

# Projet Séraphin PARYS

---

CAHIER DES CHARGES

DIDIÈRE ET HADRIEN PARYS

10 2024 | REIMS



## Sommaire

I. Historique .....	4
II. Contexte général .....	5
III. Objectifs Généraux.....	6
IV. Charte Graphique.....	6
V. Site internet.....	7
1. Objectifs .....	7
2. Besoins fonctionnels .....	7
3. Besoins non-fonctionnels.....	8
4. Exclusions .....	8
VI. Application de Bureau.....	9
1. Contexte .....	9
2. Objectifs .....	9
3. Besoins fonctionnels .....	10
4. Besoins non-fonctionnels.....	11
VII. Application Web.....	12
1. Objectifs .....	12
2. Besoins fonctionnels .....	12
3. Besoins non-fonctionnels.....	13
VIII. Application Mobile .....	14
1. Contexte .....	14
2. Objectifs .....	14
3. Besoins fonctionnels .....	15
4. Besoins non-fonctionnels.....	15
IX. Acteurs du projet.....	16

# Cahier des charges

## I. Historique

C'est à l'occasion d'un voyage en Angleterre en 1786 que le jeune Séraphin Parys, à peine âgé de 20 ans, rencontre l'industriel Joseph Storrs Fry, inventeur de génie qui venait de faire naître la passion du chocolat à travers toute l'Europe !

De retour en France, il ne lui faudra pas moins de 25 ans pour donner naissance au concept de fabrication et de distribution de confiseries de luxe à base de chocolat de grande qualité (avec un approvisionnement auprès des manufactures de J. S. Fry & Sons. à Bristol)

Les « Sucrieries Rochelaises » de Séraphin Parys ouvrent en 1811 à La Rochelle.

Cette entreprise traverse avec succès et distinction les grandes crises du XIXème siècle. En 1900, Josette Parys, arrière-arrière-petite-fille de Séraphin, aux commandes des « Sucrieries Rochelaises », remportera une médaille d'Or lors de l'Exposition Universelle de Paris pour son produit phare le « Caracao » !

Le début des années 30 avec la crise, le contexte de guerre, les pénuries d'aliments (farine, lait, œufs, ...) est très défavorable au commerce ... en 1937, les « Sucrieries Rochelaises » ferment pour disparaître à tout jamais.

A tout jamais ? ... Non ! en 2021 Didiere et Hadrien Parys, tous deux descendants de Séraphin et de Josette, décident de faire renaître de leurs cendres les procédés, les recettes, le raffinement d'antan, ... des « Sucrieries Rochelaises » !

Depuis mars 2021 les ateliers, maintenant situés à Reims, en s'inscrivant dans une démarche Haute Qualité Environnementale, produisent 300 Kg de « gourmandises » par jour, dont 200 à base de chocolat.

La marque « *Séraphin Parys* » propose ainsi une large gamme de sucrieries raffinées. L'entreprise « Séraphin Parys » (SP) qui les produit dispose, parallèlement à ses circuits de distribution locaux, de deux lieux de vente directe le premier au 19 de la rue de Bioko et le second au 22 de la rue Isote Horacio à Reims dans la Marne.

## II. Contexte général

L'entreprise « Séraphin Parys » a pour activité première la production d'une large gamme de sucreries raffinées. Son marché est principalement régional et constitué d'enseignes professionnelles (revendeurs) depuis la relance de la marque « *Séraphin Parys* ». Un réseau de distribution spécifique professionnel est déjà établi.

Parallèlement, SP cherche à accroître son activité avec la distribution de produits de partenaires. Un poste d'assistant des achats a été créé récemment pour accompagner ce développement.

Par ailleurs, les deux espaces de vente directe accueillent maintenant une clientèle élargie aux particuliers.

Cinq postes sont ainsi directement liées à l'évolution commerciale de l'entreprise : la direction associée, le poste « Assistant achats » et les 2 postes de « responsable des lieux de vente ».

L'entreprise SP ne dispose pas d'un système informatique adapté aux souhaits d'évolution de l'activité de distribution pensée par la direction. A noter, que l'activité de production, elle, est autonome.

Les outils de communication numérique ne font pas partie de l'existant de SP, d'où un marché géographique faiblement étendu.

Quant aux outils de gestion ils appartiennent à la gamme bureautique et sont exploités de façon minimale : perte de temps, réactivité délicate, manque de visibilité sur l'activité et ses objectifs, risques d'altération de la stratégie globale mise en place.

Pour répondre à ses problématiques, Séraphin Parys souhaite orienter son projet vers la mise en œuvre, lors d'une première phase, d'un ensemble constitué de 4 outils :

- Un **site Internet** de type informationnel
- Une **application de bureau** permettant la gestion du catalogue produits (assistant des achats)
- Une **application Web** de type Intranet permettant la vente des produits sur les espaces de distribution directe
- Une **application mobile** de type cross-platform pour la prise de commande des clients.

L'amélioration, la recomposition, la redéfinition des outils mentionnés ci-dessus constituera la 2<sup>nde</sup> phase du projet, ultérieurement, afin d'atteindre progressivement les objectifs définis ci-dessous.

### III. Objectifs Généraux

Les objectifs à atteindre sont :

- De promouvoir l'activité de SP, ses produits et ses services
- D'asseoir la notoriété de SP
- D'informer, communiquer et gérer l'information de SP
- D'acquérir de nouveaux marchés
- De fidéliser la clientèle de SP
- D'ouvrir à de nouveaux services
- D'obtenir une visibilité en temps réel sur l'activité
- D'améliorer la prise de décision

### IV. Charte Graphique

SP souhaite des préconisations appropriées pour garantir et consolider son identité et son image : **Logotype et charte graphique** sont attendus.

Le logotype doit identifier de manière immédiate l'entreprise mais aussi être le reflet de son histoire, de son âme, de son savoir-faire, de la tradition et de la qualité.

La production de la Charte Graphique sera le résultat d'une proposition graphique et iconographique répondant aux objectifs du projet et toujours à l'image de l'entreprise.

Celle-ci servira de support à l'ensemble de la communication de l'entreprise et sera intégrée aux outils développés.

Le nom de la marque « *Séraphin Parys* » doit apparaître avec le logotype.

La charte graphique est livrée au format Word et PDF.

## V. Site internet

### 1. Objectifs

---

Transmettre l'information à l'extérieur de son réseau est un des rôles essentiels du site internet.

Il doit de promouvoir une image juste et réelle de l'entreprise, de véhiculer des sommes d'informations de manière efficace, d'être le liant avec d'autres plates-formes ressources internes ou externes afin d'atteindre les objectifs généraux présentés ci-dessus.

### 2. Besoins fonctionnels

---

Conception et réalisation d'un **site informationnel de type prototype**

Il doit contenir les pages statiques imposées ci-dessous :

- Un Template général responsive à appliquer à l'ensemble des pages incluant un header, un menu de navigation avec animation, une zone de contenu et un footer.
- Une page d'accueil : présentation des actualités avec un carrousel fonctionnel.
- 2 pages de contenu détaillé : L'historique et La démarche (Label, Qualité, ...).
- Une page accueillant une galerie photos avec effets pour présenter les produits.
- Une page : Formulaire de contact avec coordonnées et localisation.
- Une page : Mentions légales.
- Une page : Conditions générales de vente.
- Une page : Plan du site.

Il doit également proposer des pages dynamiques dont le contenu en consultation sera géré par une interface d'administration sécurisée.

### 3. Besoins non-fonctionnels

---

Il est nécessaire de :

- Prendre en compte les différences d’affichage selon les différents navigateurs.
- D’optimiser le poids et la qualité des images.
- Faire valider le contenu par l’entreprise « Séraphin Parys ».
- Faire la présentation à partir d’une machine accédant au prototype déployé sur une machine virtuelle sous distribution Linux Server (sans interface).
- Proposer, au niveau de l’infrastructure, un processus de sauvegarde et de restauration du prototype.
- Livrer le prototype avec une documentation technique (Procédure de sauvegarde et de restauration, description de l’environnement, outils utilisés, accès et liste des identifiants, configuration des postes clients, ...).

### 4. Exclusions

---

- Il n’y a ni nom de domaine ni hébergement à prévoir.
- Le prototype n’est pas développé à partir d’un CMS.

## VI. Application de Bureau

### 1. Contexte

---

L'entreprise nouvelle **Séraphin Parys (SP)**, outre son activité de production de confiseries plutôt chocolatées (Cf. première partie du document) développe progressivement la commercialisation de produits d'autres producteurs (Valrhona, Original Beans commerce équitable, Chocolaterie Saveurs & Nature bio, Eating Evolved - bio, Barry Callebaut économie durable, etc...)

L'entreprise **SP** ne possède que des listes distinctes de produits proposées par ses différents fournisseurs. Chaque liste se trouve sous forme d'un catalogue papier transmis par le fournisseur. Les commandes leur sont passées par téléphone et répertoriées dans un « livre des commandes ».

Chaque vente effectuée sur les 2 lieux de distribution est également consignée dans un « livre des ventes ».

Pour tenter de garantir une vision globale, les différences entre achats et ventes par référence sont mémorisées dans un logiciel (tableur) : « gestion de stock ». L'ensemble de ces actions est exécuté par une seule et unique personne sur un poste qualifié « Assistant Achats »

Pour autant, cela ne garantit pas la justesse des données et l'entreprise SP relève des problématiques de surplus et / ou de ruptures de stock. D'où une perte certaine de chiffre d'affaires (offre en inadéquation avec les demandes clients, périssabilité des produits stockés, ...) et une perte de temps significative (écritures, gestion des erreurs, ...)

### 2. Objectifs

---

Le logiciel doit servir à

- Garantir un état des stocks fiable et pertinent.
- Optimiser la gestion des réapprovisionnements.
- Libérer du temps utilisateur.
- Conquérir du chiffre d'affaires.

A noter parallèlement que nous souhaitons que la personne en charge des achats puisse évoluer vers un poste de « Responsable Service Achats ». (Passer des accords-cadres / partenariats avec de nouveaux fournisseurs, veille autour de l'évolution du comportement des clients, etc ...).

### 3. Besoins fonctionnels

---

#### Conception et réalisation d'une **application de bureau**

Les modules envisagés sont les suivants :

- Un accès sécurisé à l'application avec un compte administrateur (tous les droits) et un utilisateur (Tous les droits, exception faite de celle de pouvoir créer un compte utilisateur).
- La gestion du profil utilisateur (Modification du mot de passe).
- Une gestion des producteurs partenaires et des contacts associés.
- Un catalogue des produits distribués. Ce référentiel les présente avec des caractéristiques identiques, quel que soit le producteur (SP ou autre), avec la codification propre au producteur mais également avec l'identification unique imposée par SP.
- L'import des produits à distribuer à partir de fichiers (Plats, Excel, Xml, ...) avec contrôle des données importées.
- La mise à jour du stock en lien avec l'application Intranet <sup>1</sup> : Présentation de l'état du stock et des alertes définies, demande de réapprovisionnement et mise à jour de la base de données distante.
- Un tableau de bord (Alerte, Statistiques, ...) .
- L'export et l'import de la base de données (Module de sauvegarde et de restauration).

---

- 1 Application Web permettant la vente des produits sur les espaces de distribution directe. Cf. chapitre « Contexte Général »

#### 4. Besoins non-fonctionnels

---

- Le logiciel se déploie sous l'environnement Microsoft Windows.
- Le logiciel est développé en conformité avec le RGPD.
- Le logiciel intègre la charte graphique validée entre prestataire et SP.
- Le logiciel doit accepter une utilisation simultanée.
- La mise à jour du stock en lien avec l'application Intranet ne peut être interrompue sur une période de plus de 24 heures.

## VII. Application Web

### 1. Objectifs

---

L'application Web est une partie interdépendante de l'application de bureau, la gestion des produits.

Aussi l'application de bureau, avec laquelle l'intranet est en relation, partage ses objectifs :

- Mutualiser l'ensemble des ventes réalisées sur les 2 sites de ventes directes.
- Garantir la pérennité des données mémorisées.
- Libérer du temps utilisateur.
- Conquérir du chiffre d'affaires.

### 2. Besoins fonctionnels

---

#### Conception et réalisation d'une **application de type intranet**

Les modules envisagés sont les suivants :

- Un accès sécurisé à l'intranet avec un compte administrateur (tous les droits) et un vendeur (Tous les droits, exception faite de celle de pouvoir créer un compte vendeur).
- Gestion du profil vendeur (Modification de sa fiche et de son mot de passe).
- La gestion des clients avec statistiques personnalisés.
- Un catalogue des produits à la vente en consultation uniquement (en lien avec l'application de bureau) et des statistiques personnalisées.
- La gestion des commandes clients avec une possibilité de modification de la commande entre la création de celle-ci et sa livraison finale, une fonctionnalité offrant aux vendeurs une souplesse sur le prix de vente (marge globale sur le panier affichée en temps réel).
- Un tableau de bord (Alerte, Statistiques générales, statistiques vendeurs, ...).

### 3. Besoins non-fonctionnels

---

- L'application web sera déployée sur un serveur distant non accessible « au mode extérieur ».
- L'application ne doit pas être indexée par les robots exploités par les moteurs de recherche.
- L'application est développée en conformité avec le RGPD.
- L'application intègre la charte graphique validée entre prestataire et SP.
- La mise à jour du stock en lien avec l'application de bureau ne peut être interrompue sur une période de plus de 24 heures.
- Un processus de sauvegarde et de restauration de l'Intranet est nécessaire

## VIII. Application Mobile

### 1. Contexte

---

Tandis que l'entreprise **Séraphin Parys (SP)** continue de maintenir ses méthodes traditionnelles pour exprimer son identité, refléter sa vitalité florissante et partager son histoire, elle reconnaît également l'indispensable pertinence des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans le paysage actuel. Ces nouvelles avenues, allant de l'application web Intranet à la mobilité en passant par les réseaux sociaux, ne visent nullement à remplacer les moyens existants, mais plutôt à s'harmoniser de manière cohérente avec une stratégie de communication globale soigneusement élaborée.

Au cœur de cette stratégie, la vente exclusive en boutiques, à REIMS, ne peut pas rester le seul canal de distribution des produits de l'entreprise. **Séraphin Parys (SP)** envisage désormais de créer une application mobile dédiée au commerce électronique. Cette initiative s'inscrit dans la lignée de l'héritage de qualité et de tradition tout en embrassant les canaux modernes pour s'engager avec sa clientèle et élargir sa portée. Par cette évolution, l'entreprise entend conjuguer le meilleur des deux mondes, en maintenant son intégrité tout en se tournant vers l'avenir numérique avec une application qui incarnera une nouvelle ère.

### 2. Objectifs

---

Conception et réalisation d'une **application mobile cross-platform**

Afin de toucher un large public, cette application devra fonctionner sur 2 plateformes :

- Une application mobile Android
- Une application mobile iOS

Les objectifs de ce projet d'application mobiles sont :

- Conquérir du chiffre d'affaires.
- De pérenniser le marché régional existant.
- Améliorer la communication sur les produits proposés, les nouveautés et les promotions

### 3. Besoins fonctionnels

---

#### Conception et réalisation d'une **application mobile de type e-commerce**

Les comptes clients peuvent être activés ou désactivés par les vendeurs à partir de l'Intranet.

Les modules envisagés sont les suivants :

- Un accès sécurisé au compte client (l'authentification au compte client est obligatoire pour passer une commande).
- Gestion du profil client (modification de la fiche, de l'adresse de livraison et du mot de passe).
- Un catalogue des produits à la vente (en lien avec l'application de bureau).
- Gestion des commandes avec un panier dans lequel le client peut ajouter ses produits et valider sa commande (choix de livraison à son domicile ou à récupérer en boutique). Le client a accès à un historique de ses dernières commandes et a la possibilité de repasser une commande passée précédemment.
- La validation de la commande par le client entraîne le processus de paiement. Le client peut payer en boutique s'il décide de venir récupérer la commande sur place. Il peut également effectuer le paiement en ligne comme pour une commande avec livraison.

### 4. Besoins non-fonctionnels

---

- L'application mobile est de forme cross-platform
- L'interface doit s'adapter aux différentes tailles d'écran et résolutions.
- L'application mobile est développée en conformité avec le RGPD
- L'application mobile intègre la charte graphique validée entre prestataire et SP
- Les données doivent être disponibles 24h/24 et 7j/7

## IX. Acteurs du projet

Liste des acteurs impactés par le projet :

Direction Métier : Didière et Hadrien Parys, « Séraphin Parys »

Utilisateurs clés : Sylvain FILLARD et Marc BAUDOT, vendeurs et responsables des points de vente ainsi que Sophie LANTROPE, aux achats.