	Difficulté à se différencier sur un marché concurrentiel.	<i>Stratégie de positionnement forte autour de l'identité IFY VISION.</i>
Juridique	Erreur de statut ou de rédaction nuisant à la crédibilité.	<i>Analyse rigoureuse de chaque choix légal avant soumission à l'investisseur.</i>

1.12

Budget prévisionnel

Poste	Détail	Montant
Frais juridiques	Rédaction des statuts, immatriculation, annonce légale, dépôt de marque	1 440 €
Identité visuelle	Licences logiciels, supports professionnels (réalisés en majorité en interne)	750 €
Site Web vitrine	Nom de domaine, hébergement, outils premium	285 €
Teaser audiovisuel	Location matériel, logistique, musique sous licence	680 €
Campagne publicitaire	Réseaux sociaux et supports imprimés	1 150 €
TOTAL	<i>Panier moyen estimé : 1 200 € / prestation · Seuil de rentabilité : ~4 projets</i>	4 305 €

Ce cahier des charges a été transmis à M. Christophe Lachaume (SAEMMITLN) par Lucas Autran, chef de projet IFY VISION, en semaine 8 du calendrier académique 2025–2026.

02 - IDENTITÉ VISUELLE

Nom, Logo, Charte graphique & Maquettes documents · Semaines 9 & 12

Ce chapitre présente l'ensemble des éléments constitutifs de l'identité visuelle d'IFY VISION : la genèse du nom, le logo et ses déclinaisons, le système typographique, la palette chromatique, les éléments graphiques additionnels, ainsi que les maquettes des documents de suivi de projet.

2.1

Nom et concept de l'agence

Le nom IFY VISION est le résultat d'une réflexion collective visant à incarner à la fois la promesse de sur-mesure et la direction artistique de l'agence. Chaque terme porte un sens précis et stratégique.

IFY	VISION
<i>"Imagined For You"</i>	<i>"Direction claire & cohérence visuelle"</i>
Promesse de création sur-mesure pensée pour chaque client.	Engagement à donner une direction forte à chaque projet porté.

Notre mission est de transformer les idées en expériences visuelles percutantes. Qu'il s'agisse de clips, de reportages, de motion design ou de contenus pour les réseaux sociaux, IFY VISION produit des contenus qui marquent les esprits.

2.2

Le logo et ses déclinaisons

Le logo d'IFY VISION est un monogramme circulaire composant les lettres I, F et Y. La forme circulaire évoque l'unité, la continuité et rappelle l'objectif d'une caméra ou la bobine de film. L'effet halftone (points en dégradés) est une référence à l'univers de l'impression et du Pop Art, ajoutant texture et caractère au design.



Structure géométrique

Grille géométrique rigoureuse · épaisseur identique de 10,3 mm pour chaque lettre · diamètre total de 100 mm · marge de sécurité obligatoire de ¼ du diamètre.

Police associée

Tout document intégrant le logo doit impérativement utiliser la police **Copasetic**.

Déclinaisons chromatiques

Déclinaison	Couleur HEX	Usage recommandé
Variante principale — Bleu IFY	#363FAA RVB : 54, 63, 170 CMJN : 68%, 63%, 0%, 33%	<i>Usage numérique et supports généraux</i>
Variante marron — Chaleur & prestige	#AA7444 RVB : 170, 116, 68 CMJN : 0%, 32%, 60%, 33%	<i>Supports papier, patrimoine audiovisuel</i>
Variante monochrome — Documents officiels	#000000 RVB : 0, 0, 0 CMJN : 0%, 0%, 0%, 100%	<i>Presse, documents officiels, fond clair</i>

Règles d'utilisation du logo

■ À FAIRE

- ✓ Utiliser impérativement un fond contrasté (fond blanc si nécessaire)
- ✓ Respecter la marge de sécurité de ¼ du diamètre tout autour
- ✓ Utiliser exclusivement les couleurs validées (bleu, marron, noir)
- ✓ Sur fond marron ou bleu lavande : utiliser la couleur crème #E4D5C2

■ À ÉVITER

- ✗ Modifier les couleurs du logo
- ✗ Étirer horizontalement ou verticalement le logo
- ✗ Appliquer une rotation ou un effet (ombre, profondeur...)
- ✗ Placer le logo sur une couleur similaire (bleu sur bleu, etc.)
- ✗ Supprimer un élément du monogramme

2.3

Système typographique

IFY VISION utilise un système typographique à deux niveaux, pensé pour allier impact visuel et lisibilité. L'alliance entre une police de logo distinctive et une typographie de lecture polyvalente crée un contraste fort et reconnaissable.

Niveau	Police	Usage	Aperçu
--------	--------	-------	--------

H1 — Titre principal	PEACE SANS	Grandes pages de titre, couvertures	IFY VISION
H2 — Titre secondaire	MONTSERRAT BOLD	Sous-titres, headers de section	Production Audiovisuelle
Corps de texte	MONTSERRAT LIGHT	Paragrophes, descriptions, légendes	Imagined For You, agence de production.
Logo exclusif	COPASETIC	Uniquement pour l'icône du logo IFY	IFY

Règle spéciale : Sur fond marron (#AA7444) et/ou bleu lavande (#8286C9), l'utilisation de la couleur crème #E4D5C2 (CMJN : 0, 7, 15, 11) est obligatoire pour garantir un contraste élégant et une lisibilité optimale.

2.4

Palette chromatique

La palette chromatique d'IFY VISION est construite autour d'un équilibre entre modernité et chaleur, entre technologie et humanité. Le bleu profond incarne la communication numérique, le marron apporte chaleur et authenticité. Cette palette de 7 couleurs est flexible et cohérente sur tous les supports.

BLUE IFY

HEX : #363FAA
RVB : 54, 63, 170
CMJN : 68%, 63%, 0%, 0%
Principale · Confiance,

MARRON

HEX : #AA7444
RVB : 170, 116, 68
CMJN : 0%, 32%, 60%, 0%
Secondaire · Chaleur, é

BLUE LAV

HEX : #8286C9
RVB : 130, 134, 201
CMJN : 35%, 33%, 0%, 0%
Secondaire · Créativité,

BEIGE

HEX : #E4D5C2
RVB : 228, 213, 194
CMJN : 0%, 7%, 15%, 11%
Neutre · Douceur, lisibil

NOIR

HEX : #000000
RVB : 0, 0, 0
CMJN : 0%, 0%, 0%, 100%
Neutre · Documents off

GRIS

HEX : #393939
RVB : 57, 57, 57
CMJN : 0%, 0%, 0%, 71%
Neutre · Textes second

BLANC

HEX : #FFFFFF
RVB : 255, 255, 255
CMJN : 0%, 0%, 0%, 0%
Neutre · Fonds, lisibilité

PRINCIPALES
Bleu IFY · Marron
SECONDAIRES
Blue Lavande · Beige
NEUTRES
Noir · Gris foncé · Blanc

2.5

Éléments graphiques additionnels

Icônes linéaires	Style line icons · trait régulier 2px · coins légèrement arrondis · Bleu #363FAA sur fond clair, blanc sur fond coloré.
Lignes diagonales	Rayures obliques à 45° en alternance bleu et beige. Motif décoratif principal apportant dynamisme et mouvement.
Effet halftone	Tramé de points dégradés issu du logo. Utilisé pour créer des effets de texture et de profondeur sur les visuels.
Photographies	Étalonnage légèrement désaturé · dominante froide (bleutée) · illustrations style géométrique et minimaliste · visuels de tournage en couleurs naturelles.

2.6

Maquettes des documents de suivi

Deux maquettes de documents ont été conçues en cohérence totale avec la charte graphique d'IFY VISION, intégrant le logo, la typographie Peace Sans pour les titres et les couleurs de la palette officielle. Ces templates servent de base à tous les documents de suivi de projet produits tout au long du semestre.

Maquette — Compte Rendu de Réunion	Maquette — Journal Hebdomadaire				
 <p>IFY VISION</p> <p>Compte rendu de réunion</p> <hr/> <table border="1"> <tr> <td>Dates : ..</td> <td>Heures de début ..</td> </tr> <tr> <td>Lieu :</td> <td>Heures de fin : ..</td> </tr> </table> <p>Personnes conviées : -</p> <p>Participants : -</p> <p>Absent(s) : -</p> <p>Objectifs de la reunion : -</p> <p>Solutions envisagées : -</p> <p>Solution utilisés : -</p> <hr/> <p>Commanditaire : Mr Christophe LACHAUME Chef de Projet : Mr Lucas AUTRAN Contact : ify.vision.iut@gmail.com</p> <div>   </div>	Dates : ..	Heures de début ..	Lieu :	Heures de fin : ..	 <p>IFY VISION</p> <p>Journal Hebdomadaire</p> <p>Semaine ..</p> <hr/> <p>Date: ...</p> <p>Bilan des activités :</p> <p>....</p> <p>Difficultés rencontrées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... <p>Solutions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <p>Prévisions semaine prochaine :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <hr/> <p>Commanditaire : Mr Christophe LACHAUME Chef de Projet : Mr Lucas AUTRAN Contact : ify.vision.iut@gmail.com</p> <div>   </div>
Dates : ..	Heures de début ..				
Lieu :	Heures de fin : ..				

Compte Rendu de Réunion

Champs : Date, lieu, heures · Commanditaire & chef de projet · Personnes conviées & participants · Absents · Objectifs de la réunion · Solutions envisagées et retenues

Journal Hebdomadaire

Champs : Numéro de semaine & date · Bilan des activités · Difficultés rencontrées · Solutions apportées · Prévisions pour la semaine suivante

Éléments communs aux deux documents : Logo IFY VISION en haut à gauche · Typographie Peace Sans pour les titres · Lignes de séparation décoratives avec point terminal · Coordonnées en pied de page (Commanditaire, Chef de Projet, Contact) · Logos IUT MMI et Université de Toulon.

03 - PLANIFICATION DU PROJET

Contexte, WBS, Tableau des tâches & Diagramme de Gantt · Semaine 10

Ce chapitre présente l'intégralité de la planification du projet IFY VISION : le contexte général du cahier de conception, la décomposition complète des tâches (WBS) en 5 grandes phases, le tableau de charge estimée (103h au total) et le diagramme de Gantt couvrant la période du 09/03/2026 au 11/06/2026.

3.1

Contexte du cahier de conception

Ce cahier de conception constitue le trait d'union entre l'idée de départ et la réalisation concrète du projet IFY VISION. Après avoir défini les besoins dans le cahier des charges fonctionnel, cette étape traduit les attentes du commanditaire en solutions techniques, en choix d'architecture et en méthodes de travail précises.

Le cœur du projet est de donner vie à l'ambition de SAEMMITLN : transformer l'idée d'une agence audiovisuelle en une filiale officielle et performante. Il s'agit de bâtir un écosystème opérationnel complet incluant une identité visuelle forte, un cadre juridique sécurisant (SARL/SAS), et une stratégie de communication percutante englobant site vitrine, teaser et campagne publicitaire.

Phase 1	Phase 2	Phase 3	Phase 4	Phase 5
Identité Visuelle	Site Web Vitrine	Teaser Vidéo	Campagne Pub	Cadre Légal
Moodboard, logo vectoriel, typographies, charte graphique	Arborescence UX, maquettage Figma, intégration WordPress	Script, storyboard, tournage, montage & post-production	Création visuels réseaux, copywriting, diffusion & print	Rédaction statuts, dépôt INPI, étude de rentabilité

3.2

Work Breakdown Structure (WBS)

Le WBS décompose le projet en 5 phases principales, chacune divisée en 2 sous-phases et 4 tâches atomiques. Cette structure garantit une couverture exhaustive du périmètre et une assignation claire des responsabilités.

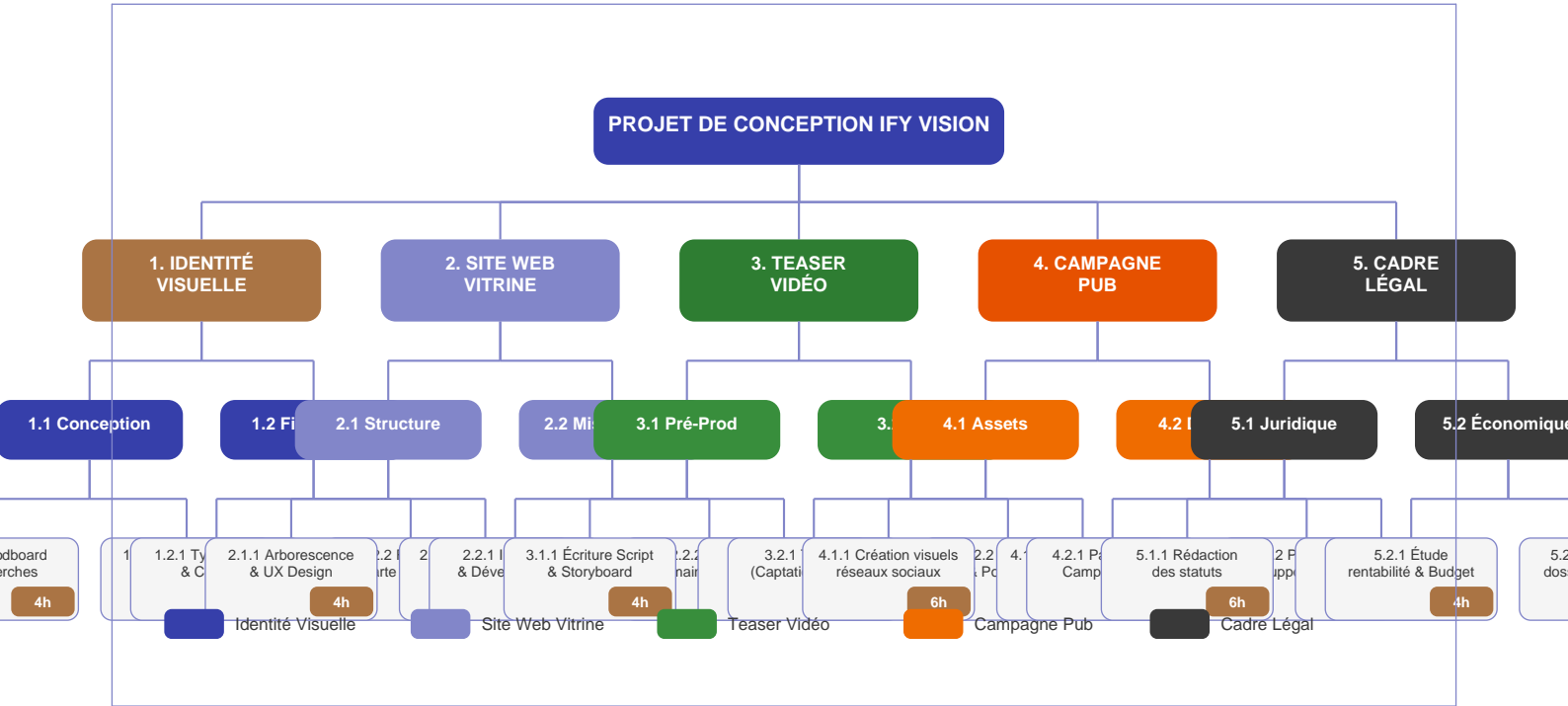


Figure 1 — WBS complet du projet IFY VISION (5 phases · 10 sous-phases · 20 tâches)

3.3

Tableau des tâches et estimations de charge

N°	Phase	Sous-phase	Tâche	Durée
1	IDENTITÉ VISUELLE	1.1 Conception	1.1.1 Moodboard & Recherches	4h
			1.1.2 Création Logo (Vectorisation)	8h
		1.2 Finalisation	1.2.1 Choix Typographies & Couleurs	3h
			1.2.2 Rédaction Charte Graphique	5h
2	SITE WEB VITRINE	2.1 Structure	2.1.1 Arborescence & UX Design	4h
			2.1.2 Maquettage UI (Figma/Adobe)	8h
		2.2 Mise en ligne	2.2.1 Intégration & Développement	15h
			2.2.2 Configuration Domaine/Hébergement	2h
3	TEASER VIDÉO	3.1 Pré-Prod	3.1.1 Écriture Script & Storyboard	4h
			3.1.2 Repérages & Installation Matériel	3h
		3.2 Prod	3.2.1 Tournage (Captation image/son)	8h
			3.2.2 Montage & Post-production	12h
4	CAMPAGNE PUB	4.1 Assets	4.1.1 Création visuels réseaux sociaux	6h
			4.1.2 Rédaction des textes (Copywriting)	3h
		4.2 Diffusion	4.2.1 Paramétrage Campagne Ads	2h
			4.2.2 Préparation supports Print	4h

5	CADRE LÉGAL	5.1 Juridique	5.1.1 Rédaction des statuts	6h
			5.1.2 Dépôt INPI & Immatriculation	3h
		5.2 Économique	5.2.1 Étude de rentabilité & Budget	4h
			5.2.2 Finalisation dossier de réponse	4h
TOTAL		20 tâches · 5 phases · 10 sous-phases		103h

3.4

Diagramme de Gantt

Le Gantt présente le déroulement chronologique du projet du 09 mars au 11 juin 2026, soit 94 jours de travail. Chaque phase est représentée par une couleur distincte. Les jalons ponctuels (tâches d'une journée) sont matérialisés par des losanges. La ligne rouge en pointillé indique la date de soutenance finale.

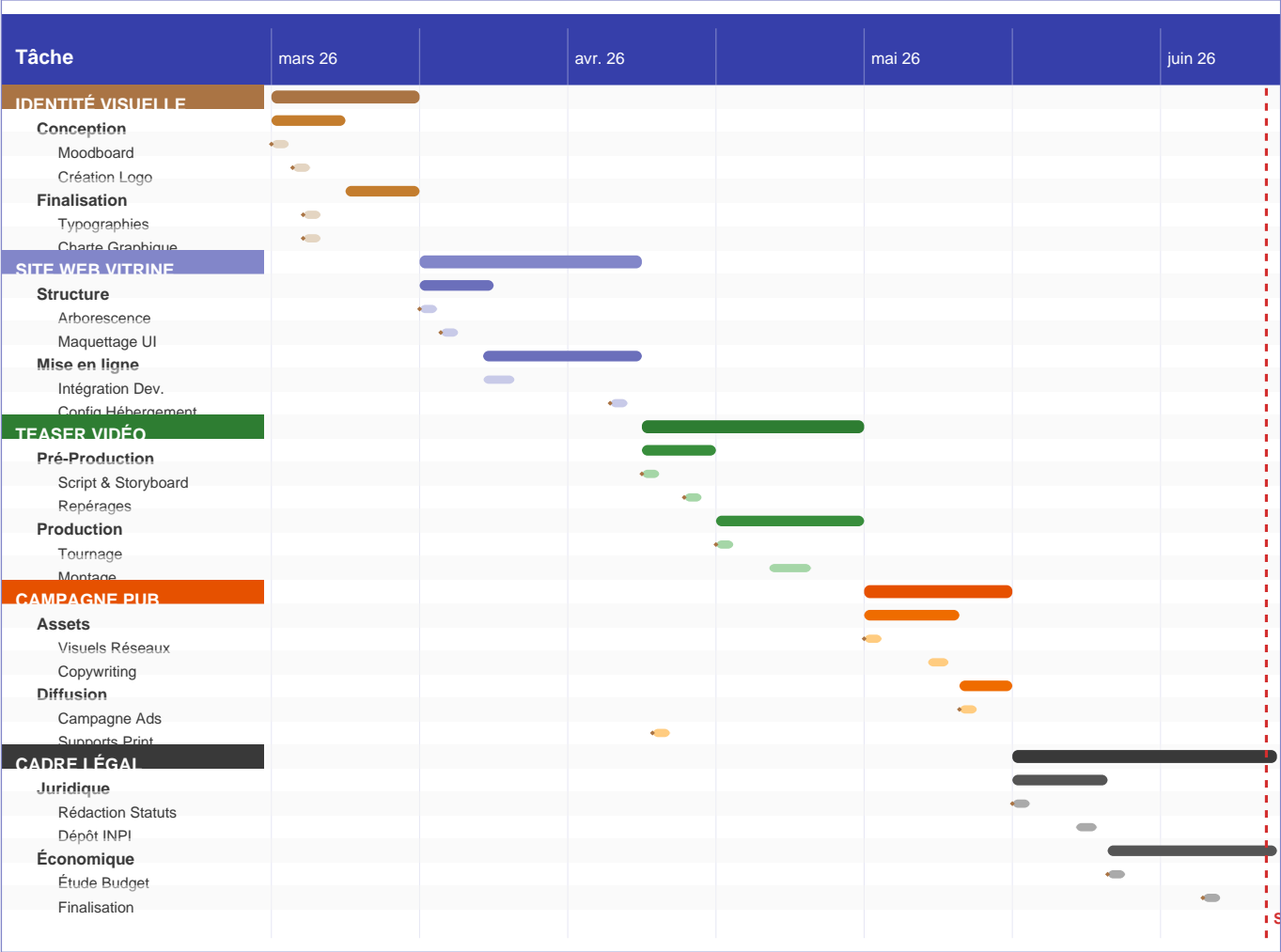


Figure 2 — Diagramme de Gantt IFY VISION · 09/03/2026 → 11/06/2026 · Durée totale : 69 jours

Identité Visuelle

Site Web Vitrine

Teaser Vidéo

Campagne Pub

Cadre Légal

18/05 → 11/06

04 - SUIVI HEBDOMADAIRE

Journaux hebdomadaires IFY VISION — Semaines 6 à 22 · Semaines 6–22

Ce chapitre regroupe l'ensemble des journaux hebdomadaires produits par l'équipe IFY VISION tout au long du semestre (S6 à S22). Chaque fiche synthétise le bilan des activités, les difficultés rencontrées, les solutions apportées et les prévisions pour la semaine suivante. Un tableau de synthèse global permet d'avoir une vision d'ensemble de l'avancement du projet.

4.1

Tableau de synthèse de l'avancement

S.	Date	Phase	Points clés	Statut
S06	08/02/2026	Lancement	Premiers jours au sein de la nouvelle agence. Recherche et validation du nom IFY VISION pa...	✓ OK
S07	08/02/2026	Lancement	Avancement et quasi-finalisation du cahier des charges fonctionnel. Création de plusieurs ...	✓ OK
S08	08/02/2026	CDCF	Finalisation du cahier des charges fonctionnel remis au commanditaire. Choix officiel du l...	✓ OK
S09	08/02/2026	Vacances	Semaine de vacances. Aucune avancée productive.	■ ATT.
S10	08/03/2026	Planification	Achèvement de la 1ère partie du cahier de conception : contexte, WBS, tableau des tâches e...	✓ OK
S11	15/03/2026	Identité visuelle	Réflexion avancée sur l'événement : proposition concrète au commanditaire. Début de la cha...	✓ OK
S12	22/03/2026	Identité visuelle	Finalisation et rendu de la charte graphique au commanditaire. Début de la préparation de ...	✓ OK
S13	29/03/2026	Communication	Travail sur les futurs posts Instagram (finalisation cette semaine). Réflexion sur des idé...	✓ OK
S14	06/04/2026	Revue de projet	Semaine chaotique : revue de projet non réalisée. Premier post Instagram publié. Arboresce...	✗ ALERTE
S15	12/04/2026	Site vitrine	Alimentation d'Instagram en continu. Avancement sur les wireframes pour version définitive...	✓ OK
S16	19/04/2026	Site vitrine	Continuation de l'avancée du site web. Début de réflexion sur le trailer et son contenu. É...	✓ OK
S17	26/04/2026	Vacances	Semaine de vacances. Point de bilan sur l'avancement global du projet. Aucune avancée conc...	■ ATT.
S18	03/05/2026	Site & Teaser	Finalisation des wireframes papier et début de la version Figma. Réalisation d'un reel de ...	✓ OK
S19	10/05/2026	Campagne pub	Finalisation de l'affiche et réalisation d'un teaser pour l'événement. Recherche de sponso...	■ ATT.

S20	17/05/2026	Site vitrine	Finalisation de tout ce qui gravite autour de l'événement. Focus désormais sur le site vit...	✓ OK
S22	31/05/2026	CRISE	État critique : plusieurs membres ont cessé de venir sans prévenir, dont le détenteur des ...	✗ ALERTE

✓ OK — Avancement conforme aux prévisions

■ ATTENTION — Semaine de vacances ou léger retard

✗ ALERTE — Problème critique nécessitant une action

4.2

Indicateurs de suivi



4.3

Fiches journaux détaillées — S6 à S22

Chaque fiche ci-dessous reprend fidèlement le contenu du journal hebdomadaire correspondant, mis en forme selon la charte graphique IFY VISION.

S0 6	SEMAINE 6 Lancement	08/02/2026	EN ORDRE
Bilan des activités	Premiers jours au sein de la nouvelle agence. Recherche et validation du nom IFY VISION par le commanditaire. Début de l'élaboration du logo.		
Difficultés rencontrées	Aucune difficulté réelle rencontrée.		
Solutions apportées	Aucune solution nécessaire.		
Prévisions S+1	Finalisation du logo - Avancé sur le cahier des charges fonctionnel		

S0 7		SEMAINE 7 Lancement	08/02/2026	EN ORDRE
Bilan des activités	Avancement et quasi-finalisation du cahier des charges fonctionnel. Création de plusieurs variantes de logo pour vote définitif. Réflexion sur le budget de l'événement.			
Difficultés rencontrées	Difficulté de choix du logo parmi les variantes créées.			
Solutions apportées	Vote collectif autour de plusieurs variantes pour sélection définitive.			
Prévisions S+1	Choix définitif du logo · Finalisation du CDCF · Début du cahier de conception			

S0 8		SEMAINE 8 CDCF	08/02/2026	EN ORDRE
Bilan des activités	Finalisation du cahier des charges fonctionnel remis au commanditaire. Choix officiel du logo (export différé, personne absente).			
Difficultés rencontrées	Aucune.			
Solutions apportées	RAS.			
Prévisions S+1	Vacances — reprise S9			

S0 9		SEMAINE 9 Vacances	08/02/2026	ATTENTION
Bilan des activités	Semaine de vacances. Aucune avancée productive.			
Difficultés rencontrées	Aucune.			
Solutions apportées	RAS.			
Prévisions S+1	Contexte · WBS · Tableau des tâches et GANTT · Avancé sur le cahier de conception			

S1
0SEMAINE 10
Planification

08/03/2026

EN ORDRE

Bilan des activités	Achèvement de la 1ère partie du cahier de conception : contexte, WBS, tableau des tâches et GANTT. Exploration des premières idées d'événements (avec et sans sponsor).
Difficultés rencontrées	RAS.
Solutions apportées	Aucune.
Prévisions S+1	Début de conception de la charte graphique · Sélection d'un événement · Recherche de sponsor

S1
1SEMAINE 11
Identité visuelle

15/03/2026

EN ORDRE

Bilan des activités	Réflexion avancée sur l'événement : proposition concrète au commanditaire. Début de la charte graphique (rendu prévu fin S12).
Difficultés rencontrées	RAS.
Solutions apportées	Aucune.
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Finalisation de la charte graphique

S1
2SEMAINE 12
Identité visuelle

22/03/2026

EN ORDRE

Bilan des activités	Finalisation et rendu de la charte graphique au commanditaire. Début de la préparation de posts Instagram pour promouvoir l'agence.
Difficultés rencontrées	RAS.
Solutions apportées	Aucune.
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Préparation pour la 1ère soutenance orale

S1 3		SEMAINE 13 Communication	29/03/2026	EN ORDRE
Bilan des activités	Travail sur les futurs posts Instagram (finalisation cette semaine). Réflexion sur des idées d'événement. Préparation de l'oral de revue de projet.			
Difficultés rencontrées	RAS.			
Solutions apportées	Aucune.			
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Préparation soutenance orale · Publication 1ers posts Instagram			

S1 4		SEMAINE 14 Revue de projet	06/04/2026	ALERTE
Bilan des activités	Semaine chaotique : revue de projet non réalisée. Premier post Instagram publié. Arborescence du site web établie. Wireframes avancés.			
Difficultés rencontrées	Problème d'organisation interne.			
Solutions apportées	Aucune solution apportée.			
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Avancé sur le site web			

S1 5		SEMAINE 15 Site vitrine	12/04/2026	EN ORDRE
Bilan des activités	Alimentation d'Instagram en continu. Avancement sur les wireframes pour version définitive optimisée. Réservation d'une date et d'une salle pour l'événement.			
Difficultés rencontrées	Aucune.			
Solutions apportées	Aucune.			
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Avancé sur les wireframes · Communication			

S1 6		SEMAINE 16 Site vitrine	19/04/2026	EN ORDRE
Bilan des activités	Continuation de l'avancée du site web. Début de réflexion sur le trailer et son contenu. Événement quasiment prêt, communication sur les réseaux sociaux imminente.			
Difficultés rencontrées	Aucune.			
Solutions apportées	Aucune.			
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Avancé sur les wireframes · Communication			

S1 7		SEMAINE 17 Vacances	26/04/2026	ATTENTION
Bilan des activités	Semaine de vacances. Point de bilan sur l'avancement global du projet. Aucune avancée concrète réalisée.			
Difficultés rencontrées	Aucune.			
Solutions apportées	Aucune.			
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Avancé sur les wireframes · Communication			

S1 8		SEMAINE 18 Site & Teaser	03/05/2026	EN ORDRE
Bilan des activités	Finalisation des wireframes papier et début de la version Figma. Réalisation d'un reel de présentation intégrant l'affiche de l'événement. Présentation orale des statuts d'entreprise possibles au commanditaire.			
Difficultés rencontrées	Aucune.			
Solutions apportées	Aucune.			
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Finaliser le Figma · Communication			

**S1
9****SEMAINE 19**
Campagne pub

10/05/2026

ATTENTION

Bilan des activités	Finalisation de l'affiche et réalisation d'un teaser pour l'événement. Recherche de sponsor encore en attente pour annonce officielle. Certains membres commencent le site vitrine.
Difficultés rencontrées	Aucune.
Solutions apportées	Aucune.
Prévisions S+1	Recherche de sponsor · Construire le site vitrine · Communication

**S2
0****SEMAINE 20**
Site vitrine

17/05/2026

EN ORDRE

Bilan des activités	Finalisation de tout ce qui gravite autour de l'événement. Focus désormais sur le site vitrine et la finalisation du teaser.
Difficultés rencontrées	Aucune.
Solutions apportées	Aucune.
Prévisions S+1	Construire le site vitrine · Continuer la communication

**S2
2****SEMAINE 22**
CRISE

31/05/2026

ALERTE

Bilan des activités	État critique : plusieurs membres ont cessé de venir sans prévenir, dont le détenteur des identifiants hébergeur. Reprise d'un nouvel hébergeur et reconstruction du site à zéro. Teaser monté mais non transmis au chef de projet.
Difficultés rencontrées	Absentéisme grave · Perte d'accès hébergeur · Teaser non remis.
Solutions apportées	Aucune solution trouvée.
Prévisions S+1	Rendre le site vitrine malgré le retard · Rendre le teaser · Continuer la communication

Note : Les journaux hebdomadaires sont envoyés chaque fin de semaine à ptut.mmi.tln@gmail.com conformément aux exigences de la SAE 201-202. La semaine 21 n'apparaît pas dans ce recueil car aucun journal distinct n'a été produit (activité incluse dans S20 et S22).

4.4

Comptes-rendus de réunion

Les comptes-rendus de réunion formalisés n'ont pas été produits sous forme de documents distincts au cours du projet. Les échanges avec le commanditaire M. Christophe Lachaume ont eu lieu de manière orale lors des séances encadrées, et les décisions prises ont été relayées dans les journaux hebdomadaires correspondants.

Semaine	Date	Objet de l'échange
S8	08/02/2026	Validation du nom IFY VISION et du logo par M. Lachaume
S10	08/03/2026	Point d'avancement sur le CDCF et le cahier de conception
S14	06/04/2026	Revue de projet prévue — non réalisée (problème d'organisation)
S18	03/05/2026	Présentation orale des statuts juridiques possibles (SARL/SAS/SA)

Note : La maquette du compte-rendu de réunion (intégrée au Chapitre 02 · Identité Visuelle) a bien été conçue et livrée en semaine 9 conformément au cahier des charges. Son usage formalisé n'a cependant pas été systématisé lors des échanges.

05 - REVUE DE PROJET

Bilan intermédiaire — Semaine 14 · Semaine 14

■ La revue de projet prévue en semaine 14 n'a pas pu être réalisée. Cette section présente un bilan de l'état du projet à cette date, reconstitué à partir des journaux hebdomadaires.

5.1

Contexte de la non-tenue de la revue

La revue de projet devait constituer un jalon majeur du semestre, permettant à M. Lachaume de valider l'avancement global avant d'entrer dans la phase de réalisation intensive. Conformément au journal de la semaine 14, cette revue n'a pas pu être tenue en raison d'un problème d'organisation interne à l'équipe.

Le chef de projet Lucas Autran reconnaît pleinement cette défaillance. Elle s'inscrit dans un contexte plus large de difficultés d'implication de certains membres de l'équipe, qui s'aggraveront significativement en fin de semestre jusqu'à la crise documentée en semaine 22.

5.2

État du projet à la semaine 14

■ Cahier des charges fonctionnel	Remis au commanditaire en S8.
■ Nom, logo & maquettes documents	Validés en S9.
■ Charte graphique	Finalisée et remise en S12.
■ Contexte, WBS, Gantt	Remis en S10.
■ Arborescence site web	Établie en S14.
■ Wireframes site web	En cours — avancement partiel.
■ Communication Instagram	1er post publié en S14.
■ Teaser audiovisuel	Non démarré à cette date.
■ Site vitrine	Non démarré à cette date.
■ Statuts juridiques	Réflexion en cours.
■ Campagne publicitaire	Non démarrée à cette date.

5.3

Analyse des écarts par rapport au Gantt

À la semaine 14, l'agence accusait un retard notable sur la phase site vitrine et la phase teaser, qui auraient dû être déjà bien entamées selon le Gantt initial. Les livrables d'identité visuelle et de planification étaient en revanche complets. L'absence de revue de projet à ce stade a privé l'équipe d'un recadrage formel qui aurait pu corriger la trajectoire avant que les difficultés humaines ne s'aggravent.

Livrable	Statut	Commentaire
Identité visuelle	Conforme	Tous livrables remis dans les délais.
Planification	Conforme	WBS, Gantt, tableau des tâches livrés S10.
Site web vitrine	Retard ~1 sem.	Arborescence OK, wireframes en cours.
Teaser vidéo	Retard majeur	Pré-production non démarrée.
Campagne pub	Non démarrée	Affiches et communication à venir.
Cadre légal	Partiel	Réflexion menée, statuts non rédigés.

06 - SITE VITRINE

Architecture, conception & état d'avancement · Semaine 21

■ Le site vitrine n'a pas pu être finalisé dans les délais impartis. Cette section documente honnêtement le travail accompli, les causes des blocages et l'état réel du projet à la semaine 23.

IFY VISION a fourni un investissement personnel important sur ce livrable. Les ressources humaines disponibles, réduites par l'absentéisme croissant de plusieurs membres, n'ont pas permis d'aboutir à un site pleinement opérationnel. Tout ce qui a pu être réalisé est documenté ci-dessous.

6.1

Travail accompli

■ Arborescence & UX Design	Structure complète définie en S14 : pages Accueil, Services, Teaser, Blog, Contact, Espace client (Client SAE + 2e client), version EN.
■ Wireframes papier	Maquettes papier finalisées en S18 pour toutes les pages principales.
■ Maquettes Figma (UI)	Version Figma commencée en S18, partiellement finalisée. Mise en page des pages principales réalisée, responsive et accessibilité non vérifiés.
■ Choix hébergeur initial	Hébergeur configuré puis perdu suite à l'absentéisme S22 (identifiants non transmis). Reprise d'un nouvel hébergeur en urgence fin S22.
■ Reconstruction WordPress	Site WordPress recréé à zéro en S22. Installation de base effectuée, contenu et configuration non finalisés.
■ Intégration charte graphique	Palette IFY VISION partiellement appliquée. Typographies non intégrées faute de licences.
■ Espace client confidentiel	Sous-espaces 'Client SAE' et '2e client' non créés.
■ Flux RSS & formulaire contact	Non implémentés.
■ Version anglaise	Non réalisée.
■ Backup & méthode régénération	Non fournis.
■ Analyse hébergement/référencement	Non réalisée.

6.2

Arborescence du site (conçue)

Bien que le site ne soit pas finalisé, l'arborescence complète a été définie et constitue la base de l'architecture prévue :

Page / Section	Contenu prévu
ACCUEIL	Page d'entrée · présentation de l'agence · valeurs · CTA
SERVICES	Description des prestations (clips, reportages, motion design, RS)
TEASER	Lecteur vidéo · teaser de lancement IFY VISION
BLOG	Actualités de l'agence · veille sectorielle
CONTACT	Formulaire de contact · coordonnées
GESTION DE PROJET	Espace protégé par mot de passe
■ <i>Client SAE</i>	Documents SAE 201-202 (CDCF, Gantt, journaux, CR réunion...)
■ <i>2e client</i>	Espace réservé pour un futur client
VERSION EN	Duplication du site en version anglaise

6.3

Statuts juridiques

En semaine 18, le chef de projet Lucas Autran a réalisé une présentation orale au commanditaire M. Lachaume exposant les différentes formes juridiques possibles pour l'agence IFY VISION. Les options analysées sont les suivantes :

Statut	Analyse	Avis
SARL <i>Société à Responsabilité Limitée</i>	Structure classique, responsabilité limitée aux apports, capital minimum libre, idéale pour une structure à 6 associés. Gouvernance simple par gérant.	■ Recommandée
SAS <i>Société par Actions Simplifiée</i>	Grande souplesse statutaire, adaptée aux levées de fonds futures. Présidence unique, idéale pour croissance rapide.	■ Recommandée
SA <i>Société Anonyme</i>	Structure lourde, capital minimum 37 000€, convient aux grandes structures cotées. Inadaptée au profil d'une agence de création naissante.	■ Écartée
Association <i>Association loi 1901</i>	Aucune crédibilité commerciale pour une agence B2B. Interdit de réaliser des bénéfices. Totalement inadaptée.	■ Écartée

Conclusion : Le statut SAS ou SARL est recommandé pour IFY VISION. Ces deux formes offrent le meilleur équilibre entre crédibilité institutionnelle, protection des 6 associés et souplesse de développement. Le choix définitif est soumis à la validation du commanditaire. Les statuts n'ont pas pu être rédigés et déposés formellement en raison des délais et de l'absentéisme de fin de semestre.

07 - TEASER AUDIOVISUEL

Concept, production & état d'avancement · Semaine 22

■ Le teaser audiovisuel a été partiellement réalisé mais n'a pas pu être transmis ni finalisé dans les conditions requises. Cette section documente le travail accompli et les circonstances qui ont empêché sa livraison.

Le teaser est un livrable sur lequel l'équipe s'est investie. Un montage a été réalisé par un membre de l'équipe, mais n'a pas été transmis au chef de projet avant sa disparition en semaine 22. Cette situation, indépendante de la volonté du chef de projet, a rendu impossible la présentation du teaser dans les délais.

7.1

Cahier des charges du teaser

Durée	60 secondes
Format	Vidéo courte dynamique pour diffusion web et réseaux sociaux
Contenu	Présentation de l'agence IFY VISION · valeurs · savoir-faire audiovisuel
Animations	Intégration d'animations graphiques (motion design) en cohérence avec la charte
Référence	Vidéo promotionnelle ESMI · time-code 2min18s à 2min40
Diffusion	Via le site vitrine WordPress · section dédiée

7.2

État d'avancement de la production

■ Concept & orientation créative	Direction artistique définie en S16 : teaser dynamique mettant en scène l'univers audiovisuel de l'agence, avec motion design intégré.
■ Teaser événement (mini-format)	Un court teaser de présentation de l'événement campagne pub a été réalisé et diffusé en S19.
■ Script & storyboard	Réflexion sur le contenu entamée en S16. Script non formalisé par écrit.
■ Repérages & préparation matériel	Repérages partiellement effectués. Matériel identifié mais location non confirmée.
■ Tournage	Captation réalisée par un membre de l'équipe. Contenu non transmis au chef de projet.
■ Montage & post-production	Montage réalisé selon les informations disponibles (J. S22) mais fichier non reçu.

■ Animations graphiques (motion design)	Intégration des éléments graphiques IFY VISION non confirmée.
■ Export & intégration site vitrine	Non réalisé faute de réception du fichier monté.

7.3

Analyse des causes du blocage

La non-livraison du teaser dans les délais résulte directement de la crise organisationnelle documentée en semaine 22. Le membre responsable du montage a cessé de se présenter aux cours sans prévenir, emportant avec lui l'accès aux fichiers du projet. Cette situation illustre le risque organisationnel identifié dès le cahier des charges et pour lequel aucune solution de mitigation suffisante n'avait été mise en place (absence de dépôt centralisé des fichiers, pas de backup cloud partagé).

Enseignement : Pour un projet futur, il serait indispensable d'imposer un dépôt commun (Google Drive, Dropbox, serveur partagé) dès le début du projet, avec convention d'accès signé par tous les membres.

08 - CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Stratégie, réalisations & bilan · Semaine 23

■ La campagne publicitaire formelle autour du concept 'Citron' n'a pas été réalisée dans sa totalité. Cette section présente ce qui a été accompli et les raisons des manques.

8.1

Travail accompli

■ Stratégie communication réseaux sociaux	Stratégie définie : présence Instagram ciblant étudiants et enseignants MMI Toulon. Ligne éditoriale établie, planning de publication esquissé.
■ Compte Instagram IFY VISION	Compte créé et alimenté à partir de S13. Premier post publié en S14. Publications régulières jusqu'en S20.
■ Affiche événement	Affiche de l'événement conçue et finalisée en S19, respectant la charte graphique.
■ Teaser événement vidéo	Courte vidéo de promotion de l'événement réalisée en S19.
■ Événement (concept Citron)	Concept défini, salle et date réservées (S15). Recherche de sponsor non aboutie. Événement non tenu faute de financement confirmé.
■ Affiches campagne Citron (print)	Création d'affiches print autour du concept 'Citron' non réalisée.
■ Campagne Ads (réseaux sociaux payants)	Paramétrage et diffusion de campagnes publicitaires payantes non réalisés.
■ Analyse d'impact de la campagne	Aucune donnée d'analyse disponible (portée, engagement, conversions).
■ Jeux / buzz / événements ponctuels	Non réalisés dans le cadre formalisé de la SAE.

8.2

Présence sur les réseaux sociaux

La présence Instagram d'IFY VISION constitue le principal acquis de la campagne de communication. Le compte a été créé et alimenté régulièrement entre la semaine 13 et la semaine 20, avec une ligne éditoriale cohérente avec la charte graphique. Les publications présentaient l'agence, son univers visuel et préparaient l'annonce de l'événement. L'engagement de la communauté naissante constitue un résultat concret, même partiel, de la stratégie de communication.

Plateforme	Instagram
-------------------	-----------

Démarrage	Semaine 13 — 29/03/2026
1er post publié	Semaine 14 — 06/04/2026
Activité	Publications régulières S14 → S20
Contenu	Présentation agence · univers graphique · avant-première événement
Résultats	Non mesurés formellement (analytics non récupérés)

09 - DOSSIER DE TESTS

Fiches de tests & résultats · Semaine 23

■ Le site vitrine n'étant pas finalisé à la semaine 23, les tests formels n'ont pas pu être réalisés dans leur intégralité. Cette section présente le plan de tests prévu et les vérifications partielles effectuées.

9.1

Plan de tests prévu

Le plan de tests initial couvrait l'ensemble des fonctionnalités du site vitrine. Il est présenté ici à titre de référence pour documenter les intentions de l'équipe et constituer une base de travail pour une finalisation future.

ID	Catégorie	Description	Résultat
T01	Navigation	Vérifier que tous les liens internes fonctionnent	Non testé
T02	Responsive	Affichage correct sur mobile, tablette et desktop	Non testé
T03	Formulaire contact	Envoi du formulaire et réception email	Non testé
T04	Lecteur vidéo	Lecture du teaser depuis la page dédiée	Non testé
T05	Espace client	Accès protégé par mot de passe fonctionnel	Non testé
T06	Flux RSS	Affichage des actualités via flux RSS	Non testé
T07	Charte graphique	Cohérence couleurs, polices, logo sur toutes les pages	Partiel
T08	Version anglaise	Bascule langue FR/EN opérationnelle	Non testé
T09	Référencement	Balises title, meta description, sitemap présents	Non testé
T10	Temps chargement	Page d'accueil < 3 secondes sur connexion standard	Non testé
T11	Accessibilité	Contraste texte/fond conforme WCAG AA	Non testé
T12	Backup WordPress	Export XML fonctionnel et restauration vérifiée	Non testé

10 - CAHIER DE MAINTENANCE & INSTALLATION

Guide d'installation et de maintenance du site WordPress · Semaine 23

■ Le site n'étant pas finalisé, ce cahier de maintenance est fourni sous forme de guide théorique basé sur les bonnes pratiques WordPress. Il servira de référence dès que le site sera opérationnel.

10.1

Prérequis techniques

CMS	WordPress 6.x (recommandé : dernière version stable)
PHP	Version 8.1 minimum
Base de données	MySQL 8.0 ou MariaDB 10.4+
Hébergement	Hébergeur avec support PHP/MySQL, accès cPanel ou Plesk
Nom de domaine	À configurer avec les DNS pointant vers l'hébergeur
HTTPS	Certificat SSL/TLS obligatoire (Let's Encrypt gratuit)
Sauvegarde	Plugin UpdraftPlus ou All-in-One WP Migration recommandé

10.2

Procédure d'installation

Étape	Action	Détail
1	Télécharger WordPress	Récupérer la dernière version sur wordpress.org/download
2	Créer la base de données	Via cPanel : créer une BDD MySQL, un utilisateur et lui attribuer tous les droits
3	Uploader les fichiers	Via FTP (FileZilla) ou gestionnaire de fichiers cPanel, déposer WordPress dans public_html
4	Lancer l'installation	Accéder au domaine dans le navigateur · renseigner les identifiants BDD
5	Installer le thème	Importer le thème IFY VISION ou un thème compatible (Astra, GeneratePress recommandés)
6	Installer les plugins	Yoast SEO · Contact Form 7 · WPForms · UpdraftPlus · WP Fastest Cache · Polylang (FR/EN)
7	Importer le contenu	Via Outils > Importer, charger le fichier XML de backup

8	Configurer les accès	Créer les comptes utilisateurs Client SAE et 2e client avec rôle Abonné
9	Vérifier HTTPS	Activer le certificat SSL dans cPanel · forcer le HTTPS via .htaccess
10	Tester et valider	Parcourir toutes les pages · tester le formulaire · vérifier responsive

10.3

Procédure de sauvegarde et restauration

Sauvegarde automatique	Configurer UpdraftPlus pour une sauvegarde hebdomadaire automatique vers Google Drive ou Dropbox. Conserver au minimum les 4 dernières sauvegardes.
Sauvegarde manuelle	Avant chaque mise à jour majeure : Outils > Exporter > Tout le contenu (fichier XML). Télécharger également les fichiers via FTP et exporter la BDD via phpMyAdmin.
Restauration	En cas de panne : réinstaller WordPress proprement, restaurer la BDD via phpMyAdmin, réuploader les fichiers via FTP, puis relancer UpdraftPlus pour restaurer.
Mises à jour	Mettre à jour WordPress core, thème et plugins au moins une fois par mois. Toujours effectuer une sauvegarde avant toute mise à jour.
Gestion accès	Changer les mots de passe tous les 3 mois. Ne jamais partager les identifiants admin. Utiliser des comptes distincts par rôle (admin, éditeur, abonné).

Mot du chef de projet — Lucas Autran

Ce cahier de conception représente l'intégralité du travail que j'ai pu mener sur ce projet malgré des circonstances difficiles. J'ai tenté de maintenir une rigueur documentaire constante tout au long du semestre, et de porter seul une grande partie de la charge lorsque l'équipe s'est désorganisée. Certains livrables n'ont pas pu être finalisés non par manque d'engagement de ma part, mais par manque de ressources humaines disponibles et par la crise survenue en semaine 22. Je reste convaincu que le concept IFY VISION est solide et viable, et que dans des conditions d'équipe plus stables, l'ensemble des livrables aurait pu être livré dans les délais et avec la qualité attendue.