

## Plan-type de cahier des charges du projet

**1 - L'intitulé** - C'est le nom du projet, le plus souvent en clair, mais il peut être codé pour des raisons de secret.

Sauf dans ce dernier cas cet intitulé doit être court, explicite et non ambigu.

**2 - L'Objet** - Résumé en quelques mots du contenu du projet : ce que l'on se propose de faire.

**3 - Le commanditaire** - Personne physique ou morale à l'initiative du projet, qui le finance et à qui sera livré le

résultat du projet. S'il s'agit d'une personne morale, indiquer le nom de la personne physique qui la représente.

**4 - Le contexte** - Liste des éléments factuels (état des lieux) qui justifient l'existence du projet :

L'environnement

économique, commercial, concurrentiel, les opportunités.... L'historique du projet : travaux et études déjà

réalisés, tentatives antérieures infructueuses....

**5 - La motivation** - L'idée de départ, les déclencheurs, le problème à résoudre, l'insatisfaction à combler ou

tout simplement l'espoir de gain.

**6 - Les enjeux** - C'est le pourquoi, la finalité du projet, les bénéfices attendus. Il s'agit ici des enjeux pour le

commanditaire. Les enjeux sont le plus souvent économiques mais aussi commerciaux, financiers, humains, de

progrès ou d'image. - La différence entre objectifs et enjeux est souvent mal comprise. L'objectif c'est ce que

veut obtenir le commanditaire, l'enjeu c'est pourquoi (dans quel but) il veut l'obtenir. Le chef de projet a une

obligation d'atteinte de l'objectif alors qu'il ne maîtrise pas les enjeux.

**7 - L'objectif technique** - Ce que l'on veut obtenir. On doit trouver ici la traduction aussi fidèle et complète de

la demande.

**8 - Les objectifs économiques** - Le budget s'il est connu, ou au moins le plafond que se fixe le commanditaire.

- Dans le cas d'un produit commercial, le prix de vente objectif de l'unité produits et son coût objectif.

**9 - Le délai** - L'objectif temporel : exprimé en terme de délai final ou de durée du projet.

**10 - Les marges de manoeuvre** - Dans les projets où subsistent de nombreuses incertitudes, au premier titre

les projets innovants, il est essentiel de connaître les degrés de liberté en matière de délai, de contenu (les livrables

que l'on s'autorise à ne pas produire), de qualité (performance inférieure à l'objectif), de ressources (moyens supplémentaires en personnel ou matériels, sous-traitance) et de budget.

**11 - Les données d'entrée** - Ce sont les éléments (documents, modèles, maquettes...) mis à disposition de

l'équipe projet en début de projet ou au cours de son déroulement.

**12 - Le périmètre** - Le périmètre décrit les limites du projet. Afin d'anticiper les conflits dus à des malentendus

sur l'étendue des livrables, il est essentiel de désigner clairement les parties hors périmètre.

**13 - Les invariants** - Si le projet porte sur un système existant, les parties qui doivent rester inchangées.

**14 - Les contraintes** - Ce sont les limitations apportées à la liberté d'action de l'équipe projet. Elles ont leur

source en interne (contraintes de fabrication, standards "maison", charte graphique...) ou externe (normes, règlements,

usages, règles de l'art, brevet, licences, accords commerciaux...)

**15 - Les choix stratégiques** - Directives du commanditaire sur la structure du produit ou sur la gestion du projet.

Ces ingérences du commanditaire sur un terrain qui n'est pas le sien doivent être limitées et motivées.

**16 - Les livrables** - Ce sont les différents résultats attendus du projet en cours de déroulement et à l'issue du projet. - Les termes d'extrant ou de délivrables sont synonymes de livrables.

**17- Les risques**

Ce paragraphe concerne surtout les projets internes. Dans le cas d'un projet externe, la meilleure façon de rester loyal avec le Client tout en s'efforçant de ne pas l'effrayer est de faire une présentation des risques par effet miroir dans la rubrique "facteurs-clé du succès".

**18 - Les facteurs-clé de succès**

- Il est important d'impliquer dès le début les parties prenantes du projet et de mettre en évidence dès le début les facteurs qui vont influencer sur le déroulement et conditionner le succès : Disponibilité des acteurs, circulation de l'information, etc...