

# ANALYSE DANS UN RAPPORT DE STAGE

## 1 Analyse insuffisante<sup>1</sup>

### Site de l'entreprise Riviera Home Management

L'entreprise Riviera Home Management (RHM) souhaite un site vitrine, disponible en trois langues : français, anglais et russe.

Elle possédait déjà un site web, mais celui-ci étant programmé entièrement en Flash, il était impossible de récupérer quoi que ce soit.<sup>2</sup>

Tous les points n'ayant pas été vus avec le client, je devais uniquement m'occuper de l'intégration de la page d'accueil, en me basant sur une infographie de Frédéric Curie, ainsi que de la gestion du changement de langue.

Le menu permet à la fois de changer de page et de langue.<sup>3</sup>

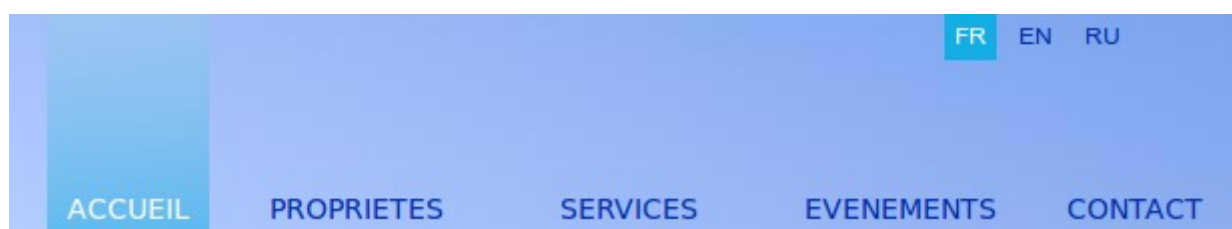


Illustration 1 : Menu RHM

Le corps de la page se compose d'un titre, d'un sous-titre, de trois catégories et d'un texte.<sup>4</sup>



Illustration 2 : Corps de page RHM

- 1 Les passages surlignés en jaune posent problème.
- 2 Précisions essentielles à apporter : quelles sont les fonctionnalités offertes par le site existant ? Lesquelles doivent être conservées ? Quelles fonctionnalités nouvelles doivent être offertes ?
- 3 Pourquoi ces trois langues-là ?
- 4 Pourquoi ce choix ?

Le bas de page est un formulaire de contact.<sup>5</sup>



The screenshot shows the contact form for Riviera Home Management. On the left, the company logo and contact information are displayed. The main area contains a form with fields for 'Nom & Prénom\*', 'Email\*', 'Société', 'Adresse', 'CP', 'Ville', and 'Tel / Mobile\*'. There is also a larger field for 'Votre demande' and an 'Envoyer' button.

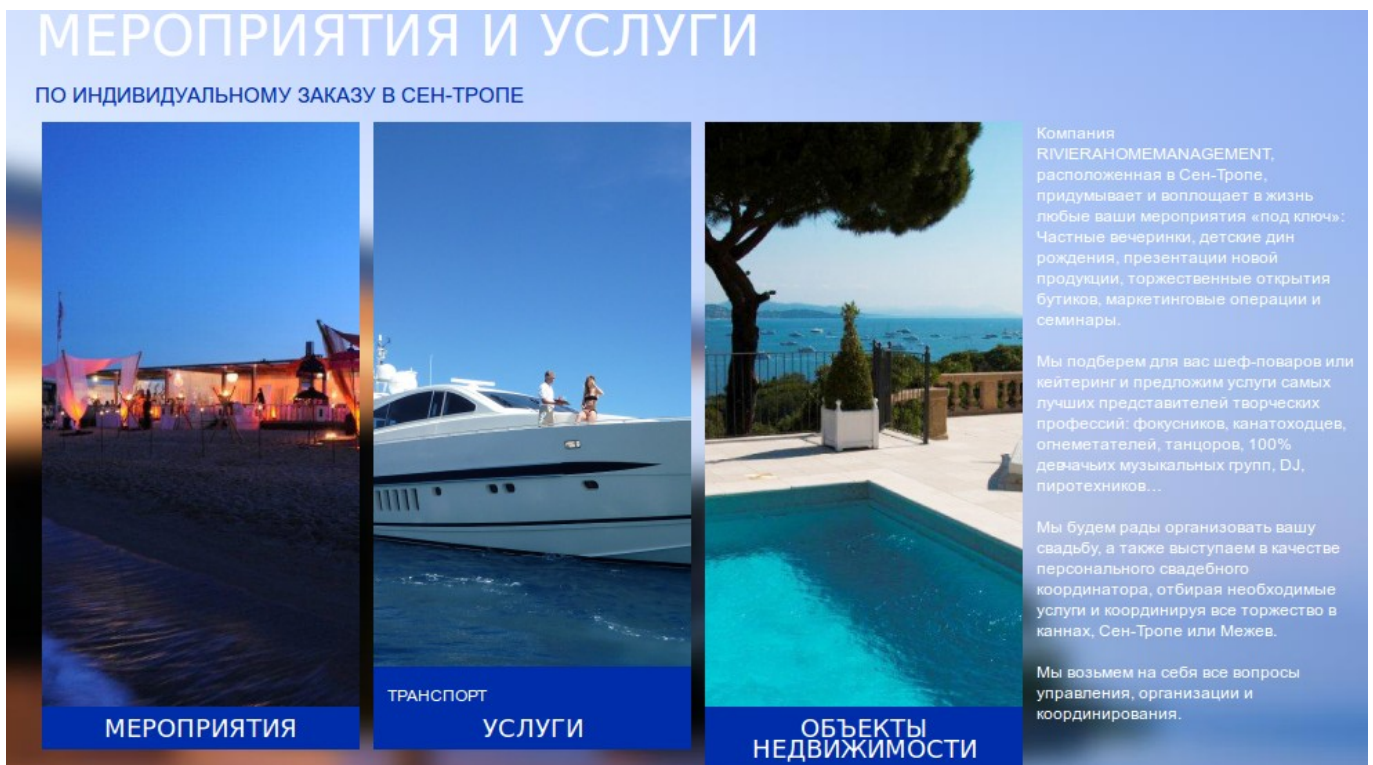
**RIVIERA HOME MANAGEMENT**  
Mob +33 (0)6 71 10 82 62  
[direction@rivierahomemanagement.com](mailto:direction@rivierahomemanagement.com)

**Contactez-nous**

Nom & Prénom\* Email\*  
Société Votre demande  
Adresse  
CP Ville  
Tel / Mobile\* Envoyer

Illustration 3: Bas de page RHM

Tous les textes des pages changent en fonction de la langue choisie.<sup>6</sup>



The screenshot shows the main page of the Riviera Home Management website in Russian. The header features the title 'МЕРОПРИЯТИЯ И УСЛУГИ' and the subtitle 'ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ЗАКАЗУ В СЕН-ТРОПЕ'. Below this, there are three main sections: 'МЕРОПРИЯТИЯ' (Events), 'УСЛУГИ' (Services), and 'ОБЪЕКТЫ НЕДВИЖИМОСТИ' (Real Estate Objects). Each section has a corresponding image and a brief description of the services offered.

**МЕРОПРИЯТИЯ И УСЛУГИ**  
ПО ИНДИВИДУАЛЬНОМУ ЗАКАЗУ В СЕН-ТРОПЕ

**МЕРОПРИЯТИЯ**  
Кампания RIVIERAHOMEMANAGEMENT, расположенная в Сен-Тропе, придумывает и воплощает в жизнь любые ваши мероприятия «под ключ»: Частные вечеринки, детские дни рождения, презентации новой продукции, торжественные открытия бутиков, маркетинговые операции и семинары.

**УСЛУГИ**  
Мы подберем для вас шеф-поваров или кейтеринг и предложим услуги самых лучших представителей творческих профессий: фокусников, канатоходцев, огнеметателей, танцоров, 100% девчачьих музыкальных групп, DJ, пиротехников...

**ОБЪЕКТЫ НЕДВИЖИМОСТИ**  
Мы будем рады организовать вашу свадьбу, а также выступаем в качестве персонального свадебного координатора, отбирая необходимые услуги и координируя все торжество в каннах, Сен-Тропе или Межев.

Мы возьмем на себя все вопросы управления, организации и координирования.

Illustration 4: Changement de langue RHM

<sup>5</sup> Pourquoi l'avoir mis là ?

<sup>6</sup> D'une part, c'est à placer après avoir évoqué les trois langues.

D'autre part, c'est tellement évident que ce genre de commentaire ne sert à rien → il faut expliquer comment cela a été mis en place, par qui...

Il faudrait aussi que le titre en russe soit de la même couleur que le titre en français...

Lors du survol d'une catégorie, un sous-menu se déroule de haut en bas.<sup>7</sup>



Illustration 5 : Survol  
catégorie RHM

Le site est maintenant entièrement fonctionnel, et prêt à être livré au client.<sup>8</sup>

## 2 Bonne analyse et illustration bien choisie, bien analysée

### Conception et développement de la maquette

Afin de représenter au mieux l'activité de la recherche à l'ESTA, et connaissant très peu le monde des chercheurs une étude préliminaire d'autres sites d'ingénieurs a été faite. En effet, je devais me demander comment les autres écoles présentent leur(s) laboratoire(s) et quelles informations sont mises en avant. Une fois les informations nécessaires cernées, j'ai pu commencer la conception de la maquette répondant aux besoins de l'école.

Mon objectif premier était de concevoir un espace où les visiteurs du site ne pourraient pas se perdre, donc une interface simple et intuitive. En effet, un bon nombre d'écoles ont un espace « Recherche » mal organisé, ou peu attractif. Ce qui m'a mené à mon deuxième objectif principal : concerner tous les types de profil, que ce soient les élèves, les parents, les chercheurs, les institutionnels, etc. C'est-à-dire que les informations affichées et la façon dont elles sont mises en page doivent intéresser tous les profils cités plus haut.

L'onglet « recherche » avait donc deux points de départ au niveau de sa conception : cibler au mieux les informations et parvenir à atteindre le plus de personnes possible. D'où l'idée d'un espace dynamique centralisant des informations propres à la recherche, comme des actualités concernant l'école.

Pour le côté dynamique, j'ai choisi d'incorporer quelques animations CSS3 au survol de certains éléments par la souris. Au survol d'une des photos représentant un membre de l'équipe, la taille de l'image augmente de 15 %. L'animation est effectuée en 300 ms ce qui est ni trop rapide, ni trop lent afin de ne pas perturber la navigation de l'utilisateur. De plus, un deuxième effet est couplé au zoom. Au survol de la photo, une ombre se déploie autour de l'image et crée une illusion de mise en relief, de superposition par rapport aux autres éléments de la page. C'est un moyen de canaliser l'attention de l'utilisateur.

<sup>7</sup> **Pourquoi ce choix ?** → il est indispensable d'analyser l'ergonomie. De plus, l'illustration, comme la plupart mise dans ce rapport est peu utile, d'autant qu'aucune n'est commentée.

<sup>8</sup> À mettre dans le bilan ou dans la conclusion.



*Illustration 6: Illustration des effets de zoom et d'ombrage*

Le dynamisme est amplifié par le déploiement animé des rubriques. Une seule rubrique peut être déployée à la fois. Si une rubrique (« projet » par exemple) est déployée, et que l'on clique sur une autre, la rubrique ouverte se ferme et celle sélectionnée se déploie. Le tout apporte une légèreté à la masse d'informations.

D'autres éléments ayant un comportement dynamique ont été développés, devant attirer l'attention des visiteurs, comme le survol des titres des rubriques, les liens ou les quelques boutons présents.

Outre le fait d'attirer l'attention par des animations, c'est dans la mise en page et l'organisation des données que le terme « cibler l'information » prend tout son sens. C'est pourquoi lors de la présentation de l'équipe, les chercheurs sont présentés brièvement par une photo et une phrase courte afin de situer leur fonction et leur statut. De plus amples informations sont disponibles dans la fiche professionnelle de chaque membre, il suffit de cliquer sur sa photo. C'est là que l'animation est utile, car le zoom ainsi que l'ombre indiquent à l'utilisateur qu'il y a une action possible.