

yNOV CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

Ynov Aix Campus

M1-GESTION-PROJET-IT

VisionFood



ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

Table des matières

I) Note de cadrage	3
1.1) Besoin du projet	3
1.2) Objectifs mesurables (Méthode SMART).....	3
1.3) Périmètre du projet (IN/OUT)	4
1.4) Livrables du projet	4
1.5) Hypothèses.....	5
1.6) Contraintes	5
II) Outils de cadrage	6
2.1) Power-Interest Grid.....	6
2.2) Stratégie de communication par quadrant.....	7
2.3) Méthode RACI	9
2.4) Méthode MoSCoW	9
2.5) Roadmap Now-Next-Later.....	10
III) Cadrage utilisateur et produit	11
3.1) Introduction	11
3.2) Recueil du besoin utilisateur	11
3.3) Synthèse des insights	12
3.4) Personas.....	13
3.5) Product Backlog	14
IV) Cadrage utilisateur et produit	15
4.1) Key Performance Indicators (KPI)	15
4.2) North Star Metric	15
4.3) Estimation du coût du projet	15
ANNEXES	17
Matrice RACI:.....	18

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

Méthode MoSCoW:.....	19
Roadmap:	20
Power Interest Grid:	20
Persona Claire:.....	21
Persona Lucas:.....	22
Tableau KPI:	23
North Star Metric:	24

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

I) Note de cadrage

1.1) Besoin du projet

Le gaspillage alimentaire représente un enjeu environnemental, économique et sociétal majeur.

Les foyers jettent en moyenne plusieurs kilos de nourriture par mois, principalement à cause d'un manque de visibilité sur les stocks, d'une mauvaise gestion des dates de péremption et d'un manque d'inspiration culinaire.

Le besoin identifié est de proposer un outil simple, accessible et efficace permettant aux utilisateurs de mieux suivre leurs produits, d'optimiser leur consommation et de réduire le gaspillage au quotidien.

1.2) Objectifs mesurables (Méthode SMART)

Pour assurer une direction claire au projet, nous avons défini des objectifs structurés selon la méthode SMART. Ces objectifs permettent de suivre l'impact du produit tout au long de son développement :

- Réduire le gaspillage alimentaire de 30 % chez les utilisateurs actifs dans les 6 premiers mois.
- Atteindre 80 % d'utilisateurs enregistrant leurs produits dans l'application sous 3 mois.
- Amener 70 % d'utilisateurs à consulter les recettes au moins 2 fois par semaine dès le MVP.
- Atteindre 60 % d'utilisateurs consultant leur bilan "anti-gaspi" tous les mois d'ici 4 mois.

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

1.3) Périmètre du projet (IN/OUT)

IN	OUT
Scan ou saisie manuelle des produits	Partenariats avancés avec les commerces
Gestion des stocks alimentaires	IA avancée de prédiction d'achats
Suggestion de recettes selon les produits disponibles	Marketplace / achat de produits
Tableau d'impact simple (économies, CO ₂ , gaspillage évité)	Extension internationale
Notifications pour dates limites de consommation	Connexion aux cartes de fidélité et comptes magasin
Tests utilisateurs internes et bêta	Fonctionnalités de livraison ou commandes

1.4) Livrables du projet

Le projet donnera lieu à plusieurs livrables qui témoignent de la conception et de la faisabilité. Ils regroupent à la fois des éléments techniques, des analyses utilisateur et des outils de planification et de pilotage.

- Application mobile MVP (scan, gestion du stock, recettes, tableau d'impact simple).
- Product Backlog complet (User Stories + critères d'acceptation + estimations).
- Tests utilisateurs (résultats et synthèse des insights).
- Roadmap du produit.
- KPI + North Star Metric.
- Dossier final comprenant :
 - Note de cadrage
 - Outils de cadrage (RACI, Roadmap...)
 - Cadrage utilisateur (personas, sondage...)
 - Estimation des coûts du projet

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

1.5) Hypothèses

- Les utilisateurs sont prêts à scanner ou saisir leurs produits régulièrement.
- L'ONG ou les partenaires mettront à disposition certaines données produits nécessaires.
- L'équipe de développement dispose des ressources nécessaires pour intégrer une IA simple dans le budget et le planning.

1.6) Contraintes

- Contraintes financières : budget limité par l'ONG, nécessitant une priorisation stricte des fonctionnalités.
- Contraintes légales : conformité RGPD concernant la gestion des données personnelles.
- Contraintes techniques : dépendance à des API externes ou bases de données produites dont la disponibilité peut varier.

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

II) Outils de cadrage

2.1) Power-Interest Grid



Power-Interest Grid

Quadrant : Manage Closely (Pouvoir fort / Intérêt fort)

- Client encadrant : valide qualité, délais, livrables.
- Équipe VisionFood : conception, UX, récolte donnée, rendu final.
- Utilisateur cible "Persona Claire" : alimente les choix fonctionnels.

Quadrant : Keep Satisfied (Pouvoir fort / Intérêt faible)

- Investisseurs potentiels : attendent des résultats clairs, pas les détails.
- Partenaires potentiels (enseignes, acteurs anti-gaspi) : utiles mais pas impliqués au quotidien.

Quadrant : Keep Informed (Pouvoir faible / Intérêt fort)

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

- Étudiants / jeunes actifs éco-conscients
- Communauté de testeurs
- Associations environnementales

Quadrant : Monitor (Pouvoir faible / Intérêt faible)

- Grand public non sensibilisé

Concurrents indirects existants : Frigo Magic, Save Eat, etc.)



App Frigo Magic



Logo Save Eat



App Too Good to Go

2.2) Stratégie de communication par quadrant

Afin d'adapter la communication aux attentes et au niveau d'implication de chaque partie prenante, nous utilisons la matrice Power/Interest. Chaque quadrant correspond à une stratégie de communication spécifique permettant d'assurer un suivi efficace et une circulation claire de l'information.

Manage Closely

Objectif : implication élevée, vision complète du projet, transparence totale.

Actions :

- Réunions hebdomadaires d'avancement
- Micro-démos régulières des fonctionnalités en cours
- Partage des KPI, du planning et des arbitrages
- Communication maîtrisée : rester stable, ne pas montrer de tensions ou d'incertitudes

	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

Keep Satisfied

Objectif : rassurer, maintenir la confiance et démontrer la valeur du projet.

Actions :

- Points mensuels synthétiques
- Mise en avant du respect des coûts, délais et de la qualité
- Présentation claire, courte et sans langage technique inutile
- Communication orientée résultats et bénéfices

Keep Informed

Objectif : maintenir l'intérêt sans surcharge d'informations.

Actions :

- Newsletters ou mises à jour à chaque jalon majeur
- Sondages rapides pour recueillir leur avis
- Partage d'aperçus : écrans, prototypes, nouvelles features
- Communication pédagogique et accessible

Monitor

Objectif : simple veille.

Actions :

- Informations minimales si nécessaire
- Observation et prise en compte de leur comportement ou de leur feedback indirect
- Pas d'effort de communication particulier

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

2.3) Méthode RACI

Pour clarifier les rôles et responsabilités au sein de l'équipe projet, nous utilisons la méthode RACI. Elle nous aide à identifier qui fait quoi, qui valide, qui est consulté et qui doit simplement être informé.

La matrice RACI du projet VisionFood permet de nous répartir efficacement les responsabilités entre nous et le client.

Elle garantit :

- une meilleure communication
- une prise de décision plus rapide
- une transparence sur les responsabilités de chacun

L'ensemble de la matrice complète est disponible en Annexe.

2.4) Méthode MoSCoW

Pour cadrer le périmètre fonctionnel de VisionFood, nous avons utilisé la méthode MoSCoW.

Elle nous a permis de structurer clairement les priorités du projet et d'identifier ce qui devait absolument être présent dans le MVP, ce qui pouvait attendre, et ce qui sortirait du périmètre.

Concrètement, cette méthode nous a aidés à :

- distinguer les fonctionnalités indispensables au fonctionnement de base de l'application
- éviter de surcharger le MVP avec des options non essentielles
- aligner toute l'équipe (et le commanditaire) sur un périmètre réaliste
- sécuriser le planning en concentrant l'effort sur la valeur utilisateur

Les fonctionnalités ont ensuite été réparties dans les quatre catégories MoSCoW (Must Have, Should Have, Could Have, Won't Have).

L'ensemble de la méthode MoSCoW complète est disponible en Annexe.

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

2.5) Roadmap Now-Next-Later

Pour planifier le développement de VisionFood de manière progressive, nous avons construit une Roadmap Now-Next-Later.

Cette approche nous a permis de définir une montée en valeur cohérente, en priorisant d'abord le MVP, puis l'amélioration de l'expérience, et enfin l'extension du produit.

Phase NOW (0 à 2 mois) :

Cette première étape est centrée sur le développement du MVP.

Elle inclut :

- la mise en place du scan et des recettes simples
- la création de la base produits
- les tests utilisateurs internes
- les premiers retours qualitatifs
- la validation de l'utilité du concept

L'objectif est d'obtenir rapidement une version fonctionnelle permettant d'être testée par de vrais utilisateurs.

Phase NEXT (3 à 5 mois)

Dans cette phase, le produit monte en maturité grâce à :

- l'intégration d'une IA légère pour proposer des suggestions personnalisées
- les tests bêta sur un premier panel externe
- l'amélioration de l'UX/UI
- l'itération sur la proposition de valeur (recettes + économies)

Un indicateur clé est visé : un taux d'engagement supérieur à 50 %.

Phase LATER (6 à 8 mois)

Une fois les fondations solides, nous ouvrons le produit à un public plus large :

- lancement public du MVP sur les stores + communication
- mise en place de la gamification et du bilan d'impact

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

- objectif de 500 utilisateurs actifs mensuels
- début de la prospection de partenariats locaux (phase exploratoire)

Cette étape vise à ancrer durablement VisionFood dans les habitudes des utilisateurs et à préparer son expansion.

La roadmap complète et détaillée est disponible en annexe.

III) Cadrage utilisateur et produit

3.1) Introduction

Cette partie vise à comprendre les besoins réels des utilisateurs, à identifier leurs attentes et leurs difficultés, puis à écouter ces éléments et les développer en fonctionnalités concrètes.

Elle repose sur un recueil d'informations, une analyse des insights, la création de personas et la constitution d'un Product Backlog structurant le développement du produit.

3.2) Recueil du besoin utilisateur

Un sondage a été diffusé auprès de plusieurs profils afin de comprendre leurs habitudes alimentaires, leurs difficultés liées au gaspillage et leur intérêt pour une solution d'aide à la gestion des stocks.

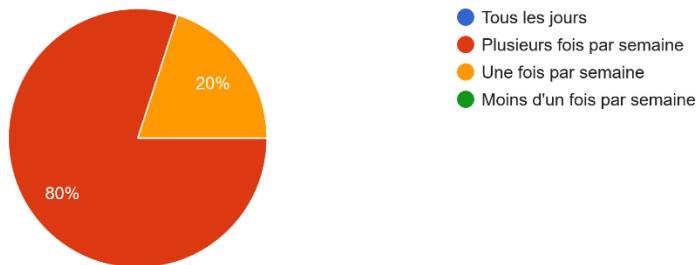
Les retours confirment un manque de suivi des produits, un oubli fréquent des dates limites, et un besoin d'aide pour cuisiner avec les ingrédients disponibles.

L'analyse complète est disponible en annexe.

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

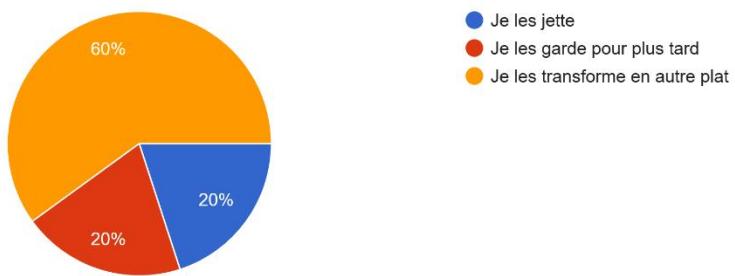
Fréquence des courses alimentaires

5 réponses



Comment gérez-vous vos restes ?

5 réponses



3.3) Synthèse des insights

Les principales informations tirées du sondage sont les suivantes :

- Les utilisateurs oublient souvent les produits stockés au frigo et au placard.
- La majorité souhaite réduire leur gaspillage, mais manque de temps pour s'organiser.
- Les utilisateurs aimeraient recevoir des idées de recettes adaptées à ce qu'ils possèdent déjà.
- L'impact écologique et les économies financières sont deux leviers de motivation forts.

Ces éléments permettent d'orienter les fonctionnalités essentielles du MVP.

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

3.4) Personas

Persona 1 : Claire, 34 ans

- **Profil** : mariée, deux enfants, chargée de communication, vit à Lyon.
- **Habitudes** : courses hebdomadaires, cuisine rapide en semaine, jette parfois des produits oubliés.
- **Objectifs** : mieux organiser ses repas, réduire le gaspillage, gagner du temps.
- **Frustrations** : manque de visibilité sur le frigo, manque de temps pour planifier, culpabilité lorsqu'elle jette.
- **Motivations** : consommer mieux, faire des économies, sensibiliser ses enfants.



Persona 2 : Lucas, 21 ans

- **Profil** : étudiant en BTS, vit en colocation à Grenoble.
- **Habitudes** : budget limité, courses irrégulières, recettes simples.
- **Objectifs** : éviter de gaspiller par manque d'organisation, optimiser un petit budget.
- **Frustrations** : oublie ce qu'il a déjà acheté, achète en double, manque d'idées pour cuisiner.
- **Motivations** : faire des économies, cuisiner vite, ne pas jeter inutilement.



ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

3.5) Product Backlog

User Story	Effort	Critères d'acceptation
En tant qu'utilisateur, je veux scanner mes produits pour les ajouter à mon stock.	5	Scanner fonctionne, produit ajouté, info visible dans le stock.
En tant qu'utilisateur, je veux saisir manuellement un produit.	3	Formulaire simple, produit ajouté avec nom + date.
En tant qu'utilisateur, je veux voir la liste de mes produits classés par date limite.	5	Liste triée automatiquement par DLC.
En tant qu'utilisateur, je veux recevoir une notification quand un produit approche de sa date.	5	Notification envoyée 48h avant la DLC.
En tant qu'utilisateur, je veux voir des recettes basées sur les produits que je possède.	8	Recettes filtrées automatiquement selon le stock.
En tant qu'utilisateur, je veux consulter un tableau d'impact simple.	5	Affichage des économies et kilos sauvés.
En tant qu'utilisateur, je veux modifier ou supprimer un produit de mon stock.	3	Mise à jour immédiate visible.
En tant qu'utilisateur, je veux filtrer mes produits par catégorie (frais, placard, surgelé).	3	Filtres opérationnels et persistants.
En tant qu'utilisateur, je veux voir une alerte "produits bientôt perdus".	5	Section dédiée + tri automatique.
En tant qu'utilisateur, je veux sauvegarder mes recettes préférées.	2	Bouton "favori" + accès rapide.

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

IV) Cadrage utilisateur et produit

4.1) Key Performance Indicators (KPI)

Les KPI sélectionnés mesurent à la fois l'usage et l'impact :

- % de gaspillage alimentaire réduit chez les utilisateurs actifs
- % d'utilisateurs ayant enregistré leurs produits dans l'application
- Taux d'utilisation des recettes (au moins 2 fois/semaine)
- % d'utilisateurs consultant leur "bilan anti-gaspi" mensuel
- Score de satisfaction utilisateur (CSAT) sur 5

Ces indicateurs sont directement liés aux objectifs SMART du projet.

4.2) North Star Metric

« Nombre de repas cuisinés à partir des produits déjà disponibles dans le frigo. »

Cette métrique représente la valeur centrale du produit : aider les foyers à cuisiner ce qu'ils possèdent déjà, et donc réduire le gaspillage.

Elle combine à la fois l'usage réel, l'impact environnemental et la satisfaction utilisateur, ce qui en fait l'indicateur stratégique principal du projet.

4.3) Estimation du coût du projet

Le coût total estimé du projet VisionFood est d'environ 20 400 €, couvrant la conception, le développement du MVP, les tests et les premiers mois d'hébergement.

A. Ressources humaines : ~ 17 600 €

- **Développeur Web/Mobile** : ~ 11 250 €
Développement du MVP (scan, stock, recettes...), intégration de l'API, backend.
45 jours x 250 €/jour.

	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

- UX/UI Designer : ~ 2 640 €**
Création des écrans, tests utilisateurs, design system.
12 jours x 220 €/jour.
- Product Owner / Chef de projet : ~ 3 750 €**
Cadrage, backlog, user stories, coordination.
15 jours x 250 €/jour.

B. Outils et Services : ~ 460€

Hébergement & base de données (6 mois) : **240 €**

API scan code-barres : **180 €**

Outils de conception (Figma Pro, 3 mois) : **40 €**

3. Marge de risques : ~ 2 300 €

Une marge de 12 % est ajoutée pour couvrir des imprévus (retards techniques, retests, ajustements UI...).

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

ANNEXES

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

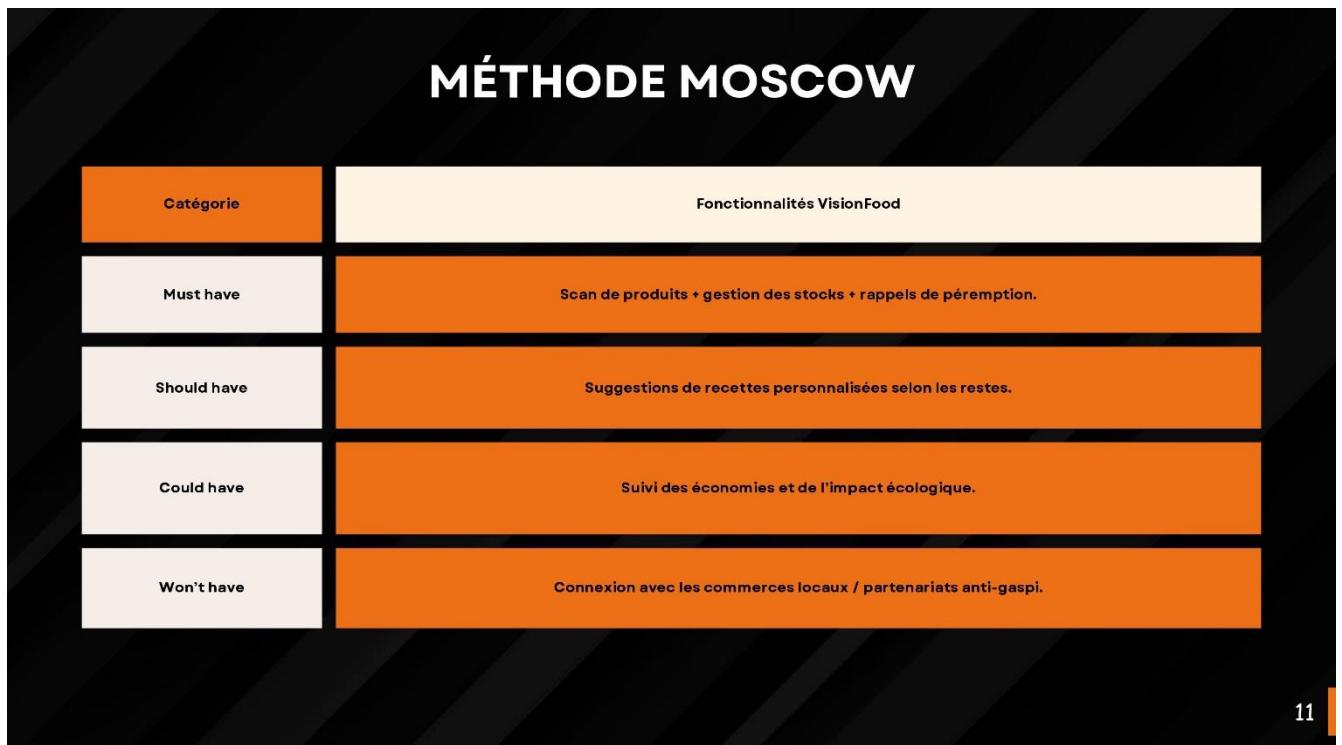
Matrice RACI:

		MATRICE RACI <i>Gestion de projet</i>					
		Product Owner	DEV	UX/UI & SM	Client	Consulté	C
		A	I	C	A	Informé	I
Activités							
Définition du besoin et des objectifs		R	I	C	A		
Gestion du backlog et priorisation		A/R	C	C	C		
Conception UX/UI		C	I	A/R	C		
Intégration et tests		C	R	A	C		
Développement de l'application		I	A/R	C	C		
Validation Finale		I	I	C	A/R		

10

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

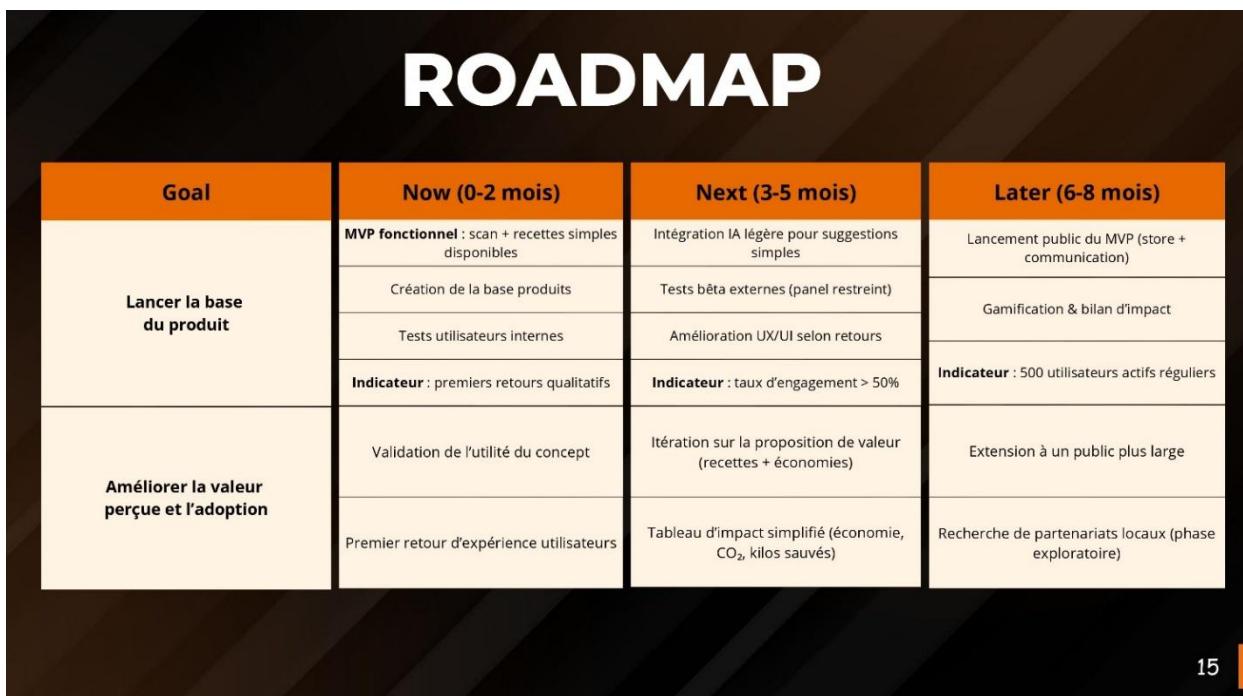
Méthode MoSCoW:



11

ynov CAMPUS	M1-GESTION-DE-PROJET-IT	Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
		Version	V1.0
		Date	27/11/2025

Roadmap:



Power Interest Grid:



Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

Persona Claire:

CLAUDE IMBERT



AGE : 34 ans
FAMILLE : mariée, 2 enfants
PROFESSION : Chargée de communication
VILLE : Lyon

RESPONSABLE **FAMILLE**
ENGAGE

BIO
Claire, 34 ans, mariée et mère de deux enfants, vit à Lyon où elle travaille comme chargée de communication. Elle aime cuisiner mais manque de temps, ce qui l'amène parfois à gaspiller. Elle cherche une solution simple pour mieux consommer et limiter le gaspillage.

MOTIVATIONS

- Faire des économies et consommer plus intelligemment
- Être fière de réduire le gaspillage à la maison

OBJECTIFS

- Mieux organiser ses repas
- Trouver des idées de recettes
- Réduire les dépenses alimentaires

FRUSTRATIONS

- Oublie les produits au fond du frigo
- Pas le temps de planifier
- Se sent coupable quand elle jette

"Je veux bien faire, mais je manque de temps. Si une appli pouvait m'aider à utiliser ce que j'ai déjà, ce serait parfait."

5

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

Persona Lucas:

LUCAS BURLE



AGE : 21 ans
FAMILLE : Célibataire
PROFESSION : étudiant en BTS MCO
VILLE : Grenoble

FESTIF	AMITIE
METHODIQUE	

BIO
Lucas a 21 ans et poursuit un BTS à Grenoble. Il vit en colocation avec deux amis, ce qui rend son quotidien rythmé, parfois un peu chaotique, et surtout très variable côté organisation. Avec un budget étudiant plutôt serré, il essaie de faire attention à ses dépenses, mais ses courses sont souvent improvisées.

MOTIVATIONS

- Faire des économies, cuisiner vite, ne pas jeter inutilement.
- Être fier de pouvoir le dire, et surtout de ne plus faire partie des sur-acheteurs.

OBJECTIFS

- Éviter de gaspiller par manque d'organisation
- optimiser un petit budget

FRUSTRATIONS

- Oublie ce qu'il a déjà acheté
- achète en double
- manque d'idées pour cuisiner.

"Avec mes courses un peu au hasard, je m'y perds vite... Si une appli pouvait m'aider à ne rien oublier et à cuisiner simple, ce serait idéal."

5

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

Tableau KPI:

<h1>Tableau de KPI</h1>		
<i>Des indicateurs concrets alignés sur la méthode SMART</i>		
KPI	Objectif associé	Type
% de gaspillage alimentaire réduit chez les utilisateurs actifs	Réduire le gaspillage alimentaire de 30 % en 6 mois	KPI de résultat
% d'utilisateurs ayant enregistré leurs produits dans l'app	80 % d'utilisateurs actifs enregistrent leurs stocks sous 3 mois	KPI de moyen
Taux d'utilisation de la fonction "recettes"	70 % utilisent la fonction 2x/semaine (phase MVP)	KPI de moyen
% d'utilisateurs consultant leur "bilan anti-gaspi" mensuel	60 % consultent leur tableau d'impact chaque mois	KPI de résultat
Score moyen de satisfaction (CSAT / 5)	Satisfaction générale de l'expérience utilisateur	KPI de résultat

Ces indicateurs traduisent l'impact réel de VisionFood sur les habitudes alimentaires, la réduction du gaspillage et la satisfaction des utilisateurs.

Réf. Projet	YNOV-CTF-OSINT
Version	V1.0
Date	27/11/2025

North Star Metric:



8