

université
PARIS-SACLAY

Gestion de projet



Objectif du cours

Savoir construire un projet sur un thème relatif à l'organisation et au management d'un événement lié au sport et/ou à l'aventure sportive

Présentation de la notion de projet, gestion de projet

Présentation du secteur de l'événementiel

Présentation du secteur de l'événementiel sportif

Qu'est ce qu'un projet?

Définition

- **Project Management Institute : Un projet est un effort temporaire déployé dans le but de créer un produit, un service ou un résultat unique.**
- **Un projet se définit comme une démarche spécifique qui permet de structurer méthodiquement une réalité à venir.**



Historique

- Le mot projet vient du latin projectum de projicere, « jeter quelque chose vers l'avant »
 - Notion de mouvement, une trajectoire, un rapport à l'espace, au temps
 - Processus
 - Un point de départ
 - Sur lequel on se base
 - Pour se lancer vers l'avant
 - Vers un but



Un projet, c'est quoi?

- Une représentation du réel dans le futur
- Le projet suppose une dialectique du temps : il s'élabore dans le présent mais son contenu est une représentation de ce que sera le futur
- Deux mots le caractérisent : POSSIBLE et FUTUR
- POSSIBLE : Le projet indique un mouvement dans le temps. Le projet est un mouvement circulaire qui va de la décontextualisation d'aujourd'hui pour penser demain puis, retour au réel pour penser au changement
- FUTUR : la construction du projet est une représentation du futur qui dessine un quoi qui va passer par un comment.

Caractéristiques du projet

- A un objectif (5% d'augmentation des ventes, ...)
- Réaliste (! « il faut x10 le nbre de licenciés cette année)
- Limité dans le temps et dans l'espace
- Complexe (plusieurs intervenants, plusieurs directions, gestion financière partagées, etc.)
- Collectif
- Unique (chacun a sa spécificité) **SMART** (spécifique, mesurable, atteignable, réalisable, timé)
- Une aventure en soi
- Doit être évalué
- Plusieurs phases



Quand s'organiser en mode projet?

- Le projet répond à une problématique singulière qui appelle des réponses innovantes
- Le volume de travail est important
- Le projet s'inscrit dans des limites de temps et de coûts
- Le projet est transversal, il met en relation une multitude d'intervenants, d'acteurs appartenant à des unités ou des organisations différentes
- Le projet comporte des éléments non maîtrisables tant au plan technique que relationnel



Secteur de l'événementiel

Définition

Un événement est un lieu où des hommes et des femmes se rassemblent dans une sorte de célébration collective pour assister à un spectacle sportif ou culturel. Il doit favoriser l'échange, les relations, la communion, la convivialité et permet de sortir de l'ordinaire. On pourra retenir la prégnance du facteur relationnel. De plus, il est doté d'une valeur symbolique : il doit induire un niveau d'affectivité personnel ou social et créer de l'identité en se référant à des attentes.

Pour les personnes morales (entreprises collectivités associations)
l'événementiel appartient à la grande famille de la communication
Hors média



Secteur de l'événementiel

Etat des lieux

Une véritable culture de l'événement au sein des entreprises se constitue, elle l'intègre dans leur politique de communication. Ils permettent une mise en valeur d'un message particulier et ciblé, elles sont amenées à confier leurs stratégies à des partenaires extérieurs spécialisés (en général des agences)

Ce secteur économique est en pleine croissance



L'événementiel sportif

Définition

Un événement sportif permet le rassemblement de spectateurs pour regarder l'accomplissement de la performance, l'encourager et l'apprécier publiquement. C'est un mélange de spectacle, d'exploit, de compétitions et d'à côtés plus spectaculaire, esthétique, convivial, festif.

L'événementiel est un outil de communication

Gresset et Bessy proposent une typologie des événements sportifs

Typologie des événements sportifs

Gresser et Bessy 1999

TYPE ÉVÈNEMENT / CRITÈRES DE DIFFÉRENCIATION	1 LES GRANDS ÉVÈNEMENTS SPORTIFS INTERNATIONAUX	2 LES ÉVÈNEMENTS SPORTIFS NATIONAUX	3 LES ÉVÈNEMENTS TYPE SPECTACLES ET « SHOWS »	4 LES NOUVELLES MANIFESTATIONS SPORTIVES DE MASSE	5 RAIDS OU DÉFIS AVENTURE
1. DATE DE CRÉATION	Ancienne	Ancienne	Récente	Récente	Récente
2. ORIGINE ET TEMPORALITÉ	Institutionnelle, fédérale Calendrier international	ou olympique Calendrier national	Marchande Ponctuelle	Associative, territoriale ou marchande Absence de calendrier ou calendrier parallèle	
3. PARTICIPANTS/OBJECTIFS SPECTATEURS ORGANISATION	Affrontements contre autrui Sport spectacle	Être le meilleur Sport de compétition	Spectacle/identification Promotion d'une marque	Exploration de soi-même Rencontre avec les autres Découverte et promotion d'une région	Évasion, sensations extrêmes Découverte et promotion d'un patrimoine
4. MILIEU	Standardisation/Normalisation Équipements sportifs classiques		Non standardisé	Non standardisé Milieu urbain et ou naturel	Incertitude Hostilité
5. MODE DE FONCTIONNEMENT	Réglementation et codification strictes		Souple et variable/Management adapté à chaque manifestation		
6. MOTRICITÉ	Très codifiée par rapport à une performance maximale		Codifiée mais aussi de style libre et inventif		
7. INNOVATION	Dans le domaine de la mesure et de la gestion arrivée (informatique)		Technologie mais en rapport avec différentes variables : Temps - Espace - Participants		
8. PUBLIC	Acteurs sélectionnés Plus de spectateurs que d'acteurs		Élite sportive pour les participants Conçus pour les spectateurs	Acteurs non sélectionnés Plus d'acteurs que de spectateurs	
9. PARTENAIRES	++++	+++	++++	+(+)	+(+++)
10. MÉDIATISATION	++++	+++	++++	+++	++++
EXEMPLES	Les Jeux olympiques La Coupe du monde de football Le Tour de France Roland-Garros	Championnats de France par discipline	Tam-Tam Ski Show et Open Swatch de Fun Board à Bercy	Les 20 km de Paris Le marathon de Paris Le Roc d'Azur La Transjurassienne La Marmotte	Le Raid Gauloises Le Corsica Raid Le Défi girondin



L'événementiel sportif

La diversité des types d'événement sportifs

On distingue:

- Ceux pour lesquels les chaînes paient des droits pour les diffuser (foot, rugby, tennis..)
- Ceux pour lesquels elles ne paient aucun droit mais produisent des images (gym)
- Enfin ceux pour lesquels elles ne paient pas de droits. Diffusion à la charge des organisateurs



L'événementiel sportif

La diversité des organisateurs d'événements

On distingue:

- Les événements organisés par des prestataires publics comme les fédérations (Roland Garos..)
- Les événements organisés par des prestataires privés (Tour de France, Dakar..)
- Les événements d'ampleur exceptionnelle qui relèvent d'un consortium public avec l'aide de sponsors privés comme la coupe du monde foot..
- Les événements organisés par des structures associatives



L'événementiel sportif

- Les fédérations
- Elles participent ou organisent la quasi-totalité de leur événement. Elles se préoccupent des intérêts de leurs membres et cherchent à développer leur pratique.
- Les fédérations ont largement évolué depuis les années 1990, pour augmenter leurs ressources et notoriété, elles se sont lancées dans des politiques commerciales en matière d'événementiel



L'événementiel sportif

- Les sociétés marchandes

Structures spécialisées pour organiser les grands événements.

La régie publicitaire s'occupe de la partie commerciale d'un événement, trouver des sponsors..

Le promoteur ou producteur détient les droits d'organisations

L'organisateur si il est différent du promoteur est un prestataire technique, il se rémunère en honoraire.

En général, l'organisateur sous traite des parties spécifiques de son événement comme le chronométrage...



L'événementiel sportif

- Les collectivités
- Elles ont bien compris leur intérêt à recevoir des événements sportifs. Elles se comportent comme des sponsors, elles attendent des retours d'images et la mise en valeur des territoires
- Les villes sont souvent à l'origine des projets mais lorsque le budget dépasse leurs possibilités, elles réalisent des appels d'offres pour le faire organiser. Elles montent un cahier des charges précisant le type d'événements, la date...
- Ceci s'inscrit dans une politique de communication globale pour montrer une image positive, dynamique.



L'événementiel sportif

- L état:
- Le ministère des sports participe au financement des événements sportifs et des équipements notamment avec le FNDS (fonds national pour le développement du sport). Lors des gros événements tels que JO, coupe du monde, seul l'état a le pouvoir de décision. Ces évènements sont cogérés par le ministère des sports et le mouvement sportif international comme la FIFA ou CIO.

Objectifs des différents intervenants sur un événement sportif

Entreprise marchande: développer son image, ses produits, dynamiser l'interne, générer des profits

Collectivité territoriale: Image et notoriété comme facteur de développement économique: dynamisme, performance. D'une ville ou une région

Retombées médiatiques locales et nationales

Partenaires: Travailler leur image à travers celle de l'événement pour gagner de nouveaux clients, dynamiser l'interne

Fédérations: promouvoir la discipline, augmenter le nombre de licenciés.

Schéma général d'organisation

D'une manière générale, Alain Loret (Sport et management de l'éthique à la pratique) définit le management du sport comme un processus d'organisation rationnel des ressources à mobiliser pour atteindre des objectifs

4 grandes étapes:

- La conception partie 2
- Les grandes fonctions préparatoires partie 3 Administratif et financier, Législatif et sécuritaire, Communication et médias, commercial et sponsoring, logistique, sportif
- Le déroulement partie 4
- La phase post événement partie 5

La conception d'un événement sportif.

Phase 1 : Conception

- Opportunité et faisabilité
- Définition des buts (les raisons pour lesquelles nous allons conduire ce projet, ce qu'il veut atteindre à long terme) => 5 W: (why, where, when, who, what) POURQUOI ? POUR QUI? QUI? OU? QUAND?COMMENT?
- Définition des objectifs concrets
- Définition des risques du projet
- Identification des activités
- Le calendrier du projet
- Les ressources potentielles, acteurs à prendre en compte
- Les personnes en charge du projet
- Les partenaires

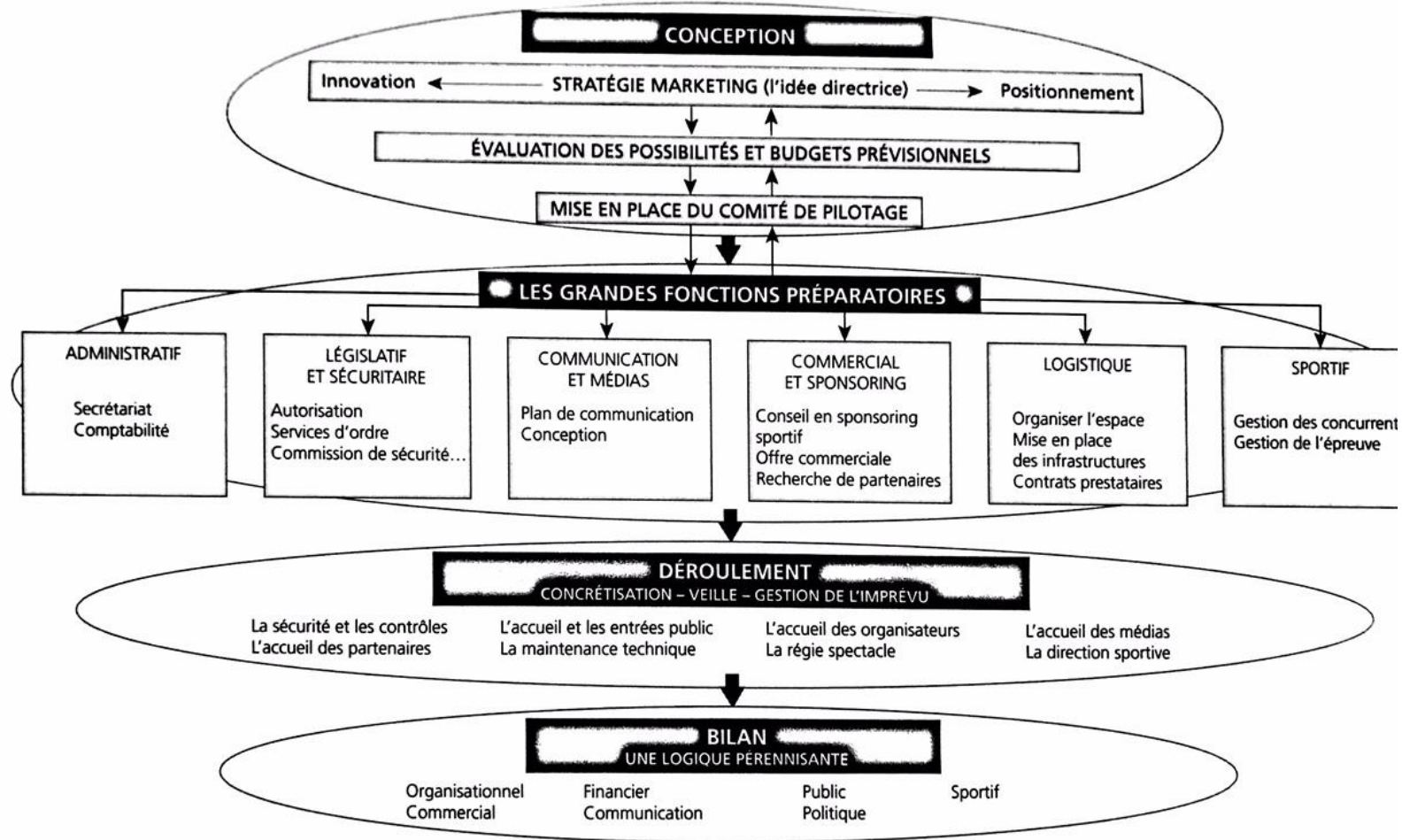


Étude de faisabilité

- Identifier les objectifs et évaluer les conditions de mises en œuvre
- Apprécier l'objectif final au plan quantitatif et qualitatif
- Décliner les objectifs intermédiaires
- Identifier les objectifs cachés
- Identifier les indicateurs de succès et les facteurs de risques
- Identifier les exigences en terme de délais, de coûts, de qualité
- Analyser la faisabilité globale du projet par rapport aux contraintes

Schéma général d'organisation

Schéma 2.1. L'organisation et la gestion d'un événement sportif





Stratégie marketing

Etape capitale car elle donne à la manifestation sa pertinence son dynamisme son originalité et lui assure son succès

Elle se base sur le produit, le prix, la distribution, la communication

Il faudra positionner l'événement (image unique de l'événement en comparaison aux produits concurrentiels)

L'innovation est capitale

Il faudra définir une idée directrice: positionnement

Faire une analyse quantitative de la clientèle/ analyse qualitative du public, analyse de la concurrence

Mise en place du budget

Cela se fait en relation avec les grandes fonctions organisatrices ou comité de pilotage. C'est le tableau de bord de l'organisateur, il prouve la faisabilité. Il se fait sur demandes de devis. C'est une véritable étude de faisabilité fondées sur des estimations et prévisions.

Soit le budget est à dépenser totalement, soit il doit être équilibré en dépenses et recettes soit il doit dégager des profits comme c'est le cas de toute entreprise marchande.

Il est réalisé par tâtonnement par les organisateurs et ajusté au fur et à mesure. Cette étape est capitale pour la bonne tenue du projet pour ne pas dépenser plus qu'il n'est permis. Tout est notifié

Recettes: partenaires, droits d'engagement, merchandising, billetterie, droits, ..

Dépenses: toutes les charges + sécurité, assurances, charges personnels, prestations de services, matériels..

-Financier: Analyse du marché, étude de faisabilité

-Mise en place d'un budget prévisionnel et budget réel toujours équilibré en dépenses et recettes.

-Convention

RECETTES		
Participation financière conseil Régional :	0	
Participation financière Conseil Général :	0	
Participation financière Ville		
Participation privé	0	
Participation privé	0	
autres partenaires	0	
ADULTES équipes	0	
ADOS équipes	0	
DEPENSES		0
Secours	0	
Sécu medecin urgentiste	0	
Redevance droit de passage sur la plage	0	
Photos	0	
Honoraires traitement informatique (société privée)	0	
plaques vtt	0	
dossard	0	
Tee-shirt pour compétiteurs	0	
K way pour organisation	0	
Location arche	0	

Mise en place du comité de pilotage et coordination

Tout organisation a une structure représentée par un organigramme et un fonctionnement. Cet organigramme est composé d'un comité de pilotage réunissant les principaux partenaires et ou prestataires et divisent le travail en sous thèmes à savoir des commissions. Le comité de pilotage avec son chef de projet suit le déroulement opérationnel du projet du lancement jusqu'à la clôture.

Avec un exemple de planning des taches par commission

L'organisation se fait sous un mode participatif.

Chaque commission assume une ou plusieurs fonctions et doit déterminer ses moyens humains et matériels, sous l'autorité d'un responsable.


Les grandes fonctions nécessaires au déroulement d'un événement sportif.



Déroulement

Réaliser, accompagner, ajuster

- Ajustement des ressources
- Le temps :Souvenez-vous que le temps ne peut être économisé, échangé, acheté, vendu. Il ne peut qu'être utilisé !
- Les ressources financières
- Les individus : le travail en équipe
- La mise en place, l'opérationnel



A votre avis, quelles sont les phases importantes, les besoins pour créer un évènement? (travail par petits groupes)

- 
- Logistique
 - Accueil, protocole hospitalité, Hébergement
 - Marketing
 - Communication/promotion
 - Financier
 - Administratif
 - Partenariat (villes/privés..)
 - Sportif: Course, parcours
 - Soirée/animations
 - Organisation humaine
 - Commercial (si village)
 - Sécurité
 - Prestataires
 - Développement durable

L'administratif et financier

Le secrétariat: il gère les courriers, mails...Son action est permanente pendant la préparation car il répond à tous les acteurs, informe les participants, spectateurs...

La comptabilité: Il s'agit de gérer les comptes, saisir les factures, encaisser...s'occuper de la TVA, la billetterie,

Le législatif et sécuritaire: il s'agira de prévoir tout ce qui est relatif à l'événement: autorisations diverses sous préfecture, fédération, assurances, moyens humains, service d'ordre, de secours, organisation des bénévoles, collaborateurs, débit temporaire de boissons, ...

La sécurité doit faire l'objet de toutes les attentions.

Le déclaration de manifestation est obligatoire en préfecture dès qu'il s'agit d'un événement grand public. Un groupe d'étude suit la mise en œuvre.



Administratif:

- Vous serez en charge de tous les courriers en relation avec les évènements.
 - Attention à la mise en page des courriers + charte avec logo.
 - Prévoir autorisation sous préfecture/ préfecture si 2 sous pref au moins 3 mois à l'avance
 - Tracé littéral
 - DDTM
 - Natura 2000
 - AOT
 - ONF
 - Dispositif médical...
 - Assurance (course et véhicule).
 - Poste des signaleurs
 - Courriers de courtoisie à toutes les communes
- ... Ce département peut faire les demandes CG, CR avec dossier spécifique



-Organisation humaine:

-C'est toute l'organisation des bénévoles, prestataires..

Identification des besoins

Recrutement

Gestion avec planning, prévoir du rab si il y a des absents.

Organisation des bénévoles à créer.

Gestion le jour j avec un responsable



-Sécurité:

Organisation d'un médecin de course.

Secouristes

Personnes qui ouvrent, ferment

Conduite à tenir en cas d'accident/gestion de crise

Organisation de l'équipe médicale

La communication

Il y a une véritable campagne de communication à mettre en place lors d'un événement sportif

- Etablir un plan de communication
- Concevoir les outils
- Mettre en place des partenariats médias (avec les médias/ annonceurs/ événements) en choisissant les supports efficaces
- Prévoir l'affiche (informative, impactante, différenciante, suscitant l'émotion,
- La plaquette publicitaire ou programme
- Site Internet
- Relations presse: CP, DP, Conférence de presse.
- Relations publiques



-Marketing:

-Créer tous les outils qui vont être utiles pour la promotion de l'évènement, graphisme

-Affiches, logo, charte graphique, goodies..



La communication, une activité transversale

Interne

- Du chef de projet envers l'équipe
- De l'équipe entre elle

Externe

Envers les financeurs

Envers les commanditaires du projet

Envers les médias

Envers les institutions, les politiques....

Le commercial ou le sponsoring

Les objectifs du sponsoring:

- La notoriété
- L'image
- La vente

Le sponsoring n'est pas un substitut à la publicité, mais complémentaire à la stratégie de communication.

-Bien différencier les partenaires:

-Institutionnel/ partenaires officiels/Fournisseur officiel/ soutien/ partenaires médias/

Autres: cause..

-Pensez à suivre les partenariats: appels, mails, compte rendu réunion...

Le commercial ou le sponsoring

L'offre commerciale:

Outre le produit global qu'est l'événement, il existe une multitude de sous produits: espace dans le programme, espace dans le village, le merchandising et les produits dérivés...supports du stade, équipements des sportifs...

L'offre commerciale doit être structurée, maîtrisée: états des lieux, rationalisation des prix, mise en place des contrats, règlements,

La recherche de partenaires: Il faut créer un dossier commercial/ sponsoring.

Détermination des cibles, stratégie de prospection, démarchage, mailing, phoning, négociation et vente, rendez vous, signature..

La logistique

La commission logistique est essentielle au bon déroulement de la manifestation: coordination et gestion des ressources humaines et matérielles. Elle assure la préparation, l'organisation du site et de l'épreuve. Elle réalise le montage, démontage, maintenance, trouve les prestataires appropriés. Elle apporte des réponses techniques à toutes les commissions avec qui elle est en lien.



-Logistique:

Quelques conseils:

Organisation de l'espace: Prévoyez des plans de mise en place avec tous les passages, pensez au plan de stationnement, loges, prestations VIP

Prévoir les temps de montage..

Fiches techniques par ville

Prévoyez des listes de matériel: branchements électriques, containers, matériels, tables, chaises, sono, moyens de communications, tentes, tribunes, podiums, sanitaires, décoration, signalétique, locomotion, ...

Des listes de prestataires et négociations avec eux

Un to do liste



RAID ADO

RAID ADULTE



L'aspect sportif

L'épreuve sportive représente le véritable fondement de l'événement, le noyau dur.
C'est une compétition.

La commission sportive se charge de concevoir l'épreuve, gérer l'épreuve (règlements, résultats, règles du jeu, cartes, road books..), gérer les participants,



Qu'est ce que le développement durable dans un évènement? Sur quels axes peut-on intervenir?



Objectifs fixés par l'état pour obtenir le label développement durable

OBJECTIF 1 : conduite des politiques sportives: améliorer la gouvernance du sport pour conduire les politiques sportives de manière durable et socialement responsable, améliorer la contribution du sport aux politiques de développement durable

OBJECTIF 2 : Éducation, formation, communication: Renforcer la contribution du sport à l'éducation, l'épanouissement des hommes et des femmes.
Contribuer à la formation au développement durable.

OBJECTIF 3 : Cohésion sociale, solidarité: Contribuer à la cohésion sociale et à la solidarité entre peuples et territoires, genres et générations


OBJECTIF 4 : sport, santé, sécurité: Promouvoir dans toutes leurs dimensions les relations du sport et de la santé

OBJECTIF 5 : Transports et mobilité, économies d'énergies : Lutter contre les changements climatiques, promouvoir la sobriété énergétique.

OBJECTIF 6 : Ressources naturelles, biodiversité : Protéger et valoriser ses lieux d'exercice sportifs. Promouvoir des comportements sportifs durables et responsables

OBJECTIF 7 : Manifestations, équipements, matériels : Prendre en compte l'environnement et le développement durable à toutes les étapes de la planification, la réalisation et l'utilisation des équipements, des manifestations et des matériels

OBJECTIF 8 : Économie, solidarité internationale, paix : Renforcer la contribution du sport à une économie durable, à la solidarité sportive internationale et à la paix dans le Monde



**Que peut on mettre en place à votre avis
concrètement sur un évènement?**


Par rapport aux axes:



.

Travail efficace sur tous ces points :

- **Maitrise de la consommation d'énergie**
- **Préservation des ressources naturelles**
- **Préservations des espaces naturels**
- **Gestion des déchets**
- **Achats éthiques (ravitaillement, préparation logistique)**
- **Communication éco-responsable (solidaires-collaborateurs locaux)**
- **Mode de déplacement**
- **Favoriser l'accès de tous, aux activités et au bien-être.**
- **« La nature et notre terrain de jeu, protégeons là ! »**



Exemple du Touquet raid Pas de Calais et nos évènements Nature:

LE DEVELOPPEMENT DURABLE, AU COEUR DU

UN VILLAGE NATURE



EXPOSANTS, ANIMATIONS, ANIMAUX, ...



16% DES COMPÉTITEURS SONT VENUS EN COVOITURAGE !



6000 GOBELETS EN CARTON COMPOSTABLE ONT ÉTÉ PRÉVUS POUR LES RAVITAILLEMENTS



NOTONS LA PRÉSENCE DU LYCÉE AGRICOLE DE RADINGHEM + VENTE DE PRODUITS BIO



DES POUBELLES DE TRI ONT ÉTÉ INSTALLÉES SUR TOUS LES LIEUX STRATÉGIQUES



Et bien d'autres ...

L'aspect Développement Durable sur nos événements

- Jeux pour les enfants, expositions, distribution de documentation sur la préservation et la gestion des espaces naturels, les sports nature, la randonnée et l'écocitoyenneté
- Présentation de vélos à assistance électrique
- Exposition des moutons du Lycée Agricole de Radinghem utilisés pour le pâturage d'espaces naturels du Touquet
- Vente de produits bio et équitables, de plants de légumes bio
- Sensibilisation aux tris des déchets sur les ravitaillements, sur les sites pendant toute la durée de l'événement
- Gobelets en carton qui seront compostés via une société locale
- Distribution aux concurrents d'un flyer d'informations sur les espaces naturels et les bonnes pratiques pour les préserver
- Annonce de co-voiturage mise en ligne
- Inscriptions en ligne



Avec la participation et le soutien des institutions (Le Touquet Tourisme, Syndicat Mixte du Montreuillois, offices de tourisme du Montreuillois, Communauté de Communes Mer et Terres d'Opale,...) et d'autres partenaires comme: Artisans du Monde, Eden 62, Office National des Forêts (ONF), Le Parc Naturel Marin, Conservatoire du Littoral, ...

La phase opérationnelle d'un événement sportif.

Le déroulement de l'épreuve

Les préparatifs quelques jours avant sont importants, bien prévoir un rétroplanning des tâches à effectuer.

Prévoir la sécurité et les contrôles.

Accueil des organisateurs

Accueil des médias

Accueil des partenaires, personnalités

Maintenance logistique

Direction sportive et gestion des bénévoles

Tout doit être organisé. Roadbook organisation/ roadbook participants..

La phase post événement

Post événement, débriefing, remercier

Lors de cette étape, les opérations de démontage et nettoyage peuvent se faire. Elles peuvent durer plusieurs jours. Un responsable doit veiller à leur bonne conduite. La fatigue et la tendance à la démobilisation peuvent favoriser les incidents.

Face ultime de bilans.

- Voir les points positifs et négatifs
- A chaud, à froid

Réfléchir à une évolution de l'événement, de son concept. On entre dans la conception du prochain.

- Féliciter, remercier participants, organisation, partenaires...
Vidéos, photos..
- RP/ revue de presse
- Réaliser le bilan organisationnel, financier, sportif, public, commercial, politique. Enquêtes..

La coordination, le maître mot.

Le management dans un événement est participatif, coopératif, l'individu au service du collectif, délégation, réunion, échéancier, diffusion de l'information.

Le coordinateur de l'équipe

-Centralise toutes les informations, de toutes les commissions, a une vision d'ensemble.

-Représente l'évènement du point de vue des responsabilités.

-Travaille avec les responsables de chaque commission par des réunions. (organigramme)

-Suit le rétro planning

-A un rôle de management, fédération et de représentation...

Une organisation réussie est complexe, mais elle répond toujours à des étapes universelles.

- **C'est lié le produit livré et la cuisine (parfois celle-ci n'est pas toujours belle à voir et vis versa)**
- **La clef est le souci permanent du détail, le fruit du travail 😊.**
- **Il faut se structurer et tout anticiper. Seule l'urgence se gère pendant.**
- **On ne compte pas ses heures, on vit de passion dans la confiance.**

8 raisons d'un échec

- Autorité inadaptée
- Manque de participation et de planification de la part de l'équipe de projet
- Manque de participation de l'équipe de projet et de résolution d'un problème
- Compétences communicationnelles inadaptées
- Compétences administratives inadaptées
- Calendrier du projet non réaliste
- Manque de clarté des objectifs du projet

8 raisons d'un succès

- La structure organisationnelle est adaptée à l'équipe de projet Qualité de l'équipe, dream team
- L'équipe de projet participe à la planification
- L'équipe de projet est impliquée dans la définition de calendriers
- L'équipe de projet est impliquée dans la définition de budgets réalistes
- Le projet exploite convenablement les techniques de planification et ne laisse pas le plan devenir une fin en soi
- L'équipe de projet travaille avec et non pas contre la bureaucratie, la politique et les procédures
- Communication
- L'équipe de projet convient de buts spécifiques et réalistes
- Le groupe cible est impliqué dès le démarrage du projet