

Construction de la démarche

« Le découpage du projet en « workpackage » (WP) est un classique des projets européens. Ce terme suscite souvent l'étonnement des non-initiés. Au passage, signalons que le mot « workpackage » n'existe pas en « vrai » anglais, selon une collègue anglaise spécialiste des projets européens... Il est parfois traduit en français par « type d'action » ou « activités » qui ne reflète pas complètement, à mon avis, la notion qui se cache derrière.»

Workpackage, livrables, indicateurs : le jargon des projets européens. (2016, March 12). Retrieved from <https://europeanne.eu/jargon-projets-europeens>

Sources :

COSTLEY, Carol, ELLIOTT, Geoffrey C., et GIBBS, Paul. *Doing work based research: Approaches to enquiry for insider-researchers*. Sage, 2010.

Rouessard, A. *Workpackage, livrables, indicateurs : le jargon des projets européens* (9 décembre 2015).

Retrieved from <https://europeanne.eu/jargon-projets-europeens>

Images : auteurs anonymes et libres de droit, sur Bing

## Objectifs

A la fin du cours,  
vous devez être  
capables de...

1. Différencier une démarche de recherche théorique d'une étude sur le terrain.
2. Connaître les étapes de la boucle de définition d'une recherche de terrain.
3. Maîtriser le vocabulaire lié à la définition de votre projet (WP, livrables).
4. Savoir établir votre propre démarche méthodologique dans le cadre d'une étude de terrain.

# Théorie et outils

[francesca.bosisio@heig-vd.ch](mailto:francesca.bosisio@heig-vd.ch) / [silna.borter@heig-vd.ch](mailto:silna.borter@heig-vd.ch)

# Influences et enjeux

Moi

Collègues

Partenaires et réseau

Organisation/champs professionnel

Parties prenantes, investisseurs, groupes d'intérêts

Autres personnes concernées par l'impact du projet

Société, économie, culture

Les besoins de l'étude s'inscrivent dans ce contexte et doivent en tenir compte et le refléter.

## Influences et enjeux

Imaginons que vous vouliez réaliser une étude de terrain : mettons...  
«faisabilité d'un bar autogéré dans les locaux de St-Roch»

Moi

Collègues

Partenaires et réseau

Organisation/champs professionnel

Parties prenantes, investisseurs, groupes d'intérêts

Autres personnes concernées par l'impact du projet

Société, économie, culture

## Au départ, la RL

Imaginons que vous vouliez réaliser une étude de terrain : mettons...  
«faisabilité d'un bar autogéré dans les locaux de St-Roch»

Après une courte recherche :

- Pas de littérature évidente ou immédiate dans les articles scientifiques.
- Quelques articles dans la presse (Nexis), cherchant sous «Zelig» (nom du bar autogéré de l'Université).



# Au départ, la RL

1. [\\_Souvenirs de ministre pour les 20 ans du Zelig](#)

Client/Matter: -None-  
Search Terms: zelig AND université  
Search Type: Terms and Connectors  
Narrowed by:

Content Type	Narrowed by
News	-None-

2. [\\_Les étudiants délocalisent Zelig, leur bar mythique:Dorigny](#)

Client/Matter: -None-  
Search Terms: zelig AND université  
Search Type: Terms and Connectors  
Narrowed by:

Content Type	Narrowed by
News	-None-

3. [\\_Tragique accident sur le campus de l'université:Une étudiante est dans le coma après avoir été heurtée par un parasol que le vent avait propulsé contre elle](#)

Client/Matter: -None-  
Search Terms: zelig AND université  
Search Type: Terms and Connectors  
Narrowed by:

Content Type	Narrowed by
News	-None-

4. [\\_Le Bar Zelig va changer de bâtiment, pas de style](#)

Client/Matter: -None-  
Search Terms: zelig AND université  
Search Type: Terms and Connectors  
Narrowed by:

Content Type	Narrowed by
News	-None-

5. [\\_Trente ans d'activisme pour défendre la cause des étudiants:Université de Lausanne](#)

Client/Matter: -None-  
Search Terms: zelig AND université  
Search Type: Terms and Connectors  
Narrowed by:

# Bar autogéré - Article

Argument de prestige

Argument de prestige  
+ caution morale

UNIVERSITÉ - Le bar mythique, géré par les étudiants, a été créé en 1989 par un certain Pierre- Yves Maillard.

Séquence nostalgie, hier après-midi au Zelig, qui fête ses 20 ans. Parmi les fondateurs de ce bar mythique, géré par les étudiants de l'Université de Lausanne (UNIL), Pierre- Yves Maillard était invité à évoquer ses souvenirs de 1989.

«La seule chose d'origine, ce doit être l'échiquier», note le ministre vaudois de la Santé, accoudé au bar.

A l'époque, le conseiller d'Etat était membre du comité de l'Association des étudiants en lettres. «J'ai passé trois semaines, durant l'été, pour construire seul 56 sofas mauve pétant, d'un mauvais goût absolu, rigole-t-il. La vraie cause était de croire en un lieu géré par les étudiants eux-mêmes. C'est un pari réussi. »

Développement  
compétences

«Caméléon» en yiddish

Le ministre se souvient des réticences des autorités de l'UNIL, notamment sur le nom choisi pour le bar. Après avoir réalisé que Zelig signifie «caméléon» en yiddish, le rectorat avait voulu le modifier «par crainte des réactions des mouvements palestiniens».

Point de vigilance

Aujourd'hui, tout est rentré dans l'ordre, assure Nina Assadi, membre de Zelig. «Nous avons de très bonnes relations avec l'UNIL, car Zelig n'est de loin pas un lieu à problèmes!»

Garantie à fournir

## Hypothèses à tester

Issues de la littérature  
et à tester sur le  
terrain (plus tard).

1. Un bar autogéré par des étudiant-e-s peut-il apporter du prestige à une Haute Ecole ?
2. Un bar autogéré peut-il révéler des personnalités intéressantes ?
3. Gérer un bar d'étudiant-e-s de manière autonome développe-t-il des compétences ?
4. Quelle serait la perception (positive/négative) d'un bar autogéré par la Direction ?
5. Est-ce qu'un bar autogéré peut poser des problèmes ? (Quelles garanties apporter) ?

# Influences et enjeux

Moi

Collègues

Partenaires et réseau

Organisation/champs professionnel

Parties prenantes, investisseurs, groupes d'intérêts

Autres personnes concernées par l'impact du projet

Société, économie, culture

Les besoins de l'étude s'inscrivent dans ce contexte et doivent en tenir compte et le refléter.

## Influences et enjeux

De quel «groupe» suis-je le/la représentant-e aux yeux de mes interlocuteurs/trices ?

Suis-je «un-e étudiant-e» ?

La personne qui porte le projet de bar autogéré ?

Un-e association ?

Quelle est la marge de manœuvre que me confère mon statut ?

Quelles sont les ressources dont je dispose ?

# Influences et enjeux

Moi

**Collègues**

Partenaires et réseau

Organisation/champs professionnel

Parties prenantes, investisseurs, groupes d'intérêts

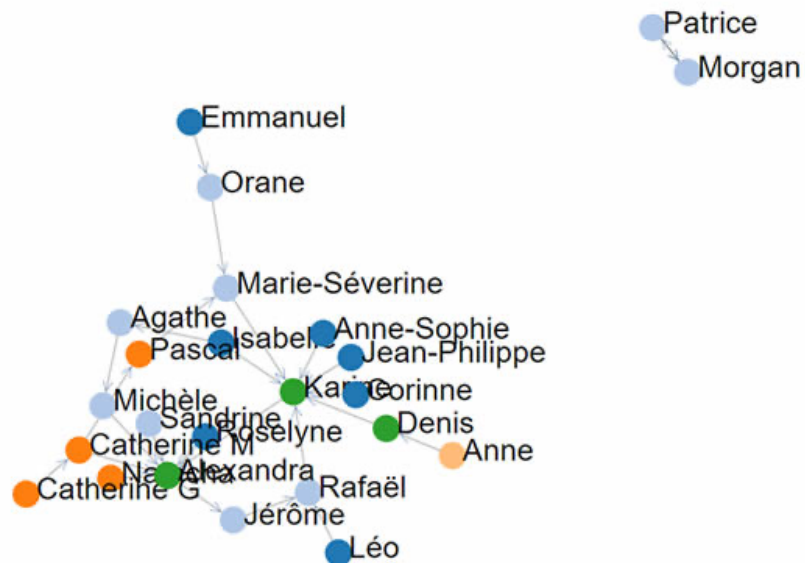
Autres personnes concernées par l'impact du projet

Société, économie, culture

Les besoins de l'étude s'inscrivent dans ce contexte et doivent en tenir compte et le refléter.

# Influences et enjeux

Mes collègues (ici, la classe)  
Voici le «sociogramme» de la classe.  
Quels avis me faut-il pour représenter la classe ?



## Influences et enjeux

A part la classe, qui est concerné chez les collègues étudiant-e-s ?

Tous les étudiant-e-s de la HEIG-VD ?

Tous les étudiant-e-s du site de St-Roch (y compris COMEM) ?

Les étudiant-e-s de la filière économie d'entreprise ?

Les étudiant-e-s à PT/EE ?

Les étudiant-e-s qui habitent à Yverdon (ou justement pas) ?



# Influences et enjeux

Moi

Collègues

Partenaires et réseau

Organisation/champs professionnel

Parties prenantes, investisseurs, groupes d'intérêts

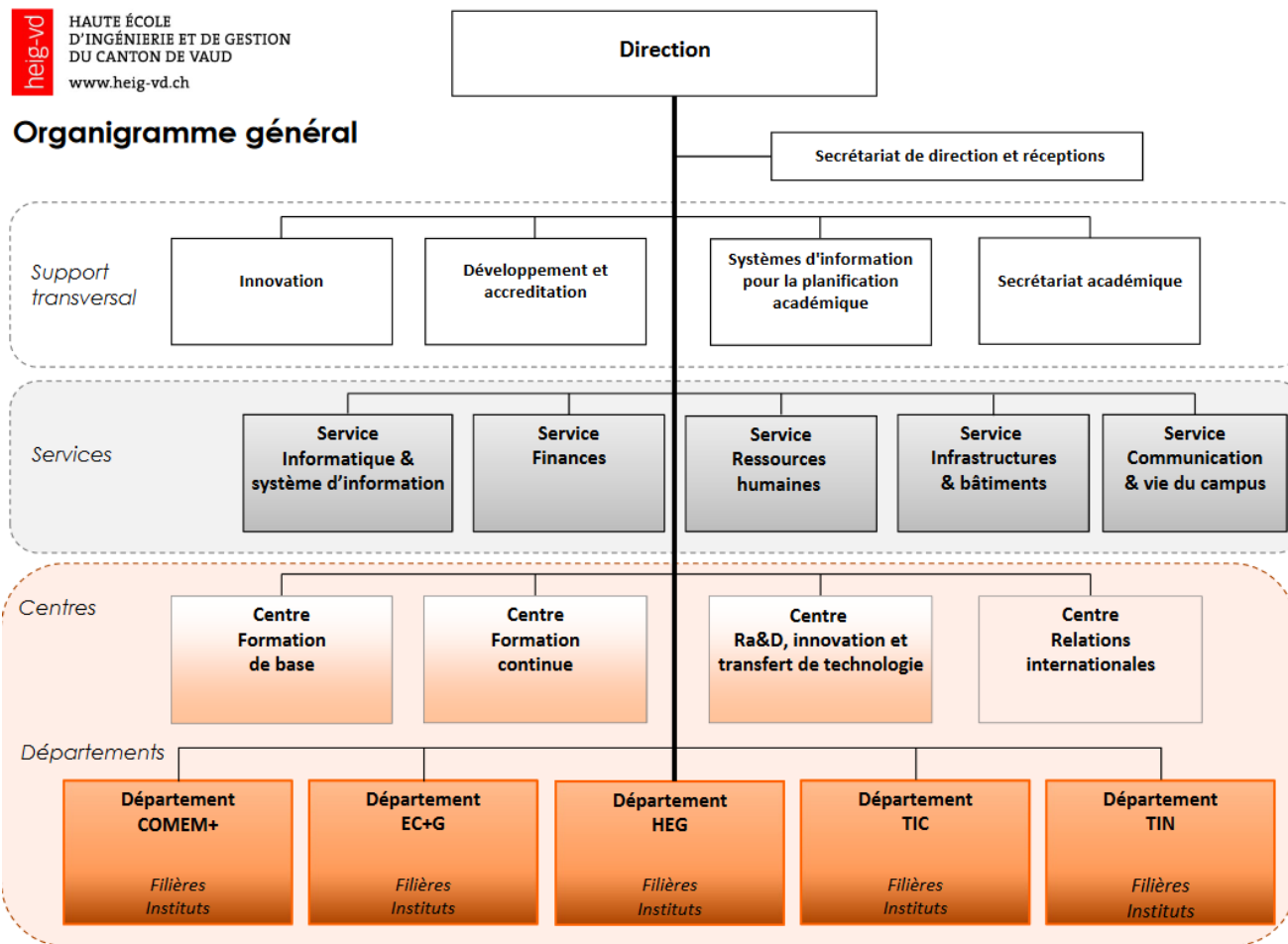
Autres personnes concernées par l'impact du projet

Société, économie, culture

Les besoins de l'étude s'inscrivent dans ce contexte et doivent en tenir compte et le refléter.

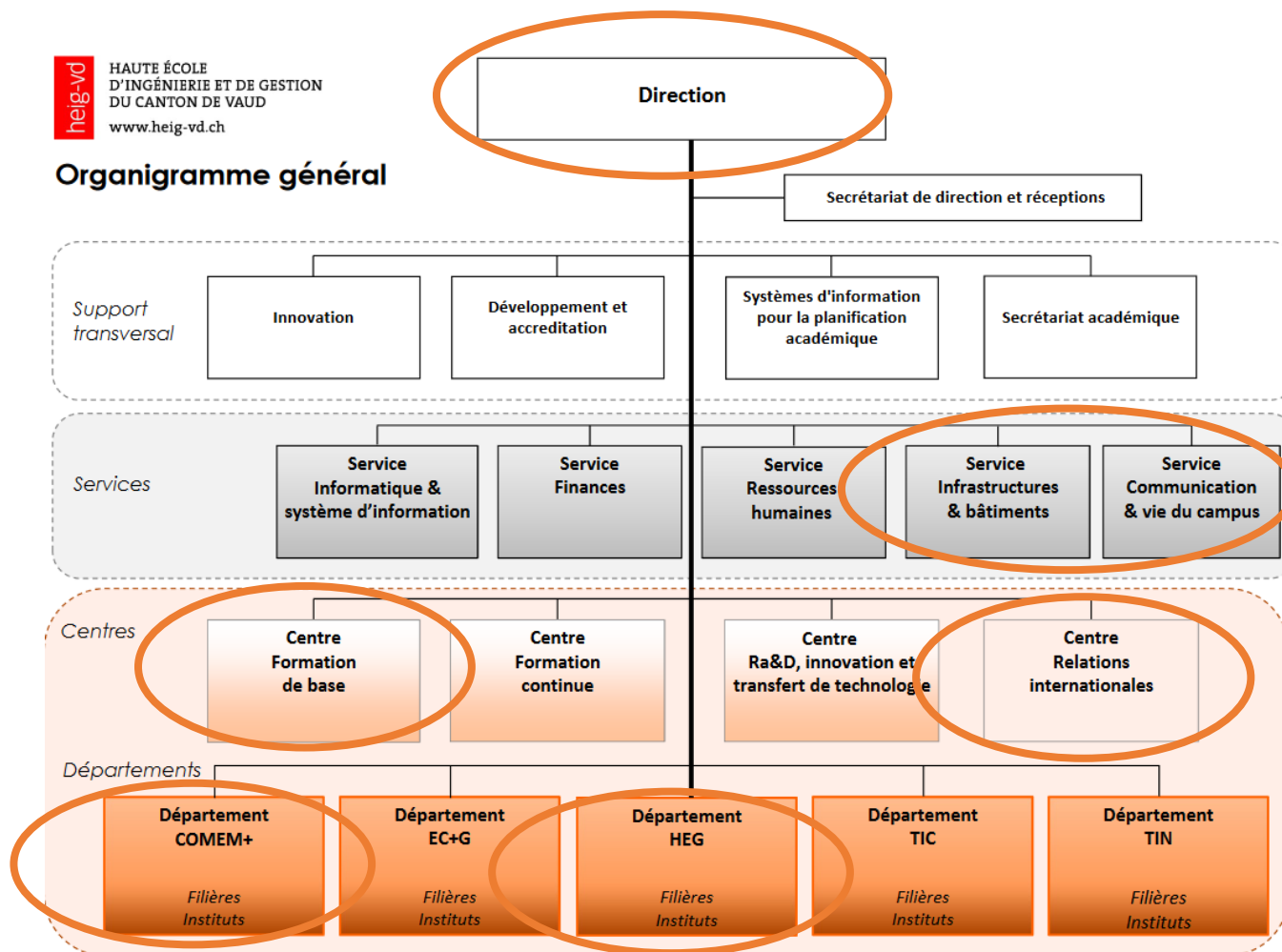
# Influences et enjeux

Qui est concerné,  
dans l'Ecole ?



# Influences et enjeux

Qui est concerné,  
dans l'Ecole ?



# Influences et enjeux

Qui est concerné,  
dans l'Ecole ?

## Direction

- Catherine Hirsch, Directrice générale
- Roland Prélaz-Droux, Directeur général adjoint
- Ana Maria Nogareda, Directrice opérationnelle



## Conseil Représentatif

Le Conseil Représentatif (CORE) est l'organe délibérant de la HEIG-VD. Il contribue au développement de la haute école en relayant les propositions et interrogations des membres.

Il est constitué de 40 membres élus, représentant les étudiant-e-s, le personnel d'enseignement et de recherche et le personnel administratif et technique.

[Pour en savoir plus](#)

## Départements

Chaque département est organisé en [filières](#), chargées de l'enseignement, et en [instituts](#), en charge de la Recherche appliquée et développement (Ra&D).

## Centres

Quatre centres assurent chacun la mise en oeuvre d'une mission transversale de la Haute Ecole. Il s'agit :

Centre Formation de base

## Services centraux

Les services centraux de la HEIG-VD organisent et assurent la mise en oeuvre des missions de gestion centrale dans les domaines spécifiques :

# Influences et enjeux

Moi

Collègues

Partenaires et réseau

Organisation/champs professionnel

**Parties prenantes, investisseurs, groupes d'intérêts**

Autres personnes concernées par l'impact du projet

Société, économie, culture

Les besoins de l'étude s'inscrivent dans ce contexte et doivent en tenir compte et le refléter.

# Influences et enjeux

Quelles sont les associations partenaires ?

The screenshot shows the website for AGE (Association Générale des Étudiants HEIG-VD). The logo, featuring a graduation cap and the acronym 'AGE', is circled in orange. Below the logo is the text 'Association Générale des Étudiants HEIG-VD'. To the right, there are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube, with the text 'Suivez-nous :'. A navigation bar contains links for 'Accueil', 'Activités', 'ChillOut', 'Rétrospectives', 'Comité', 'FAQ', and 'Contact'. The 'ChillOut' link is also circled in orange. Below the navigation bar, the 'Le ChillOut' section is highlighted with an orange circle. It contains a video player titled 'ChillOut Trailer 2015' showing students playing a board game. Below the video, there is a link 'Lire les modalités d'utilisation'. At the bottom, an orange box contains three columns of information: 'Jeux', 'Horaires', and 'Situation'.

**AGE**  
Association Générale des Étudiants HEIG-VD

Suivez-nous :   

Accueil   Activités   **ChillOut**   Rétrospectives   Comité   FAQ   Contact

**Le ChillOut**

Le Local des Étudiants, situé sur le site de Cheseaux (à côté de la cafétéria) est un lieu à disposition des étudiants et des collaborateurs de l'HEIG-VD. Que ce soit pour étancher ta soif, savourer des popcorns croustillants ou te divertir autour d'une partie de babyroot entre amis, ce local est l'endroit idéal pour se retrouver et se détendre entre deux cours et après une longue journée d'étude.

[Lire les modalités d'utilisation](#)

**Jeux**  
Jeux vidéo, de bar, de stratégie, de cartes, d'ambiance...  
Si tu as des propositions de jeux, soumets-les dans la boîte à suggestions !

**Horaires**  
Lundi : 7h30 – 19h30  
Mardi : 7h30 – 19h30  
Mercredi : 7h30 – 19h30  
Jeudi : 7h30 – 21h00  
Vendredi : 7h30 – 19h30

**Situation**  
Site de Cheseaux  




# Influences et enjeux

Quelles sont les autres associations partenaires ?

L'Union des étudiant-e-s de Suisse ?

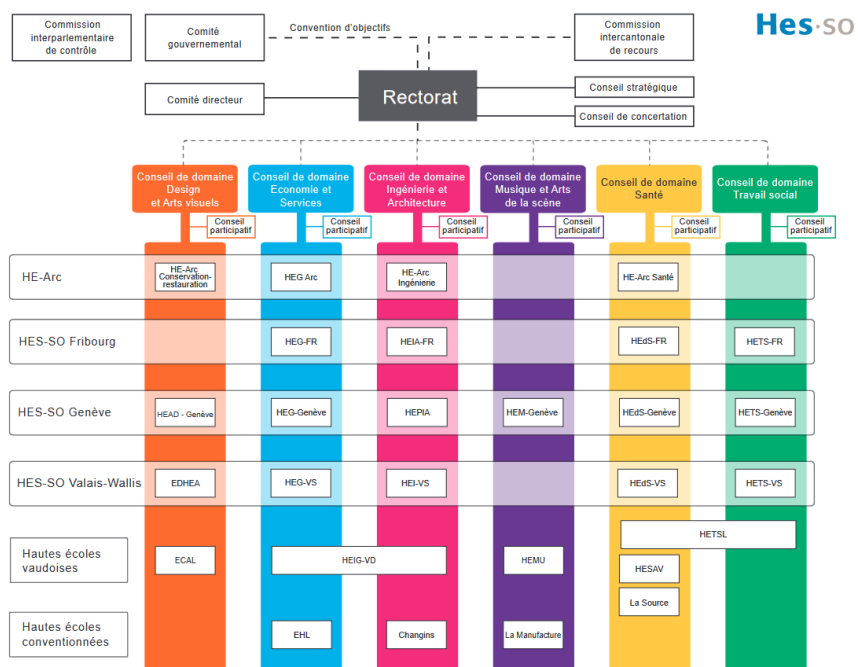
Les associations de collaborateurs ?

Etc.

The screenshot shows the website for AGE (Association Générale des Étudiants HEIG-VD). The logo, featuring a graduation cap and the acronym 'AGE', is circled in orange. Below the logo is the text 'Association Générale des Étudiants HEIG-VD'. To the right, there are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube, with the text 'Suivez-nous :'. A navigation bar contains links for 'Accueil', 'Activités', 'ChillOut', 'Rétrospectives', 'Comité', 'FAQ', and 'Contact'. The 'ChillOut' link is also circled in orange. Below the navigation bar, the 'Le ChillOut' section is highlighted with an orange circle. It contains the following text: 'Le Local des Étudiants, situé sur le site de Cheseaux (à côté de la cafétéria) est un lieu à disposition des étudiants et des collaborateurs de l'HEIG-VD. Que ce soit pour étancher ta soif, savourer des popcorns croustillants ou te divertir autour d'une partie de babyroot entre amis, ce local est l'endroit idéal pour se retrouver et se détendre entre deux cours et après une longue journée d'étude.' Below this text is a link 'Lire les modalités d'utilisation'. To the right of the text is a video player titled 'ChillOut Trailer 2015' showing students playing a board game. At the bottom of the page, there is an orange box with three columns: 'Jeux' (listing video games, board games, etc.), 'Horaires' (listing times from Monday to Friday), and 'Situation' (listing the location as 'Site de Cheseaux' with a map icon).

# Et encore ?

1. La HES-SO ?
2. D'autres organisations locataires de St-Roch ?
3. Les propriétaires des locaux ?





# Influences et enjeux

Moi

Collègues

Partenaires et réseau

Organisation/champs professionnel

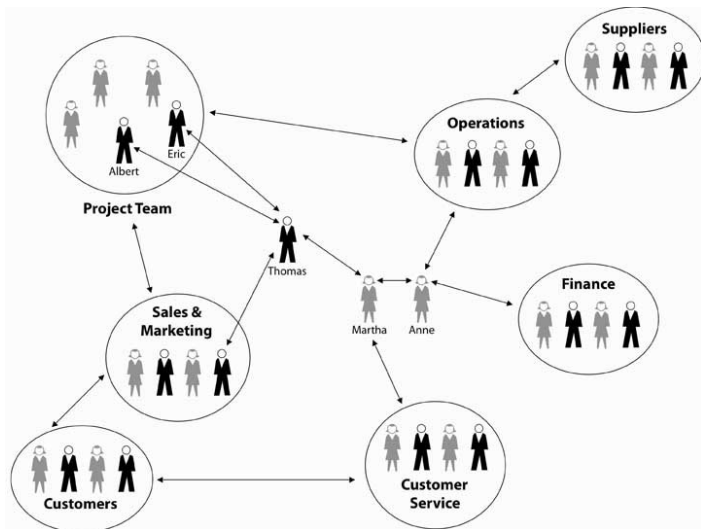
Parties prenantes, investisseurs, groupes d'intérêts

Autres personnes concernées par l'impact du projet

Société, économie, culture

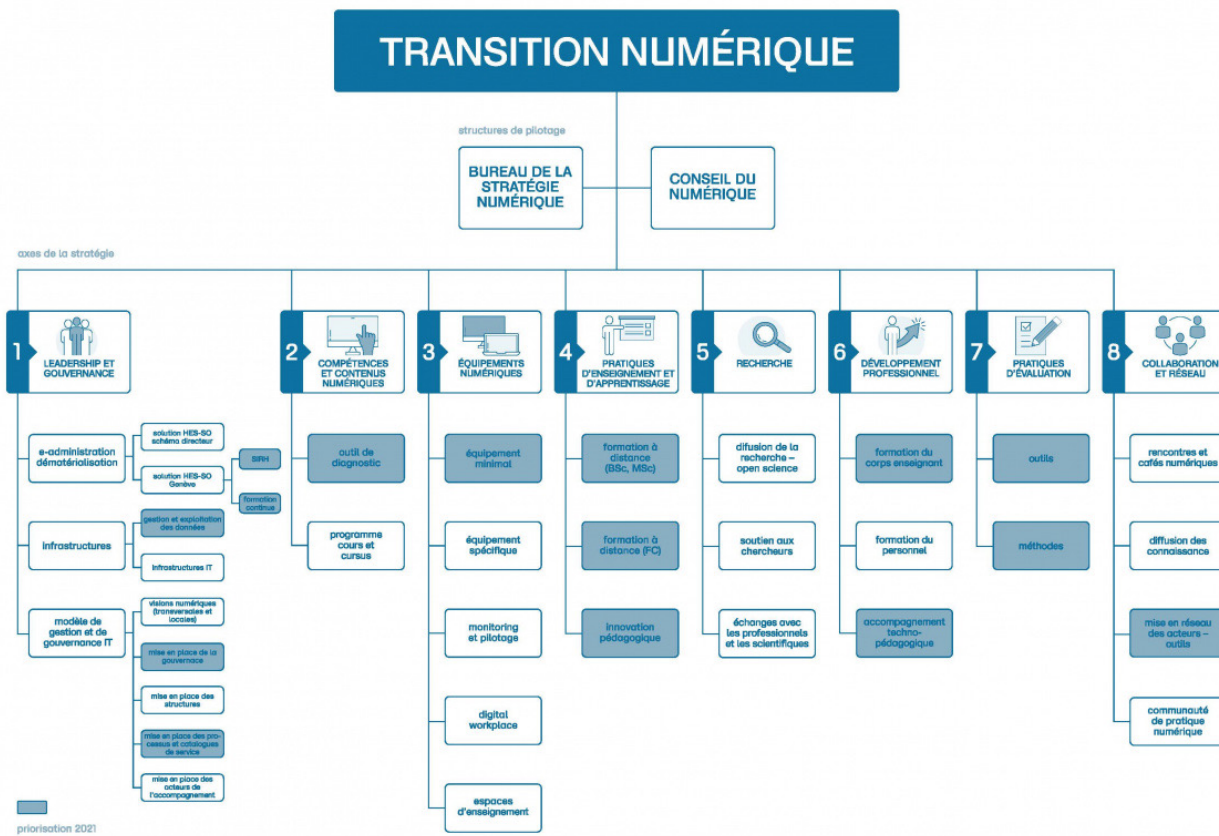
Les besoins de l'étude s'inscrivent dans ce contexte et doivent en tenir compte et le refléter.

## Autres intérêts



1. Riverains
2. Cafétéria
3. Bars aux alentours
4. Service de nettoyage
5. Service de sécurité
6. Secteur HORECA
7. Ville d'Yverdon
8. Etc.

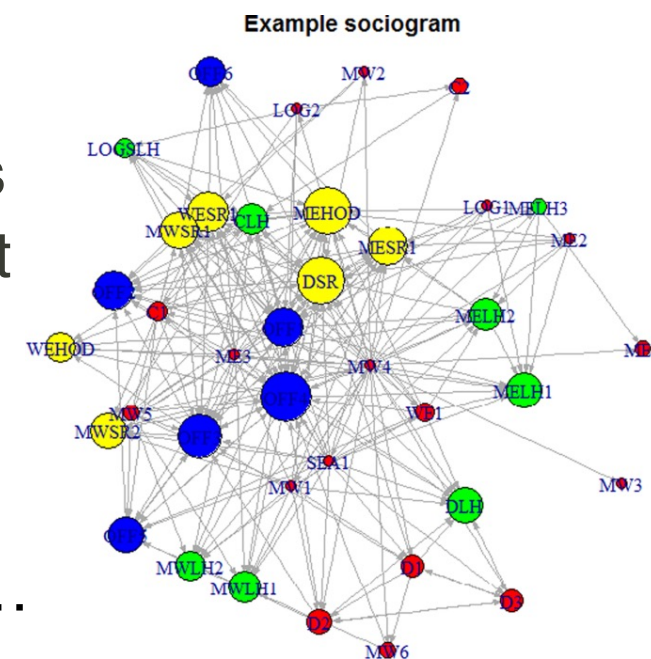
# Un exemple du même travail, pour un autre projet



# Influences et enjeux

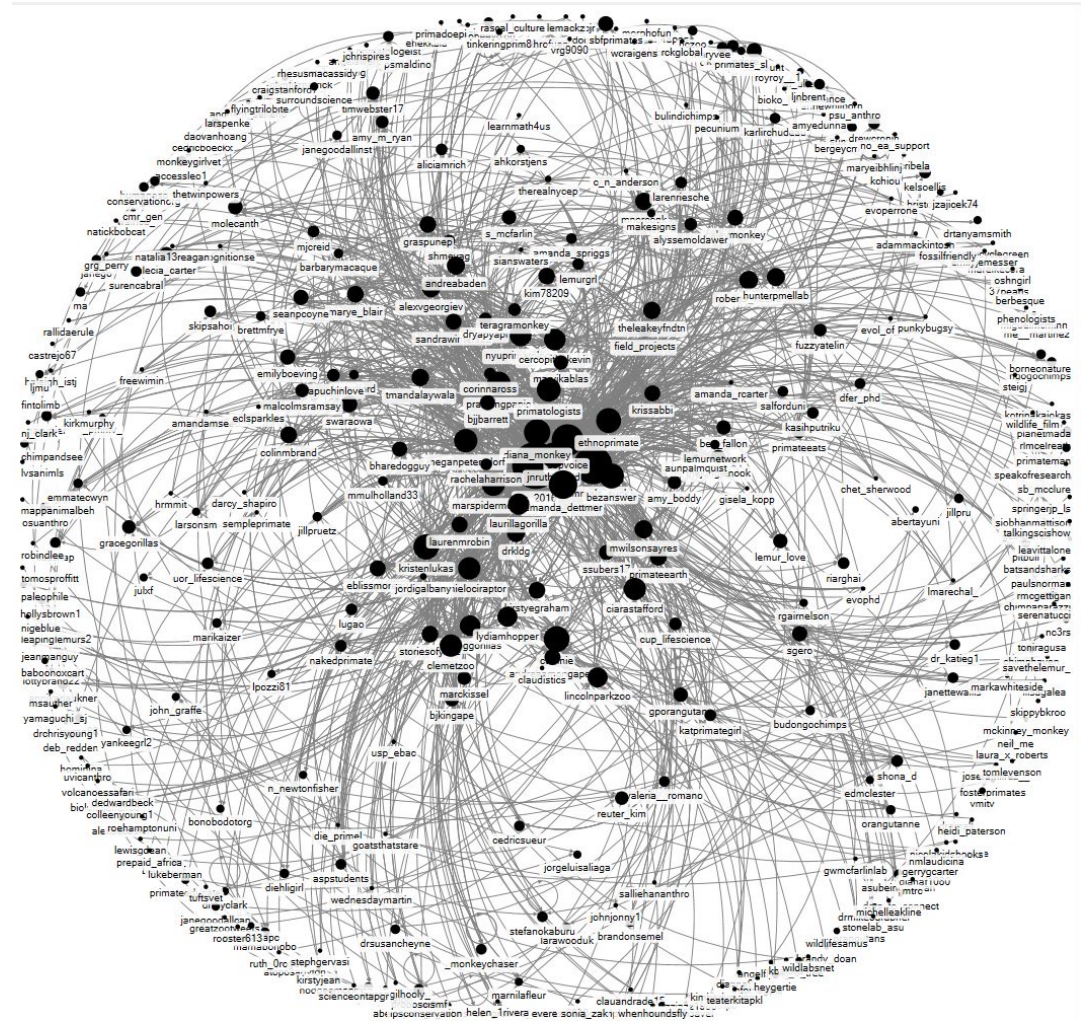
Moi  
 Collègues  
 Partenaires et réseau  
 Organisation/champs professionnel  
 Parties prenantes, investisseurs, groupes d'intérêts  
 Autres personnes concernées par l'impact du projet  
 Société, économie, culture

La réalité ressemble souvent à cela...



Tous ces éléments ont une influence sur la démarche.  
 Pas besoin de tout savoir à l'avance, mais pas de naïveté...

Et si on veut se  
faire un peu  
peur...



# D'ailleurs...

L'idée d'un «bar autogéré» pour le site de St-Roch tourne depuis 10 ans.

Elle n'a jamais été concrétisée.

Pourquoi ?

## Conséquences

Comment cela se traduit-il dans la pratique ?

1. Identifier les parties prenantes
2. Identifier ce que l'on doit obtenir d'elles
3. Négocier l'accès aux données
4. Préserver les intérêts des parties prenantes
5. Gérer l'implication de son travail



# Contraintes d'une recherche de terrain

- ✓ Négocier l'accès aux données de recherche
- ✓ Obtenir l'autorisation de collecter les données et de mener la recherche
- ✓ Préserver les intérêts et la personnalité des participants (confidentialité, anonymat).
- ✓ Préparer le terrain pour une éventuelle confrontation (challenge) des pratiques et valeurs de l'entreprise.
- ✓ Interroger ses propres collègues, des personnes proches
- ✓ Gérer l'implication de son travail et son positionnement en tant que chercheur/praticien dans son propre projet.



## Principe fondamental

Ce sont les raisons pour lesquelles une recherche se planifie dès le début du projet.

En effet, l'accès aux données, les autorisations reçues, les moyens mis à disposition conditionnent directement le dispositif et le périmètre de l'étude.

Il est plus facile de changer le titre au début du projet, que de s'engager sur une recherche dont on ne sait pas comment on va la mener.

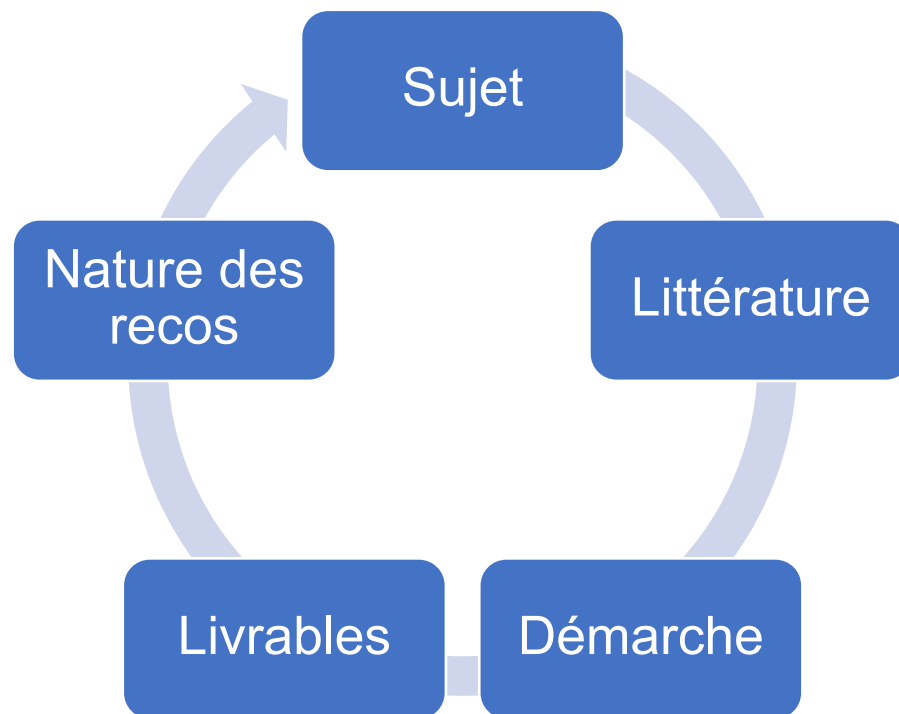
## Principe fondamental

Concevoir une recherche ne revient pas à poser un titre ou un sujet et réfléchir ensuite à la conception du projet.

Il s'agit d'un processus itératif (en plusieurs boucles) où le titre et la démarche s'influencent mutuellement.

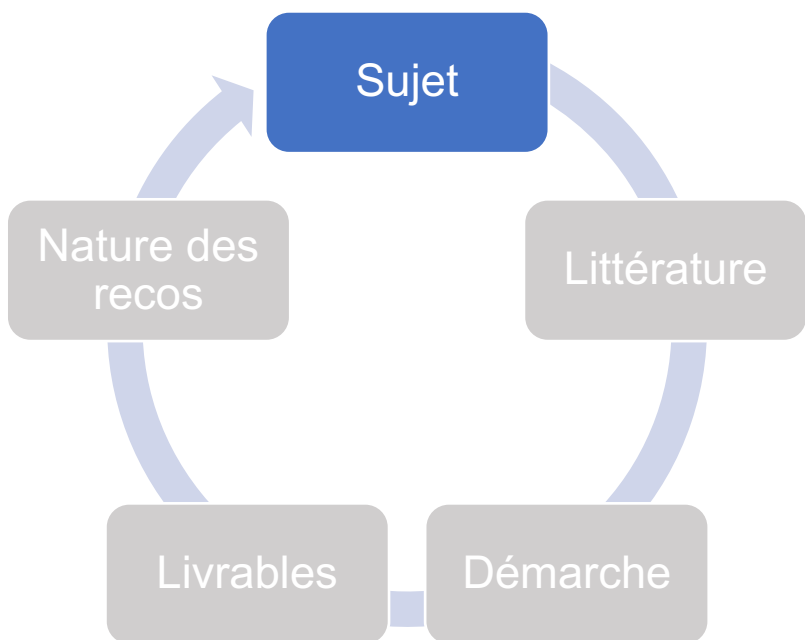
Un sujet ne se choisit jamais sans avoir établi la démarche qui l'accompagne et sans en avoir testé la faisabilité.

## Etapes de la boucle d'itération



Tant que la boucle n'est pas stabilisée, votre sujet n'est pas défini.

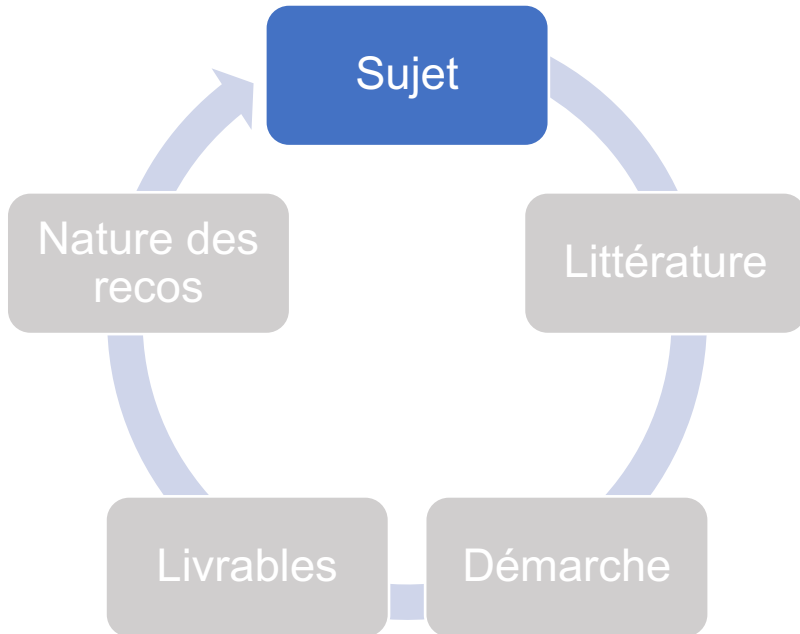
## Synthétiser son sujet



1. Formuler son sujet en une seule phrase (=titre)
2. Vérifier que le titre contient un objectif d'analyse
3. Vérifier que le titre contient un périmètre
4. Chaque mot du titre doit être défini

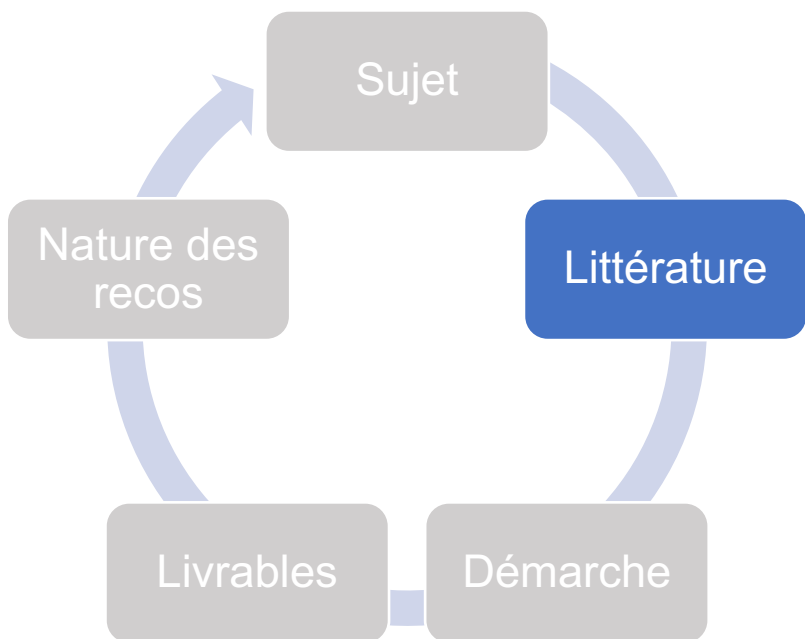
## Exemple

«Analyse de la faisabilité d'un projet de bar autogéré sur le site de St-Roch»



1. Formuler son sujet en une seule phrase (=titre) - OK
2. Vérifier que le titre contient un objectif d'analyse - OK
3. Vérifier que le titre contient un périmètre - OK
4. Chaque mot du titre doit être défini - OK

## Vérifier l'ancrage théorique

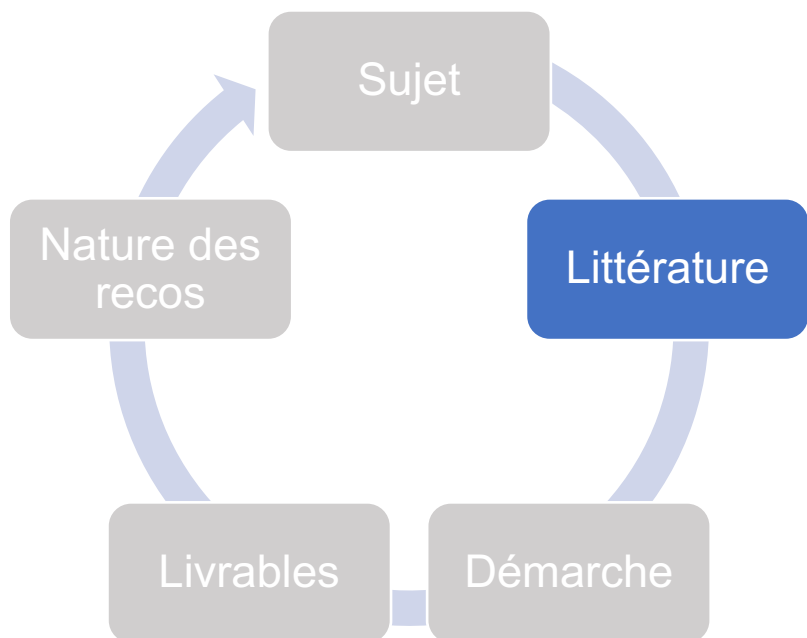


1. Vérifier que les mots-clés utilisés renvoient vers une littérature adéquate.
2. Vérifier que votre démarche correspond à une approche connue.
3. Vérifier qu'une grille de lecture / un dispositif expérimental peut être justifié.

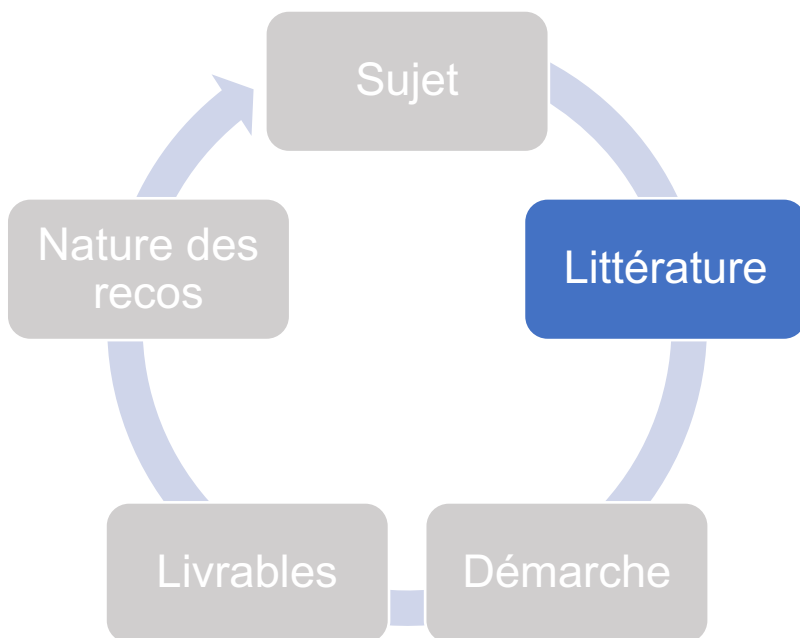
## Exemple

«**Analyse de la faisabilité** d'un projet de **bar autogéré** sur le site de St-Roch»

1. Vérifier que les mots-clés utilisés renvoient vers une littérature adéquate.
2. Vérifier que votre démarche correspond à une approche connue.
3. Vérifier qu'une grille de lecture / un dispositif expérimental peut être justifié.



## Exemple



«**Analyse de la faisabilité** d'un projet de **bar autogéré** sur le site de St-Roch

### Étude de faisabilité

🌐 29 langues ▼



Cet article est une **ébauche** concernant le **management**.

Vous pouvez partager vos connaissances en l'améliorant (**comment ?**) selon les recommandations des **projets** correspondants.

L'**étude de faisabilité** dans la **gestion de projets** est une étude qui s'attache à vérifier que le projet soit techniquement faisable et économiquement viable. Plus largement, on peut distinguer les volets suivants dans une étude de faisabilité : étude technique, commerciale, économique, juridique et d'organisation.

#### Sommaire [masquer]

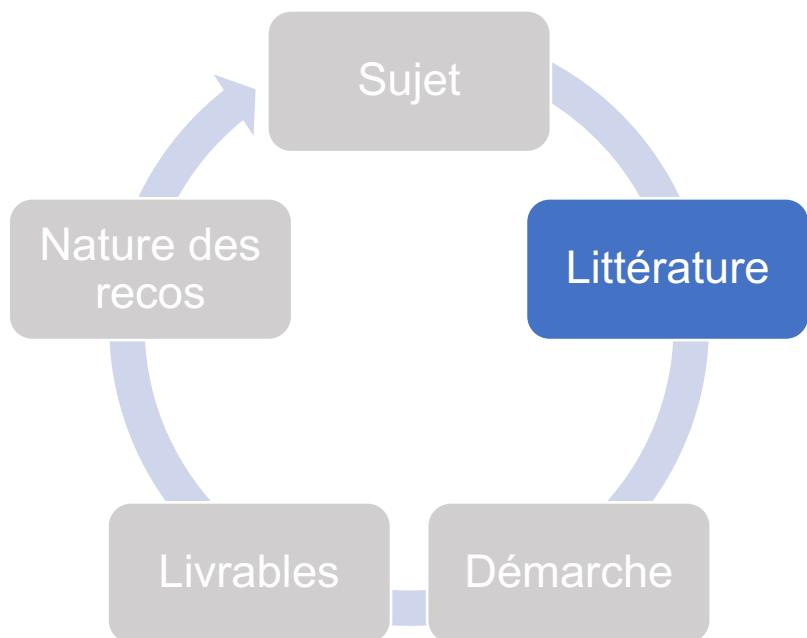
- 1 Définition formelle
- 2 Présentation
- 3 Notes et références
- 4 Voir aussi
  - 4.1 Bibliographie
  - 4.2 Articles connexes



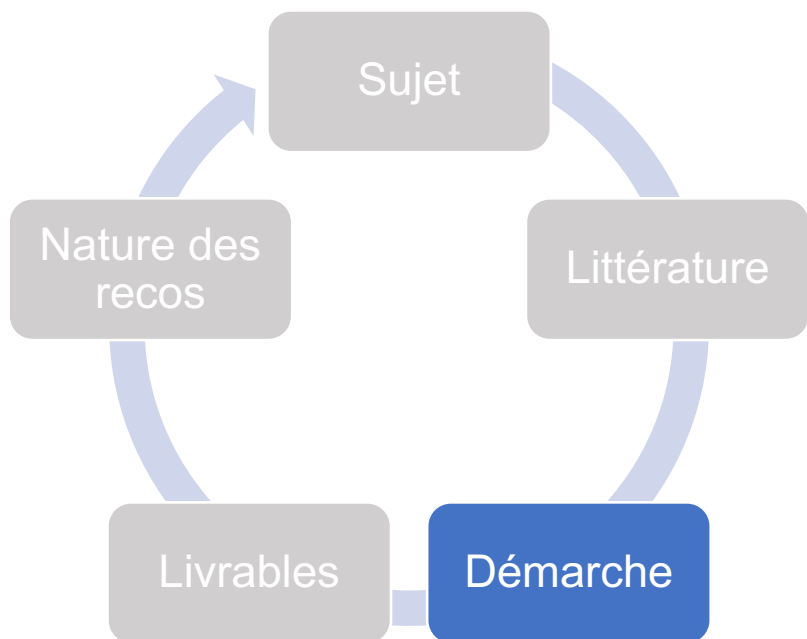
## Exemple

«**Etude de la faisabilité** d'un projet de **bar autogéré** sur le site de St-Roch»

1. Vérifier que les mots-clés utilisés renvoient vers une littérature adéquate – OK
2. Vérifier que votre démarche correspond à une approche connue - OK
3. Vérifier qu'une grille de lecture / un dispositif expérimental peut être justifié - OK

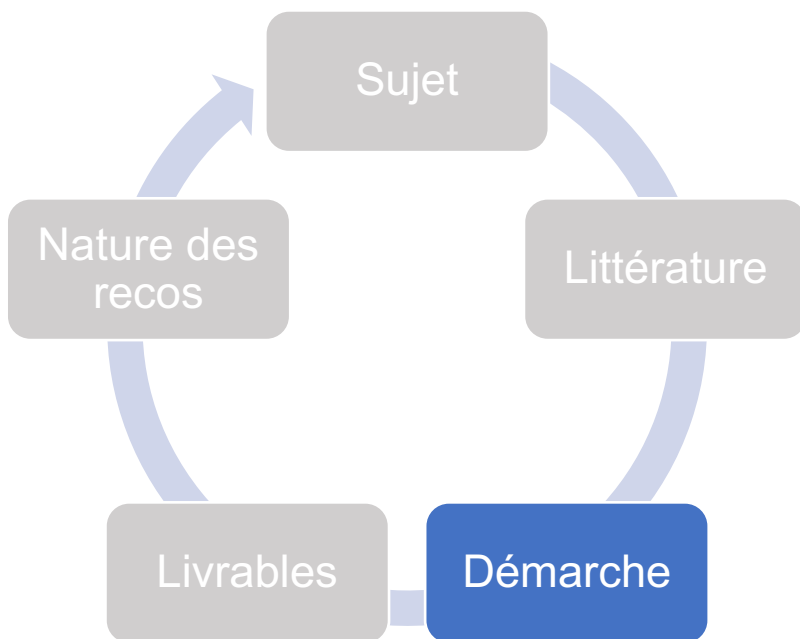


## Enoncer sa démarche



1. Identifier les grandes étapes de l'analyse
2. Identifier les données à recueillir sur le terrain
3. Vérifier que vous avez accès aux données
4. Vérifier que cela tient dans les ressources imparties au projet (ampleur, temps consacré)
5. Etablir le contrat de votre analyse.

## Exemple



«**Analyse de la faisabilité** d'un projet de **bar autogéré** sur le site de St-Roch

### Étude de faisabilité

🌐 29 langues ▼



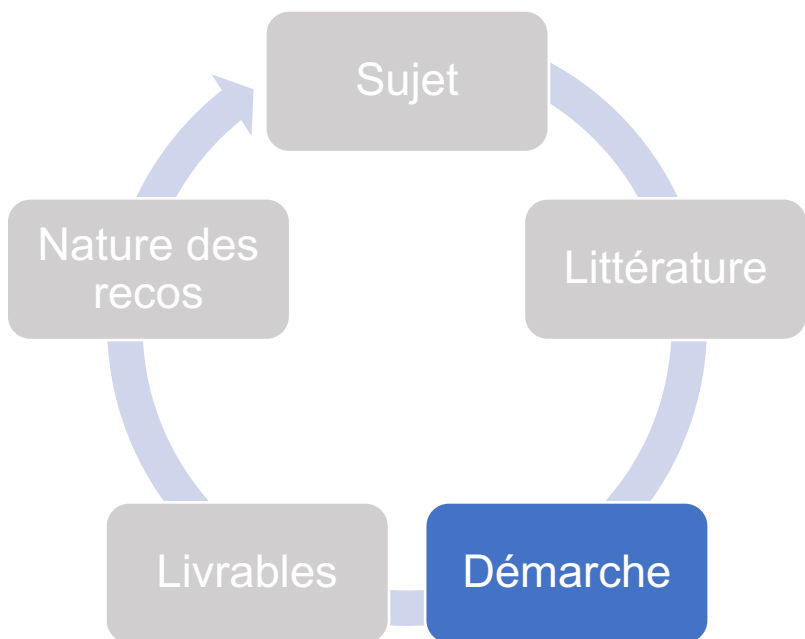
Cet article est une **ébauche** concernant le **management**.

Vous pouvez partager vos connaissances en l'améliorant ([comment ?](#)) selon les recommandations des [projets correspondants](#).

L'**étude de faisabilité** dans la [gestion de projets](#) est une étude qui s'attache à vérifier que le projet soit techniquement faisable et économiquement viable. Plus largement, on peut distinguer les volets suivants dans une étude de faisabilité : étude technique, commerciale, économique, juridique et d'organisation.

- 1 – Etude technique
- 2 – Etude commerciale
- 3 – Etude économique
- 4 – Etude juridique
- 5 – Etude de l'organisation

## Exemple



«**Analyse de la faisabilité** d'un projet de **bar autogéré** sur le site de St-Roch

### Étude de faisabilité

🌐 29 langues ▼



Cet article est une **ébauche** concernant le **management**.

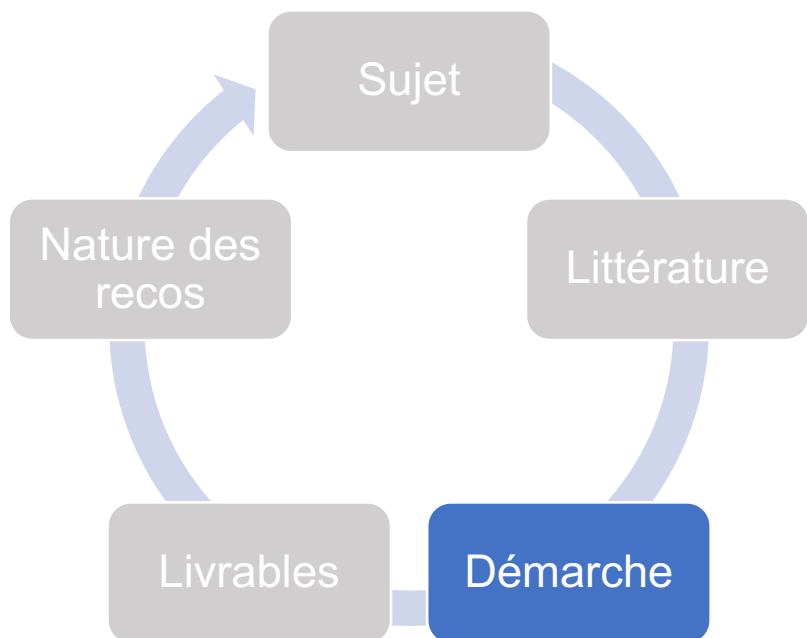
Vous pouvez partager vos connaissances en l'améliorant ([comment ?](#)) selon les recommandations des [projets correspondants](#).

L'**étude de faisabilité** dans la [gestion de projets](#) est une étude qui s'attache à vérifier que le projet soit techniquement faisable et économiquement viable. Plus largement, on peut distinguer les volets suivants dans une étude de faisabilité : étude technique, commerciale, économique, juridique et d'organisation.

- 1 – Etude technique
- 2 – Etude commerciale
- 3 – Etude économique
- 4 – Etude juridique
- 5 – Etude de l'organisation

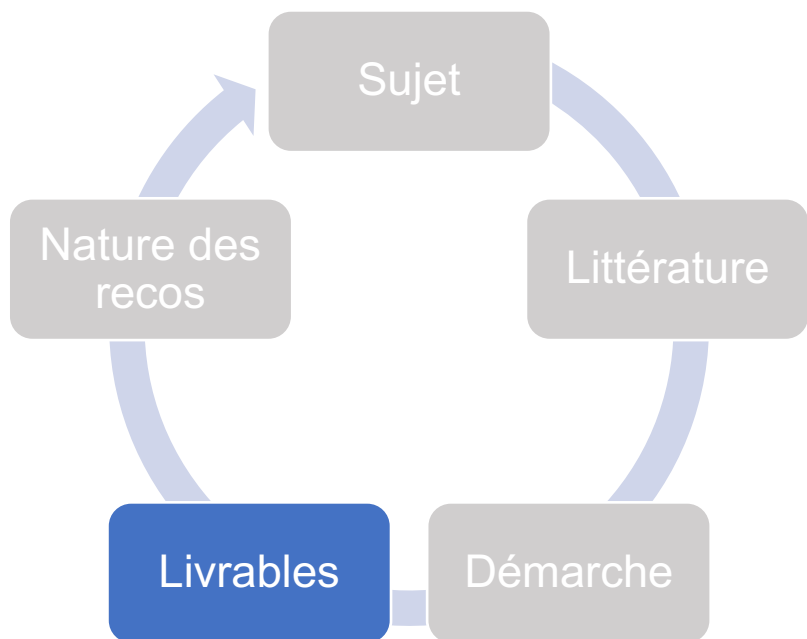
Ce sont les grandes étapes, il faudra affiner et définir des sous-objectifs.

## Enoncer sa démarche



1. Identifier les grandes étapes de l'analyse - OK
2. Identifier la données à recueillir sur le terrain – à voir
3. Vérifier que vous avez accès aux données – à voir
4. Vérifier que cela tient dans les ressources imparties au projet (ampleur, temps consacré) – à voir
5. Etablir le contrat de votre analyse.

## Annoncer la nature des résultats



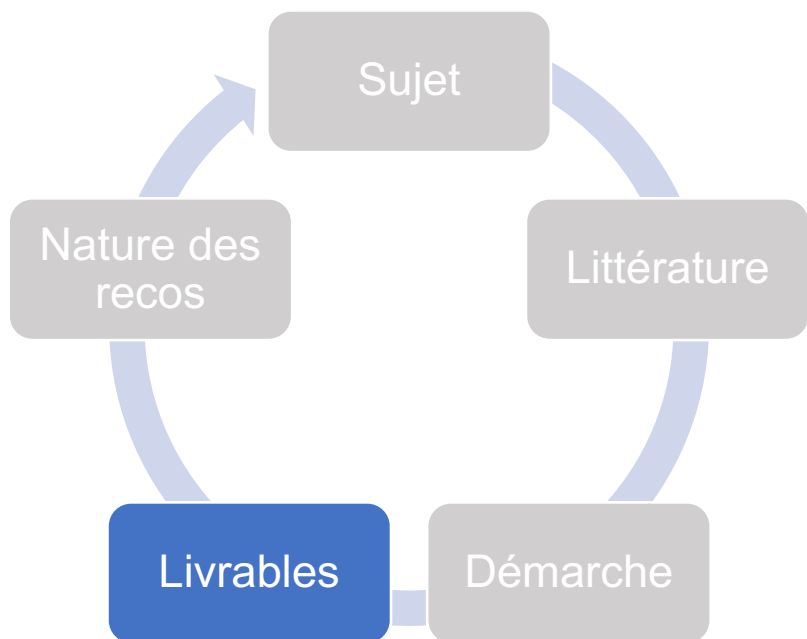
1. Anticiper la nature des résultats obtenus avec votre approche méthodologique.
2. Indiquer ce que vous allez concrètement livrer et qui fera l'objet de la rémunération.
3. Vérifier que cela répond aux attentes de l'organisation.

## Exemple

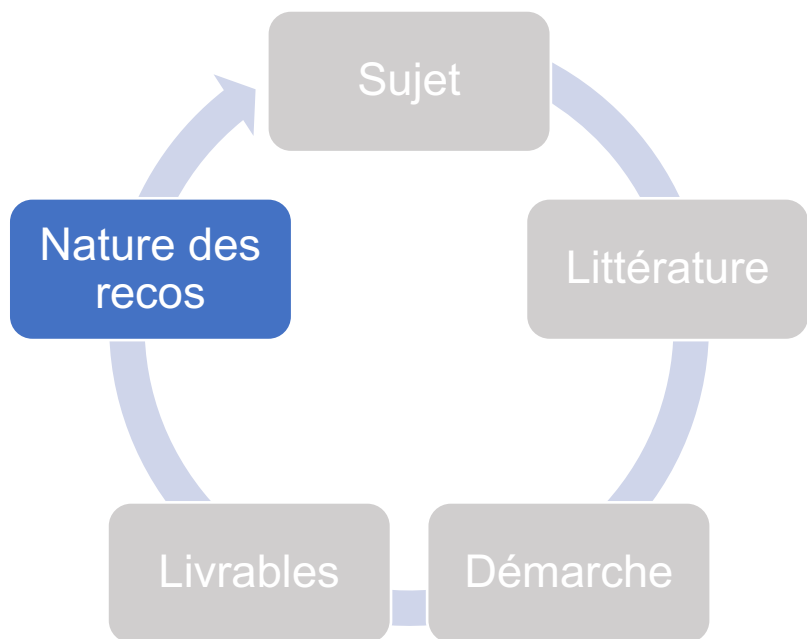
«Analyse de la faisabilité d'un projet de bar autogéré sur le site de St-Roch

A la fin du projet, nous disposerons

- 1 – Etude technique : une «maquette» du bar
- 2 – Etude commerciale : le business model
- 3 – Etude économique : le calcul du point mort
- 4 – Etude juridique : la compatibilité avec le cadre légal
- 5 – Etude de l'organisation : une proposition d'organisation (organigramme, processus, etc.)



## Annoncer la nature des résultats



1. Sur quoi devez-vous donner des recos ?
2. Anticiper la nature des recommandations.
3. Vérifier le bon alignement entre le sujet, la démarche, les résultats et les recommandations.
4. Vérifier que la démarche permet bien de tenir compte de tous les groupes d'intérêt.



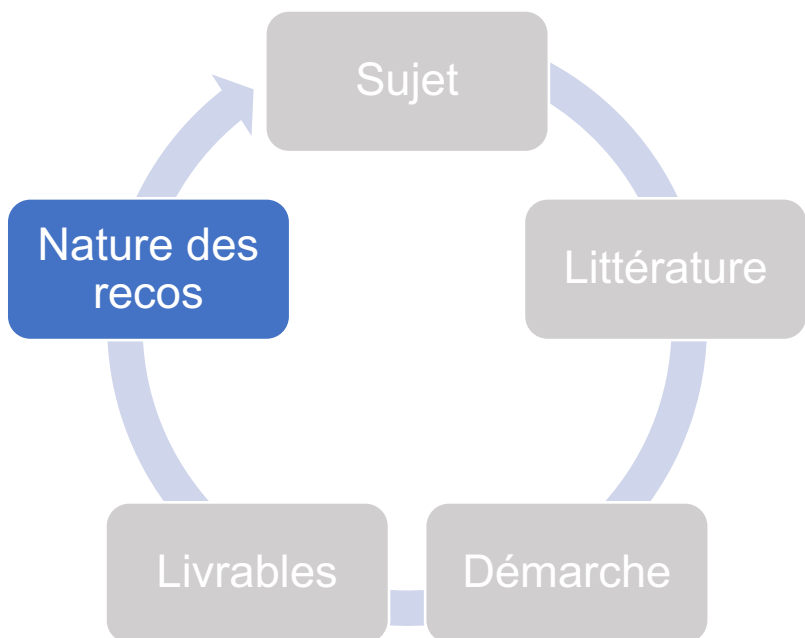
## Exemple

«Analyse de la faisabilité d'un projet de bar autogéré sur le site de St-Roch

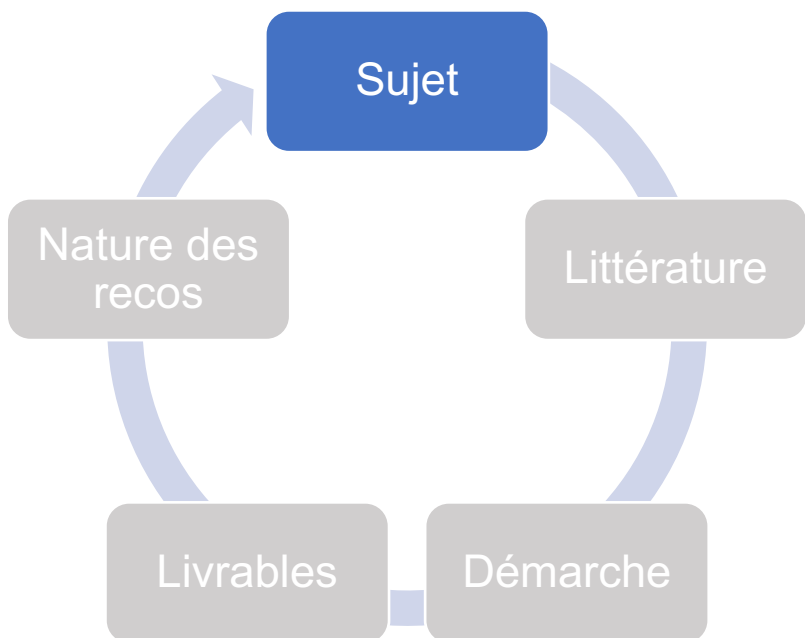
A la fin du projet, nous pourrons :

- 1 – Nous prononcer par rapport à la faisabilité du sujet
- 2 – Identifier les principaux leviers/freins
- 3 – Proposer un plan d'action pour concrétiser le projet

Nous aurons effectivement répondu à la question de départ.



## Et on recommence...



Dès que la réflexion est stabilisée et afin de sceller le «contrat» de la recherche, on établit un document qui contient :

- Contexte, problématique, objectifs/hypothèses.
- Puis, chaque objectif/hypothèse est repris et les moyens pour y parvenir sont mis en regard, afin de constituer des Work Packages (WP)

# Définition des WorkPackages (WP)

Lors de l'étude commerciale, par exemple, on cherchera à déterminer le «volume» des personnes susceptibles de fréquenter le bar.

Etape	Objet du WP	Moyens méthodes	Heures	Livrable
WP 2	Estimation du potentiel de clientèle	- Questionnaire quantitatif auprès des 600 étudiant-e-s de St-Roch (taux de retour attendu de 30%)	20h	Intention de fréquenter manifesté par : - Les étudiant-e-s de St-Roch - Les collaborateurs/trices
		- Questionnaire quantitatif auprès des 250 collaborateurs/trices (taux de retour attendu de 20%)	20h	

# Définition des Work Packages (WP)

Et à la fin, on aura un grand tableau qui indiquera les étapes et tout leur contenu

	WP	Objet du WP	Moyens méthodes	Heures	Livrable
Etude technique	WP1	Identifier le(s) local(aux) répondant aux critères	Entretien avec le service «infrastructures»	2	Locaux mis en évidence sur la carte du bâtiment.
			Entretien avec le propriétaire des locaux	2	
Etude commerciale	WP2	Estimer le potentiel de clientèle	Questionnaire quantitatif auprès des 600 étudiants de St-Roch (taux de retour 30%)	20	Business model
			Questionnaire quantitatif auprès des 250 collaborateurs/trices (taux de retour attendu de 20%)	20	
	WP3	Déterminer le business plan	Entretiens qualitatifs auprès de structures similaires.	30	Business plan
Etude économique	WP4	Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etude juridique	WP5	Etc.	Etc.	Etc.	Etc.
Etude de l'organisation	WP6	Etc.	Etc.	Etc.	Etc.

# Définition des WorkPackages (WP)

Ce tableau peut prendre plusieurs formes et contenir des données temporelles.

Il concrétise l'approche méthodologique définie et la situe dans le temps.

Grandes étapes :

- Proof of relevance
- Proof of concept
- Proof of business
- Proof of investment

Year	2013				2014			
Quarters (3 months)	1	2	3	4	5	6	7	8
PROOF OF RELEVANCE Work package 1: Technology development		→						
Work package 2: Market needs, market potential of the device, and competitors analyses.		→						
Work package 3: barriers to using technology and IPR protection.	→							
PROOF OF CONCEPT Work package 4: Device prototyping and prototype field testing.			→					
PROOF OF BUSINESS Work package 5: Comparison of different productization strategies, business and contract models, value chains of business models, and partners; network.			→					
PROOF OF INVESTMENT Work package 6: Feasibility of business models, investment calculations, risk assessments, funding for the business, and creating a new USO.				→				

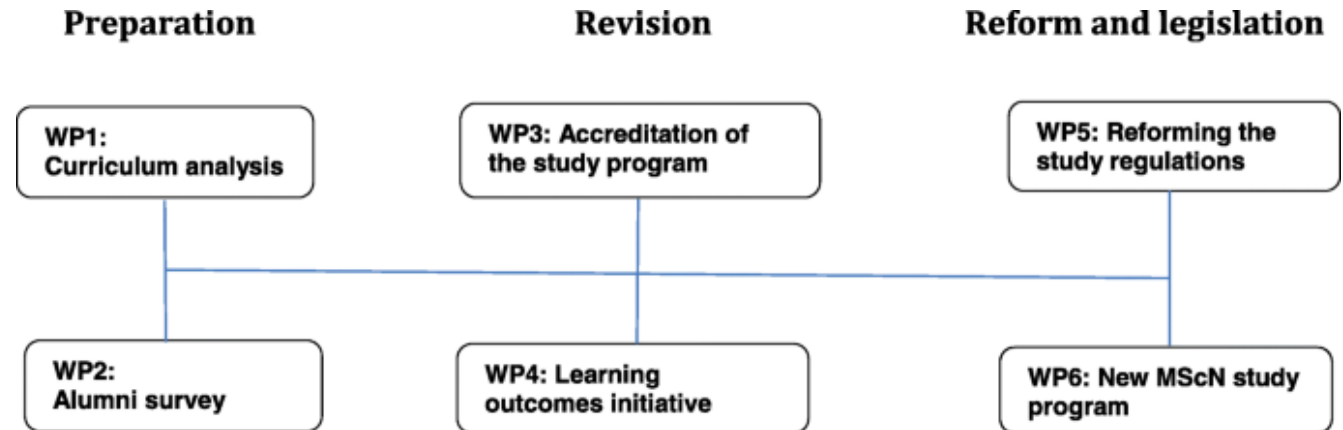
**Figure 2**  
**NAM COMMERCIALIZATION WORK PACKAGES**

# Définition des WorkPackages (WP)

On peut aussi choisir d'autres modes de présentation, permettant une meilleure compréhension de l'articulation du projet, lorsqu'il comporte une part de mise en œuvre.

Grandes étapes :

- Preparation
- Revision
- Reform and legislation

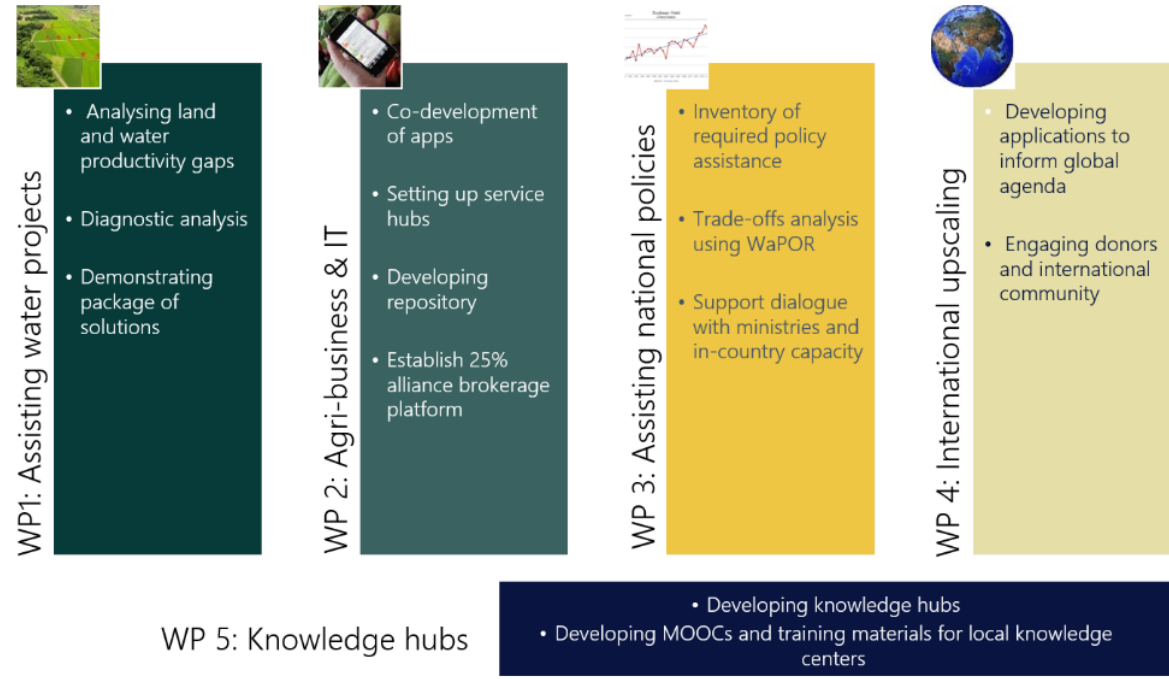


# Définition des WorkPackages (WP)

Parfois, l'organisation du projet est également utilisée pour le rendre visible et en assurer la diffusion.

Grandes étapes :

- Assisting water projects
- Agri-business and IT
- Assisting national policies
- International upscaling
- Knowledge Hub



# Définition des WorkPackages (WP)

Au sein de l'Ecole, le mode de présentation est celui-ci :

Les documents utilisés dans le cadre de vos modules ultérieurs (ex : TB) sont dérivés de ce type de présentation.

Project Charter		Autore				
Documento Inizio Progetto [Nome del Progetto]		[Nome dell'Autore]				
<b>Descrizione del Progetto</b>						
[In cosa consiste il progetto? A chi è rivolto? Qual'è l'obiettivo principale del progetto?]						
<b>Gruppi di Interesse</b>						
<b>Stakeholders</b>	<b>Nome e Cognome</b>					
Clienti	[nome della persona o ente che raccoglierà i benefici del progetto]					
Promotori	[nome di chi autorizza il progetto e fornisce i fondi necessari]					
<b>Membri del Team</b>	<b>Funzione</b>	<b>Competenze</b>				
[nome e cognome]	Project Manager	[competenze]				
[nome e cognome]	[funzione]	[competenze]				
[nome e cognome]	[funzione]	[competenze]				
[nome e cognome]	[funzione]	[competenze]				
<b>Scopo</b>						
[Quale sarà il risultato finale del progetto? Delinare con chiarezza e precisione il target che si vuole raggiungere. Descrivere quali attività verranno avviate e menzionare quali attività non verranno incluse nel progetto.]						
<b>Obiettivi</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>[descrivere un obiettivo specifico, misurabile, raggiungibile, rilevante e legato al fattore temporale]</li> <li>[descrivere un obiettivo specifico, misurabile, raggiungibile, rilevante e legato al fattore temporale]</li> <li>[descrivere un obiettivo specifico, misurabile, raggiungibile, rilevante e legato al fattore temporale]</li> </ul>						
<b>Cronoprogramma</b>						
[Identificare deliverable e milestone. Elencare le attività principali necessarie per il completamento del progetto: data di inizio progetto, data di consegna del progetto and data di fatturazione al cliente.]						
<b>Attività</b>	<b>Week 1</b>	<b>Week 2</b>	<b>Week 3</b>	<b>Week 4</b>	<b>Week 5</b>	<b>Week 6</b>
Inizio Progetto						
Macro Attività 1						
Sub Attività 1.1						
Sub Attività 1.2						
Macro Attività 2						
Sub Attività 2.1						
Sub Attività 2.2						
Sub Attività 2.3						
Macro Attività 3						
Sub Attività 3.1						
Sub Attività 3.2						
Fine Progetto						

Pagina 1 di 2

Project Charter		Autore	
Documento Inizio Progetto [Nome del Progetto]		[Nome dell'Autore]	
<b>Prospetto Economico-Finanziario</b>			
<b>Previsioni Economiche</b>	<b>Anno 1</b>	<b>Anno 2</b>	<b>Anno 3</b>
A1) Ricavi da vendite e prestazioni	0,00	0,00	0,00
<b>A) TOTALE RICAVI</b>			
B1) Materie prime, materiali di consumo, etc.	0,00	0,00	0,00
B2) Utenze (energia, gas, acqua, telefono, etc.)	0,00	0,00	0,00
B3) Personale	0,00	0,00	0,00
B4) Servizi	0,00	0,00	0,00
B5) Ammortamento	0,00	0,00	0,00
B6) Canoni di locazione per immobili	0,00	0,00	0,00
B7) Oneri finanziari	0,00	0,00	0,00
B8) Altri costi	0,00	0,00	0,00
<b>B) TOTALE COSTI</b>			
<b>RESULTATO DELLA GESTIONE CARATTERISTICA [A-B]</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Piano Finanziario</b>			
<b>Fabbisogni</b>	<b>Euro</b>	<b>Fonti di Copertura</b>	<b>Euro</b>
Beni di investimento da acquisire	0,00	Risorse finanziarie proprie	0,00
IVA sugli investimenti	0,00	Contributi Pubblici	0,00
Capitale di esercizio (anno avvio attività)	0,00	Finanziamenti da terzi (banche, investitori private, etc.)	0,00
<b>TOTALE FABBISOGNI</b>	<b>0,00</b>	<b>TOTALE FONTI DI COPERTURA</b>	<b>0,00</b>
<b>Vincoli, Supposizioni, Rischi e Interdipendenze</b>			
<b>Vincoli</b>	[Describe here potential factors that will impact the delivery of the project]		
<b>Supposizioni</b>	[Descrivere le condizioni e le situazioni sulle quali si fa affidamento al fine di raggiungere gli obiettivi del progetto]		
<b>Rischi</b>	[Quali sono i rischi principali? E quali di questi rischi potrebbero mettere a rischio il completamento del progetto?]		
<b>Limiti di Tempo</b>	[Individuare tempi e scadenze da rispettare per realizzare il progetto]		
<b>Limiti di Costo</b>	[Determinare il budget destinato al progetto]		
<b>Priorità e Interdipendenze</b>	[Definire i rapporti di interdipendenza tra i vari fattori e stabilire le priorità tra gli stessi: è più importante consegnare in tempo o rispettare il budget?]		
<b>Firma per Approvazione</b>			
[Nome e Cognome] Cliente	[Nome e Cognome] Promotore	[Nome e Cognome] Project Manager	

Pagina 2 di 2



# Définition des WorkPackages (WP)

Ce document permet à la fois d'organiser le projet et d'en obtenir le financement.

Les éléments du «contrat» doivent être bien définis.

Ce «contrat» repose sur une obligation de moyens, plutôt que de résultat.

C'est pourquoi il faut définir les WP et livrables.

Project Charter		Autore					
Documento Inizio Progetto		[Nome dell'Autore]					
[Nome del Progetto]							
<b>Descrizione del Progetto</b>							
[In cosa consiste il progetto? A chi è rivolto? Qual'è l'obiettivo principale del progetto?]							
<b>Gruppi di Interesse</b>							
Stakeholders	Nome e Cognome						
Clienti	[nome della persona o ente che raccoglierà i benefici del progetto]						
Promotori	[nome di chi autorizza il progetto e fornisce i fondi necessari]						
Membri del Team	Funzione	Competenze					
[nome e cognome]	Project Manager	[competenze]					
[nome e cognome]	[funzione]	[competenze]					
[nome e cognome]	[funzione]	[competenze]					
[nome e cognome]	[funzione]	[competenze]					
<b>Scopo</b>							
[Quale sarà il risultato finale del progetto? Delinare con chiarezza e precisione il target che si vuole raggiungere. Descrivere quali attività verranno avviate e menzionare quali attività non verranno incluse nel progetto.]							
<b>Obiettivi</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>[descrivere un obiettivo specifico, misurabile, raggiungibile, rilevante e legato al fattore temporale]</li> <li>[descrivere un obiettivo specifico, misurabile, raggiungibile, rilevante e legato al fattore temporale]</li> <li>[descrivere un obiettivo specifico, misurabile, raggiungibile, rilevante e legato al fattore temporale]</li> </ul>							
<b>Cronoprogramma</b>							
[Identificare deliverable e milestone. Elencare le attività principali necessarie per il completamento del progetto: data di inizio progetto, data di consegna del progetto and data di fatturazione al cliente.]							
Attività	Inizio Progetto	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5	Week 6
Macro Attività 1							
Sub Attività 1.1							
Sub Attività 1.2							
Macro Attività 2							
Sub Attività 2.1							
Sub Attività 2.2							
Sub Attività 2.3							
Macro Attività 3							
Sub Attività 3.1							
Sub Attività 3.2							
	Fine Progetto						

Pagina 1 di 2

Project Charter		Autore	
Documento Inizio Progetto		[Nome dell'Autore]	
[Nome del Progetto]			
<b>Prospetto Economico-Finanziario</b>			
Previsioni Economiche	Anno 1	Anno 2	Anno 3
A1) Ricavi da vendite e prestazioni	0,00	0,00	0,00
<b>A) TOTALE RICAVI</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
B1) Materie prime, materiali di consumo, etc.	0,00	0,00	0,00
B2) Utenze (energia, gas, acqua, telefono, etc.)	0,00	0,00	0,00
B3) Personale	0,00	0,00	0,00
B4) Servizi	0,00	0,00	0,00
B5) Ammortamento	0,00	0,00	0,00
B6) Canoni di locazione per immobili	0,00	0,00	0,00
B7) Oneri finanziari	0,00	0,00	0,00
B8) Altri costi	0,00	0,00	0,00
<b>B) TOTALE COSTI</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>RESULTATO DELLA GESTIONE CARATTERISTICA [A-B]</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Piano Finanziario</b>			
Fabbisogni	Euro	Fonti di Copertura	Euro
Beni di investimento da acquisire	0,00	Risorse finanziarie proprie	0,00
IVA sugli investimenti	0,00	Contributi Pubblici	0,00
Capitale di esercizio (anno avvio attività)	0,00	Finanziamenti da terzi (banche, investitori private, etc.)	0,00
<b>TOTALE FABBISOGNI</b>	<b>0,00</b>	<b>TOTALE FONTI DI COPERTURA</b>	<b>0,00</b>
<b>Vincoli, Supposizioni, Rischi e Interdipendenze</b>			
<b>Vincoli</b>	[Describe here potential factors that will impact the delivery of the project]		
<b>Supposizioni</b>	[Descrivere le condizioni e le situazioni sulle quali si fa affidamento al fine di raggiungere gli obiettivi del progetto]		
<b>Rischi</b>	[Quali sono i rischi principali? E quali di questi rischi potrebbero mettere a rischio il completamento del progetto?]		
<b>Limiti di Tempo</b>	[Individuare tempi e scadenze da rispettare per realizzare il progetto]		
<b>Limiti di Costo</b>	[Determinare il budget destinato al progetto]		
<b>Priorità e Interdipendenze</b>	[Definire i rapporti di interdipendenza tra i vari fattori e stabilire le priorità tra gli stessi: è più importante consegnare in tempo o rispettare il budget?]		
<b>Firma per Approvazione</b>			
[Nome e Cognome]	[Nome e Cognome]	[Nome e Cognome]	
Cliente	Promotore	Project Manager	

Pagina 2 di 2

## A quoi ça sert

Cette démarche de définition itérative du projet permet, au final, de...

- Identifier les acteurs implicites (et explicites)
- Comprendre leurs enjeux
- Négocier un projet satisfaisant
- En regard des contraintes scientifiques et techniques
- Clarifier les limites de l'enquête

## Objectifs - RAPPEL

A la fin du cours,  
vous devez être  
capables de...

1. Différencier une démarche de recherche théorique d'une étude sur le terrain.
2. Connaître les étapes de la boucle de définition d'une recherche de terrain.
3. Maîtriser le vocabulaire lié à la définition de votre projet (WP, livrables).
4. Savoir établir votre propre démarche méthodologique dans le cadre d'une étude de terrain.

## Objectifs - RAPPEL

A la fin du cours,  
vous devez être  
capables de...

1. Différencier une démarche de recherche théorique d'une étude sur le terrain.
2. Connaître les étapes de la boucle de définition d'une recherche de terrain.
3. Maîtriser le vocabulaire lié à la définition de votre projet (WP, livrables).
4. Savoir établir votre propre démarche méthodologique dans le cadre d'une étude de terrain.

Vous n'avez pas encore tous les éléments

Vu aujourd'hui

Vu aujourd'hui – sera repris au prochain cours

Les grands principes ont été vus aujourd'hui, mais cela sera repris.

# Question d'approfondissement – rappel

L'idée d'un «bar autogéré» pour le site de St-Roch tourne depuis 10 ans.

Elle n'a jamais été concrétisée.

Pourquoi ?

HE<sup>VD</sup>  
IG

HAUTE ÉCOLE  
D'INGÉNIERIE  
ET DE GESTION  
DU CANTON  
DE VAUD