
DreamDesign Agency

Charte de Projet

Présenté par:

Célia Laut

Houroiti Mohamed

Laetitia Monneyron

Samantha Pacheco-Pires Wiss

— 24 janvier 2025 —

Sommaire

| | | | |
|----|---|---|------|
| 1. | - | Présentation du projet | p.4 |
| 2. | - | Objectifs et indicateurs de performance | p.5 |
| 3. | - | Périmètre et hors périmètre | p.7 |
| 4. | - | Hypothèses et contraintes | p.8 |
| 5. | - | Livrable | p.10 |
| 6. | - | Estmation des ressources financières | p.11 |
| 7. | - | Échéancier | p.12 |
| 8. | - | Chef de projet | p.13 |
| 9. | - | Parties prenantes | p.14 |

Janvier 2025

DreamDesign Agency

Troyes, France



Présentation et Motivation

Vivienne Westwood nous confie la création de son nouveau site dédié aux collections et défilés.

La marque Vivienne Westwood, icône de la haute couture britannique, a commissionné notre agence web pour concevoir un site web entièrement dédié à ses collections et défilés. Ce projet ambitieux marque un moment clé dans l'histoire de la maison, à l'approche des 55 ans de la marque, qui seront célébrés en 2026. La marque souhaite offrir une expérience unique à ses admirateurs, en mettant en lumière ses créations audacieuses et son engagement pour une mode innovante et responsable.

Le site que nous concevons permettra aux visiteurs de plonger au cœur des collections iconiques de Vivienne Westwood. Le site permettra de suivre l'évolution de la maison au fil des saisons. Il offrira ainsi une expérience immersive et riche, qui mettra en lumière l'héritage unique de la créatrice, son savoir-faire artisanal et son engagement pour une mode responsable.

Nous tenons à mettre en avant le savoir-faire artisanal qui fait la renommée de la maison. Le site met en avant l'aspect créatif de chaque collection, l'aspect punk et libre de la marque mais aussi l'engagement de Vivienne Westwood pour une mode durable et responsable. Ses créations ont toujours défié les conventions, et c'est cette approche que nous garderons en tête durant toute la conception du site, en intégrant des valeurs telles que l'écologie, la responsabilité sociale et la promotion d'une mode qui ne suit pas les codes, mais les détruit.

Nous sommes fiers de collaborer avec une marque aussi emblématique dans ce projet. Notre expertise et notre savoir-faire en matière de design digital et de développement web nous permettent de créer une plateforme à la hauteur des attentes de Vivienne Westwood. Ce site sera un véritable hommage à l'audace et à la créativité de la créatrice.

Ce projet est pensé pour les passionnés de haute couture, les amateurs de mode et les curieux en quête d'innovation.

Objectifs et indicateurs de performance

Objectifs:

- Livrer un site web de 5 pages en 3 semaines
 - Atteindre 10 000 visiteurs mensuels d'ici 12 mois après le lancement en optimisant le SEO avec des mots-clés liés à la haute couture, Vivienne Westwood et la mode responsable (mode, punk, mode durable, tartan, défilés, collections...)
 - Valoriser l'histoire, les valeurs et la créativité de la créatrice à travers des données et des photographies mettant en avant ses collections et défilés.
 - Obtenir 2 000 partages par mois de contenus du site sur les réseaux sociaux dans les 6 mois suivant le lancement.
 - Offrir une expérience immersive en réduisant le taux de rebond à moins de 40 % et en augmentant la durée moyenne des visites à 5 minutes dans les 3 mois suivant le lancement.
 - Doit permettre de reconduire les visiteurs sur le site et les réseaux du client (Vivienne Westwood) afin d'augmenter leur visibilité.
-

-
- Générer 4 000 visites mensuelles vers les sites du client dans les 12 mois suivant le lancement

Indicateurs de performance:

- **Performance du site** : Le temps de chargement des pages, la disponibilité du site et son optimisation SEO garantiront une navigation fluide et rapide.
 - **Engagement des visiteurs** : Le nombre de visites, la durée des sessions et les interactions avec les contenus permettront d'évaluer l'intérêt des utilisateurs.
 - **Portée et notoriété** : Le trafic global, la part des nouveaux visiteurs et les mentions dans la presse mesureront l'impact du site sur la visibilité de la marque.
 - **Conversion et fidélisation** : Les inscriptions à la newsletter, les téléchargements de ressources et le taux de retour des visiteurs permettront d'évaluer la fidélisation du public.
 - **Éco-conception et RSE** : Optimisation du poids des pages, utilisation d'un hébergement éco-responsable et l'accessibilité du site assureront une conception durable et inclusive.
-

Périmètre et hors-périmètre

| PÉRIMÈTRE | HORS-PÉRIMÈTRE |
|---|---------------------------|
| INTÉGRATION HTML/CSS | RESPONSIVE |
| MENU DE NAVIGATION | TRADUCTION |
| ACCESSIBLE VIA URL SPÉCIFIQUE | CERTIFICAT HTTPS |
| PAGE DE TÉLÉCHARGEMENT D'IMAGES | UNE PAGE DE CONNEXION |
| PAGE D'ENVOI DE MAIL | ANIMATION CSS/JS COMPLEXE |
| FORMULAIRE AVEC AU MINIMUM NOM, PRÉNOM, EMAIL, MESSAGE ET UN BOUTON D'ENVOIE QUI ENVOIE UN MAIL DE CONFIRMATION | CONTENU INTERACTIF |
| PAGE DE PARTENAIRES DE L'AGENCE | PAGES SUPPLÉMENTAIRES |
| LES SCRIPTS STOCKÉS DANS UN SOUS DOSSIER JS | GESTION DES COOKIES |
| LIEN VERS LE SITE DE LA MARQUE | |
| LES PAGES DOIVENT AVOIR UN STYLE COMMUN & COHÉRENT | |
| TESTS DE COMPATIBILITÉ NAVIGATEUR | |
| PAGE D'ACCUEIL, DE DONNÉES, DE CONTACT, GALERIE ET PARTENAIRES | |
| ERGONOMIE, SEO OPTIMISÉ | |
| TEST D'ACCESSIBILITÉ (WCAG) | |

Hypothèses et contraintes

Hypothèses:

La charte graphique est inspirée de la direction artistique unique de Vivienne Westwood c'est-à-dire son goût pour l'audace et la rébellion contre les codes établis. Nous utiliserons des couleurs fortes, des éléments graphiques déstructurés, des motifs et des textures innovants.

L'expérience utilisateur doit être fluide et immersive, avec une navigation intuitive et visuellement attractive. Les utilisateurs doivent pouvoir se concentrer sur les collections et défilés sans distraction excessive.

La typographie utilisée reprend les codes visuels du site de la marque , mais avec des touches de modernité et de créativité, en lien avec le caractère audacieux de Vivienne Westwood. L'utilisation de polices iconiques ou originales est envisagée.

Les visuels des collections et des défilés doivent être d'une grande qualité, respectant le style visuel de Vivienne Westwood.

L'engagement pour une mode durable et responsable doit transparaître à travers la charte graphique, avec une utilisation de couleurs et de formes symboliques pour mettre en avant cet aspect.

Une page claire et structurée regroupe les informations essentielles sur chaque défilé (nom, saison, année, lieu, inspiration).

Un espace visuel immersif où les photos des défilés sont organisées de façon esthétique, fluide et moderne. Le but est de plonger les utilisateurs dans l'univers de chaque collection.

Contraintes:

Le projet doit rester dans les limites budgétaires. Ça influence alors le choix des technologies et des fonctionnalités spécifiques du site.

Le site doit être finalisé avant le mercredi 05 février à 12h30 ce qui impose donc un planning strict pour la création des visuels et du développement. Des délais de correction et de validation sont aussi à prévoir avec le client.

Le site doit intégrer des liens vers les réseaux sociaux de Vivienne Westwood pour partager les défilés, photos et nouvelles collections.

L'équipe doit travailler en collaboration avec la marque de Vivienne Westwood pour s'assurer que la charte graphique reflète l'image de la marque et s'intègre bien à son univers visuel. Cela nécessite des échanges réguliers avec la marque et une bonne communication.

Livrable

Vivienne Westwood

données

CONTACT

GALERIE

PARTENAIRES



Lorsque l'utilisateur cliquera sur "données" le tableau regroupant toutes les données liées aux défilés s'affichera.



LA CONTRIBUTION DE VIVIENNE WESTWOOD À LA MODE EST UNIQUE ET SANS DOUTE INÉGALÉE. IL S'AGIT TRÈS CERTAINEMENT DE LA CRÉATRICE DE MODE LA PLUS INFLUENTE DU DERNIER QUART DU XX^e SIÈCLE. SES CRÉATIONS INSPIRENT NON-SEULEMENT LES TENUES QUE NOUS PORTONS MAIS AUSSI LA CULTURE DANS SON ENSEMBLE : VIVIENNE WESTWOOD A ÉTÉ L'UNE DES PRINCIPALES ARCHITECTES DU PUNK DANS LES ANNÉES 1970 ET CE RÔLE A DÉFINI UNE ÉPOQUE PUIS FAÇONÉ LES RÉACTIONS - À LA FOIS ESTHÉTIQUES ET IDÉOLOGIQUES - DES GÉNÉRATIONS SUIVANTES À L'ÉGARD DU MONDE QUI LES ENTOURE. LE SLOGAN « DESTROY » IMPRIMÉ SUR UN TEE-SHIRT? SANS AUCUN DOUTE : IL S'AGISSAIT DE DÉTRUIRE LE STATU QUO. « L'IDÉE ÉTAIT DE BRISER TOUTES LES VALEURS, A-T-ELLE DIT DU MOUVEMENT A POSTERIORI, TOUS LES TABOUS D'UN MONDE QUI ÉTAIT SI CRUEL ET INJUSTE, MAL GÉRÉ ET CORROMPU. » VIVIENNE WESTWOOD EST TOUJOURS PUNK. SA VIE ET SON ŒUVRE SONT MODELÉES PAR CETTE SOIF INSATIABLE DE LUTTER CONTRE LES CONVENTIONS. ELLE CITE FRÉQUEMMENT UNE PHRASE DU



Vivienne Westwood

données

CONTACT

GALERIE

PARTENAIRES



10 entries per page

Search:

| First name | Last name | Position | Office | Salary |
|------------|------------|-------------------------------|---------------|---------|
| Airi | Satou | Accountant | Tokyo | 162700 |
| Angelica | Ramos | Chief Executive Officer (CEO) | London | 1200000 |
| Ashton | Cox | Junior Technical Author | San Francisco | 86000 |
| Bradley | Greer | Software Engineer | London | 132000 |
| Brenden | Wagner | Software Engineer | San Francisco | 206850 |
| Brielle | Williamson | Integration Specialist | New York | 372000 |
| Bruno | Nash | Software Engineer | London | 163500 |
| Caesar | Vance | Pre-Sales Support | New York | 106450 |
| Cara | Stevens | Sales Assistant | New York | 145600 |
| Cedric | Kelly | Senior Javascript Developer | Edinburgh | 433060 |

Showing 1 to 10 of 57 entries

« ‹ 1 › »

AE3329

570602

EFEFEF

121212

Estimation des ressources financières

Coût de la main d'oeuvre:

Directeur artistique : 30 heures à 35 €/heure= 1 050 €

UX/UI Designer : 30 heures à 30 €/heure= 900 €

Développeurs (front-end et back-end) :

- Front-end : 80 heures à 35 €/heure= 2 800 €

- Back-end : 80 heures à 40 €/heure =3 200 €

Rédacteur (expert en création de contenu) : 20 heures à 25 €/heure= 500 €

Spécialiste SEO et marketing digital : 20 heures à 30 €/heure = 600 €

Chef de projet : 40 heures à 35 €/heure= 1400 €

Total main-d'œuvre : 10 450 €

Coûts des outils et services:

- Hébergement et serveurs performants : 1 an → 500 €

- Outils de gestion de projet : 200 €

- Coûts divers pour les tests utilisateurs : 300 €

Total outils et services : 1000 €

Coûts créatifs:

- Design graphique haut de gamme : 50 heures à 40 €/heure =2 000 €

- Édition et intégration des vidéos : 20 heures à 40 €/heure = 800 €

Total créatif : 2 800 €

Tests :

- Tests utilisateurs : 10 heures à 35 €/heure = 350 €

Total tests : 350 €

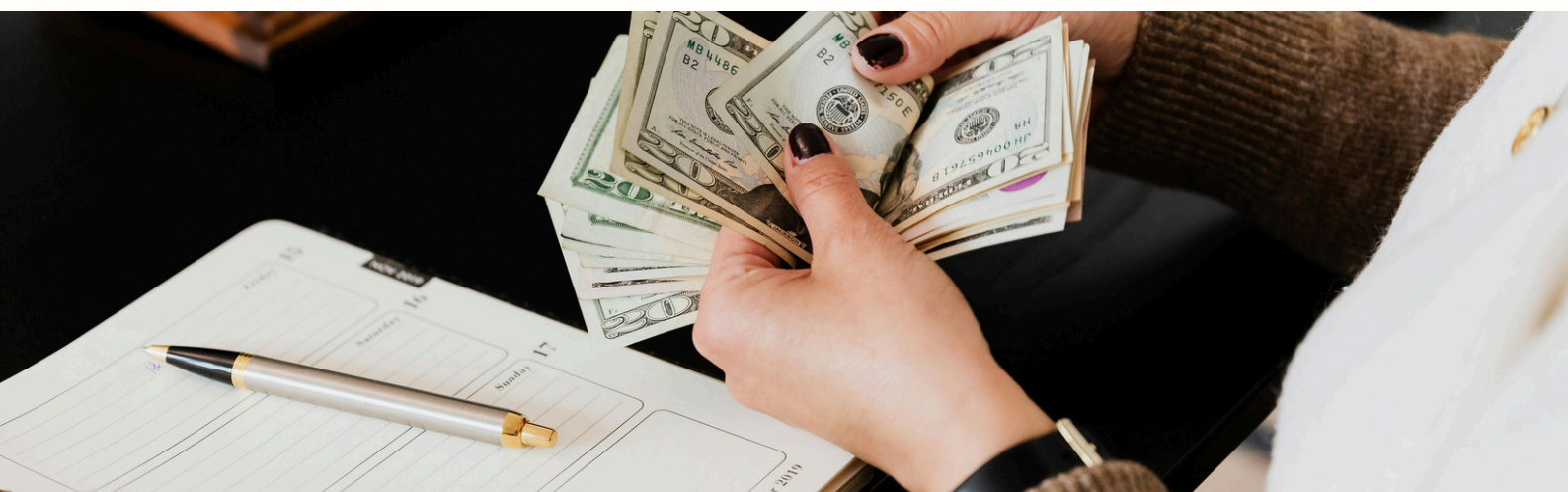
Budget final estimé pour 3 semaines : 14 600 €

- Total main-d'œuvre : 10 450 €

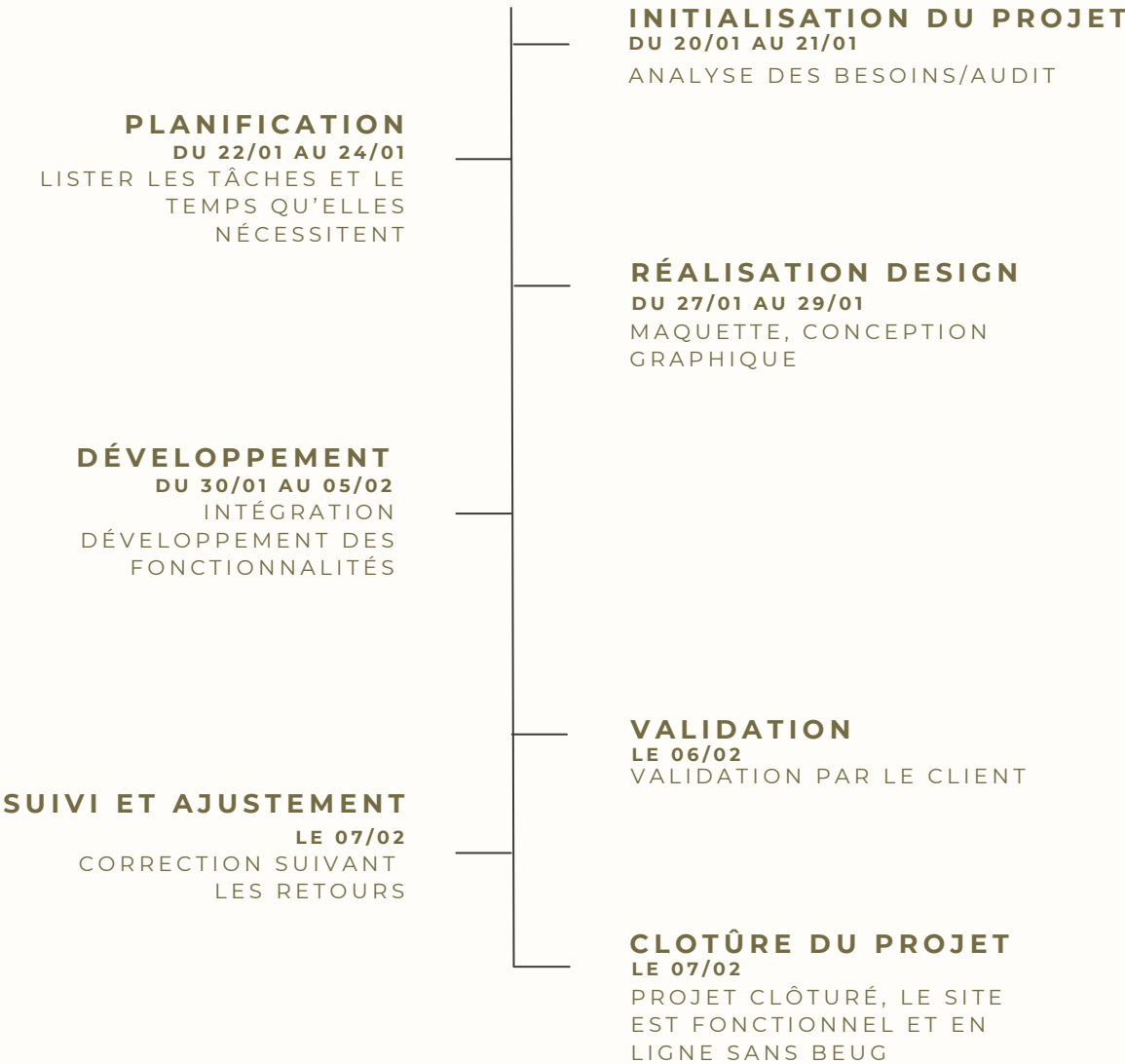
- Total outils et services : 1000 €

- Total créatif : 2 800 €

- Total tests : 350 €



ÉCHÉANCIER DU PROJET



Chef de projet

Nom du chef de projet : LAUT Célia

Contact : celia.laut@etudiant.univ-reims.fr

Le chef de projet doit suivre les progrès de chaque étape de la conception du site et doit fournir un retour constructif et régulier pour maintenir l'équipe motivée et performante durant tout le processus de création. Il doit anticiper les risques et ajuster l'organisation si nécessaire pour éviter les retards et les blocages qui pourraient être évités. Le chef de projet doit s'assurer que les délais sont respectés, que les tests sont réalisés et que les éventuels problèmes sont rapidement identifiés et corrigés. La prise de décision rapide et efficace est une compétence clé pour éviter toute perte de temps inutile.

Enfin, maintenir une bonne relation avec le client est essentiel. Le chef de projet doit assurer un suivi régulier en présentant l'avancement du site, en recueillant des retours et en ajustant certains éléments si besoin. Il doit également gérer les demandes de modifications avec intelligence, en veillant à ce qu'elles restent compatibles avec le planning et les contraintes techniques. Lorsque le projet arrive à son terme, il doit s'assurer que le site final est conforme aux attentes du client, optimisé pour l'expérience utilisateur et techniquement performant.

En résumé, un chef de projet efficace doit être organisé, réactif, à l'écoute et capable de motiver son équipe. Il doit savoir allier rigueur et créativité pour garantir la réussite du projet tout en respectant les délais et les attentes du client.

Parties prenantes

Internes:

Le chef de projet veille au respect du budget et des délais tout en coordonnant l'équipe interne pour assurer le bon déroulement du projet.

L'UX/UI designer conçoit les maquettes et optimise l'expérience utilisateur afin de rendre la navigation fluide et agréable.

Le directeur artistique garantit la cohérence visuelle du projet et s'assure que le design reflète l'identité de la marque.

Le rédacteur rédige les articles et les descriptions du site afin de fournir un contenu pertinent et engageant.

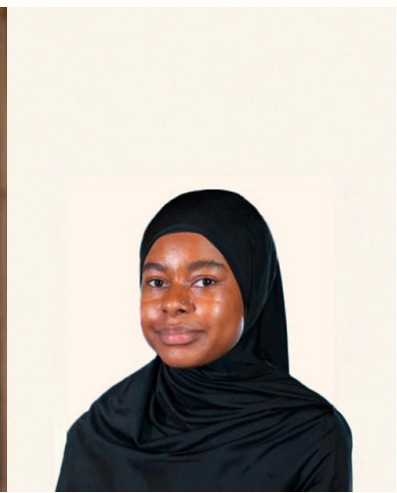
Le spécialiste SEO et marketing digital améliore le référencement du site et met en place des campagnes digitales pour attirer plus de visiteurs.

Le développeur front-end intègre les maquettes UX/UI en les traduisant en code pour un site fonctionnel et interactif.

Le développeur back-end s'occupe de la gestion du serveur et des bases de données pour assurer le bon fonctionnement technique du site.

Les actionnaires de l'agence financent l'entreprise et espèrent obtenir un retour sur investissement à travers les bénéfices réalisés.

Le directeur général de l'agence veille à la réussite des projets et à la bonne gestion globale de l'agence.



Externes:

Le client, c'est-à-dire la marque, est à l'origine du projet et souhaite un site immersif qui reflète son univers et qui met en avant ses collections.

Les photographes professionnels fournissent des images de qualité issues des événements de la marque, essentielles pour l'illustration du site.

La banque finance l'agence en lui accordant des prêts et attend en retour le remboursement avec les intérêts convenus.

Les fans de la marque jouent un rôle clé dans la valorisation du site en partageant son contenu et en interagissant avec les publications.

Les journalistes et la presse peuvent relayer des articles sur le site et contribuer à la visibilité de la marque auprès du grand public.

**Vivienne
Westwood**



DreamDesign Agency

Merci de nous avoir lu.

BUT MMI - IUT de Troyes