

Clarification des Rôles Projet

Ce document précise, pour chaque rôle, sa **mission**, ses **responsabilités concrètes**, ce qu'il **décide seul** vs ce qu'il **doit faire arbitrer**, et **avec qui il interagit** le plus. Objectif : que chaque équipe sache exactement où s'arrête son périmètre et où commence celui du voisin, source n°1 de friction dans les projets multi-équipes.

1. Direction

Mission

Porter la vision globale de l'entreprise et garantir que le projet reste aligné avec la stratégie et les moyens réels de l'entreprise.

Responsabilités concrètes

- Valider la vision produit et les grandes orientations stratégiques (marché, business model).
- Arbitrer en dernier ressort les conflits de priorité entre équipes (ex. Commercial veut une feature, Dev dit que ce n'est pas réalisable dans les délais).
- Allouer et sécuriser le budget et les ressources (recrutement, outils, infra).
- Représenter le projet auprès de partenaires externes stratégiques (investisseurs, opérateurs mobile money, régulateurs si besoin).
- Suivre les KPIs à haut niveau (North Star Metric, revenus, croissance) sans entrer dans le détail opérationnel.

Ce que la Direction NE fait PAS

- Ne priorise pas le backlog produit au quotidien (c'est le rôle du Product Owner).
- Ne donne pas d'instructions directes à un développeur ou designer en dehors des rituels prévus (Comité de priorisation, Revue trimestrielle).
- Ne valide pas chaque écran ou chaque détail UX, elle valide les grandes orientations, pas l'exécution.

Interagit principalement avec

Product Owner (arbitrage stratégique), Référent Commercial (business model, partenariats), Référent Communication (positionnement de marque).

Livrables typiques

Charte de cadrage validée, arbitrages actés en Comité de lancement/priorisation, budget alloué.

2. Product (Product Owner / Product Manager)

Mission

Traduire la vision et les besoins utilisateurs/business en un produit concret, priorisé et livrable : **le point de passage obligé entre le "quoi/pourquoi" et le "comment"**.

Responsabilités concrètes

- Détenir et prioriser le backlog produit (seul point d'entrée pour toute nouvelle demande de feature).
- Rédiger et faire vivre les user stories avec leurs critères d'acceptation.
- Arbitrer les compromis produit au quotidien (ex. simplifier une feature pour tenir un délai).
- Animer les rituels agiles avec Dev/Infra (Sprint Planning, Refinement, Review).
- Faire le lien entre les retours terrain (remontés par Commercial), les contraintes techniques (remontées par Dev/Infra) et la vision (portée par la Direction).
- Définir et suivre les KPIs produit détaillés (rétention, usage par module, etc.).

Ce que le Product NE fait PAS

- Ne décide pas seul du business model ou du pricing (c'est co-construit avec Commercial et validé par Direction).
- Ne conçoit pas les maquettes UI lui-même (rôle du Design), il définit le besoin, pas la solution visuelle.
- Ne code pas et n'arbitre pas les choix d'architecture technique (rôle de Dev/Infra), il challenge la faisabilité mais ne l'impose pas.

Interagit principalement avec

Dev/Infra (quotidien), Design (conception), Direction (arbitrages stratégiques), Commercial (besoins marché, pricing), Communication (calendrier de communication à synchroniser avec les releases).

Livrables typiques

Backlog priorisé, user stories avec critères d'acceptation, roadmap produit (plan de releases).

3. Design (UX/UI)

Mission

Transformer les besoins utilisateurs en parcours et interfaces compréhensibles, utilisables et cohérentes : en particulier critique ici car les personas incluent des utilisateurs novices peu à l'aise avec la gestion financière.

Responsabilités concrètes

- Mener ou contribuer à la recherche utilisateur (interviews, tests d'usabilité).
- Concevoir les parcours (wireframes, flows) avant de passer aux maquettes détaillées.
- Produire les maquettes UI (Figma) et le design system (composants réutilisables, cohérence visuelle).
- Tester les prototypes auprès d'utilisateurs réels avant développement (particulièrement important pour le persona Novice).
- Veiller à l'accessibilité et à l'adaptation aux contraintes locales (interfaces lisibles en conditions de faible connectivité, en français simple, etc.).

Ce que le Design NE fait PAS

- Ne décide pas des priorités du backlog (propose des solutions aux besoins définis par le Product).
- Ne décide pas seul de la faisabilité technique d'un design, collabore avec Dev/Infra pour valider que c'est réalisable dans les délais/contraintes.
- Ne définit pas le positionnement de marque (rôle de Communication), même s'il applique la charte graphique qui en découle.

Interagit principalement avec

Product (besoins à concevoir), Dev/Infra (faisabilité technique, handoff des maquettes), Communication (cohérence identité visuelle/marque).

Livrables typiques

Wireframes, maquettes Figma validées, design system, résultats de tests utilisateurs.

4. Dev / Infra

Mission

Construire, déployer et maintenir une application fonctionnelle, robuste, sécurisée et performante, en particulier dans un contexte de connectivité variable et de données financières sensibles.

Responsabilités concrètes

- Développer les fonctionnalités définies dans les user stories (front, back, mobile).
- Concevoir et maintenir l'architecture technique (choix des technologies, structure de données, API internes).
- Mettre en place et maintenir l'infrastructure (hébergement, CI/CD, monitoring, sauvegardes).
- Garantir la sécurité des données (chiffrement, gestion des accès, bonnes pratiques : critique vu la nature financière des données).
- Estimer la charge de travail des user stories et s'engager sur un périmètre de sprint réaliste.
- Remonter les contraintes techniques tôt (ex. limites liées au faible débit data, coûts d'infrastructure) plutôt qu'en fin de projet.

Ce que Dev/Infra NE fait PAS

- Ne décide pas des priorités produit (exécute les priorités définies par le Product Owner, mais peut challenger leur faisabilité).
- Ne définit pas les maquettes UI (implémente les designs validés, mais peut proposer des ajustements techniques en collaboration avec Design).
- Ne s'engage pas sur des délais imposés sans estimation réaliste, le rôle du Scrum Master/Dev Lead est justement de protéger l'équipe de ce genre de pression.

Interagit principalement avec

Product (quotidien, rituels agiles), Design (handoff maquettes), Direction (via le Dev Lead, pour les grands choix d'architecture ou de budget infra).

Livrables typiques

Application fonctionnelle et testée, infrastructure opérationnelle (CI/CD, monitoring), documentation technique.

5. Communication

Mission

Construire et diffuser l'image de marque, les contenus, et le récit de l'entreprise/produit auprès du public cible ; y compris les contenus éducatifs qui font partie de la valeur produit elle-même.

Responsabilités concrètes

- Définir le positionnement de marque et l'identité visuelle (en cohérence avec le Design produit).
- Préparer et exécuter le plan de communication de lancement (réseaux sociaux, presse, partenariats médias).
- Produire ou superviser les contenus destinés au grand public (à distinguer des contenus pédagogiques *dans* l'app, qui relèvent du Product/contenu, même si la Communication peut y contribuer sur le ton et le style).
- Assurer une veille sur la perception du produit (réseaux sociaux, retours publics) et la faire remonter au Product.
- Coordonner le calendrier de communication avec le calendrier des releases (ne pas communiquer sur une feature avant qu'elle soit livrée et stable).

Ce que la Communication NE fait PAS

- Ne décide pas du contenu fonctionnel de l'app (peut conseiller sur le ton, mais le contenu éducatif in-app reste piloté par le Product).
- Ne fixe pas le calendrier de sortie des features, s'aligne sur le calendrier défini par le Product/Dev, ne l'impose pas.
- Ne négocie pas le pricing ou les conditions commerciales (rôle du Commercial).

Interagit principalement avec

Product (calendrier de releases, contenu produit), Commercial (cohérence du message avec l'offre), Direction (positionnement stratégique de marque).

Livrables typiques

Plan de communication, contenus de lancement, veille et reporting de perception publique.

6. Commercial

Mission

Générer et structurer la demande, remonter les besoins réels du marché, et définir les conditions de vente/distribution du produit.

Responsabilités concrètes

- Définir et faire valider le modèle de pricing (avec Direction et Product), notamment la grille freemium/premium.
- Identifier et négocier les partenariats de distribution potentiels (opérateurs mobile money, banques, autres canaux).
- Remonter au Product les besoins et frictions exprimés par les utilisateurs/prospects rencontrés sur le terrain.
- Préparer les argumentaires de vente et les supports commerciaux.
- Suivre les KPIs commerciaux (conversion premium, partenariats signés, revenus).

Ce que le Commercial NE fait PAS

- Ne décide pas seul des fonctionnalités à développer, remonte les besoins au Product, qui arbitre avec la vision globale.
- Ne promet pas de fonctionnalités ou de délais à des prospects/partenaires sans validation préalable du Product/Dev (risque classique de sur-promesse commerciale qui casse la roadmap).
- Ne définit pas le contenu de communication grand public (collabore avec Communication mais ne le pilote pas seul).

Interagit principalement avec

Product (besoins marché, pricing), Direction (partenariats stratégiques, objectifs de revenus), Communication (cohérence du message commercial).

Livrables typiques

Grille tarifaire proposée, partenariats en négociation/signés, retours terrain structurés remontés au Product.

7. Tableau de synthèse — "Qui fait quoi, qui décide quoi"

Question	Rôle qui répond
Est-ce qu'on construit ce produit, pour ce marché, avec ce modèle économique ?	Direction (valide), Product/Commercial (proposent)
Quelle fonctionnalité développe-t-on ce sprint et pourquoi ?	Product
À quoi ça ressemble et comment l'utilisateur l'utilise ?	Design
Comment c'est construit techniquement, et est-ce solide/sécurisé ?	Dev/Infra
Comment le grand public en entend parler et perçoit la marque ?	Communication
Combien ça coûte, comment on le vend, avec qui on s'associe ?	Commercial (propose), Direction (valide)

8. Les 3 frictions les plus fréquentes à anticiper

1. **Commercial promet une feature à un partenaire avant que Product/Dev ne l'aient validée** → toujours faire valider les engagements externes par le Product avant toute promesse ferme.
2. **Direction sollicite directement un développeur pour une urgence, en court-circuitant le Product** → même en urgence, la demande doit passer par le Product Owner pour être intégrée proprement au backlog (quitte à la prioriser en urgence, mais dans les règles).
3. **Communication communique sur une fonctionnalité avant sa livraison réelle et stable** → le calendrier de communication doit toujours être calé sur les Sprint Reviews (fonctionnalité vue en démo = communicable), jamais sur la roadmap prévisionnelle seule.

9. Lien avec les rituels déjà définis

Ce découpage de rôles s'articule directement avec la matrice RACI et les rituels détaillés dans le document "*Rituels Agiles & Gouvernance Projet*" :

- Le **Comité de priorisation produit** est l'endroit où Direction, Commercial et Communication influencent le backlog — jamais en direct avec l'équipe Dev.
- La **Sprint Review** est l'endroit où Commercial et Communication s'informent de l'avancement réel, sans interférer dans le sprint en cours.

- La **Revue trimestrielle stratégique** est l'endroit où Direction réoriente la stratégie si besoin, sur la base des KPIs remontés par tous.