



Projet de mise en place d'une application de scoring et de consommation éthique

Fait par BALTAGI Reina et ROUMBO Philippe

M1 BIDABI

Le 28/03/2025

Table de matières

Introduction.....	4
Présentation du projet : le QQQQCCP	5
L'avant-projet.....	7
Etude de faisabilité.....	7
La faisabilité technique et technologique	8
Analyse de faisabilité économique et financière	10
Analyse de faisabilité commerciale : Position dans le marché et par rapport à la concurrence	10
Analyse de faisabilité juridique	11
Le SWOT	13
Les forces	13
Les Faiblesses	14
Les Opportunités	14
Les Menaces.....	15
Etude des risques.....	15
Explication des risques	15
La Matrice des risques	17
Détailler un des risques : Risque de greenwashing et de données non fiables	18
Organisation et planification du projet	20
Équipe de projet et rôles	20
Présentation de l'équipe et des rôles respectives	20
Organigramme de l'équipe.....	23
Cahiers de charges	23
Contexte et définition du projet	24
Objectif du projet	24
Périmètre du projet.....	24
Parties prenantes	24
Description fonctionnelle du projet	25
Sécurité et confidentialité	25
Enveloppe Budgétaire	26
Les possibilités de financement	26

Ressources matérielles et immatérielles	26
Délais de réalisation.....	26
Critères de validations.....	26
Planification du projet.....	27
Descriptif des étapes en fonction du GANTT.....	27
GANTT	31
Organigramme WBS.....	33
Budget et Financement	34
Budget Provisoire.....	34
Sources et Financement	36
Déploiement et communication	37
Conclusion	37
Bibliographie.....	38
Sitographie	38
Liste des figures et tableaux.....	41
Annexes.....	42

Introduction

Il est important de se demander sur l'effet que notre consommation a sur nos alentours, que ce soit au niveau social, humanitaire, écologique ou même technologique, nous ne sommes pas des entités isolées de la sphère plus large, nous prenons des décisions, et chaque décision engendre une répercussion. Une décision que nous prenons chaque jour, même presque à chaque moment, c'est quoi consommer, comment consommer et combien consommer. Bien que le motif puisse être principalement ne pas trop dépenser, ou faire attention à la qualité de nos produits, une question peut nous échapper ; n'est-il pas important de regarder au-delà de la consommation personnelle pour voir ce que l'achat d'un produit X peut engendrer dans la vie d'autrui ?

Une question qui peut paraître superficielle au début, mais quand nous prenons un petit recul pour percevoir le travail forcé des Ouïghours dans la production textile au Xinjiang en Chine, pour produire du coton utilisé par de grandes marques de mode,¹ la cruauté vers les animaux dans les laboratoires d'Inotiv divulguée par le scandale des beagles où les chiens ont été soumis à des conditions inhumaines pendant des tests sur animaux,² ou même les pratiques de coupe illégale d'IKEA dans les forêts de Carpates en Ukraine qui ne font que de nuire à l'environnement.³ Il devient clair que la consommation est un choix, une décision, qui ne nous affecte pas à titre personnel seulement, mais qui affecte plusieurs aspects de la société.

De plus en plus de personnes commencent à devenir conscients de l'importance d'une consommation responsable. En effet, la consommation éthique, une consommation qui prend en compte les effets sociaux, humanitaires, et écologiques de chaque produit acheté,⁴ devient de plus en plus répandue. En 2025, cette montée en puissance de ce type de consommation a été accompagnée d'une prise en conscience collective des enjeux humanitaires et environnementaux, notamment chez les jeunes générations qui privilégient les produits traçables, durables et même locaux.⁵ D'après une étude réalisée par Cegid en 2023, 72% des consommateurs déclarent acheter plus de produits écologiques qu'avant et 64% des Français se déclarent prêts à payer plus cher pour des produits dont la provenance est responsable.⁶

Il existe déjà des sites web, ou même des applications qui aident les consommateurs engagés à poursuivre leur lutte, à savoir, Clear Fashion, Marqu'IZ et autres,⁷ toutefois, nous avons voulu démocratiser d'avantage la consommation éthique, la rendant plus simple via une application qui renferme plusieurs fonctionnalités avancées. De ce fait, dans le but de rendre la consommation éthique simple et efficace, et de rendre l'information sur la consommation éthique accessible et fiable, nous avons décidé de lancer Ethica une application de scoring et de shopping éthique dont le slogan est : « Scan For a Better World ! ».

De ce fait, notre projet consiste en une création d'une application pour consommation éthique, accompagnée d'un réseau d'entreprises éthiques. Pour plus de détails, l'application aura pour but de préciser si le produit dont le bar-code a été scanné est le résultat d'une production éthique ou pas, au cas où le produit ne l'est pas, le consommateur aura des propositions de commerces éthiques qui appartiennent à ce réseau d'entreprises éthiques, ainsi que l'option d'acheter directement de l'application via le réseau d'entreprise sur l'application, ou même de localiser les magasins physiques

¹ <https://www.bbc.co.uk/news/extra/nz0g306v8c/china-tainted-cotton>

² <https://www.humaneworld.org/en/blog/inotiv-historic-35-million-fine-beagle-rescue>

³ <https://www.earthisight.org.uk/investigations/flatpacked-forests>

⁴ <https://www.alterna-energie.fr/blog-article/consommation-responsable-definition-et-exemples>

⁵ <https://www.cbnews.fr/cb/image-jeunes-passent-mode-responsable-86015>

⁶ <https://www.cegid.com/fr/blog/mode-ethique-tendances-consommation/>

⁷ <https://www.modames.com/consommation-responsable/15-meilleures-appis-consommer-responsable/>

éthiques partenaires. Il est important de préciser que toutes les recherches ainsi que les propositions d'alternatives seront accompagnées par un système de filtrage de prix, de produits et d'autres critères.

Ce projet permet donc faciliter la consommation éthique et responsable, tout en permettant aux petits commerçants ainsi qu'aux grandes entreprises ayant des processus de production écologiques et respectueux des droits de l'Homme et des animaux d'avoir plus de clients. (Prototype Annexe 1)

Dans le but de détailler la mise en place d'un tel projet, nous allons présenter dans ce rapport toutes les étapes de conduite de projet, à savoir, la présentation du projet en premier, suivie de l'étape de l'avant-projet puis l'étape du déroulement du projet, le budget et finalement le déploiement.

Présentation du projet : le QQQQCCP

Dans une première étape de l'organisation du projet, la méthode QQQQCCP⁸, aussi connu sous le nom de la méthode des 5 why, est un outil d'organisation et de cadrage basé sur le principe de poser les bonnes questions dans le but de bien définir le projet, son organisation, son déroulement ainsi que les parties prenantes engagés. Le « quoi » pour définir le projet, le « qui » pour définir les parties prenantes, le « où » pour définir la localisation, le « quand » pour le cadrage temporel, le « comment » pour la manière par laquelle la mise en place aura lieu, le « combien » pour le budget et finalement, le « pourquoi » pour définir les objectifs principaux motivant le projet.⁹ Le but est de se poser les bonnes questions, pouvoir résoudre les problèmes efficacement.¹⁰

1. Quoi ?

Il s'agit d'un projet d'application de consommation éthique. Bien que l'idée semble floue quand nous parlons d'une application éthique, il est bien de penser d'une application qui ressemble au mécanisme de fonctionnement de « Yuka », mais qui permet un autre type de consommation. Alors que Yuka permet de détecter l'effet des produits sur notre santé, Ethica d'autre part permet d'exprimer les effets des produits sur l'environnement, le social et l'humanitaire. De ce fait, Ethica est une application présentant un système de scoring éthique, qui sera affiché une fois l'utilisateur scan le barre-code d'un produit précis, si le produit est non-éthique, des produits alternatifs des entreprises éthiques partenaires s'afficheront, avec une possibilité d'un achat en ligne de ses produits, suivant un système de filtrage de prix et de préférences. De plus, au cas où le client préfère une expérience de shopping traditionnelle dans des magasins physiques, Ethica permettra via une fonctionnalité de géolocalisation de proposer des magasins éthiques partenaires à proximité du client à un temps donné.

2. Qui ?

Les parties concernées sont les suivantes : Premièrement, il y a **les consommateurs engagés**, particulièrement toute personne intéressée dans l'adoption d'une consommation responsable qui évite toute exploitation humaine ou animale. En effet, une étude de l'ADEME précise que 72% des français sont « mobilisés en faveur d'une consommation responsable ».¹¹ De plus, il y a **les entreprises partenaires**, qu'ils soient des petites entreprises, grandes entreprises, ou artisans, la caractéristique commune est qu'ils respectent des critères éthiques stricts. Sans oublier **les développeurs mobiles confirmés, les techniciens, les ingénieurs Sécurité et les ingénieurs IA** qui seront responsables de la conception et de la maintenance de l'application, ainsi que **Data Scientiste et Business analyste** responsables respectivement des modèles de scoring éthique et des analyses des besoins des utilisateurs.

⁸ <https://www.lucidchart.com/blog/fr/methode-qqqqccp>

⁹ <https://www.lucidchart.com/blog/fr/methode-qqqqccp>

¹⁰ <https://www.lucidchart.com/blog/fr/methode-qqqqccp>

¹¹ <https://infos.ademe.fr/magazine-juillet-2021/faits-et-chiffres/les-francais-et-la-consommation-responsable/>

Ajoutons à cela **les spécialistes API REST** qui vont non seulement s'assurer de la pertinence des labels éthiques des produits et des entreprises mais également de leur intégration sécurisée dans la base de données d'Ethica. Il y a également **l'avocat** qui sera responsable des aspects juridiques, ainsi que **les organisations, les associations et les testeurs** qui non seulement testeront notre application mais également aideront dans certaines phases du projet. Finalement, un service de conseil et de communication marketing et des responsables du commercial auront également une grande part du projet. Concernant **les maîtres d'ouvrage**, nous avons décidé de nous représenter en tant que MOA, à savoir les personnes qui commandent le projet, fixent le budget plus les délais et expriment leurs désirs en rapport avec la mise en place du projet,¹² ainsi qu'en tant que MOE, maître d'œuvre, chargé de superviser l'exécution de la mise en place d'Ethica,¹³ puisqu'il s'agit d'un cas de startup.

3. Où ?

Au niveau de l'accessibilité de l'application, cette dernière est disponible dans l'Appstore ainsi que le PlayStore et le GoogleStore. Quant à la zone de lancement, les locaux administratifs auront lieu en France, mais l'application elle-même vise les consommateurs dans toute l'Union Européenne.

4. Quand ?

Notre projet est conçu pour évoluer de manière continue avec des mises à jour régulières notamment au niveau de la base de données et de l'élargissement du réseau d'entreprises partenaires. Toutefois, avant cette vision finale, il y a plusieurs phases par lesquelles notre projet passera. Ses phases seront toutes détaillées dans la partie consacrée au GANTT dans ce rapport, néanmoins, quelques éléments seront quand même présentés dans cette partie. Premièrement, il y a la phase d'analyse et de cadrage qui durera 71 jours, et qui renfermera l'analyse des besoins des utilisateurs, l'identification des contraintes légales et de sécurité, l'identification des fonctionnalités de l'application, ainsi que le dépôt de la marque. La deuxième phase est celle de la conception, elle durera 69 jours. Dans cette dernière il y aura l'adaptation des maquettes et la validation juridique, la conception de la structure de la base de données, la création des prototypes et la définition des API nécessaires permettant l'accès aux données pertinentes.¹⁴ La troisième phase est celle du développement, cette dernière sera la plus longue puisqu'elle durera 175 jours, dans laquelle le développement de l'application aura lieu, notamment au niveau des API¹⁵ et des interfaces utilisateurs. La phase 4 qui durera 63 jours est celle des tests et de validations, à savoir, plusieurs tests utilisateurs auront lieu, ainsi que des processus de corrections d'anomalies et de validation de législations. Finalement, la phase 5 est celle du déploiement, elle durera 63 jours, et elle renfermera la communication commerciale, la mise en ligne ainsi qu'une revue finale. Toutes les détails concernant la mise en place de ce projet seront détaillés dans le GANTT, toutefois cette partie sert d'une première présentation de l'organisation du projet qui durera environ 442 jours.

5. Comment ?

Développement technologique :

Notre application a pour but de présenter plusieurs fonctionnalités, à savoir, pouvoir scanner des codes-barres, pouvoir localiser des magasins éthiques partenaires en fonction de sa localisation à l'instant même ainsi que pouvoir filtrer selon ses préférences de prix, de marque, de couleurs, de produits et autres. Ethica aura de plus une base de données large et pertinente sur les produits éthiques, les produits non éthiques et les entreprises éthiques ou pas ainsi que celles partenaires. Ces fonctionnalités

¹² <https://fr.indeed.com/conseils-carrieres/trouver-un-emploi/maitre-oeuvre-ouvrage-differences>

¹³ <https://fr.indeed.com/conseils-carrieres/trouver-un-emploi/maitre-oeuvre-ouvrage-differences>

¹⁴ <https://www.talend.com/fr/resources/data-source/>

¹⁵ Une API sert d'interface permettant à une application d'accéder aux données ou fonctionnalités fournies par un système tiers- source : <https://www.talend.com/fr/resources/api-definition/>

technologiques nécessitent une large expertise, d'où notre équipe de travail spécialisé qui veillera sur la mise en place de tout cela.

Ressources financières et modèle économique :

Au niveau du modèle économique, il y a plusieurs options de financement, en premier, la possibilité d'avoir l'aide au Développement Deep Tech de BPI France qui est une forme mixte de subvention et d'avance récupérables pour des projets innovants. Cette dernière est plafonnée à 2 millions d'euros.¹⁶ Il y a également la possibilité d'être financé grâce à WE DO GOOD¹⁷, une plateforme de crowdfunding éthique avec un système de royalties.

Partenariats et labellisation :

Il est également important de préciser qu'il y aura des partenariats avec les entreprises responsables qui souhaitent faire part de notre réseau d'entreprises. Cela signifie qu'un travail pour s'assurer que ces entreprises sont vraiment éthiques doit être mis en place.

Marketing et adoption du marché :

Sans oublier les campagnes de marketing qui permettront de mettre Ethica en avant sur le marché des applications éthiques. Des pratiques comme des campagnes sur les réseaux sociaux, des collaborations avec des influenceuses engagées ainsi qu'un système de fidélité et de récompense sur l'application permettra d'élargir la base d'utilisateur de l'application.¹⁸

6. Combien ?

Le projet en entier coûtera environ **916 503.36€**, dont la plus grande partie, à savoir, 710 900 euros pour les salaires chargés des salariés internes, 197 200 euros comme coûts de prestataires externes et 8403.36 euros pour les ressources matérielles et immatérielles.

7. Pourquoi ?

L'objectif principal d'Ethica est de faciliter la consommation éthique, en rendant l'expérience d'achat plus facile et plus accessible, ainsi que l'information plus transparente. Le but ne se limite toutefois pas à faciliter la consommation éthique pour les personnes déjà engagées mais de sensibiliser d'autres personnes à joindre cette cause en mettant en avant en quoi une expérience de consommation éthique ne diffère pas de celle traditionnelle et peut même être meilleure. Avec le réseau d'entreprises que nous proposerons, nous veillerons à ce que les prix et les options soient adéquates et satisfaisantes pour tout le monde. Dans le but de créer un monde plus éthique, plus responsable, plus juste et plus honnête, Ethica sera notre premier pas.

L'avant-projet

Etude de faisabilité

Définition de ce qu'est une étude de faisabilité, et le processus de sa mise en place.

L'étude de faisabilité, est une étape essentielle dans la mise en place d'un projet, il s'agit de comprendre l'avant-projet pour savoir si ce projet est viable ou pas. Cette étape préliminaire renferme

¹⁶ <https://www.bpifrance.fr/catalogue-offres/aide-au-developpement-deeptech>

¹⁷ Efficycle. (s.d.). WE DO GOOD : une plateforme de financement de projets éthiques avec un système de royalties. <https://www.efficycle.fr/we-do-good-une-plateforme-de-financement-de-projets-ethiques-avec-un-systeme-de-royalties/>

¹⁸ Gourvennec, Y., & Kratiroff, H. (2024). Le Marketing digital de @ à Z : Stratégie et outils pour mieux interagir avec vos audiences. Eyrolles

plusieurs volets, que ce soit celui, économique, technique, commercial ou même financier, il s'agit de comprendre en quoi ce projet peut avoir lieu, les implications de sa mise en place ainsi que les conséquences engendrées par un tel processus.¹⁹

La faisabilité technique et technologique

Il est important en premier de savoir que vu l'application se trouvera à la fois sur l'App store ainsi que sur le Play Store, deux codages de l'application seront nécessaires pour que ça fonctionne sur les système IOS et Android. Des frais supplémentaire auront lieu pour le développement d'un « cross-plateforme », à savoir, un code commun pour les deux systèmes.²⁰

Toujours en se basant sur le même site, d'autres facteurs influencent le prix élevé du développement de notre application. Que ce soit le design, les effets personnalisés, la complexité de l'infrastructure ou même le développement de l'API, plusieurs éléments doivent être pris en considération.

Il est important de prendre en compte la gestion de l'engagement des utilisateurs et de leurs compte, avec le cryptage des mots de passes, le stockage de ce mot de passe, le processus de recall en cas d'oubli, la gestion des données personnelles, la collection des données personnelles pour des feeds personnalisés et des offres adéquat. Tout cela sera pris en charge par le développeur de l'application, mais nécessitera du temps, ce qui fait que ça va couter plus cher.

Les achats intégrés

Un des éléments qui rend notre application différente de la concurrence sur le marché est le fait qu'elle propose non seulement des alternatives aux marques non éthiques, mais également la possibilité de faire un shopping directe en ligne des marques éthiques. Ce qui fait que l'intégration de ce mécanisme d'**achat dans l'application** nécessite une gestion particulière, notamment pour synchroniser la boutique avec soit un backoffice ou un logiciel de gestion tiers. Sans oublier les fonctionnalités de paiement, ainsi que les livraisons. Des accords doivent être fait avec les entreprises qui souhaitent faire part de notre appli, ainsi que le développement des modes de paiements qui nécessite chacune un temps supplémentaire pour le développeur, à savoir, le paiement peut être fait par des cartes de crédit, Google Wallet, Apple Pay et PayPal ou autres.²¹

Les services basés sur la localisation, filtrage de prix et mécanisme d'évaluation

Un autre plus dans notre application, c'est la proposition de boutiques éthiques à proximité de la position géographique, quand le client scan les codes-barres d'une marque de fast-fashion, il aura une évaluation de cette marque, ainsi que des alternatives, qui peuvent être soit acheter en ligne, soit en boutique qui seront proposés selon la géolocalisation de la personne, ainsi qu'un système de filtrage en se basant sur le prix. Tout cela rend les temps de développement plus allongés. La géolocalisation en particulier est assez complexe, puisqu'il faut demander l'autorisation des utilisateurs pour qu'ils acceptent de fournir leurs données GPS et assurer que cette fonctionnalité fonctionne même en cas de connexion limitée au réseau.²²

¹⁹ Cours de Madame Liotard- Slides Pages 25-27

²⁰ <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC>.

²¹ <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC>

²² <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC>

En ce qui concerne le système de filtres selon le prix, et l'évaluation de chaque produit cela également nécessite du temps, ainsi qu'une expertise non négligeable.²³ Sans oublier la base de données nécessaire pour un tel mécanisme, mais cela va être détaillé dans ce qui suit.

La mise en place de l'identification de codes-barres

La mise en place d'un système d'identification de codes-barres, nécessite également un travail conséquent de coding et développement ce qui augmentera le temps de développement et par la suite le tarif.²⁴

La maintenance de l'application

D'autres éléments à prendre en considération en calculant les coûts sera la maintenance de l'application, puisque les technologies ainsi que les tendances de marché sont en constante évolution, ainsi qu'il y a la possibilité d'apparition de certains bugs, ou même des mises à jour concernant les prix, les magasins, les marques, etc. Cela peut présenter un budget annuel de 5-15% du montant total de l'application.²⁵

Les bases de données

Finalement, un des éléments qui vont également augmenter le tarif et nécessiter du temps et des efforts considérables, c'est les bases de données. Au niveau de la tarification, les bases de données peuvent être trouvées gratuitement comme sur les sites des ONG, des organisations et autres, notamment quand il s'agit de savoir quelles marques sont éthiques et lesquelles ne le sont pas.²⁶ Ou une collaboration avec ces organisations en question peut avoir lieu. Un système de vérification de label peut également être mis en place, mais cela nécessitera beaucoup de temps, puisque ça sera au data analyste de s'assurer que les marques ont les labels ou pas, et donc former sa propre base de données, mais ça rend les données plus fiables ce qui boost la confiance des clients envers l'appli.²⁷ Il est également possible d'utiliser des plateformes et des sites déjà existants, même s'ils sont spécialisés dans un seul type de produit, avec plusieurs sites différents, la base de données créées sera exhaustive, toutefois cela nécessitera un spécialiste juridique pour comprendre les droits de l'auteur, ainsi que les conditions d'utilisation associés.²⁸ Finalement, une autre option sera celle de l'intégration des API tierces, à savoir, certaines plateformes de prestation proposent des interfaces de programmation (API) permettant d'accéder à leurs données, dans ce cas, SIA consulting paraît comme un excellent choix.²⁹

Marketing

Le marketing est une étape essentielle, pour pouvoir trouver du financement à l'application, ce projet doit être bien médiatisé que ce soit auprès des clients, ou de potentiel investisseurs, un dossier doit être préparé avec toutes les détails sur l'application pour voir comment attirer les investisseurs, ainsi que pour convaincre les marques éthiques de payer une contrepartie pour leur présence sur l'application, notamment en cas d'alternatives proposées, ainsi qu'en tant que boutique en ligne permettant aux clients d'acheter directement.³⁰ De ce fait, plusieurs du travail conséquent aura lieu notamment au niveau du Marketing et de la communication pour s'assurer que l'application sera bien médiatisée auprès des

²³ <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC>

²⁴ <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC>

²⁵ <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC>

²⁶ <https://www.publiceye.ch/fr/thematiques/industrie-textile/mode-agir-avec-nous/sources-dinformations-pour-une-mode-plus-juste>

²⁷ <https://www.ecoconso.be/fr/content/quels-sont-les-labels-fiables-pour-choisir-un-vetement-durable>

²⁸ <https://www.modames.com/consommation-responsable/15-meilleures-applis-consommer-responsable/>

²⁹ <https://www.sia-partners.com/fr/publications/publications-de-nos-experts/applications-et-startups-ethiques?>

³⁰ <https://diroix.com/fr-fr/post/comment-convaincre-investisseurs-financer-projet-app-phase-decouverte>

clients, comme auprès des entreprises éthiques, organisations, ONG et potentiels investisseurs. Cela présentera une addition au budget³¹

Designer

Pour attirer les clients et les investisseurs, il est primordial de rendre l'application attrayante et facile à manipuler, cela est le rôle du designer.³²

Analyse de faisabilité économique et financière

Estimation des coûts

En se basant sur un devis effectué pour une application moins complexe que la nôtre, et avec tous les éléments détaillés avant et que nous comptons intégrer dans notre application, le budget total est estimé aux alentours de 150 000 et 170 000 euros pour l'application uniquement.³³ Il reste également les salaires des employés et des prestataires qui relèveront le total jusqu'aux alentours des 1 millions d'euros. Pour les détails, tout sera abordé dans le budget final, il y a la possibilité de demander un devis en ligne, mais nous risquons de perdre l'idée.

Sources de financement

Les possibilités de financements sont plusieurs, nous pouvons faire en sorte que l'application s'autofinance à travers les paiements mensuelles des marques éthique qui payent pour qu'ils soient proposées comme une alternative (après vérification de leur statut), ainsi que de faire part du centre commercial éthique en ligne proposé par l'application. Les publicités peuvent également être une source de financement. Il y a également la possibilité d'attirer des investisseurs privés, ou même de demander des aides et subventions à l'innovation de l'Etat.³⁴ Sans oublier la possibilité d'avoir l'aide au Développement Deep Tech de BPI France qui est une forme mixte de subvention et d'avance récupérables pour des projets innovants. Cette dernière est plafonnée à 2 millions d'euros.³⁵ Ainsi que des aides des plateformes de Crowd Funding comme WE DO GOOD.³⁶

Revenu et rentabilité

Les revenus et rentabilité devront potentiellement venir de ce qui est payé par les entreprises qui font part sur l'application. Sans oublier un potentiel pourcentage des ventes effectué via l'application, toute cela dépendra des contrats avec les partenaires.

Analyse de faisabilité commerciale : Position dans le marché et par rapport à la concurrence

Demande de marché

Il y a une tendance de plus en plus forte chez les consommateurs à privilégier les produits éthiques, responsables, et écologiques. Selon plusieurs études, les consommateurs sont de plus en plus conscients de l'impact de leurs achats sur l'environnement et la société. Le public cible sera donc les consommateurs soucieux de l'éthique dans leurs achats (milléniaux, génération Z), les personnes intéressées par des produits écologiques et respectueux des droits humains, et ceux qui cherchent des alternatives aux grandes entreprises de la consommation de masse. Sans oublier les petits commerçants

³¹ <https://foxdata.com/fr/blogs/-a-comprehensive-guide-to-plan-your-mobile-app-marketing-budget/>

³² <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC.>

³³ Voir Annexe pour la référence du budget, source : <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC.>

³⁴ <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/aides-financement-innovation#:~:text=Le%20cr%C3%A9dit%20d'imp%C3%B4t%20innovation,-Le%20cr%C3%A9dit%20d&text=Depuis%20janvier%202023%2C%20il%20s,et%2060%20%25%20pour%20les%20DOM.>

³⁵ <https://www.bpifrance.fr/catalogue-offres/aide-au-developpement-deeptech>

³⁶ Efficycle. (s.d.). WE DO GOOD : une plateforme de financement de projets éthiques avec un système de royalties. <https://www.efficycle.fr/we-do-good-une-plateforme-de-financement-de-projets-ethiques-avec-un-systeme-de-royalties/>

et grandes entreprises ayant des processus de production éthiques, qui seront potentiellement notre source de financement dans notre application.³⁷

Concurrence

Bien qu'aucune des applications sur le marché ne présente les facilités et les services de manière aussi complète que la nôtre, il est indispensable de prendre en compte la concurrence potentielle dans l'étude de faisabilité du projet. Mais avant d'entrer dans les détails, il est important de mentionner que beaucoup de fonctionnalités de notre application peuvent être trouvées sur des sites web mais pas sur des applications aussi complètes. En premier, la plus connue sera Yuka, une application qui se concentre sur la santé et la qualité nutritionnelle des produits. Il y a également des plateformes comme éthique sur l'étiquette, Get Changed !, WearFair, FairAct et Utopia et des applications comme **Buycott**, permettent toutes de boycotter des marques en fonction de critères éthiques.³⁸ Toutefois, ces plateformes se focalisent uniquement sur la fashion, alors que notre application couvre tous les produits, en plus ces applications ne proposent la possibilité d'acheter directement, ni de trouver une boutique éthique en fonction de la géolocalisation.³⁹

Partenariat

Plusieurs partenariats possibles : Que ce soit les ONG ou même des applications déjà existantes comme WedressFair, plusieurs pistes sont possibles, mais cela revient à l'équipe de Marketing et de communication de bien médiatiser l'application.⁴⁰ Sans oublier le réseau d'entreprise qui sera présent sur l'application et qui permettra les achats intégrés via Ethica.

Analyse de faisabilité juridique

La conformité aux législations

Toute nouvelle application doit respecter des cadres réglementaires clairs et précis, notamment quand il s'agit d'une application de consommation éthique. Pour commencer, concernant la protection des données, Ethica aura une équipe juridique qui veillera sur le respect de la RGPD, le Règlement Général sur la Protection des Données, appliqué depuis mai 2018 en Europe.⁴¹ De ce fait, comme Ethica collecte des données via les scans des codes-barres, les fonctions de géolocalisations, et les identifications de préférences, elle doit garantir le consentement de ces clients concernant les informations qui seront collectées ainsi que leur gestion.⁴² Quant aux certifications, la base de données d'Ethica sera créée en s'appuyant sur des labels connus et fiables comme Fair Trade, B corp, Ecolable européen, et beaucoup d'autres qui seront sélectionnées par le spécialiste API ainsi que l'avocat. Finalement, ces labels, ainsi que d'autres mécanismes de vérification de pertinence de données permettront d'éviter le greenwashing et toute information non fiable puisque selon l'article L121-1 du code de la consommation en France, toutes les informations doivent être fiables pour ne pas faire part de publicité trompeuse.⁴³

Droit commercial et contrats avec les partenaires

Dans le cadre de l'adhésion des entreprises au réseau éthique présenté par Ethica, des contrats clairs qui définissent leur engagement, les modalités de paiements ainsi que les conditions d'utilisation, seront nécessaires. De ce fait, notre avocat en coopération avec un spécialiste en droit commercial travaillera sur la rédaction de conditions solides pour éviter les litiges et s'assurer d'une bonne continuation des activités de l'application. De plus, comme l'application génère des revenus via les abonnements ainsi

³⁷ L'ObSoCo & Citeo. (2023). *Observatoire de la consommation responsable. Deuxième vague. Enquête menée du 16 au 28 novembre 2022*, https://lobso.co/wp-content/uploads/2021/01/LObSoCo_CITEO_Observatoire-de-la-consommation-responsable_RAPPORT-COMPLET.pdf

³⁸ <https://www.modames.com/consommation-responsable/15-meilleures-applis-consommer-responsable/>

³⁹ <https://www.publiceye.ch/fr/thematiques/industrie-textile/mode-agir-avec-nous/sources-d'informations-pour-une-mode-plus-juste>

⁴⁰ <https://www.wedressfair.fr/marques>

⁴¹ <https://www.cnil.fr/fr/cadre-europeen>

⁴² <https://www.geoplugin.com/resources/gdpr-location-data-how-to-collect-it-legally-and-avoid-fine/>

⁴³ https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000028747832/2025-03-20

que les commissions, Ethica sera sujet des réglementations sur le commerce en ligne. Puisque les locaux administratifs de l'application seront en France, Ethica devra suivre la loi pour une république numérique de 2016 qui impose des obligations de transparence et autres, notamment dans le cadre de mise en relation entre des entreprises et des consommateurs.⁴⁴

Protection de l'application

Pour protéger l'application, il est primordial de déposer la marque de l'application, donc son nom et son logo auprès de l'INPI en France⁴⁵ et de l'EUIPO en Europe.⁴⁶

Gestion des données des utilisateurs

Comme Ethica traite les données des utilisateurs par le biais des barre-codes scannés, des identifications de préférences ainsi que de la géolocalisation, une politique de confidentialité doit être adoptée. La CNIL recommande le consentement explicite avant la collecte, comme déjà mentionné, de plus, elle recommande le droits des utilisateurs à accéder à leurs données et à pouvoir les modifier, voire les supprimer.⁴⁷ Finalement, la CNIL précise également l'importance du principe de minimisation dans le sens où seules les données nécessaires seront collectées.⁴⁸ Sans oublier l'importance de respecter les normes PCI DSS⁴⁹ pour sécuriser les paiements des clients en ligne.⁵⁰

⁴⁴ <https://www.economie.gouv.fr/transparence-plateformes-numeriques-decrets-renforcent-legislation>

⁴⁵ <https://agence-juridique.com/articles/inpi-missions-role-et-fonctionnement/>

⁴⁶ <https://www.cabinetbouchara.com/en/lexicon/euipo/>

⁴⁷ <https://www.cnil.fr/fr/cnil-direct/question/quels-sont-les-grands-principes-des-regles-de-protection-des-donnees>

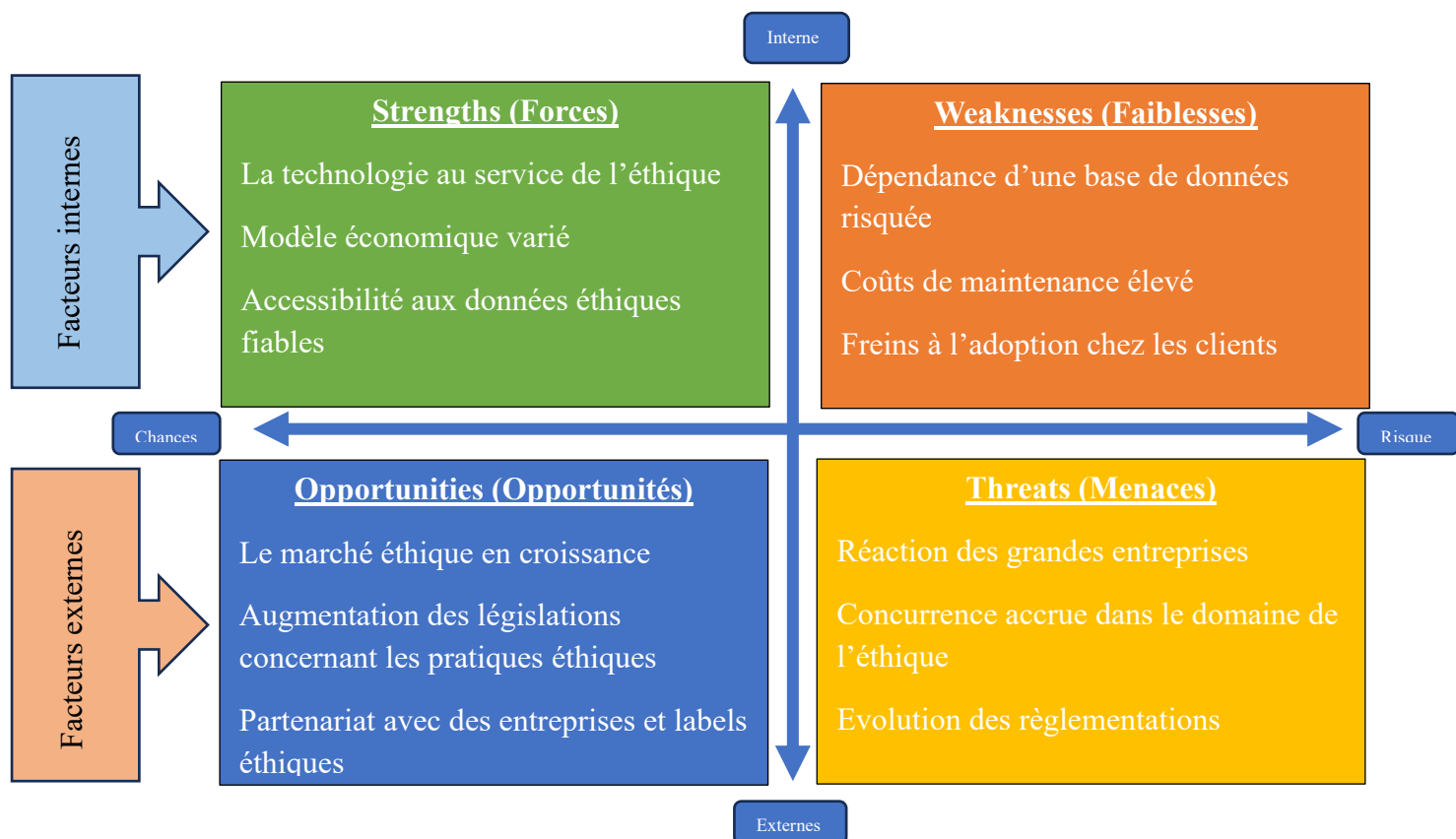
⁴⁸ <https://www.cnil.fr/fr/cnil-direct/question/quels-sont-les-grands-principes-des-regles-de-protection-des-donnees>

⁴⁹ Payment Card Industry Data Security Standard

⁵⁰ <https://stripe.com/fr/guides/pci-compliance>

Le SWOT

Pour commencer, il est essentiel de connaître que le SWOT est un outil qui sert à construire un plan d'action, en identifiant les risques, les faiblesses, les opportunités et les forces du projet en se basant sur des facteurs externes ainsi qu'internes.⁵¹



Les forces

Une des forces de notre application concerne **la technologie au service de l'éthique**, à savoir, notre application permet aux consommateurs d'obtenir des informations en temps réel via le scan des barcodes, elle permet également par le biais des services de géolocalisation d'identifier les boutique éthiques à proximité de l'utilisateur toujours en temps réel. Vu les changements dans les préférences et les comportements de consommation, de plus en plus de gens sont intéressés par la consommation éthique notamment si elle se fait en ligne et avec des facilités technologiques.⁵² Ajoutons à cela, ces facilités font que notre application présente un **modèle économique varié et innovant**, il ne s'agit pas uniquement d'une application de contrôle du caractère éthique des produits, mais également un réseau d'achat en ligne englobant les entreprises éthiques ayant différents niveaux de prix, l'application permet également le shopping traditionnel comme déjà expliqué. Finalement, une des forces clés de notre application est qu'elle permet une **accessibilité aux données éthiques fiables** notamment dans un contexte commercial où la beaucoup d'entreprises font du greenwashing, une méthode de marketing ayant pour but de présenter l'entreprise comme éco-responsable alors que ce n'est pas vraiment le cas.⁵³

⁵¹ Corbel, Jean-Claude. Management de projet : Fondamentaux, Méthodes, Outils. 3e éd., Dunod, 2019.

⁵² <https://vorecol.com/fr/blogs/blog-levolution-des-preferences-des-consommateurs-et-leur-influence-sur-les-logiciels-dengagement-145180>

⁵³ <https://www.novethic.fr/lexique/detail/greenwashing.html>

Les Faiblesses

Quant aux faiblesses, Ethica présente quelques limites qui doivent être pris en considération, premièrement, notre application dépend d'une base de données risquée, puisque la sujet de la consommation éthique est sensible et le succès de l'application dépend de la fiabilité des informations que l'application peut fournir. De ce fait, avec le risque grandissant du greenwashing,⁵⁴ et la constante évolution de la base de données,⁵⁵ une mise à jour régulière est nécessaire, puisque des informations incomplètes ou non pertinentes peuvent nuire considérablement à la réputation d'Ethica, d'où l'importance de la prise en compte d'une telle faiblesse.⁵⁶ De plus, Ethica nécessite **un coût de maintenance élevé**. Avec la mise à jour des données, l'intégration de nouvelles entreprises, la prise en compte des plaintes des utilisateurs et la mise à jour des technologies de scanning des barre-codes ainsi que de la géolocalisation, des coûts continus et élevés sont à prévoir, savoir, environ 20,7% du coût de développement initial.⁵⁷ Finalement, la troisième faiblesse d'Ethica sera les potentiels freins à **l'adoption de l'application au début**. Comme il s'agit d'une nouvelle technologie, et malgré la volonté d'une grande partie de consommateurs à changer de leurs habitudes pour consommer de plus en plus durable et éthique,⁵⁸ une rupture totale avec les anciennes habitudes de consommation n'est pas très facile, un effort est nécessaire ainsi qu'une assiduité et une volonté de rester dans cette optique de consommation pour le bien de la nature et de l'humanité. De ce fait, il est nécessaire de prévoir cette faiblesse, il s'agit d'un nouveau type de consommation, qui nécessitera du temps et des efforts pour y adhérer totalement.⁵⁹ Une étude menée par HEC Montréal souligne la complexité du processus de transition vers une consommation éthique et durable, bien que les individus reconnaissent l'importance de la cause.⁶⁰ Ajout des nouvelles générations

Les Opportunités

Comme déjà expliqué, malgré la résistance au changement chez certains quant à la modification de leurs habitudes de consommation, **le marché de la consommation responsable reste quand même en croissance** et présente beaucoup d'opportunités futur avec une base de clients qui s'élargie avec le temps comme prendre en compte l'éthique dans une décision d'achat devient de plus en plus parmi les préoccupation des consommateurs notamment les nouvelles générations. De plus, **l'augmentation des législations concernant l'éthique et la durabilité, obligeant des entreprises à entamer des pratiques du genre**, ce qui montre en quoi le marché d'Ethica est de plus en plus un marché important.⁶¹ A savoir, beaucoup de gouvernement commencent à renforcer les réglementations concernant les pratiques commerciale ainsi que l'éthique et la durabilité notamment,⁶² ce qui peut fait de cette application une potentielle solution adoptée par les entreprises ou même l'état lui-même. Finalement, comme déjà mentionné dans l'étude de faisabilité, Ethica présente de plus en plus d'opportunités de **collaborations avec des organisations ou même des labels éthiques**, que ce soit FairTrade ou autre,⁶³ de tels partenariats renforceront la crédibilité de l'application élargira sa base de données.⁶⁴

⁵⁴ <https://www.linkedin.com/pulse/ethical-dilemma-greenwashing-bellaterraconsulting>

⁵⁵ <https://agile.coop/our-work/ethical-consumer/>

⁵⁶ <https://dataladder.com/fr/limpact-de-la-mauvaise-qualite-des-donnees-risques-defis-et-solutions/>

⁵⁷ <https://www.netdevices.fr/cout-de-maintenance-application-mobile/>

⁵⁸ <https://vorecol.com/fr/blogs/blog-levolution-des-preferences-des-consommateurs-et-leur-influence-sur-les-logiciels-dengagement-145180>

⁵⁹ **Mercier, Naoko Fanny.** *Transition individuelle vers des comportements de consommation éthique et responsable : approche par récits de vie*. Mémoire de maîtrise, HEC Montréal, 2019. <https://biblos.hec.ca/biblio/memoires/m2019a613580.pdf>

⁶⁰ **Mercier, Naoko Fanny.** *Transition individuelle vers des comportements de consommation éthique et responsable : approche par récits de vie*. Mémoire de maîtrise, HEC Montréal, 2019, <https://biblos.hec.ca/biblio/memoires/m2019a613580.pdf>

⁶¹ <https://www.actu-juridique.fr/environnement/durabilite-queles-sont-les-nouvelles-obligations-pour-les-societes-commerciales/>

⁶² <https://plana.earth/fr/academy/eu-esg-regulations>

⁶³ <https://www.ecoconso.be/fr/content/quels-sont-les-labels-fiabiles-pour-choisir-un-vetement-durable>

⁶⁴ <https://www.frontify.com/en/guide/ethical-branding>

Les Menaces

Pour les menaces, et comme déjà précisé, le marché de l'éthique devient de plus en plus important, ce qui fera que **la concurrence sur ce marché deviendra de plus en plus accrue**. De nombreuses applications, plateformes et services, se manifestent dans l'espace de la consommation responsable aujourd'hui, même si différentes d'Ethica, elles présentent quand même une menace de concurrence, rendant plus difficile de se démarquer et d'attirer de nouveaux utilisateurs.⁶⁵ Ajoutons à cela, une telle application, présentant une distinction par code-barres des produits non-éthiques, dont la source est principalement des grandes entreprises de Fast Fashion,⁶⁶ peut susciter des réactions négatives comme des essais de discrédité l'application ainsi que de potentielles poursuites en justice par ces grandes entreprises.⁶⁷ Sans oublier que certaines entreprises, éthiques ou pas, peuvent développer même leurs propres outils pour attirer plus de clients.⁶⁸ Enfin, une dernière menace sera celle de l'évolution des réglementations⁶⁹ qui nécessitera par la suite des mises à jour parfois drastiques, qui sont à la fois coûteux et risqué si non détectés et non réglés à temps.

Etude des risques

Une matrice de risque⁷⁰ a pour but d'évaluer le risque d'un projet en fonction de deux facteurs, la gravité et la probabilité d'occurrence.⁷¹ C'est un outil d'analyse attribuant à chaque événement un degré d'événement, mineur, moyen ou élevé en fonction d'un score allant de 1 à 25, avec 1 étant le risque le moins grave et le moins probable et 25 étant celui le plus grave et le plus probable.⁷² Le score lui-même est calculé en multipliant le degré de gravité de l'événement avec le degré de sa probabilité d'occurrence, avec les deux facteurs ayant des degrés allant de 1 à 5 avec 1 étant le moins grave ainsi que le moins probable et 5 étant le plus grave et le plus probable.⁷³ Pour mieux comprendre, un exemple d'une matrice de risque sera présenté dans ce qui suit. Néanmoins, avant de montrer la matrice elle-même, il est primordial d'identifier les risques ainsi que leur degré d'événement.

Explication des risques

Risque 1 : Concurrence avec les applications de consommation éthique déjà existantes

Ce risque est très probable puisque la consommation éthique attire de plus en plus les consommateurs, notamment les jeunes,⁷⁴ ajoutons à cela, le marché des applications éco-responsables et éthique est en croissance significative, ayant un taux de croissance annuel composé (TCAC) estimé à 24,73% entre 2023 et 2032, ce qui intensifie la concurrence.⁷⁵ Toutefois, la gravité d'un tel risque reste modérée. Quoique la concurrence soit une difficulté, elle ne met pas le projet en suspension totale, puisque beaucoup d'autres applications éthiques ont pu se démarquer comme Clear Fashion qui a été comme la « Yuka de la mode », et avec les spécificités d'Ethica et ses fonctionnalités uniques,⁷⁶ non présente sur le marché, cela lui permettra de se distinguer et d'attirer une base d'utilisateurs large.

Risque 2 : Risque de données non fiables et cas d'entreprises exerçant le greenwashing

⁶⁵ <https://www.journaldunet.com/retail/1506393-yuka-buyormot-ou-encore-scanup-queelles-sont-les-consequences-des-applications-de-consommation-responsable-sur-l-economie-actuelle/>

⁶⁶ <https://moralscore.org/>

⁶⁷ <https://www.fondationconcorde.com/wp-content/uploads/2020/03/Les-grandes-entreprises-face-a-u-risque-sociale-CC%81tal-en-France.pdf>

⁶⁸ <https://www.linodurable.fr/consol-la-marque-responsable-cest-qui-le-patron-lance-une-application-de-notation-des-produits>

⁶⁹ Bazot, A., Marsaud, J., & Meyling, M.-H. (2023). Consommation durable : favoriser une économie de la sobriété pour passer de la prise de conscience aux actes. Conseil économique, social et environnemental. Adopté le 12 juillet 2023.

⁷⁰ https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2023/2023_21_conso_durable.pdf

⁷¹ https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2016-09/risk_management_guide_for_tax_administrations_fr.pdf

⁷² <https://asana.com/fr/resources/risk-matrix-template>

⁷³ <https://asana.com/fr/resources/risk-matrix-template>

⁷⁴ <https://asana.com/fr/resources/risk-matrix-template>

⁷⁵ <https://commons-media.fr/uncategorized/consommation-ethique-en-2025-le-reveil-des-jeunes-generations/>

⁷⁶ <https://www.wiseguyreports.com/reports/eco-friendly-apps-market>

⁷⁷ <https://www.marcelle.media/clear-fashion-appli-mode/>

Le greenwashing est une stratégie de marketing qui consiste en un « écoblanchissement », dans le sens où l'entreprise se déclare écoresponsable mais ne l'est pas en réalité.⁷⁷ Comme cette pratique est assez répandue parmi les entreprises, à savoir, 1 entreprise française sur 4 est accusée de greenwashing,⁷⁸ ce qui fait que la probabilité d'avoir une entreprise exerçant le greenwashing sur Ethica est non négligeable donc probable. Un tel problème aura des effets négatifs majeurs sur la crédibilité et la réputation d'Ethica. Avoir des options non éthiques contrairement à comment ils sont présentés sur Ethica entraînera une perte de confiance des utilisateurs. Ce risque sera particulièrement abordé en détails prochainement.

Risque 3 : Problèmes de financement

Bien que financer un projet conséquent présente toujours des complexités, cependant, puisque le nôtre est axé sur l'éthique et l'écoresponsabilité, beaucoup d'opportunités de financement existent, à savoir, le gouvernement Français a dédié une enveloppe d'1,15 milliards d'euros de fonds vert pour soutenir des projets écoresponsables locaux.⁷⁹ L'effet de ce risque reste toutefois catastrophique puisque l'absence de financement signifie l'arrêt du projet.

Risque 4 : Complexité à attirer des commerçants vers l'application

Comme notre application présente plusieurs critères stricts et qu'elle est assez nouvelle sur le marché, signifiant qu'elle aura au début une faible base d'utilisateurs, cela peut causer une hésitation chez les commerçants à rejoindre le réseau d'entreprise d'Ethica, ce qui est possible comme risque. Toutefois, l'effet reste mineur comme un tel problème ne condamnera pas totalement l'application, et comme il existe toujours des possibilités d'ajuster l'offre ou même d'attirer les partenaires clés avec le temps.

Risque 5 : Excès dans les coûts de développement de l'application en comparaison avec ce qui a été prévu

Un tel risque est possible, puisqu'une application avec la complexité de la nôtre aura tendance à dépasser le budget prévu initialement,⁸⁰ notamment en cas de développement imprévus ou même en cas de besoins d'optimisation. La gravité d'un tel risque est modérée puisqu'il peut ralentir l'avancement du projet, mais une bonne gestion budgétaire et une anticipation permettra de l'éviter.

Risque 6 : Problèmes dans le scan des codes-barres

Même si Ethica fera part de plusieurs tests de fonctionnement avant son lancement, néanmoins, un tel souci technique est possible notamment en début de projet puisque notre application dispose de quelques technicalités complexes. De plus, un tel problème a un effet majeur puisqu'il peut causer une perte d'utilisateurs, et par la suite une perte dans les réseaux d'entreprises puisque le nombre de clients a diminué.

Risque 7 : Difficulté à créer une base d'utilisateurs

Ce risque est peu probable puisque Ethica présente une expérience de shopping éthique et innovante qui satisfait l'appétence grandissante des consommateurs vers ce marché en expansion constante, notamment les jeunes.⁸¹ Ajoutons à cela, les facilités techniques et technologiques qu'offre Ethica fait

⁷⁷ <https://www.leasetic.fr/blog/greenwashing-risques-pris-par-entreprises>

⁷⁸ <https://youmatter.world/fr/categorie-economie-business/greenwashing-france-entreprises-chiffres-dgccrf/>

⁷⁹ <https://www.ecologie.gouv.fr/presse/lancement-du-fonds-vert-2025-financer-planification-ecologique-investissements-durables-nos>

⁸⁰ <https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/#:~:text=Une%20application%20mobile%20de%20base,30.000%E2%82%AC%20et%2050.000%E2%82%AC>

⁸¹ <https://www.lekaba.fr/article/nouvelle-generation-et-ecologie-comment-la-gen-z-redefinit-la-consommation-durable>

que la base d'utilisateur s'élargira sans difficulté. Quant à la gravité de ce problème, elle est relativement mineure puisqu'avec les stratégies de marketing adaptées, le risque pourra être anticipé, voire dépassé.⁸²

Risque 8 : Non-conformité avec les normes légales (RGPD, droits de l'Homme)

Un tel risque est peu probable puisqu'un travail juridique sera fait en amont dans le but d'éviter un tel problème, même si les erreurs peuvent toujours arriver. Malgré sa possibilité d'occurrence limitée, un tel problème peut avoir des effets majeur comme le non respects des normes légale peut entraîner des sanctions légales, des amendes ainsi qu'une perte de crédibilité affectant par la suite la réputation de l'application.⁸³

Risque 9 : Conflits avec les entreprises partenaires concernant les processus éthiques

Ce risque de litige est peu probable puisque les entreprises partenaires seront bien sélectionnées, en plus il a une gravité mineur dans le sens où, même en cas de différends, le projet ne sera pas bloqué.

La Matrice des risques

	Négligeable (1)	Mineure (2)	Modérée (3)	Majeure (4)	Catastrophique (5)
Très probable (5)	(5)	(10)	(15)	(20)	(25)
Probable (4)	(4)	(8) Concurrence accrue des applications existantes sur la consommation éthique	(12)	(16) Difficulté à s'assurer de la véritable écologie des produits (risque de greenwashing et d'information non fiables)	(20)
Possible (3)	(3)	(6) Difficulté à attirer des commerçants dans le réseau éthique	(9) Coûts de développement de l'application plus élevés que prévu	(12) Bugs dans le scan des codes-barres	(15) Problème de financement
Peu Probable (2)	(2)	(4) Difficulté à créer une base d'utilisateurs	(6)	(8)	(10) Non-conformité avec les normes légales ou éthiques (ex : RGPD, droits de l'homme) -
Très peu probable (1)	(1)	(2)	(3) Litiges avec des entreprises partenaires concernant les processus éthiques	(4)	(5)

⁸² <https://www.smart-agency.fr/blog/top-techniques-acquisition-plus-utilisateurs-application-mobile>

⁸³ <https://solutions.lesechos.fr/juridique/loi-conformite/loi-rgpd-quelles-sanctions-pour-les-entreprises-en-cas-de-non-conformite/>

Détailler un des risques : Risque de greenwashing et de données non fiables

84

Description du risque

Le greenwashing désigne les pratiques trompeuses par lesquelles certaines entreprises se présentent comme écologiques alors que leurs produits ou processus ne respectent pas réellement les critères de durabilité. Dans le cadre de cette application, il existe un risque que les informations affichées soient biaisées, insuffisantes ou basées sur des auto-déclarations non vérifiées des entreprises. Cette situation pourrait conduire l'application à recommander des produits qui ne sont pas véritablement éthiques, ce qui irait à l'encontre de son objectif principal.⁸⁵

Potentielles conséquences

La conséquence principale de ce risque est la perte de confiance et de crédibilité de l'application.⁸⁶ Une fois les consommateurs réalisent que certains produits étiquetés comme "éthiques" ne le sont pas réellement, ils vont arrêter d'utiliser l'application et même de décourager d'autres utilisateurs potentiels.⁸⁷

Il y a également l'impact environnemental et social. En effet, promouvoir involontairement des produits issus de greenwashing, nuit à la consommation responsable qui était de base le but principal de l'application, ce qui fait que malgré ses intentions principales, l'application devient contre-productive.⁸⁸ Ce qui rendra la mission de sensibilisation et d'accompagnement des consommateurs dans leurs choix de l'application inefficace.⁸⁹

Il existe de plus un risque juridique. En cas d'informations trompeuses ou erronées, l'application pourrait être tenue pour responsable et faire face à des plaintes de consommateurs ou d'associations de protection des consommateurs.⁹⁰ Ce qui peut potentiellement entraîner des sanctions financières, et nuire à la réputation de l'application sur le long terme.⁹¹

Enfin, en cas de greenwashing, attirer les entreprises réellement engagées devient difficile, ce qui sera menaçant pour la croissance du projet, puisque les marques garantisse une transparence totale sur leurs pratiques vont hésiter à s'associer à une plateforme marqué par une impertinence dans son évaluation des produits.⁹² Cela limiterait les alternatives proposées aux utilisateurs en réduisant le nombre de partenariats stratégiques.

En cas de Greenwashing : Que faire ?

En cas de déclaration de greenwashing après l'intégration d'un produit sur l'application, il est nécessaire d'entamer une mise à jour immédiate des données. Le produit concerné doit être retiré des recommandations et une alerte devrait être envoyée aux utilisateurs pour les informer de la correction mise en place.

De plus, l'application peut présenter un système de signalement par les utilisateurs ce qui donnera la possibilité aux consommateurs de signaler des problèmes ou des doutes sur certains produits via un

⁸⁴ [file:///D:/Downloads/coleacp-manuel-3-fr-0%20\(1\).pdf](file:///D:/Downloads/coleacp-manuel-3-fr-0%20(1).pdf)

⁸⁵ <https://plana.earth/fr/glossaire/greenwashing>

⁸⁶ <https://fastercapital.com/topics/the-impact-of-greenwashing-on-consumer-trust.html>

⁸⁷ <https://www.clearprint.com/how-accurate-product-labels-impact-sales/>

⁸⁸ <https://fastercapital.com/topics/the-impact-of-greenwashing-on-consumer-trust.html>

⁸⁹ <https://www.changeplasticforgood.com/articles/how-greenwashing-impacts-the-environment/>

⁹⁰ <https://www.clearprint.com/how-accurate-product-labels-impact-sales/>

⁹¹ <https://www.clearprint.com/how-accurate-product-labels-impact-sales/>

⁹² <https://fastercapital.com/topics/the-impact-of-greenwashing-on-consumer-trust.html>

formulaire intégré à l'application, afin de corriger rapidement les erreurs et de renforcer la crédibilité de la plateforme. Cette idée est déjà adoptée par le ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique via le système SignalConso, qui permet qu'un consommateur de signaler des cas de greenwashing dans des magasins physiques.⁹³

Sans oublier l'importance d'une enquête interne suivie ainsi que d'un renforcement des contrôles dans le but de savoir comment l'information trompeuse a pu être validée et d'adapter les critères d'évaluation pour éviter qu'une telle situation n'ait lieu à l'avenir.⁹⁴

Enfin, il est indispensable d'avoir une stratégie de communication de crise. A savoir, si un produit promu finit par être non conforme aux critères éthiques, l'administration de l'application doit publier une communication officielle expliquant les mesures correctives. Cela permettra de préserver la réputation de l'application en montrant une volonté de transparence et d'amélioration continue.⁹⁵

Actions préventives : Comment éviter ce risque ?

Pour minimiser ce risque, il est primordial de mettre en place des critères de certification stricts. L'application ne devrait intégrer que des marques certifiées par des labels reconnus tels que Fair Trade, EU Ecolabel ou encore RDS.⁹⁶ Ce qui limitera les pratiques de greenwashing en s'appuyant sur des normes établies et reconnues.⁹⁷

Il est également crucial d'établir une vérification rigoureuse des sources d'information, en croisant les données de l'application avec des bases de données indépendantes et d'avoir recours à des audits externes pour éviter les autodéclarations des entreprises.^{98 et 99}

Dans le but de renforcer la confiance des consommateurs, il est également primordial d'afficher avec transparence les critères d'évaluation, pour que les utilisateurs puissent accéder facilement aux éléments sur lesquels se base l'application pour qualifier un produit comme éthique, avec un système qui explique clairement les critères retenus et qui donne accès aux sources utilisées, cela a été précisé par le Conseil National de la Consommation.¹⁰⁰

Finalement, il est possible de collaborer avec des ONG et des experts du secteur pour s'assurer de la fiabilité des informations. En intégrant des organisations spécialisées dans l'éthique et l'écologie au sein du processus de validation des données, l'application pourrait bénéficier d'une expertise externe et limiter les risques d'erreurs ou de désinformation.

Des mesures sur le long terme

Sur le long terme, des rapports annuels montrant des indicateurs concernant la fiabilité des données permettra de limiter qu'un tel risque ait lieu. Plusieurs indicateurs s'avèrent importants, premièrement, le taux de signalements d'informations erronées par les utilisateurs, cet indicateur sera déduit via l'application elle-même. Ce système de signalement a été adopté par Snapchat pour la détection de fausses informations, même si pour des raisons différentes, le principe reste le même.¹⁰¹ Deuxièmement, il est possible de considérer le taux de satisfaction des utilisateurs concernant la fiabilité des informations, via des sondages réguliers, toujours sur l'application. La fréquence de mises à jour de la base de données ainsi que le nombre de produits et marques vérifiés par des tiers indépendants (comme

⁹³ <https://signal.conso.gouv.fr/fr/tromperie-allegation-label-environnement-magasin>

⁹⁴ https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2024-06/ESMA36-287652198-2699_Final_Report_on_Greenwashing.pdf

⁹⁵ <https://www.lafrenchcom.fr/faq/communication-de-crise-et-greenwashing/>

⁹⁶ <https://www.ecoconso.be/fr/content/quels-sont-les-labels-fiabiles-pour-choisir-un-vetement-durable>

⁹⁷ <https://gsh.cib.natixis.com/our-center-of-expertise/articles/the-green-claims-directive-proposal-the-eu-arms-up-against-greenwashing>

⁹⁸ <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20240111STO16722/stopping-greenwashing-how-the-eu-regulates-green-claims>

⁹⁹ <https://institut-superieur-environnement.com/blog/comment-distinguer-les-vraies-entreprises-ethiques-du-greenwashing/>

¹⁰⁰ https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cnc/avis/2023/Allegations_environnementales/guide_2023.pdf

¹⁰¹ <https://www.csa.fr/web/index.php/content/download/264060/832981/version/1/file/Lutte%20contre%20la%20manipulation%20de%20l'information%20-%20D%C3%A9claration%20Snapchat%20-%202020.pdf>

TCO par exemple)¹⁰² peuvent être considéré comme des indicateurs clés dans ces rapports. Finalement, il est possible de suivre l'évolution des nombre de labels et certifications intégrés dans la base de données pour plus de précision.

Organisation et planification du projet

Équipe de projet et rôles

Présentation de l'équipe et des rôles respectives

MOA : Il s'agit du donneur d'ordre au profit de qui l'ouvrage est réalisé.¹⁰³

- Etant donnée qu'il s'agira d'une startup, les maitres d'ouvrage seront nous : ROUMBO PHILIPPE et BALTAGI REINA.

MOE : Organisation ou personne garante de la bonne réalisation technique des solutions.¹⁰⁴

- **Chef de projet**

Ce sera nous qui allons assurer le bon déroulement du projet du début à la fin.

Développeur backend confirmé

Son rôle sera de concevoir et maintenir la partie serveur et base de données de l'application en mettant en place la base de données, travailler avec le spécialiste API REST pour valider les choix techniques qui auront lieux lors de la phase de conception du projet, mais également travaillé dans toute la phase de développement pour s'assurer du bon fonctionnement de l'application au niveau du backend.

Développeur mobile confirmé

Son rôle sera de créer l'application mobile (iOS/Android) que les utilisateurs finaux installeront. Autrement dit, il sera chargé de développer les fonctionnalités frontend, donc tous ce qui se trouvera à l'écrans, la navigation ou encore le scannage des code-barres. Il sera aussi chargé d'intégrer les maquettes UX/UI que l'UX/UI designer aura réalisé et qui sera validées lors de la phase de conception. Après, il communiquera avec l'API backend pour récupérer et afficher les infos, et tous ce qui est des algorithmes de scoring par exemple. Mais sinon, il effectuera des tests techniques comme la compatibilité iOS ou Android ou encore la performance de l'application et préparer la mise en ligne sur les stores (App Store, Play Store).

UX/UI Designer

Il sera chargé de l'ergonomie et l'esthétique de l'application pour optimiser l'expérience utilisateur.

Data Scientiste

Dans notre projet, il développera et améliorera les modèles de scoring éthique pour s'assurer au travers de sources fiables, de modèles statistiques ou de machine Learning pour la recommandation de produits, que les utilisateurs puissent bien se retrouver en scannant leurs produits et qu'ils ne puissent pas se retrouver en face d'un produit d'une entreprise qui fait du greenwashing.

¹⁰² <https://tcocertified.com/fr/industry/guidance/verification-of-compliance/>

¹⁰³ Liotard, M. (2025, 24 janvier). *Conduite de projet et Knowledge Management : M1 Conseil en entreprise – M1 Big Data, analyse et BI (2024–2025)* [Diaporama PowerPoint]. Université Sorbonne Paris Nord.

¹⁰⁴ Liotard, M. (2025, 24 janvier). *Conduite de projet et Knowledge Management : M1 Conseil en entreprise – M1 Big Data, analyse et BI (2024–2025)* [Diaporama PowerPoint]. Université Sorbonne Paris Nord.

Sinon, il collaborera avec l'Ingénieur IA si des algorithmes d'apprentissage plus avancés sont nécessaires.

Business Analyste

Son rôle sera d'analyser les besoins des utilisateurs et définir les fonctionnalités à mettre en place, d'un point de vue métier.

Il sera donc affecté pour faire des études sur les pratiques de consommation des clients et sur le marché « éthique », d'identifier les fonctionnalités centrales de l'application comme le scannage de code-barres, une boutique éthique sur notre application ou encore la géolocalisation et il proposera des partenariats avec des entreprises éthiques ou des associations.

Ingénieur IA

Son rôle sera d'améliorer ou développer des algorithmes d'intelligence artificielle liés à l'application.

Ingénieur Sécurité

Son rôle sera de vérifier la conformité aux normes de sécurité RGPD, de veiller à la protection des données et de veiller à ce qu'il n'y ait pas de failles potentielles.

Spécialiste API REST

Il sera chargé de concevoir et documenter les API pour faciliter l'intégration des données externes et internes comme Open Food Facts, Good On You ou encore Ethical Customer de façon sécurisée en travaillant par quelquefois avec le développeur backend.

Avocat (Juridique)

Son rôle sera de couvrir tous les aspects juridiques du projet qu'il s'agisse de contrats, de conformité à la norme RGPD, par rapport à la propriété intellectuelle et au respect du droit commercial.

LES AUTRES PARTICIPANTS

Un service de conseil et de communication marketing

Son rôle sera de gérer la stratégie de communication externe et de faire de la promotion pour qu'un grand nombre de clients puisse se fidéliser à notre application.

Testeurs (Testeur et Associations)

Nous ferons appelle à un testeur et des associations comme l'observatoire de l'éthique publique ¹⁰⁵ et la commission internationale des tests ¹⁰⁶ (CIT) afin qu'ils puissent vérifier que l'application fonctionne correctement en le testant au travers de différents scénarios (ergonomie, bugs, performance) et faire des retours sur les fonctionnalités pour que l'équipe technique du projet puisse effectuer des ajustements en conséquence.

Commercial

Son rôle principal sera de gérer la partie démarchage des entreprises éthiques et développer le réseau de partenaires en identifiant de nouvelles entreprises potentiellement partenaire, en proposant des

¹⁰⁵ Observatoire de l'éthique publique. (n.d.). *Observatoire de l'éthique publique*. Retrieved March 20, 2025, from <https://www.observatoireethiquepublique.com/>

¹⁰⁶ International Test Commission. (n.d.). *International Test Commission*. Retrieved March 20, 2025, from <https://www.intestcom.org/>

formules d'abonnement ou de commission aux entreprises pour apparaître application en négociant les tarifs et les conditions de collaboration.

Comité de pilotage (COPIL)¹⁰⁷

Il s'agit d'un comité dirigé par le maître d'œuvre qui a pour but d'assister le maître d'ouvrage dans le choix des solutions. Il a aussi pour rôle de regrouper régulièrement les représentants d'autres instances décisionnelles concernées par le champ de l'étude.

- Développeur Backend
- Développeur mobile
- Avocat
- Data scientifique
- Business analyste
- UX/UI Designer
- Avocat
- Spécialiste API REST
- Ingénieur sécurité

Comité de projet (COPROJ)¹⁰⁸

Il s'agit d'un comité qui a pour but de contrôler le bon déroulement du projet par des réunions chaque semaine (ou tous les 15 jours) sous la forme d'une « réunion de chantier », par le contrôle du respect du planning et la fourniture des livrables, en contrôlant l'utilisation et la disponibilité des ressources, en assurant la bonne coordination entre les composants du projet et en recensant les points à soumettre au COPIL.

Phase 1 : PHASE 1 : Analyse & Cadrage

- Chef de projet
- Business analyste
- Avocat
- Ingénieur sécurité

PHASE 2 : Conception

- Chef de projet
- UX/UI Designer
- Association
- Testeur
- Spécialiste API REST
- Développeur Backend

PHASE 3 : Développement

- Data scientifique
- UX/UI designer
- Avocat
- Ingénieur IA
- Spécialiste API REST

¹⁰⁷ Liotard, M. (2025, 24 janvier). *Conduite de projet et Knowledge Management : M1 Conseil en entreprise – M1 Big Data, analyse et BI (2024–2025)* [Diaporama PowerPoint]. Université Sorbonne Paris Nord.

¹⁰⁸ Liotard, M. (2025, 24 janvier). *Conduite de projet et Knowledge Management : M1 Conseil en entreprise – M1 Big Data, analyse et BI (2024–2025)* [Diaporama PowerPoint]. Université Sorbonne Paris Nord.

- Développeur Backend

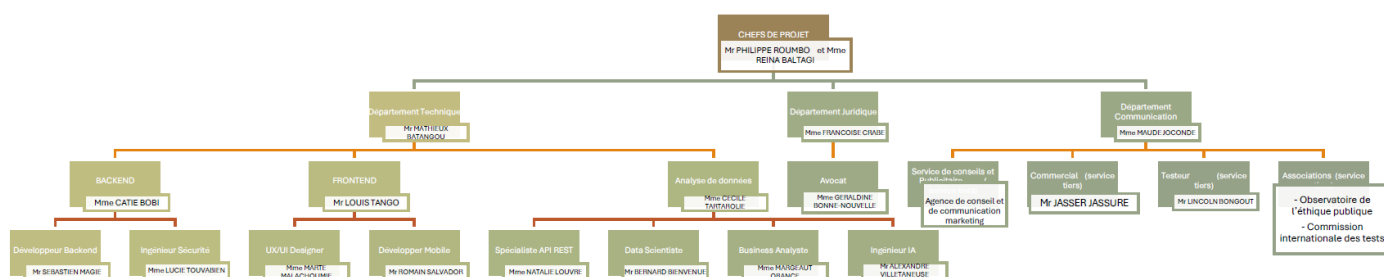
PHASE 4 : Tests et validation

- Développeur Backend
- Développeur mobile
- Avocat
- Data scientifique
- Business analyste
- UX/UI Designer
- Association
- Testeur
- Commercial

PHASE 5 : Déploiement de l'application

- Développer mobile
- Un service de conseil et de communication marketing

Organigramme de l'équipe



Cahiers de charges

Pour commencer, un cahier de charge permet d'exprimer les besoins du demandeur de manière que ces derniers soient compris par tous les acteurs du projet.¹⁰⁹ De ce fait, un cahier de charge peut être présenté sous plusieurs étapes.¹¹⁰

¹⁰⁹ Guide méthodologique du travail en commun- Planifier le projet, organiser le projet- IAAT 2005

¹¹⁰ <https://www.manager-go.com/gestion-de-projet/dossiers-methodes/elaborer-un-cdc#toc-1>

Contexte et définition du projet

Comme déjà expliqué, notre projet s'agit d'une application de scoring éthique, qui permet à ses utilisateurs d'évaluer les produits via un mécanisme de scanning de code-barres, pour savoir si ses produits respectent les normes éthiques et environnementales. Ethica, notre application en question présente également plusieurs facilités commerciales à savoir des fonctions d'achats intégrés d'un réseau d'entreprises éthiques avec qui nous avons établis des accords commerciaux. De plus, une fonction de géolocalisation permettra à nos clients de pouvoir trouver des magasins physiques du même réseau d'entreprises éthiques selon leur position à un temps donné. Sans oublier les fonctions de filtrage de prix, d'intégration de préférences ainsi que les possibilités de recherches directes qui permettent d'améliorer l'expérience cliente sur Ethica.

Objectif du projet

L'objectif principal de notre application est de pouvoir favoriser la consommation éthique sous tous ses volets, social, humanitaire et écologique. Le marché éthique, étant un marché grandissant, comme déjà mentionné, manque une application assez complète comme Ethica qui présente une expérience de shopping proche, voire meilleure que l'expérience de shopping traditionnelle. Le but est non seulement d'aider les consommateurs souhaitant intégrer le marché éthique, mais également de s'assurer que ceux qui se sont engagés dans cette cause, puissent entamer leur lutte en toute facilité sans se trouver face à un retour forcé vers la fast fashion par manque d'alternatifs.

Périmètre du projet

L'application Ethica sera disponible sur Android, ainsi que sur IOS et sur Google downloads. Cette dernière aura comme marché cible celui européen pour l'instant. Quant au développement de l'application, elle sera donc développée de manière adéquate à l'IOS ainsi qu'à Android. Pour ce qui est inclus dans Ethica, cette dernière aura un réseau d'entreprises éthiques, ainsi qu'une base de données de produits éthiques labellisés et vérifiés. Elle aura également un système de sécurisation des paiements comme de protection de données des utilisateurs. Toutefois, elle ne disposera pas d'un site web complémentaire, ni d'un système de gestion des stocks des entreprises partenaires. Finalement, Ethica bénéficie de plusieurs fonctionnalités techniques tout en faisant face à plusieurs contraintes qui seront présentés dans la description fonctionnelle du projet.

Parties prenantes

Comme déjà précisé, les parties prenantes, à part les consommateurs engagés sont les suivantes :

- Les entreprises partenaires
- Les commerciales
- Les développeurs mobiles confirmés
- Les ingénieurs de sécurité
- Les ingénieurs IA
- Data Scientiste
- Business Analyste
- Spécialiste API REST
- Testeurs
- Organisations
- Avocat
- Un service de conseil et de communication marketing
- Maîtres d'ouvrage, (MOA) : Madame BALTAGI Reina et Monsieur ROUMBO

- Maître d'œuvre, MOE, et Chef de projet Madame BALTAGI Reina et Monsieur ROUMBO Philippe, également puisqu'il s'agit d'un cas de startup.

Description fonctionnelle du projet

Fonctionnalités principales

Les fonctionnalités principales dans notre application sont les suivantes :

- Système de scan de code-barres accompagné d'un affichage des résultats d'évaluation
- Système de géolocalisation des magasins éthiques physiques selon la localisation de l'utilisateur
- Système de filtrage de prix
- Système de filtrage avancé avec les labels, le type de produit, etc.
- Système d'identification de préférences
- Système d'achats intégrés
- Système de notifications
- Présentation d'historique
- Interface pour reporter des problèmes dans l'application ou dans la pertinence des données

Exigences de l'application

- Il faut qu'Ethica soit disponible sur Android et IOS
- Nécessité d'un serveur centralisé pour la gestion des données et des utilisateurs.
- Nécessité d'une base de données pertinentes quant aux produits éthiques ou pas, ainsi que quant aux labels, à travers des API pour récupérer les informations nécessaires.
- Utilisation des API, permettant à des applications non seulement de communiquer entre elles mais également de s'échanger mutuellement des services ainsi que des données,¹¹¹ de ce fait, Ethica nécessite des API d'authentification, de sécurité de données, de géolocalisation, de récolte de données.
- Système informatique de géolocalisation
- Système informatique de paiement en ligne
- Système informatique de reconnaissance de codes-barres
- Adaptation des langages
- Utilisation des bases de données MySQL, Pythons et MatLab (pour les données), MongoDB (pour l'historique)¹¹², et JAVA pour les interfaces¹¹³
- Algorithmes d'évaluations
- Système d'Authentification via e-mail ou des réseaux sociaux
- Nécessité de campagnes de Marketing pour faire connaître Ethica
- Nécessité de s'assurer de l'application de toutes les normes juridiques

Sécurité et confidentialité

Dans une optique non seulement informatique mais également juridique, il est nécessaire que notre application présente des fonctionnalités de protection des données des utilisateurs en respect de la RGDP,¹¹⁴ une sécurisation des paiement en ligne, en respect des normes respecter les normes PCI DSS.¹¹⁵

¹¹¹ <https://www.journaldunet.fr/web-tech/dictionnaire-du-webmastering/1203559-api-interface-de-programmation-definition-technos-exemples/>

¹¹² <https://www.datasunrise.com/fr/centre-de-connaissances/historique-activite-base-de-donnees-mongodb/>

¹¹³ <https://stackshare.io/stackups/java-vs-matlab-vs-python>

¹¹⁴ <https://www.klaviyo.com/fr/blog/rgpd-definition>

¹¹⁵ <https://stripe.com/fr/guides/pci-compliance>

Enveloppe Budgétaire

Le budget total estimé est de 916 503.36 euros, quant aux détails de ce budget, ils seront détaillés dans la section suivante.

Les possibilités de financement

Bien que les possibilités de financement soient présentées en détails dans la section suivante, à savoir celle budgétaire, nous allons quand même préciser quelques possibilités de financement avant de valider les ressources finales dans le budget. Il existe effectivement plusieurs options de financement, pour la mise en place du projet :

- Plateforme de Crowdfunding éthique avec un système de royalties : WE DO GOOD¹¹⁶
- Aide au Développement DEEP TECH proposée par la BPI¹¹⁷
- Des publicités sur l'application
- Des commissions sur les produits vendus via l'application
- Des subventions étatiques, comme l'Appel à projet génériques (AAPG),¹¹⁸ le programme France 2030¹¹⁹ l'ADEME (Agence de la transition écologique)¹²⁰ et beaucoup d'autres qui donnent des aides aux projets innovants notamment ceux ayant des aspects éthiques ou écologiques.

Ressources matérielles et immatérielles

- Hébergement Cloud (Kinsta)
- Figma (UI design)
- GanttProject (gestion de projet)
- GitHub (code source)
- Certification RGPD
- Certification éthique

Délais de réalisation

Comme précisé avant, le délais de réalisation fixé est d'environ 442 jours.

Ce délai est divisé sur les phases suivantes :

Phase 1 : Analyse et cadrage, durée de 71 jours

Phase 2 : Conception, durée de 69 jours

Phase 3 : Développement, durée de 175 jours

Phase 4 : Tests et validations, durée de 63 jours

Phase 5 : Déploiement, durée de 63 jours

Toutes ces phases ont été déjà détaillée dans le GANTT.

Critères de validations

Dans la phase de tests et validation, plusieurs test de fonctionnement auront lieu, les critères attendus sont ceux d'un bon fonctionnement de l'application, notamment les codes-barres et des filtres ainsi que

¹¹⁶ <https://eldorado.co/financing/we-do-good>

¹¹⁷ <https://www.bpi.fr/fr/catalogue-offres/aide-au-developpement-deeptech>

¹¹⁸ <https://anr.fr/fileadmin/aap/2025/ANR-AAPG-2025.pdf>

¹¹⁹ <https://www.entreprises.gouv.fr/espace-presse/france-2030-lancement-dun-dispositif-daide-majeur-pour-soutenir-les-tres-grands>

¹²⁰ <https://agirpourlatransition.ademe.fr/entreprises/aides-financieres>

des données des produits éthiques pertinentes et précises. Quant aux tests de performance et d'ergonomie, ces derniers sont de grande importance pour s'assurer que les clients seront satisfaits avec les facilités et les fonctionnalités d'Ethica.¹²¹

Planification du projet

Descriptif des étapes en fonction du GANTT

Selon Corbel (2012, p 227)¹²² « le planning de Gantt, du nom de son inventeur, représente chaque tâche par une barre dont la longueur est proportionnelle à sa durée. Il donne une meilleure vision pour communiquer. » Au regard de notre projet de mise en place d'une application de scoring éthique, cinq étapes bien distinctes seront planifiées en équivalent hommes. Jours dans lequel nos MOE ainsi que nous même devons effectuer un effort sur une période totale de 442 jours ; à savoir :

Etape 1 : Les analyses& Cadrages

Nom	Date de début	Date de fin	Durée	irs	avr.	mai	juin	juil.	août	sept.
PHASE 1: Analyse & Cadrage	17/03/2025	20/06/2025	70.0 day							
Analyse des besoins des utilisateurs (Business Analyst)	17/03/2025	03/04/2025	14.0 day							
Identification des fonctionnalités de l'application (Business Analyst)	04/04/2025	23/04/2025	14.0 day							
Vérification juridique des fonctionnalités (Avocat)	24/04/2025	13/05/2025	14.0 day							
Jalon 1: Validation des besoins et sources de données	14/05/2025	14/05/2025	0.0 day							
Identification des contraintes légales et de ...	14/05/2025	02/06/2025	14.0 day							
Définition des exigences RGPD et des protecti...	03/06/2025	20/06/2025	14.0 day							
Jalon 2 : Définition des normes RGPD et sécurité	23/06/2025	23/06/2025	0.0 day							
Revus 1: Validation finale du cadrage et passage à la conception.	23/06/2025	23/06/2025	0.0 day							
PHASE 2: CONCEPTION	23/06/2025	26/09/2025	70.0 day							

Pour cette première phase qui durera en équivalent hommes. Jours 71 jours, une analyse des besoins des utilisateurs sera effectuée durant 14 jours par notre business analyste qui aura pour but de recueillir les attentes des futurs utilisateurs de l'application afin de pouvoir déterminer au mieux les besoins essentiels de notre application.

Lorsque cette tâche sera totalement effectuée, le business analyste identifiera ensuite durant 14 jours les fonctionnalités de l'application nécessaires pour répondre précisément aux attentes relevées précédemment comme le scan de code-barres, l'établissement d'un scoring éthiques, la géolocalisation, les suggestions commerciales alternatives, l'historique, le filtrage des prix, la saisie manuelle ou encore les notifications.

Lorsque ce projet sera complété à 100% à la fin des 14 jours, notre avocat procédera à une vérification juridique des fonctionnalités tant au niveau des contraintes légales des fonctionnalités prévues qu'au niveau de l'évaluation de la conformité juridique globale du projet (responsabilité juridique, RGPD).

Une fois que notre avocat aura terminé d'effectuer son travail, nous déposerons nous même en ligne le nom de notre marque (ETHICA) à l'INPI qui publiera 6 semaines apres le dépôt de notre marque au Bulletin officiel de la propriété industrielle (BOPI). Lorsque ce cette étape sera quasiment terminée, nous mettrons en place notre tous premier jalon avec le copil pour faire le point concernant les étapes précédentes.

¹²¹ <https://blog-ux.com/comment-ameliorer-lux-grace-aux-tests-utilisateurs/>

¹²² Fondamentaux – Méthodes – Outils : Manager un projet en 15 étapes (éd. Cahier couleur). Eyrolles. https://moodle.univ-spain.fr/pluginfile.php/976604/mod_resource/content/1/Ouvrage%20corbel.pdf

À la suite de cela, nous ferons appelle à notre ingénieur sécurité et notre avocat qui travaillerons ensemble sur 14 jours en équivalent de travail en hommes. Jours pour qu'ils puissent identifier les contraintes légales spécifiques et les risques de sécurité comme la fuite des données, les potentiels cyberattaques ou encore les accès non autorisés, et pour qu'ils puissent également définir des mesures de protection initiales et évaluer les obligations légales.

Lorsque cette tâche sera complétée, notre ingénieur sécurité continuera à travailler de son côté durant 14 jours en équivalent de travail en hommes. Jours plus en profondeur sur tout le processus de traitement des données personnelles, la sécurité et s'assurer que tout soit bien conforme aux règlement RGPD.

Quand cette étape cruciale sera complètement validée, nous mettrons en place un deuxième jalon et ensuite une première revue avec notre copil pour s'assurer toute le livrable a été bien réalisé et que nous puissions passer à la phase de conception de notre application en toute tranquillité.

Etape 2 : Conception



Dans cette seconde phase qui prendra en équivalent de travail en hommes. Jours 69 jours (soit 1,5 mois), nous ferons appelle à notre UX/UI designer durant une semaine afin qu'il puisse élaborer une première version des interfaces utilisateur.

Lorsque qu'il aura qu'il nous aura sorties son prototype, tous au long des 14 jours suivants, nous demanderons l'intervention d'associations comme l'association Bio Consom'Acteurs qui promeut l'agriculture biologique et une consommation responsable en France ou encore l'association Ethique sur l'Étiquette qui se concentre quant à lui plus sur les conditions de travail dans l'industrie textile et la transparence des chaînes d'approvisionnement.

Cette étape sera également très importante car elle nous permettra de savoir si notre prototype répond correctement aux besoins de notre public.

Sans clientèle, notre produit ne pourra pas assurer sa pérennité sur le long terme.

Dès que les 14 jours seront écoulés, nous mobiliserons à nouveau notre UX/UI designer mais également notre avocat pour qu'ils puissent modifier les maquettes en fonction des retours utilisateurs et valider juridiquement les maquettes.

Aussitôt que cette étape sera quasiment terminée, nous mettrons en place un troisième jalon avec notre copil pour être sûr que tous soient réaliser correctement.

Après cela, nous mobiliserons notre développeur Backend sur 21 jours pour qu'il puisse structurer les données essentielles pour supporter les fonctionnalités de l'application comme les produits, les entreprises éthiques, les données utilisateurs ou encore les historiques de consommation.

Pour donner suite aux 21 jours, notre spécialiste API REST sera chargée d'identifier et concevoir les données qu'il récupéra via ses API par exemple sur OpenFoodFacts, Good On You ou encore Ethical Customer, qui sont des plateformes de produits éthique.

Par la suite, lorsque notre spécialiste API REST aura totalement terminé sa tâche, nous mettrons toute l'équipe technique dans le feu de l'action pendant 14 jours pour qu'ils puissent confirmer les choix d'architecture, les outils et les technologies utilisées pour être sûr que toute l'équipe pourra être le plus efficient possible.

Au moment où le travail de l'équipe technique sera finalisé, nous mettrons en place notre deuxième revue pour nous assurer que le livrable soit conforme et que nous puissions lancer la phase suivante avec rigueur et précision.

Etape 3 : Développement



Voilà maintenant l'étape la plus longue du projet qui engagera la quasi-totalité de notre équipe technique durant ces 175 prochains jours en équivalent hommes jours (soit pour les 6 prochains mois).

Dans un premier temps, durant les deux premiers mois (soit 63 jours), notre spécialiste API REST et notre développeur Backend auront la lourde tâche d'implémenter concrètement toutes les API définies lors de la phase de conception.

Lorsque ce sera fait, nous mettrons en place un quatrième jalon avec le copil pour être sûr que tous soient réalisés correctement.

Lorsque ce sera fait, nous ferons appel à notre développeur mobile et notre UX/UI designer pour qu'ils puissent travailler ensemble les deux prochains mois (soit toujours 63 jours en équivalent hommes. Jours) sur la création de l'interface mobile finale de l'application.

De plus, sur cette même période, nous solliciterons également notre data scientist et notre ingénieur IA pour créer des algorithmes de scoring éthique, entraîner et optimiser des modèles d'IA utilisés pour cette application.

Et enfin, nous ferons également appel à notre avocat pour qu'il puisse vérifier que tous soient conformes à la loi.

Lorsqu'ils auront terminé leur tâche, nous mettrons en œuvre un cinquième jalon pour nous assurer que l'interface utilisateur et l'expérience utilisateur soient bien conformes aux besoins des utilisateurs et aux normes RGPD.

Sachant qu'il y aura sans doute des ajustements à réaliser, nous consacrerons les deux derniers mois de cette phase (soit 49 jours en équivalent hommes. Jours), pour solliciter toute l'équipe dans la correction de leurs premiers bugs et optimiser leurs tâches.

Lorsque la quasi-totalité de l'équipe technique aura finalisé leurs ajustements et optimisation, nous mettrons en place une troisième revue toujours avec le copil pour savoir si le livrable vérifie en approfondie et s'assure que nous pouvons passer à la phase de tests.

Etape 4 : Tests et validation

PHASE 4 : Tests et validation	01/06/2026	26/08/2026	63.0 day
Tests utilisateurs (Testeurs, Associations)	01/06/2026	29/06/2026	21.0 day
Correction des anomalies (équipe technique)	30/06/2026	28/07/2026	21.0 day
Prospection et démarchage des entreprises éthiques (commerciale)	29/07/2026	17/08/2026	14.0 day
Validation RGPD (Avocat, Ingénieur Sécurité)	18/08/2026	26/08/2026	7.0 day
Revue 4 : Validation des tests avant déploiement	27/08/2026	27/08/2026	0.0 day
PHASE 5: DEPLOIEMENT DE L'APPLICATION	27/08/2026	23/11/2026	63.0 day

Dans cette quatrième phase du projet qui prendra 2 mois environ (63 jours en équivalent hommes. Jours), nous ferons appelés à des bêta-testeurs et des associations tous au long des trois premières semaines pour qu'ils puissent détecter les anomalies et nous donner leurs impressions au niveau de l'expérience qu'ils ont eu de notre en conditions réelle.

Lors que cette étape sera écoulée, toute l'équipe technique sera sollicitée pour résoudre l'ensemble des problèmes détectés durant les tests.

Par la suite de ça, nous ferons appel à un commercial indépendant durant 14 jours ¹²³ afin qu'il puisse convaincre des entreprises éthiques comme The BodyShop¹²⁴ ou encore Léa Nature¹²⁵ à faire partie des entreprises alternatives de notre application.

Après ça, l'avocat, l'ingénieur sécurité vont réaliser pour la semaine qui suivra un contrôle final sur la conformité RGPD avant mise en ligne.

Lorsque cette étape sera remplie, nous ferons une quatrième revue en vue d'être sur que tous le livrable soit conforme avant le lancement.

Etape 5 : Déploiement

PHASE 5: DEPLOIEMENT DE L'APPLICATION	27/08/2026	23/11/2026	63.0 day
Mise en ligne (Développeur Mobile)	27/08/2026	15/09/2026	14.0 day
Communication commerciale (Agence de conseil ...)	16/09/2026	23/11/2026	49.0 day
Revu final : Analyse post-déploiement et corrections éventuelles	24/11/2026	24/11/2026	0.0 day
Suivis du processus d'avancement (Chefs de projet)	17/03/2025	23/11/2026	441.0 day

Dans cette dernière phase qui durera 2 mois environs (63 jours en équivalent hommes. Jours), nous ferons dans un premier temps appelle à notre développeur mobile durant 14 jours pour qu'il puisse mettre en ligne officiellement notre application sur les différentes plateformes de distribution comme Google Play ou l'App Store.

¹²³ Infopro Digital Media. (2025). Le guide complet de la prospection commerciale (2025). Infopro Digital Media. Disponible sur <https://www.infopro-digital-media.fr/le-guide-complet-de-la-prospection-commerciale-2025/>

¹²⁴ StarOfService. (2024, 9 novembre). Beauté responsable : Les marques éthiques qui font la différence. Boursorama. Disponible sur <https://www.boursorama.com/conso/actualites/beaute-responsable-les-marques-ethiques-qui-font-la-difference-flcf8e0e1751e2ed6a0dbc5a4112ab5>

¹²⁵ Hennebelle, I. (2024, 3 novembre). Le pionnier du bio Léa Nature mise sur la solidarité. Le Monde. Disponible sur https://www.lemonde.fr/economie/article/2024/11/03/le-pionnier-du-bio-lea-nature-mise-sur-la-solidarite_6373638_3234.html

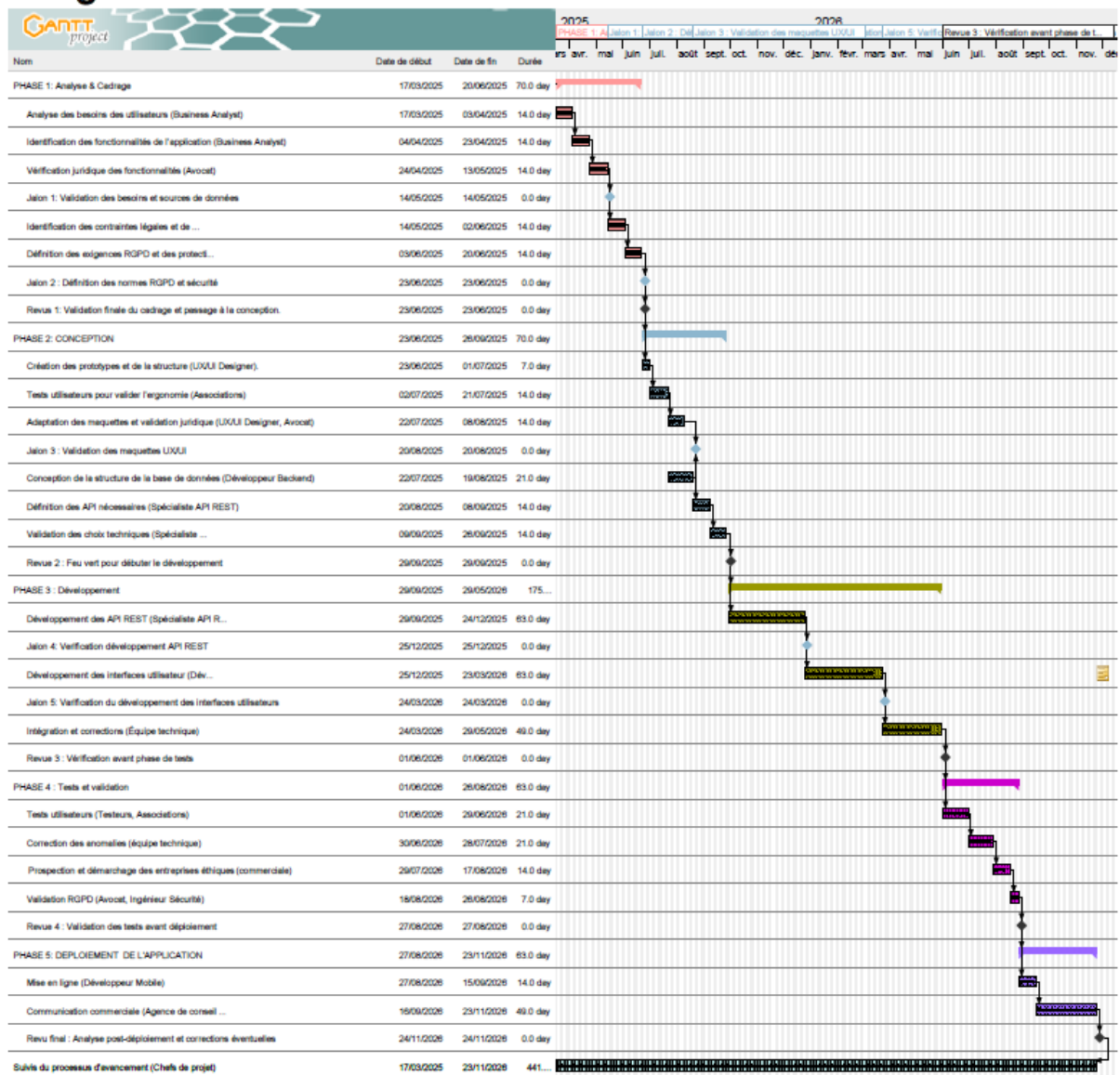
Lorsque ce sera fait, nous ferons appel aux services de l'agence de conseil et de communication marketing¹²⁶ pour qu'ils puissent permettre à notre produit d'être plus visible sur le marché sur 49 jours¹²⁷ via tiktok.

Et enfin, quand dernière étape sera quasiment terminée, nous ferons notre revue finale de tout le projet pour savoir si le livrable qui évalue la performance de l'application et voir s'il n'y aurait pas encore des ajustements à faire.

GANTT

ethica

Diagramme de Gantt



¹²⁶ Nadir, Z. (2024, décembre 15). Prix pub TikTok – Guide complet pour tous les niveaux. Source Agency. <https://sourcegroup.marketing/blog/prix-pub-tiktok/>

¹²⁷ Campagne marketing (2-12 semaines, on en a pris 7 (7*7=49 jours)): Claude, G. (2018, 3 octobre). Combien de temps devrait durer ma campagne marketing? Adviz. <https://www.adviz.ca/strat-mark/duree-campagne-marketing/>

Tâches

2

Nom	Date de début	Date de fin	Durée
PHASE 1: Analyse & Cadrage	17/03/2025	20/06/2025	70
Analyse des besoins des utilisateurs (Business Analyst)	17/03/2025	03/04/2025	14
Identification des fonctionnalités de l'application (Business Analyst)	04/04/2025	23/04/2025	14
Vérification juridique des fonctionnalités (Avocat)	24/04/2025	13/05/2025	14
Jalon 1: Validation des besoins et sources de données	14/05/2025	14/05/2025	0
Identification des contraintes légales et de sécurité (Ingénieur Sécurité, Avocat)	14/05/2025	02/06/2025	14
Définition des exigences RGPD et des protections des données (Ingénieur Sécurité)	03/06/2025	20/06/2025	14
Jalon 2 : Définition des normes RGPD et sécurité	23/06/2025	23/06/2025	0
Revus 1: Validation finale du cadrage et passage à la conception.	23/06/2025	23/06/2025	0
PHASE 2: CONCEPTION	23/06/2025	26/09/2025	70
Création des prototypes et de la structure (UX/UI Designer).	23/06/2025	01/07/2025	7
Tests utilisateurs pour valider l'ergonomie (Associations)	02/07/2025	21/07/2025	14
Adaptation des maquettes et validation juridique (UX/UI Designer, Avocat)	22/07/2025	08/08/2025	14
Jalon 3 : Validation des maquettes UX/UI	20/08/2025	20/08/2025	0
Conception de la structure de la base de données (Développeur Backend)	22/07/2025	19/08/2025	21
Définition des API nécessaires (Spécialiste API REST)	20/08/2025	08/09/2025	14
Validation des choix techniques (Spécialiste API REST, Développeur Backend)	09/09/2025	26/09/2025	14
Revue 2 : Feu vert pour débiter le développement	29/09/2025	29/09/2025	0
PHASE 3 : Développement	29/09/2025	29/05/2026	175
Développement des API REST (Spécialiste API REST, Développeur Backend)	29/09/2025	24/12/2025	63
Jalon 4: Verification développement API REST	25/12/2025	25/12/2025	0
Développement des interfaces utilisateur (Développeur Mobile, Data scientist, UX/UI designer, Avocat, ingénieur IA)	25/12/2025	23/03/2026	63
<i>Data scientist & ingénieur IA : Création des algorithmes de scoring éthique, Entraînement et optimisation des modèles IA)</i>			
<i>Avocat (Vérification de la transparence des modèles)</i>			
Jalon 5: Varification du développement des interfaces utilisateurs	24/03/2026	24/03/2026	0

Tâches

3

Nom	Date de début	Date de fin	Durée
Intégration et corrections (Équipe technique)	24/03/2026	29/05/2026	49
Revue 3 : Vérification avant phase de tests	01/06/2026	01/06/2026	0
PHASE 4 : Tests et validation	01/06/2026	26/08/2026	63
Tests utilisateurs (Testeurs, Associations)	01/06/2026	29/06/2026	21
Correction des anomalies (équipe technique)	30/06/2026	28/07/2026	21
Prospection et démarchage des entreprises éthiques (commerciale)	29/07/2026	17/08/2026	14
Validation RGPD (Avocat, Ingénieur Sécurité)	18/08/2026	26/08/2026	7
Revue 4 : Validation des tests avant déploiement	27/08/2026	27/08/2026	0
PHASE 5: DEPLOIEMENT DE L'APPLICATION	27/08/2026	23/11/2026	63
Mise en ligne (Développeur Mobile)	27/08/2026	15/09/2026	14
Communication commerciale (Agence de conseil et de communication marketing)	16/09/2026	23/11/2026	49
Revu final : Analyse post-déploiement et corrections éventuelles	24/11/2026	24/11/2026	0
Suivis du processus d'avancement (Chefs de projet)	17/03/2025	23/11/2026	441

Organigramme WBS

Afin de mener à bien la mise en place de notre application de scoring éthique, nous avons prévue d'agencer un design UX et UI pour permettre à nos utilisateurs d'être totalement conquis par l'interface utilisateur de l'application que nous leur proposerons.

De plus, nous avons aussi envisager d'implémenter un scanner de code-barre pour permettre aux utilisateurs qui, imaginons auraient un doute sur la dimension éthique d'un produit, de pouvoir apaiser leurs soupçons grâce à notre fonctionnalité d'évaluation de résultat sur l'éthique qui sera minutieusement façonné par notre algorithme de scoring et de machine Learning.

Une fonction de saisie manuelle sera aussi mise en place que les utilisateurs puissent saisir les informations qu'ils veulent (tant pour rechercher un produits produit accrédité éthique sur notre application, pour filtrer les prix des produits qu'ils souhaitent obtenir, pour accéder à une information situer dans l'historique des achats qu'il aura effectué en amont, pour acheter des produits éthiques sur notre plateforme grâce à nos entreprises partenaires que pour rechercher si un produit serait éthique dans une localisation bien particulière grâce à la fonction de géolocalisation).

Ensuite, nous aurons besoin de récupérer les données qu'on aura tirés de sites de produits comme OpenFoodfacts¹²⁸, Good On You ¹²⁹ou encore Ethical Customer¹³⁰, d'assurer une bonne authentification des utilisateurs, d'assurer la sécurité des données tant au niveau informatique qu'au niveau juridique avec des certifications aux normes RGPD et éthique (EcoVadis¹³¹) et également d'assurer les droits des utilisateurs de nos maitres d'œuvres internes et externe.

Par ailleurs, des outils comme, MySQL, MongoDB, Javascript, GitHub, Python, Matlab ou encore Kinsta seront utilisés par toute notre équipe technique pour assurer le bon fonctionnement de l'application.

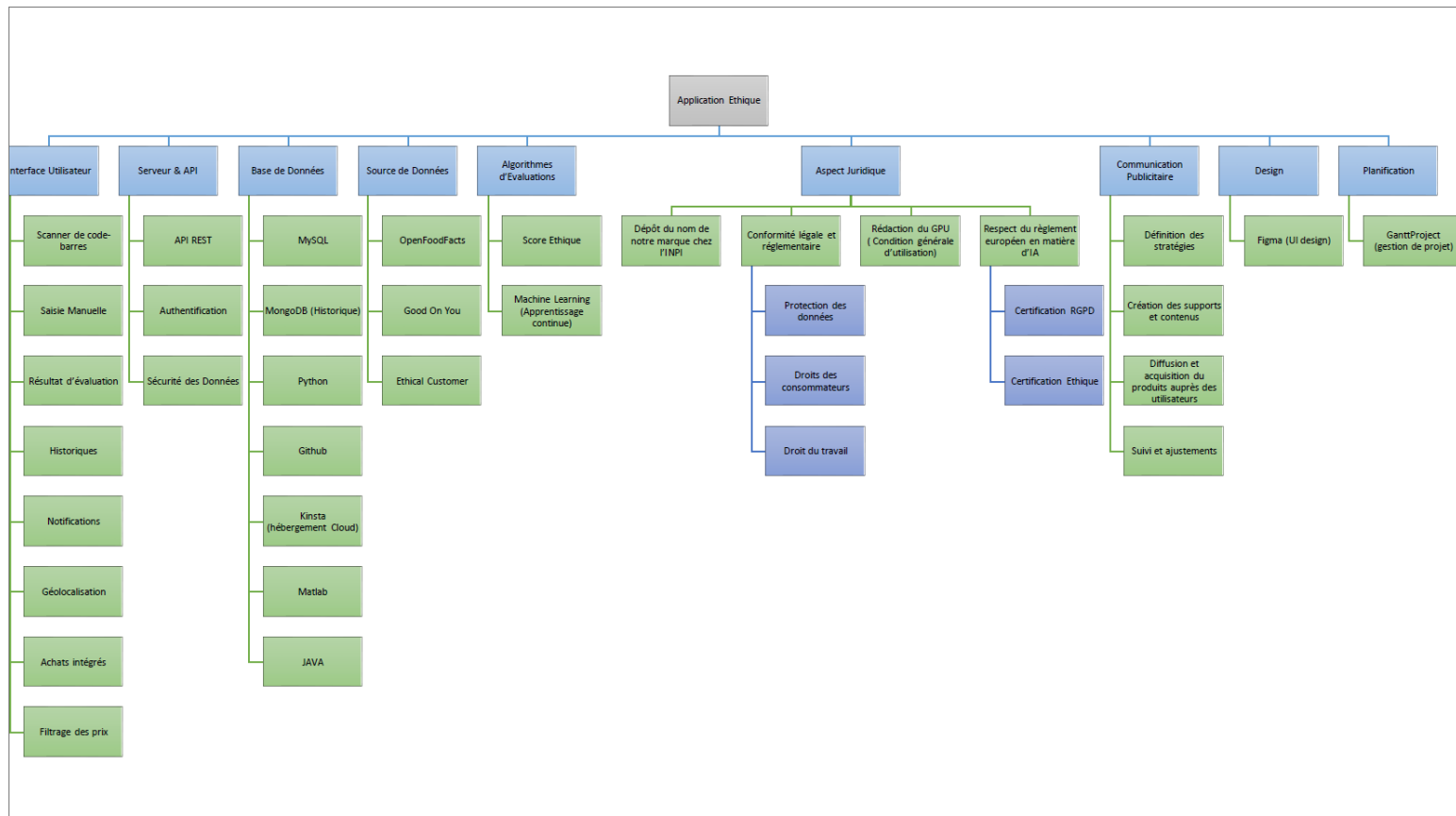
¹²⁸ Open Food Facts. (s.d.). *Open Food Facts - Base de données libre sur les produits alimentaires*. Récupéré le 28 mars 2025, de <https://fr.openfoodfacts.org/>

¹²⁹ How We Rate" du site Good On You : Good On You. (s.d.). *How We Rate*. Récupéré le 28 mars 2025, de <https://goodonyou.eco/how-we-rate/>

¹³⁰ Ethical Consumer. (s.d.). *Ethical Consumer: the alternative consumer organisation*. Récupéré le 28 mars 2025, de <https://www.ethicalconsumer.org/>

¹³¹ EcoVadis. (n.d.). *EcoVadis – Leader mondial de l'évaluation RSE*. <https://ecovadis.com/fr/>

Sans compter le dépôt du nom de notre marque chez l'INPI et la mise au point minutieuse de notre planification grâce à une application de gestion gratuit (GanttProject), nous ferons également de la communication publicitaire en définissant les stratégies que nous allons envisager en partant sur TikTok comme canal de distribution.



Budget et Financement

Budget Provisoire

(442 jours soit environ 14.5 Mois)

1) Salaires chargés des salariées internes

Poste (interne)	Salaire moyen(brut/an)	Cout total sur 14.5 mois chargé
Chef de projet ¹³²	42 000 €	73 600 € ¹³³
Développeur Backend ¹³⁴	45 000 €	78 900 € ¹³⁵
Spécialiste API REST ¹³⁶	45 000 €	78 900 €

¹³² Talent.com. (s. d.). *Salaire chef de projet*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse <https://fr.talent.com/salary?job=chef+projet>

¹³³ (42 000 € / 12 = 3500 €, 3500 € * 14.5 = 50 750 € * 1,45 ≈ 73 600 € (73 587.5))

¹³⁴ Talent.com. (s. d.). *Salaire développeur backend*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse <https://fr.talent.com/salary?job=d%C3%A9veloppeur+backend>

¹³⁵ (45 000 € / 12 = 3750 €, 3750 € * 14.5 = 54 375 € * 1,45 ≈ 78 900 € (78 843.75))

¹³⁶ Talent.com. (s. d.). *Salaire spécialiste API*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse <https://fr.talent.com/salary?job=sp%C3%A9cialiste+API>

Avocat (Juriste interne) ¹³⁷	55 000 €	96 300 €
Ingénieur Sécurité ¹³⁸	47 500 €	83 200 €
UX/UI Designer ¹³⁹	40 000 €	70 200 €
Développeur Mobile ¹⁴⁰	40 000 €	70 200 €
Data Scientist ¹⁴¹	46 000 €	80 700 €
Business Analyst ¹⁴²	45 000 €	78 900 €
TOTAL		710 900 €

2) Cout des prestataires externes

Prestataires externe	Mode de facturation	Période d'intervention	Cout total estimé
Ingénieur IA intermédiaire ¹⁴³	600 €/jour	215 j ¹⁴⁴	129 000 €
Testeur confirmé ¹⁴⁵	280 €/jour	35j ¹⁴⁶	9 800 €
Commerciale indépendant ¹⁴⁷	3 900€ / mois	1 mois	3 900 €
Agence de conseil et de communication marketing ¹⁴⁸	Forfait de campagne de communication	7 semaines	50 000 €
Associations testeuses ¹⁴⁹	30€* 150 testeurs	Ponctuel	4 500 €
TOTAL			197 200 €

3) Ressources matérielles et immatérielles

Ressources immatérielles	Détails du paiement	Cout total sur les 14,5 mois
Hébergement Cloud (kinsta) ¹⁵⁰	35\$/mois (≈32 €/mois)	464 €
Figma ¹⁵¹ (UI design)	15 €/ mois	217.5 €
Dépôt de marque chez l'INPI ¹⁵²	Le tarif de base pour un dépôt électronique est de 190€+ 40€ pour les	190€

¹³⁷ nugg.ad. (s. d.). *Salaire juriste d'entreprise : chiffres-clés & tendances*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse <https://nugg.ad/fr/salaire-juriste-entreprise-chiffres-cles-tendances/>

¹³⁸ Talent.com. (s. d.). *Salaire ingénieur sécurité informatique*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse

<https://fr.talent.com/salary?job=ingenieur+securite+informatique>

¹³⁹ Talent.com. (s. d.). *Salaire designer UX/UI*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse <https://fr.talent.com/salary?job=designer+ux+ui>

¹⁴⁰ Talent.com. (s. d.). *Salaire développeur application mobile*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse

<https://fr.talent.com/salary?job=developpeur+application+mobile>

¹⁴¹ Talent.com. (s. d.). *Salaire data scientist*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse <https://fr.talent.com/salary?job=data+scientist>

¹⁴² Talent.com. (s. d.). *Salaire business analyst*. Repéré le 20 mars 2025 à l'adresse <https://fr.talent.com/salary?job=business+analyst>

¹⁴³ Arvor, M. (2024, 6 juillet). *Freelance IA : Devenez un Expert en Intelligence Artificielle*. koïno <https://www.koino.fr/articles/freelance-ia-expert-intelligence-artificielle-opportunit>

¹⁴⁴ Du 25/12/2025 à 28/07/2026 = 215 jours (sans compter les jours de week-ends)

¹⁴⁵ Codeur.com. (2025, mars). *Tarif des testeurs*. <https://www.codeur.com/testeur/tarif>

¹⁴⁶ Du 2/07/2025 au 21/7/2026 = 14 jours + 01/06/2026 au 29/06/2026 = 21 j = 35 jours (sans compter les jours de week-ends)

¹⁴⁷ Talent.com. (2025, mars). *Salaire moyenne d'un(e) commercial(e) indépendant(e) en France*. <https://fr.talent.com/salary?job=commerciale+independant>

¹⁴⁸ Nadir, Z. (2024, décembre 15). *Prix pub TikTok – Guide complet pour tous les niveaux*. Source Agency. <https://sourcegroup.marketing/blog/prix-pub-tiktok/>

¹⁴⁹ Brétignière, A. (2024, janvier). *Comprendre les coûts d'un test utilisateur*. Welcome Max. <https://www.welcomemax.com/blog-ux-cx/comprendre-le-co%C3%BBt-dun-test-utilisateur#:~:text=test%20et%20s%E2%80%99il%20est%20C3%A0,ont%20presque%20syst%C3%A9matiquement%20plus%20co%C3%BBteuxhttps://www.welcomemax.com/blog-ux-cx/comprendre-le-co%C3%BBt-dun-test-utilisateur>

¹⁵⁰ Guemas, G. (2025, 5 mars). *Les 11 meilleurs hébergeurs web : le comparatif 2025*. Tool Advisor. <https://tool-advisor.fr/blog/hebergeur-web/>

¹⁵¹ Blassel, C. (2024, 6 mai). *Quels sont les différents forfaits de Figma*. The Cacatoès Theory. <https://www.thecacatoestheory.com/blog/quels-sont-les-differents-forfaits-de-figma#:~:text=Theory%20www.>

¹⁵² Institut National de la Propriété Industrielle. (n.d.). *Combien coûte une marque ? INPI*. Consulté le 26 mars 2025, à l'adresse <https://www.inpi.fr/comprendre-la-proprieté-intellectuelle/la-marque/combien-coute-une-marque>.

	produits ou services supplémentaires	
GanttProject (gestion de projet)	Gratuit	0€
GitHub (code source)¹⁵³	4\$ par utilisateurs (soit $\approx 3.68 \times 10$) = 36.68/mois	531.86 €
Autres outils si nécessaires		2 000 €
Certifications RGPD ¹⁵⁴	1500 €	1 500 €
Certification Ethique ¹⁵⁵	750€/jour avec une durée minimale de l'audit de 5 jours	3 500 €
TOTAL		8 403.36 €

4) CALCUL GENERALE

Numéro de compte	Libellé	Débit	Crédit
641	Salaires chargés des salariées internes	710 900 €	
62	Cout des prestataires externes	197 200€	
203	Ressources immatérielles	8 403.36 €	
74	Subventions d'exploitation (BPI 45%)¹⁵⁶		412 426.51€
512	Banque (pour solder la différence)		504 076.85 €
	TOTAL GENERAL	916 503. 36€	916 503.36€

Sources et Financement

Pour ce qui est du financement, nous avons prévue dans un premier temps de nous financer grâce à l'aide au développement Deep tech proposer par la BPI France qui est : « une aide, sous forme mixte de subvention et d'avance récupérable, finance des dépenses de R&D pour des projets innovants. Elle est plafonnée à 2 000 000 € et peut couvrir jusqu'à 45 % des dépenses éligibles prévisionnelles » ce qui n'est pas négligeable car elle nous permettra d'être exonéré à hauteur de 412 341 €.

Mise à part ça, nous avons également prévue d'être financé grâce à WE DO GOOD¹⁵⁷, une plateforme de crowdfunding éthique avec un système de royalties.

¹⁵³ GitHub. (2025). *FAQ about changes to GitHub's plans*. GitHub Docs. <https://docs.github.com/en/get-started/learning-about-github/faq-about-changes-to-githubs-plans>

¹⁵⁴ Schlumberger, E. (2025, 20 janvier). *Prix d'une mise en conformité RGPD en 2025 : découvrez les coûts réels*. Leto. <https://www.letolegal/guides/prix-mise-conformite-rgpd-en-2025>

¹⁵⁵ IT Governance. (s.d.). *ISO 27001 - Coûts de certification*. <https://www.itgovernance.eu/fr-fr/couts-de-certification-iso-27001-fr>

¹⁵⁶ Bpifrance. (s.d.). *Aide au Développement DeepTech*. <https://www.bpifrance.fr/catalogue-offres/aide-au-developpement-deeptech>

¹⁵⁷ Efficycle. (s.d.). *WE DO GOOD : une plateforme de financement de projets éthiques avec un système de royalties*. <https://www.efficycle.fr/we-do-good-une-plateforme-de-financement-de-projets-ethiques-avec-un-systeme-de-royalties/>

Cette plateforme va nous permettre de lever des fonds auprès de particuliers, avec un ticket d'entrée à partir de dix euros.

Au mieux nous nous retrouverons à somme nulle sans avoir à apporter de capital personnel trop important et au pire, nous aurons à effectuer un prêt auprès de notre banque.

Déploiement et communication

Afin de pouvoir attirer des clients sur notre application, nous prévoyons de mettre en place des placements de produits éthiques au travers des canaux e communications comme tiktok.

Pour pouvoir nous rémunérer, nous pensons récupérer une commission entre 3 % et 5% sur chaque vente réaliser par les entreprises partenaire de notre application.

Mise à part ça, nous avons aussi prévu de nous rémunérer grâce à des événements et des campagnes sponsorisées toujours dans un cadre éthique.

Par extension, avec tous nos moyens de financements, tous nos maitres d'œuvres et tous nos autres participants externes que nous aurons à payer, nous pensons pouvoir devenir rentable sur le moyen terme (soit 5 ans le temps de pouvoir bien nous faire connaître, fidéliser nos clients B to B et B to C et réaliser plus d'évènements et de campagnes sponsorisées)

Conclusion

En conclusion, bien que notre projet de mise en place d'une application de scoring éthique présente des risques et qu'il y ait des concurrents sur notre marché, notre projet est totalement faisable. Grace notre planification détaillé étalé sur 442 jours, à tous nos maitres d'œuvres et nos autres participants, le design UX et UI, les fonctionnalités, le respect de la loi au regard des normes RGPD et d'éthique et grâce à la campagne de communication marketing que nous mettrons en place, nos clients ne pourront être que conquit.

De plus, même si nos charges sont plus ou moins importantes, nous pourrons facilement les couvrir sur le moyen terme, grâce à nos différents moyens de subventions mais également aussi grâce aux profits que nous réaliserons.

Par ailleurs, nous prévoyons sur le moyen-long terme d'implémenter sur notre application d'autres fonctionnalités comme le nutri-score, un volet d'avis pour les utilisateurs ou encore une fonctionnalité de suivis personnalisé de l'impact de consommation.

Sinon, nous prévoyons également d'élargir le spectre d'action de notre entreprise en dehors de la zone Européenne pour atteindre les Etats-Unis et le Japon.

Bibliographie

Bazot, A., Marsaud, J., & Meyling, M.-H. (2023). Consommation durable : favoriser une économie de la sobriété pour passer de la prise de conscience aux actes. Conseil économique, social et environnemental.

Corbel, J.-C. (2019). Management de projet : Fondamentaux, Méthodes, Outils (3e éd.). Dunod.

Gourvennec, Y., & Kratiroff, H. (2024). Le Marketing digital de @ à Z : Stratégie et outils pour mieux interagir avec vos audiences. Eyrolles.

Hennebelle, I. (2024, 3 novembre). Le pionnier du bio Léa Nature mise sur la solidarité. Le Monde.

L'ObSoCo & Citeo. (2023). Observatoire de la consommation responsable. Deuxième vague.

Mercier, N. F. (2019). Transition individuelle vers des comportements de consommation éthique et responsable : approche par récits de vie. Mémoire de maîtrise, HEC Montréal.

Observatoire de l'éthique publique. (n.d.). Observatoire de l'éthique publique.

StarOfService. (2024, 9 novembre). Beauté responsable : Les marques éthiques qui font la différence. Boursorama.

Sitographie

<https://agirpourlatransition.ademe.fr/entreprises/aides-financieres>

<https://agile.coop/our-work/ethical-consumer/>

<https://anr.fr/fileadmin/aap/2025/ANR-AAPG-2025.pdf>

<https://asana.com/fr/resources/risk-matrix-template>

<https://blog-ux.com/comment-ameliorer-lux-grace-aux-tests-utilisateurs/>

<https://bpifrance.fr/catalogue-offres/aide-au-developpement-deeptech>

<https://cbnews.fr/cb/image-jeunes-passent-mode-responsable-86015>

<https://changeplasticforgood.com/articles/how-greenwashing-impacts-the-environment/>

<https://citronnoir.com/creer-une-application-mobile/combien-coute-une-application-mobile/>

<https://clearprint.com/how-accurate-product-labels-impact-sales/>

<https://commons-media.fr/uncategorized/consommation-ethique-en-2025-le-reveil-des-jeunes-generations/>

<https://data-ladder.com/fr/limpact-de-la-mauvaise-qualite-des-donnees-risques-defis-et-solutions/>

<https://dataladder.com/fr/limpact-de-la-mauvaise-qualite-des-donnees-risques-defis-et-solutions/>

<https://dirox.com/fr-fr/post/comment-convaincre-investisseurs-financer-projet-app-phase-decouverte>

<https://earthsight.org.uk/investigations/flatpacked-forests>

<https://ecoconso.be/fr/content/quels-sont-les-labels-fiables-pour-choisir-un-vetement-durable>

<https://ecovadis.com/fr/>

<https://efficycle.fr/we-do-good-une-plateforme-de-financement-de-projets-ethiques-avec-un-systeme-de-royalties/>

<https://eldorado.co/financing/we-do-good>

<https://economie.gouv.fr/entreprises/aides-financement-innovation>

<https://economie.gouv.fr/transparence-plateformes-numeriques-decrets-renforcent-legislation>

<https://ethicalconsumer.org/>

<https://europarl.europa.eu/topics/en/article/20240111STO16722/stopping-greenwashing-how-the-eu-regulates-green-claims>

<https://fastercapital.com/topics/the-impact-of-greenwashing-on-consumer-trust.html>

<https://fondationconcorde.com/wp-content/uploads/2020/03/Les-grandes-entreprises-face-a-u-risque-socie%CC%81tal-en-France.pdf>

<https://foxdata.com/fr/blogs/-a-comprehensive-guide-to-plan-your-mobile-app-marketing-budget/>

<https://frontify.com/en/guide/ethical-branding>

<https://geoplugin.com/resources/gdpr-location-data-how-to-collect-it-legally-and-avoid-fine/>

<https://gitlab.com/...> (non listé, remplacer si besoin)

<https://goodonyou.eco/how-we-rate/>

<https://infos.ademe.fr/magazine-juillet-2021/faits-et-chiffres/les-francais-et-la-consommation-responsable/>

<https://institut-superieur-environnement.com/blog/comment-distinguer-les-vraies-entreprises-ethiques-du-greenwashing/>

<https://intestcom.org/>

<https://journalduNet.com/retail/1506393-yuka-buyornot-ou-encore-scanup-queelles-sont-les-consequences...>

<https://koino.fr/articles/freelance-ia-expert-intelligence-artificielle-opportunite>

<https://lafrenchcom.fr/faq/communication-de-crise-et-greenwashing/>

<https://lekaba.fr/article/nouvelle-generation-et-ecologie-comment-la-gen-z-redefinit-la-consommation-durable>

https://lemonde.fr/economie/article/2024/11/03/le-pionnier-du-bio-lea-nature-mise-sur-la-solidarite_6373638_3234.html

<https://linkedin.com/pulse/ethical-dilemma-greenwashing-bellaterraconsulting>

<https://lucidchart.com/blog/fr/methode-qqqcp>

<https://manager-go.com/gestion-de-projet/dossiers-methodes/elaborer-un-cdc>

<https://modames.com/consommation-responsable/15-meilleures-applis-consommer-responsable/>

<https://moodle.univ-spn.fr/pluginfile.php/.../Ouvrage%20corbel.pdf>

<https://netdevices.fr/cout-de-maintenance-application-mobile/>

<https://novethic.fr/lexique/detail/greenwashing.html>

<https://observatoireethiquepublique.com/>

<https://openfoodfacts.org/>

<https://plana.earth/fr/academy/eu-esg-regulations>

<https://publiceye.ch/fr/thematiques/industrie-textile/mode-agir-avec-nous/sources-dinformations-pour-une-mode-plus-juste>

<https://signal.conso.gouv.fr/fr/tromperie-allegation-label-environnement-magasin>

<https://smart-agency.fr/blog/top-techniques-acquisition-plus-utilisateurs-application-mobile>

<https://sourcegroup.marketing/blog/prix-pub-tiktok/>

<https://stackshare.io/stackups/java-vs-matlab-vs-python>

<https://stripe.com/fr/guides/pci-compliance>

<https://talend.com/fr/resources/api-definition/>

<https://talend.com/fr/resources/data-source/>

<https://thecacatoestheory.com/blog/quels-sont-les-differents-forfaits-de-figma>

<https://tool-advisor.fr/blog/hebergeur-web/>

<https://vorecol.com/fr/blogs/blog-levolution-des-preferences-des-consommateurs-et-leur-influence-sur-les-logiciels-dengagement-145180>

<https://wedressfair.fr/marques>

<https://wiseguyreports.com/reports/eco-friendly-apps-market>

Liste des figures et tableaux

Tableau ou graphique	Page correspondante
Matrice de risques	Page 17
Organigramme WBS	Page 35
Organigramme équipe de travail	Page 23
SWOT	Page 13
Les tableaux du budget	Pages 35-37
GANTT	Page 32

Annexes

Annexe 1 : Le prototype

Dans le prototype suivant, les images montrent respectivement, la préface de l'application avec les produits qui peuvent être achetés (1), la préface de l'évaluation de produits suite au scan des codes-barres (2), il s'agit dans cette photo d'une évaluation d'une chaussure Nike. La préface de création d'un compte (3) pour que les utilisateurs puissent s'inscrire, la préface de géolocalisation (4), quand l'utilisateur cherche des magasins physiques éthiques en substitue pour le produit scanné, au cas où l'utilisateur privilégie l'achat traditionnel plutôt que l'achat en ligne. Finalement, la préface du checkout, donc du paiement en cas d'achat à travers l'application (5).

