

Projet Workshop

~ Troisième itération ~



Equipe DIP

Sullivan Collomb

Aymerick Dieuaide

Loïc Dubois-Termoz

Gergely Fodor

Camille Mazzoletti

Nicolas Pandraud

Audrey Piollet

Equipe n°2

2018-2019

Présentation du projet	4
Contexte	4
Description de l'existant	4
Photoweb, ses filiales et sa concurrence	6
Sondage	16
Un marché existant : Steam Workshop (Valve)	21
Objectifs	24
Parties prenantes	27
Contraintes et risques	29
Contraintes	29
Contraintes liés à l'équipe projet	29
Contraintes générales du projet	30
Contraintes liées à la création d'un Workshop	30
Risques	31
Identification des risques	31
Matrice de criticité	32
Stratégies de mitigation	33
Expression des besoins	36
Besoins fonctionnels	36
Diagramme BPMN	37
Diagramme des cas d'utilisation	38
Diagramme de classe	45
Diagramme de séquences	46
Simuler les données d'entrées/sorties	50
Maquettes	52
B. Besoins non-fonctionnels	61
Choix des critères qualités (norme ISO-CEI 9126)	61
Choix des critères ergonomiques	62
Choix de la licence	63
Déroulement du projet	65
Prérequis	65
Solutions techniques	67
Planification	70
Planification - 1ère itération	71
Planification - 2ème itération	72
Planification - 3ème itération	74
Annexe	76
Analyse du site et de l'application Photoweb	76
Page d'accueil	76

Page produits	77
Page comptes	81
Avis	86
Analyse du site MonAlbumPhoto.fr	87

I. Présentation du projet

Nous sommes l'équipe DIP du projet "Photoweb Workshop", créé pour répondre à la demande faite par Photoweb dans le cadre de notre formation en DUT Informatique. Ce dossier a pour objectif de détailler l'ensemble du projet.

A. Contexte

Photoweb est une entreprise française, spécialiste des produits photos personnalisés et basée à Saint-Egrève. Le site internet « Photoweb.fr », créé en 2000, proposait principalement des tirages photos commandés par Internet et qui, par la suite, étaient livrés directement à domicile. Depuis, l'activité de l'entreprise s'est diversifiée et elle propose maintenant d'imprimer des photos sur divers supports (album photo, calendrier, mug, ...). Les produits et les services de Photoweb ne sont accessibles qu'en ligne. Dans ce domaine, plusieurs entreprises se sont implantées et avec l'hyper-digitalisation de la société - qui mène vers une dématérialisation des supports de plus en plus prononcée -, il s'avère nécessaire de proposer en permanence de nouveaux produits ou de nouvelles déclinaisons des produits existants.

Pour ce projet, Photoweb nous demande de placer notre démarche dans un cadre centré « utilisateur » et/ou « usage » : le client doit donc avoir une place centrale dans ce qui sera réalisé au terme du projet. Ce dernier doit avoir pour objet de proposer une ou des solution(s) complémentaire(s) innovante(s) à ce qu'il se fait déjà sur Photoweb, soit en termes de produits, soit en termes d'usages. L'entreprise est donc avant tout à la recherche d'idées.

Afin de mieux connaître l'environnement de l'impression de photos en ligne et de trouver des idées, nous avons réalisé les études des différents acteurs du domaine.

B. Description de l'existant

Nous avons réalisé une récolte d'informations sur Photoweb, ses concurrents ainsi que ses filiales afin de déterminer les points forts et les points faibles de chaque entreprise. Ensuite, nous en avons dégagé deux idées principales avant que l'une d'entre elles ait été sélectionnée par le directeur général de Photoweb. Enfin, nous avons réalisé l'étude des produits reprenant déjà notre idée finale. Toutes ces informations sont consultables directement en Annexe du dossier. Nous allons nous concentrer ici sur la synthèse de toutes ces analyses pour en donner une vue globale.

1. Photoweb, ses filiales et sa concurrence

Tout d'abord, l'analyse s'est orientée vers Photoweb et ses filiales (Piiics et Lalalab) pour être comparée ensuite à ses concurrents principaux en France : Photobox et Monalbumphoto.fr. Le premier est leader en France tandis que le second a un chiffre d'affaire inférieur à Photoweb. Cela nous a permis de déterminer ce qu'il se faisait déjà et s'il y avait des aspects ou des produits que l'on pourrait améliorer. Nous nous sommes donc répartis les sites et applications de Photoweb et ses concurrents afin de réaliser une analyse ergonomique basée sur les critères heuristiques de Bastien et Scapin. Nous avons également dégagé les points forts et les points faibles chez chacun des sites. Voici donc les résultats obtenus :

Note : Le site et l'application de Photoweb ont été analysés entièrement tandis que les autres analyses se sont concentrées sur les **outils** mis à disposition aux utilisateurs

● Photobox

Critères et sous critères	Notation	Justification
Guidage		
Incitation	+	<ul style="list-style-type: none">- Certains boutons sont trop discrets;- Certains boutons sont en double;- De nombreuses incitations visuelles (bordures, épaisseur et couleur des boutons, texte / mots-clés soulignés, ...).
Groupement/Distinction entre items	+	<ul style="list-style-type: none">- Bon regroupement des boutons selon les fonctionnalités;- Sous-catégories difficiles à distinguer.
Feedback immédiat	++	<ul style="list-style-type: none">- Toute modification est instantanément visible;- Système de "drag-and-drop" pour insérer des widgets;- Affichage du prix de la commande sur le bouton panier visible depuis les pages de création.
Lisibilité	~	<ul style="list-style-type: none">- Certains boutons ou textes sont peu visibles alors qu'ils peuvent contenir des informations utiles (exemple : le nombre de page);- Les widgets sont souvent accompagnés d'icônes pour faciliter la lisibilité;- Les boutons importants sont mis en couleurs.
Charge de travail		
Brièveté	+	<ul style="list-style-type: none">- Process un peu long, l'aperçu avant la modification ajoute une étape superflue.
Concision	++	<ul style="list-style-type: none">- Les étapes d'ajout de widgets s'affiche au fur et à mesure qu'on avance dans le process.
Actions minimales	++	<ul style="list-style-type: none">- Peu d'actions requises pour avoir un résultat.

Densité informationnelle	-	<ul style="list-style-type: none"> - De nombreux groupes de boutons (en haut, en bas, à droit et à gauche, ...) avec un nombre de boutons pour chaque groupe allant de 2 à 5 ou plus; - Choix des widgets élevé et dense mais la possibilité d'utiliser des filtres réduit cette densité.
Contrôle Explicite		
Actions Explicites	++	<ul style="list-style-type: none"> - L'application fait ce qu'on lui demande et rien de plus.
Contrôle Utilisateur	++	<ul style="list-style-type: none"> - Bouton retour en arrière pour annuler ses actions.
Adaptabilité		
Flexibilité	~	<ul style="list-style-type: none"> - Une seule façon de faire pour avoir un certain résultat; - Très peu de personnalisation d'interface.
Prise en compte de l'expérience de l'utilisateur	+	<ul style="list-style-type: none"> - Pop-up tutoriel; - Même outil pour tout type d'utilisateur.
Gestion des Erreurs		
Protection contre les erreurs	+	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité de faire quelques actions incohérentes : laisser un champ vide, mettre une photo sur 2 pages à la fois... - Certains boutons sont grisés pour indiquer que le clic est impossible.
Qualité des messages d'erreurs	++	<ul style="list-style-type: none"> - Pop-up impossible à manquer
Correction des Erreurs	+	<ul style="list-style-type: none"> - Aide au placement de widget très poussée.
Homogénéité/Cohérence	~	<ul style="list-style-type: none"> - Couleur et police intuitive; - Placement pas toujours intuitif; - Deux styles bien différents pour un seul et même site.
Significance des Codes et Dénominations	++	<ul style="list-style-type: none"> - Certains labels sont accompagnés d'icônes rendant le tout très intuitif.
Compatibilité	+	<ul style="list-style-type: none"> - Le logiciel nécessite un petit temps d'apprentissage; - Site sur mobile bien adapté mais application sur mobile peu pertinente; - Tutoriel proposé au début de la création.

Analyse ergonomique du site web Photobox

Synthèse - Photobox :

Points forts :

- Le téléchargement des photos peut être fait en arrière-plan et ne bloque pas le site;
- Sélection intuitive;
- Promotions discrètes.

Points faibles :

- Téléchargement long;
- Changements de page (et surtout d'outils) long;
- Le changement de style d'une page à l'autre peut être déroutant.

Fonctionnalités remarquables :

- Possibilité de mettre en favori certaines photos après l'importation pour qu'elles aient une place plus importante dans le livret;
- Possibilité d'enregistrer les créations en cours et finies.

Remarques :

→ Site intuitif et pratique mais lent. La mise en favori facilite l'automatisation tout en gardant un aspect "humain".

→ Il existe 2 outils d'édition, Flex et Mstudio.

- Mstudio est un éditeur interne (utilisé pour les créations "classiques");
- Flex ressemble plus à un plugin (utilisé notamment pour les créations 3D). Une fois de plus, le changement de style est déroutant.

- **Monalbumphoto**

Critères et sous critères	Notation	Justification
Guidage		
Incitation	++	<p>Messages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Redirigeant l'utilisateur pour importer ses photos; - Clair pour les différentes étapes de création.
Groupement/Distinction entre items	+	<ul style="list-style-type: none"> - Boutons explicites mais de la même apparence.
Groupement/Distinction par la localisation	++	<ul style="list-style-type: none"> - Barre avec les différentes étapes (Importer, Mes photos, Mon projet); - Regroupement des réseaux sociaux.
Groupement / Distinction par le format	++	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation des produits claire; - Plusieurs menus déroulants.
Feedback Immédiat	++	<ul style="list-style-type: none"> - Barre de téléchargement; - Boutons se colorant quand ils peuvent être utilisés; - Message disant que les photos ont bien été ajoutées à l'album; - Message disant que les photos ont bien été ajoutées au projet; - Lorsque l'on modifie la taille d'une image une émoticône nous indique dans un coin de la photo si la photo aura un résultat flou ou non.
Lisibilité	+	<ul style="list-style-type: none"> - Police et couleurs bien choisies.
Charge de travail		
Brièveté	+	<ul style="list-style-type: none"> - Quasiment aucune phrase; - Possibilité de récupérer les photos de réseaux sociaux.
Concision	++	<ul style="list-style-type: none"> - Liste déroulante pour les cliparts; - Possibilité de cacher le menu de création.
Actions Minimales	++	<ul style="list-style-type: none"> - Présence d'un assistant de remplissage intelligent.
Densité Informationnelle	-	<ul style="list-style-type: none"> - Beaucoup trop de pubs et de produits possibles sur la page d'accueil empiétant sur la lisibilité des boutons.
Contrôle Explicite		
Actions Explicites	++	<ul style="list-style-type: none"> - Confirmation au moment de la suppression des photos de l'album.
Contrôle Utilisateur	++	<ul style="list-style-type: none"> - Boutons pour annuler et rétablir.
Adaptabilité		
Flexibilité	~	<ul style="list-style-type: none"> - Aucun moyen de personnaliser son interface.
Prise en compte de l'expérience de l'utilisateur	~	<ul style="list-style-type: none"> - Tutoriel existant mais difficilement trouvable. Cependant le site est naturellement accessible aux débutants.

Analyse ergonomique du site web Monalbumphoto		
Protection contre les Erreurs	++	<ul style="list-style-type: none"> - Aucun problème répertorié; - Boutons grisés et bloqués si les conditions ne sont pas respectées.
Qualité des Messages d'Erreurs	++	<ul style="list-style-type: none"> - Message d'erreur dans le cas où on veut créer deux albums de même nom.
Correction des Erreurs	-	<ul style="list-style-type: none"> - Lors de la création de compte si une erreur survient, elle n'est pas explicite.
Homogénéité/Cohérence	+	<ul style="list-style-type: none"> - Bonne dénomination pour les libellés déroulants. - La même police avec variation de taille.
Signification des Codes et Dénominations	++	<ul style="list-style-type: none"> - La plupart des boutons ainsi que les sections importées et mes photos sont accompagnés d'une icône les représentant.
Comptabilité	++	<ul style="list-style-type: none"> - Langage compréhensible par l'utilisateur; - Les tâches sont bien séparées.

Synthèse - Monalbumphoto :

Points forts :

- Utilisateur bien guidé ;
- Grande possibilité de personnalisation (stickers, fonds... nombreux) ;
- Possibilité de modifier le type d'album photos en cours de création.

Points faibles :

- Chargements longs ;
- Pas de sauvegarde automatique des projets.

Fonctionnalités remarquables :

- Calendrier pouvant commencer à partir de n'importe quel mois et année ;
- Possibilité d'importer des photos depuis les réseaux sociaux.

→ Site intuitif qui présente assez d'optionnalités pour satisfaire une grande majorité des personnes.

- Photoweb

Critères et sous critères	Notation	Justification
Guidage		
Incitation	++	- Bouton "je crée mon /*produit*/" et bouton de passage des étapes de la création coloré donc visible.
Groupement/Distinction entre items	++	- Les informations du même type sont regroupés (thème avec thème, mises en page, illustrations, ...).
Groupement/Distinction par la localisation	++	- La partie mise en page de l'album est séparé de la partie sélection des photographie, qui est elle-même séparé de la prévisualisation.
Groupement / Distinction par le format	++	- Groupement / distinction fait via un format de menu à thème.
Feedback Immédiat	++	- Messages de confirmation avant la finalisation du produit; - Prévisualisation du produit en temps réel quelque soit l'action effectué.
Lisibilité	++	- Police standard, couleurs claires, alignement respecté, vue globale produit et page par page possible si album.
Charge de travail		
Brièveté	~	- Subjectif selon l'utilisateur : bref s'il utilise les thèmes et mises en page par défaut, sinon c'est le contraire
Concision	+	
Actions Minimales	-	- Tâches répétitives (thème > mises en page > illustrations > photos) ... pour 24 pages voire plus pour un album !
Densité Informationnelle	+	- Beaucoup d'informations, mais des informations utiles; - Possibilité de se rappeler l'information précédente en une action (ex : vue globale dans l'album photo).
Contrôle Explicite		
Actions Explicites	++	- Liberté totale de l'utilisateur sur le produit (dans les limites techniques) s'il le souhaite.
Contrôle Utilisateur	++	- Mêmes options qu'un outil de traitement de texte (annuler, couper, copier, coller, zoom, sauvegarder, ...)
Adaptabilité		
Flexibilité	++	- La flexibilité est au coeur du logiciel : personnalisation de produit photo.

Prise en compte de l'expérience de l'utilisateur	+	- Raccourcis présents (ctrl-Z, ctrl-C, etc...).
Gestion des Erreurs		
Protection contre les Erreurs	++	- Protection solide.
Qualité des Messages d'Erreurs	++	- Messages d'erreurs claires et précis dans une fenêtre pop-up, donc obligatoirement vu par l'utilisateur.
Correction des Erreurs	+	- Correction automatique quand c'est obligatoire (les 24 pages d'un album) mais aussi quelquefois au choix de l'utilisateur (ex : aller à l'achat malgré 0 photos sur le mug).
Homogénéité/Cohérence	++	- Disposition des items identiques à la création d'un produit à l'autre (photos à droite, prévisualisation au centre, ...).
Significance des Codes et Dénominations	++	- Code et vocabulaire claire et compréhensible (l'utilisateur est capable de savoir où il va).
Compatibilité	+	- Logiciel facilement prenable en main

Analyse ergonomique du site web Photoweb

Synthèse - Photoweb

Points forts

- Site Web :
 - Services en ligne (pas de téléchargements)
 - Interface complète;
 - Diversité des produits proposées;
 - Possibilité de stocker ses photos et ses créations dans son espace personnel;
 - Personnalisation complète des produits (principe du site web) via des outils dédiés
 - album photo, agenda, calendrier : personnalisation poussée (thèmes, fonds, illustrations, texte, gestion de pages, ...)
 - tirages, mug, faire-part : personnalisation simple (photo, texte)
 - Prévisualisation des créations avant achat;
- Application mobile :
 - Interface plus simpliste que le site Web;
 - Importation via les réseaux sociaux possibles;
 - Personnalisation faite automatiquement;

Points faibles

- Site Web :
 - Personnalisation peut-être trop poussée : La principale cause de perte de client, le temps que cela prend;
 - Temps d'importation des photos trop long;
 - Options de retouches photos (filtres, flou, etc...) très faibles voire inexistant;
- Application mobile :
 - Nombre de fonctionnalités drastiquement diminué une fois la connection internet coupée (on peut entrer sur l'appli, mais on ne peut rien faire)

Fonctionnalités

- Site Web :
 - Gestion de son compte :
 - gestion des photos personnels;
 - gestion des créations personnels;
 - ⇒ présence d'un cloud;
 - Séparation claire entre la zone commerciale et la zone créative;
- Application mobile :
 - Opposé au site Web, l'automatisation est abordée, la simplicité est la priorité.

Remarques

→ Les fonctionnalités mises à disposition sur un smartphone sont sous-exploitées (géolocalisation, connection constante à Internet, tâche en arrière-plan, etc...) et de nombreux problèmes comme l'importation trop longue des photos pourraient être traités.

- **LALALAB (affilié à Photoweb)**

Synthèse - LALALAB

Points forts

- Rapidité dans la réalisation d'un produit tel qu'on l'attend d'une application mobile;
- Fonctionnalités faciles à prendre en main.

Points faibles

- Tendance à se perdre dans la création d'album photo;
- Personnalisation peu poussée (filtres et retouches rapides disponibles).

Fonctionnalités remarquables :

- Séparation claire entre la zone commerciale et la zone créative;
- Automatisation de la création d'album.

Remarques

→ Les messages d'erreur sont affichés en anglais quelques fois.

- **Piiics (affilié à Photoweb)**

Guidage		
Incitation	~	<ul style="list-style-type: none"> - Propose de reprendre la création d'une création interrompue au démarrage de l'application; - Cependant : possibilité d'utiliser une fonctionnalité qui ne produit rien (exemple : police écriture pour 4ème de couverture).
Groupement/Distinction entre items	++	<ul style="list-style-type: none"> - Les catégories sont regroupées entre elles, il est facile de distinguer les items entre eux
Groupement/Distinction par la localisation	++	<ul style="list-style-type: none"> - La partie mise en page de l'album et séparé de la partie sélection des photographie, qui est elle-même séparé de la prévisualisation.
Groupement / Distinction par le format	++	<ul style="list-style-type: none"> - Groupement / distinction fait via un format de menu à thème.
Feedback immédiat	++	<ul style="list-style-type: none"> - Messages de confirmation avant la finalisation du produit; - Alerta si l'image importée n'est pas de bonne qualité.
Lisibilité	+	<ul style="list-style-type: none"> - Police standard, couleurs claires, alignement respecté, vue globale produit et page par page possible si album.
Charge de travail		
Brièveté	+	<ul style="list-style-type: none"> - Très simple d'utilisation, page par page.
Concision	+	<ul style="list-style-type: none"> - Sélection des images en entrée simple à prendre en main.
Actions minimales	++	<ul style="list-style-type: none"> - Génération automatique d'un album, il est simple d'effectuer des retouches comme l'ordre d'apparition d'une image ou encore un texte à inclure.
Densité informationnelle	+	<ul style="list-style-type: none"> - Peu d'informations à l'écran, seulement les essentielles à l'opération en cours. Rappel en permanence de l'opération en cours en haut de l'écran.
Contrôle Explicite		
Actions explicites	++	<ul style="list-style-type: none"> - Liberté totale de l'utilisateur sur le produit (dans les limites techniques) s'il le souhaite.
Contrôle utilisateur	++	<ul style="list-style-type: none"> - Mêmes options qu'un outil de traitement de texte (annuler, couper, copier, coller, zoom, sauvegarder, ...)
Adaptabilité		
Flexibilité	++	<ul style="list-style-type: none"> - Permet d'édition les albums photo et tirages.
Prise en compte de l'expérience de l'utilisateur	-	<ul style="list-style-type: none"> - Supprime tous les ajouts d'une catégorie de retouche (par exemple les inclusions de textes) si on appuie sur la suppression, au lieu de retirer le dernier ajouté.

Gestion des Erreurs			
Protection contre les erreurs	-	-	<ul style="list-style-type: none"> - Lors de l'édition de la quatrième de couverture de l'album une erreur apparaît systématiquement ; - Impossible pour l'utilisateur de supprimer des pages pour en avoir moins de 20 (ne peut pas acheter un produit non conforme).
Qualité des messages d'erreurs	-	-	<ul style="list-style-type: none"> - Messages d'erreurs affichés dans des pop-up, cependant ils ne sont pas explicites quelques fois; - fenêtre pop-up, donc obligatoirement vu par l'utilisateur.
Correction des erreurs	++	-	<ul style="list-style-type: none"> - Lorsque l'application se ferme brutalement à cause d'un bug, l'application propose de reprendre le travail au moment de son prochain lancement.
Homogénéité/Cohérence	++	-	<ul style="list-style-type: none"> - Cohérence entre le titre de la fenêtre et l'item choisi dans le menu.
Significance des Codes et Dénominations	-	-	<ul style="list-style-type: none"> - Certaines icônes sont incompréhensibles tant qu'on n'a pas constaté leur effet.
Compatibilité	++	-	<ul style="list-style-type: none"> - Logiciel facilement prenable en main car fonctions similaires à d'autres applications.

analyse ergonomique de l'application Piiics

<u>Synthèse - Piiics</u>	
Points forts :	<ul style="list-style-type: none"> • Prend en charge les différentes plateformes pour importer ses photos ; • Fonctionnalités faciles à prendre en main ; • Personnalisation plus libre avec l'intégration de stickers.
Points faibles :	<ul style="list-style-type: none"> • Application sensible aux erreurs de l'utilisateur.
Fonctionnalités :	<ul style="list-style-type: none"> • Crédit d'albums et tirages simples ; • Automatisation de la création d'album.
Remarques :	→ Certaines fonctionnalités restent utilisables mais n'ont aucun effet. Elles devraient en effet être grisées et/ou non sélectionnables.

Pour conclure cette première étude, on constate plusieurs points communs entre chacun des sites web :

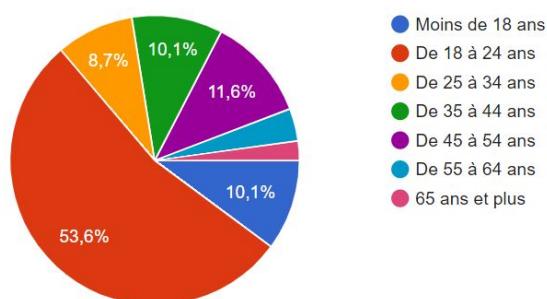
- On retrouve les mêmes défauts, avec principalement des temps de téléchargement des photos vers les Clouds respectifs des entreprises beaucoup trop longs, de même pour les temps de réalisation des produits personnalisés;
- Les critères ergonomiques sont majoritairement respectés et bien implémentés malgré des incohérences;
- Des fonctionnalités très poussées rassemblées dans des outils de personnalisation performants qui guident brillamment l'utilisateur tout au long de ses créations.

Pour les deux derniers points, cela est plutôt logique dans la mesure où la concurrence est rude sur ce marché. Les entreprises mettent donc tout en œuvre pour faciliter la vie du client car s'il est satisfait, il reviendra probablement.

L'intérêt de cette analyse de l'offre du marché était de nous permettre de prendre conscience du niveau de technicité déjà présent au niveau des produits existants et de la mettre en relation avec notre expérience qui reste encore assez faible. C'est pourquoi l'équipe a décidé de se tourner vers la création d'un nouveau produit. Cependant, si nous voulons créer un nouveau produit, nous devons être sûr qu'il soit pertinent pour le marché cible. Donc après avoir analysé la partie "offre" du marché, nous nous sommes intéressés à la partie "demande" pour déterminer s'il existait un ou des besoins auxquels nous pourrions répondre...

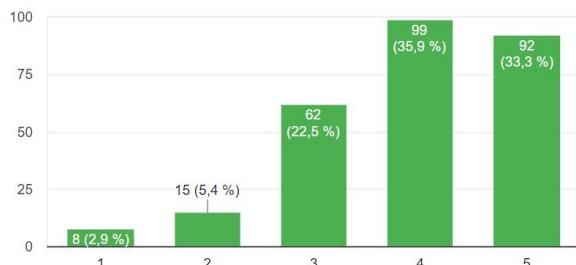
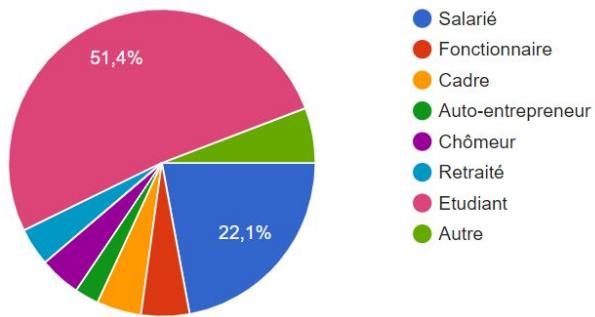
2. Sondage

La seconde étude était donc le sondage que nous avons créé lors de la première semaine de la première itération suite à une réunion le mercredi 19 Septembre. Nous l'avons transmis à notre entourage qui l'a transmis à son tour à partir du vendredi 21 Septembre jusqu'au jeudi 27 Septembre. L'intérêt du sondage était, après avoir récolté des informations du côté de l'offre du marché (= Photoweb et ses concurrents), d'aller cette fois-ci du côté de la demande. De plus, Photoweb nous demandant de nous placer dans une démarche centrée utilisateur, il était évident et important de mettre en place un sondage afin de récolter l'avis des personnes et de cerner leurs nouveaux besoins à propos de ce marché. Nous avons ainsi récolté 276 réponses au total ce qui nous permet de nous placer dans une étude quantitative, et voici ce qui est ressorti :



→ Une grande partie des personnes ayant répondu à notre sondage sont des **personnes de 18 à 24 ans et/ou des étudiants**. Ce résultat n'est pas surprenant car la majorité de notre entourage à qui nous avons fait appel en fait parti...

→ Ce résultat reste tout de même pertinent dans la mesure où notre tranche d'âge représente d'une part une faible proportion du marché, et donc un **fort potentiel de développement**, et d'autre part il représente les **clients de demain**.



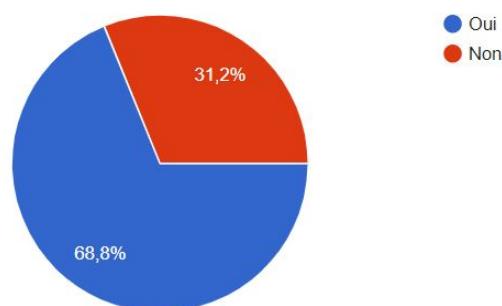
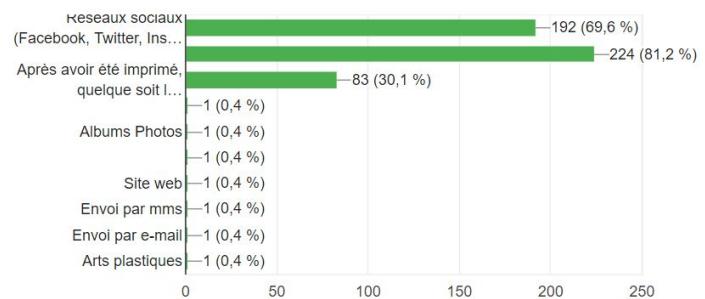
→ Importance portée à ses photos (échelle de 1 à 5) :

Sans grande surprise, les sondés accordent une grande importance aux photos qu'ils prennent...

... mais les photos restent majoritairement stockées ou partagées numériquement :

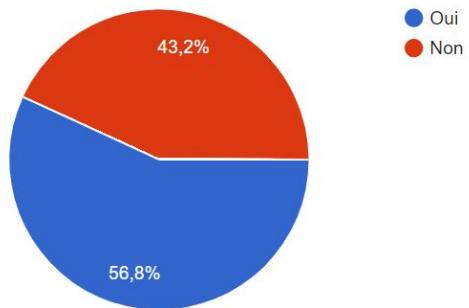
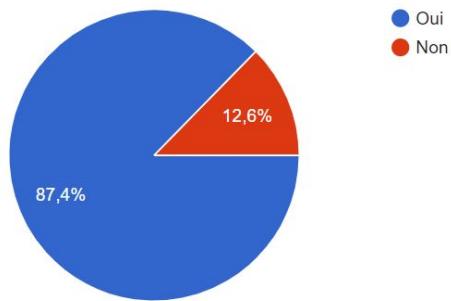
- par les **réseaux sociaux** (1^e barre [192])
- **directement via l'écran du téléphone** (2^e barre [223]).

Cela est dû à l'hyper-numérisation que le monde connaît aujourd'hui et dont fait face les entreprises comme Photoweb.



→ Notre sondage séparait les personnes ayant déjà exporté leurs photos au format physique de celles qui ne l'avait jamais fait...

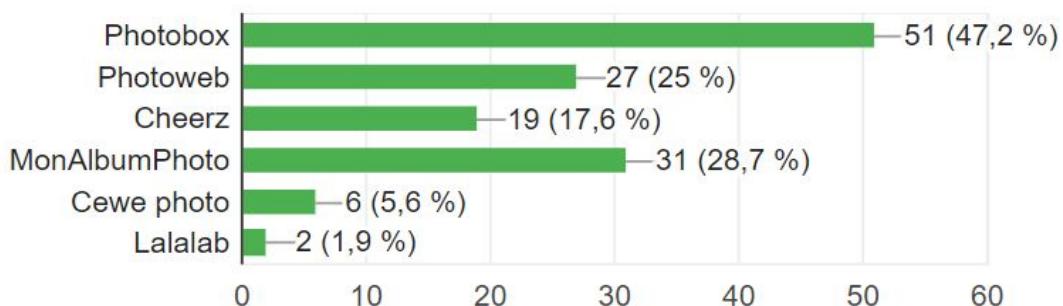
... et parmi celles ayant déjà imprimé leurs photos, la grande majorité connaît l'existence de sites spécialisées dans l'impression photo...



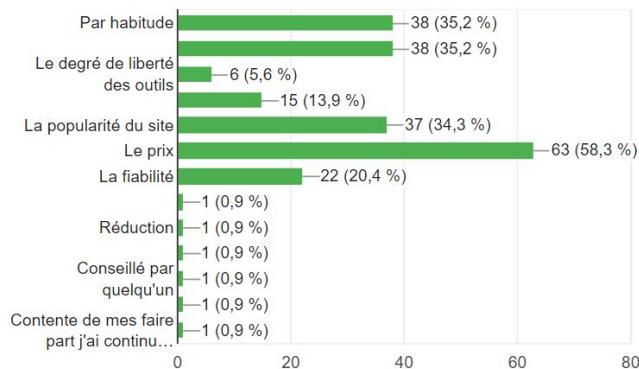
... de même parmi ces personnes, un peu plus de la moitié des personnes s'est déjà servi de ce genre de service.

Dans la suite du sondage nous nous sommes uniquement intéressés à ces personnes.

→ Les sites les plus utilisés :



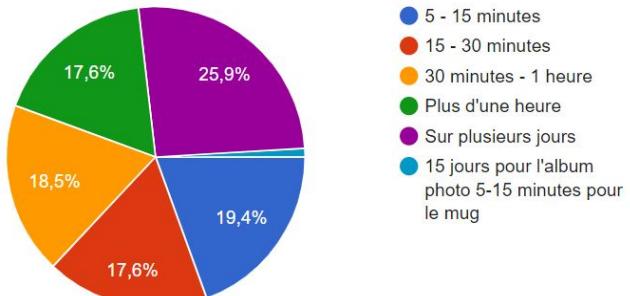
→ Les raisons du choix d'un site plutôt qu'un autre :



On constate que le prix est le critère le plus important selon les utilisateurs de ces sites. Vient en seconde position la facilité de prise en main (2e barre [38]).

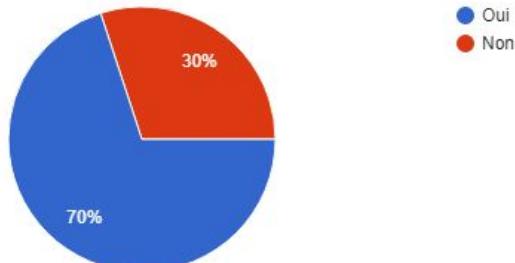
→ Le temps passé sur la création

Nous avons là aussi pu faire ressortir un autre des plus gros points noirs communs à tous les sites de personnalisation photos : le temps nécessaire à l'utilisateur pour la création d'un objet comme un livre. Régler ce problème pourrait attirer de nombreux clients dont l'obstacle principal est le manque de temps et/ou de motivation.



Et si c'était un outil moins chronophage ?

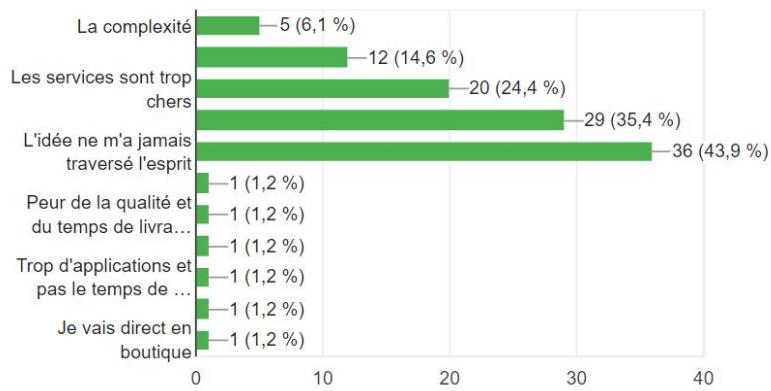
70 réponses



→ cette question était dédié aux personnes ne comptant pas utiliser les services de Photoweb ou d'un de ses concurrents : "si l'outil était moins chronophage ?". La réponse confirme le point noir de la personnalisation photo mentionné ci-dessus.

→ Enfin, pour les personnes n'ayant pas utilisé de sites spécialisés dans l'impression photo, voici les principales raisons :

- (2e barre [12] : **la prise en main** ;
- 4e barre [29] : **le prix**



Pour conclure sur ce sondage, nous pouvons constater que les principaux problèmes des sites d'impression photos sont en général :

- **le prix** (mais on ne peut pas influencer cela au cours de notre projet) ;
- **le temps** que prend la réalisation de livres photos ou d'objets personnalisables.

Ce sondage, ajouté à l'analyse des sites webs, nous a donc permis de nous réconforter dans une idée que nous avions eu :

Le Workshop

En plus de créer une communauté autour de Photoweb, le partage et la réutilisabilité de templates et autres modèle de produits créés et proposés par les utilisateurs en attireraient d'autres, en quête de produits de belle qualité prêt à accueillir les photos personnelles puis à être commandés, et donc généreraient un gain de temps non négligeable (plus de choix de thèmes ou de templates à faire, juste à placer les photos).

En créant un Workshop, nous espérons répondre à 3 besoins :

- Pour Photoweb, la volonté de fidéliser les utilisateurs ;
- Pour les utilisateurs finaux, répondre au besoin d'appartenance à une **communauté**, ainsi qu'un **gain de temps** dans la réalisation d'un produit si les créations partagés dans le Workshop sont utilisés.

Nous nous sommes alors demandé s'il n'existe pas une entreprise, sur n'importe quel autre marché, qui implémentent déjà un système de Workshop.

3. Un marché existant : Steam Workshop (Valve)

Lors de la recherche d'idée, la notion de "communauté" s'est rapidement installée au centre des idées de notre équipe. Rien, à priori, ne nous avait inspiré pour cette idée. Plus tard, nous nous sommes rendus compte qu'une plateforme, pourtant familière à tous, avait commencé à exploiter cette idée. Nous avons donc décidé de consacrer du temps à ce qui se rapprochait le plus de l'idée qu'on se faisait d'un workshop pour Photoweb, et nous avons donc analysé le workshop de **Steam**.

"Steam est une plateforme de distribution de contenu en ligne, de gestion des droits et de communication développée par Valve et disponible depuis le 12 septembre 2003. Orientée autour des jeux vidéo, elle permet aux utilisateurs d'acheter des jeux, du contenu pour les jeux, de les mettre à jour automatiquement, de gérer la partie multijoueur des jeux et offre des outils communautaires autour des jeux utilisant Steam."

-- Wikipédia

Pour prolonger la durée de vie des jeux proposés par la plateforme Steam, Valve a décidé de lui implanter une extension appelée "**Steam Workshop**". Ce dernier permet aux joueurs de partager du contenu qu'ils ont créé eux-mêmes, comme des scénarios, des mods, des cartes, des "skins" d'armes, d'objets ou de personnages pour les jeux supportant cette fonction.

Le Workshop de Steam est plutôt simple : on retrouve une page d'accueil et une page "à propos du Workshop" - titre explicite : explique à quoi sert le workshop -. On retrouve également une barre de recherche et la possibilité de **trier** les workshops (au pluriel car Steam considère qu'il y a 1 workshop par jeu compatible) selon 3 catégories :

- **Popularité**
- **Les plus récents**
- **Ordre alphabétique**

Les Workshops sont représentés sous forme de "dossiers" (un dossier = un jeu) que l'on peut bien-sûr parcourir manuellement (115 pages actuellement, donc fastidieux...).

Plus bas, une partie est consacrée aux nouveautés du Workshop : informations de patchs, reworks et mises à jour sont mis à la vue du public. C'est une partie très intéressante qui permet de tenir au courant l'utilisateur de ce qu'il se passe en ce moment sur le Workshop, un peu de la même manière qu'un fil d'actualité sur Facebook ou bien un journal papier. C'est une fonctionnalité qui peut être intéressante à implémenter dans notre projet de site dédié à la communauté de Photoweb.

Pour chaque jeu, le workshop présente dans un slide le dernier contenu mis en ligne par la communauté et on retrouve également les modes de tri suivants pour le contenu :

- Populaires;
- Meilleures notes de tous les temps;
- Les plus récents;
- Les catégories, qui vont des maps aux skins en passant par des packs de nouveaux sons de jeu...



Steam Workshop - Page d'accueil

Planet Coaster

Tous Discussions Captures d'écran Artworks Diffusions Vidéos Workshop Actualités Guides Évaluations

PLANET COASTER

Accueil Parcourir Discussions À propos

Rechercher dans Planet Coaster

Créez et partagez grâce au Planet Coaster Workshop

Contactez vos amis et partagez vos plans de parcs, bâtiments et autres montagnes russes ! Découvrez les réalisations des autres utilisateurs, téléchargez-les, transférez les vôtres, et abonnez-vous au [En savoir plus](#)

Les plus populaires (Objets) de la semaine passée

Parcourir la catégorie « Objets »

Les plus populaires

Meilleures notes de tous les temps

Les plus récents

Parcourir par tag

- Scenery (65,618)
- Blueprint (199,939)
- Nature (16,521)
- Buildingsmall (1)
- Buildinglarge (0)
- Scenerynature (0)
- Building (136,849)
- Scenerystatue (0)
- Park (33,193)
- Tropical (0)
- Shop (1)
- Coaster (50,500)
- Beta (10,598)
- Challenge (3,903)
- Sandbox (27,192)
- Large Building (26,993)
- Shops And Facilities (63,443)
- First Aid (7,675)

s, queue line 45 angle snap , signs for placement , incl... Colourable Coin Pile Pile of flexicolor coins. Gold bar with planet coaster logo ★★★★☆

ANNONCES RÉCENTES TOUT AFFICHER

Thank you so much for 200,000 Workshop items!

La page Workshop d'un jeu : Planet Coaster

Finalement, en analysant plus en détail le Steam Workshop de Valve, on s'est rendu compte que ce dernier était ce qui se rapprochait le plus de notre idée de départ, avec des fonctionnalités supplémentaires comme le fil d'actualité qui pourraient être intéressantes à implémenter sur un workshop dédié à Photoweb et le thème des produits photos. L'analyse de ce workshop constitue donc une bonne source d'inspiration pour les fonctionnalités futures de notre produit, c'est-à-dire les catégories de templates, le système de filtrage, les avis en notes des utilisateurs et le système de profil privé/public.

C. Objectifs

Lors de la phase de cadrage du projet, deux idées sont ressorties avec comme point commun l'amélioration de l'expérience de l'utilisateur :

- Première idée - Automatisation des créations (**abandonnée**)

La première idée est d'offrir la possibilité d'automatiser la phase de réalisation et de personnalisation des produits photos : l'utilisateur aurait pu simplement prendre des photos qui auraient été directement stockées dans le Cloud Photoweb de l'utilisateur. Au bout d'un certain temps, et avec un certain nombre de données - récupérées conformément à la loi - telles que la date et l'heure de la prise, la position (ou géolocalisation), mais aussi des préférences paramétrées manuellement ou interprétées à l'aide d'anciennes créations de l'utilisateur.

L'outil pourrait déduire et proposer de manière autonome des produits photos personnalisés et au goût de l'utilisateur. Ce genre de produit aurait plutôt ciblé le segment des personnes qui n'ont pas la patience ou le temps de passer plusieurs heures sur la personnalisation d'un produit, et aurait traité un des plus gros points noirs de l'entreprise, à savoir le temps que prend la création d'un produit.

Mais de cette idée ont découlé deux problèmes : d'une part, une telle solution demande un niveau de technicité trop élevé pour des étudiants de DUT Informatique, qui s'approche de très près des notions d'intelligence artificielle et de machine learning, et d'autre part, lors d'un entretien avec le directeur général délégué de Photoweb M. Laurent Boidi, celui-ci nous a appris qu'une équipe interne à l'entreprise travaillait déjà sur ce type de produit.

- Deuxième idée - Workshop (**exploitée**)

Nous avons donc opté pour notre seconde idée qui se focalise davantage sur l'aspect communautaire...

Pour ce projet, nous avons décidé de nous consacrer sur l'aspect **communautaire**. En effet, c'est ce même aspect qui a fait le succès des réseaux sociaux comme Facebook, mais qui semble pourtant absent ou faiblement exploité par Photoweb et ses concurrents. Aujourd'hui, les utilisateurs de tels services arrivent sur la page internet, utilisent les outils de création en ligne, finalisent l'achat de leurs créations puis s'en vont. Cependant, nous souhaitons donner aux utilisateurs une raison de rester plus longtemps sur le site, et l'opportunité de partager leurs créations, mais aussi commenter et noter celles des autres utilisateurs. L'idée serait donc de créer un système de "workshop".

Un "workshop" peut se traduire par "atelier collaboratif". L'objectif du workshop est d'être un lieu de discussion où des spécialistes exposent leurs travaux devant un public composé aussi bien de personnes confirmées que de novices intéressés par le sujet. Dans le cadre d'un site comme Photoweb, c'est le côté "partage" du workshop qui peut être intéressant : on pourrait imaginer une plateforme où des utilisateurs plus ou moins talentueux publieront et partageront leurs créations. Ces dernières pourraient alors être utilisées, notées et commentées par d'autres utilisateurs qui ont envie de gagner du temps dans

leur(s) propre(s) création(s) tout en ayant un produit de belle qualité. Bien évidemment, les créations resteraient indépendantes de la sphère privée (pas de photos personnelles, exclusivement des templates d'albums photos, des backgrounds, thèmes de produits, ..., du "prêt à l'emploi").

⇒ Ainsi on peut définir les objectifs d'un workshop comme suit :

La spécificité du projet réside dans la notion de fidélisation :

- Pour les utilisateurs habitués, cela peut créer une dynamique collective en les faisant participer à l'enrichissement du catalogue de templates, de thèmes et tout autre motif exploitable dans les outils de personnalisation de Photoweb. En implémentant un système de récompenses (badges, remises, réduction sur le site, ...) basé sur des classements et des notes d'utilisateurs, la fidélisation n'en serait que renforcée.
- Pour les non-consommateurs relatifs (= *individu qui n'est pas consommateur d'un produit ou service - par manque d'intérêt pour le produit ou à cause d'un obstacle financier ou autre-, mais qui pourrait le devenir*), la plus grande cause d'abstinenence est le fait que la création prend trop de temps. En ayant accès aux créations partagées par d'autres utilisateurs, un gain de temps non-négligeable peut être envisagé pour l'utilisateur (plus de mise en forme). Ainsi, l'utilisateur serait plus encadré et n'aurait plus qu'à insérer ses photos personnelles, et après de légères retouches optionnelles, commander son produit.

Dans les deux cas, cela aura pour effet d'étendre la taille du marché potentiel de l'entreprise: attirer des clients et les faire participer à l'enrichissement des catalogues de thèmes, ce qui développerait le sentiment d'appartenance à une communauté.

On ne peut pas vraiment quantifier l'objectif d'un tel projet. Photoweb recherchant des idées avant tout, nous préférons ne pas fixer de seuil fini à atteindre. Toutefois, si les utilisateurs ont compris la finalité du workshop, commencent à partager leurs créations, à utiliser, noter et commenter celles des autres, et ceci en nombre suffisamment important, on peut considérer que l'objectif sera rempli.

La notion de workshop n'est pas nouvelle. Quelques entreprises en ont déjà exploité le potentiel à côté des services qu'elles proposaient, comme le workshop de *Steam* créé par l'entreprise *Valve*. Également, les services de l'entreprise étant accessibles uniquement en ligne, l'ensemble de la relation client ainsi que la conception des nouveaux produits doivent faire l'objet de développement informatique. Le projet n'est donc pas un saut total vers l'inconnu et est tout à fait réalisable, mais l'équipe projet doit exploiter toutes les connaissances qu'elle a acquise au cours de cette dernière année en informatique.

Les objectifs doivent être atteints le 11 Janvier 2019, date à laquelle le projet sera livré et présenté. Pour cela, le projet se déroule en 3 phases :

- Une première itération qui commence le 14/09/18 et qui se termine le 09/10/18 : elle aura comme objectif le cadrage du projet. Ceci inclut la formulation des idées, l'analyse de l'existant, le choix des technologies à exploiter, la répartition des rôles.
- Une seconde itération qui commence le 12/10/18 et qui se termine le 19/11/18 : elle aura comme objectif la finalisation des choix techniques, la conception et la modélisation des solutions et le début du développement du prototype.
- Une troisième itération qui commence le 23/11/18 et qui se termine le 11/01/19 : elle aura comme objectif la finalisation du prototype fonctionnel, devant répondre aux besoins, testé, et documenté.

Conclusion - Analyse de l'existant & Objectifs : Après ces 2 étapes incontournables de la phase de cadrage voici un tableau récapitulant les besoins et objectifs que l'on doit et/ou peut atteindre au cours de la réalisation du projet :

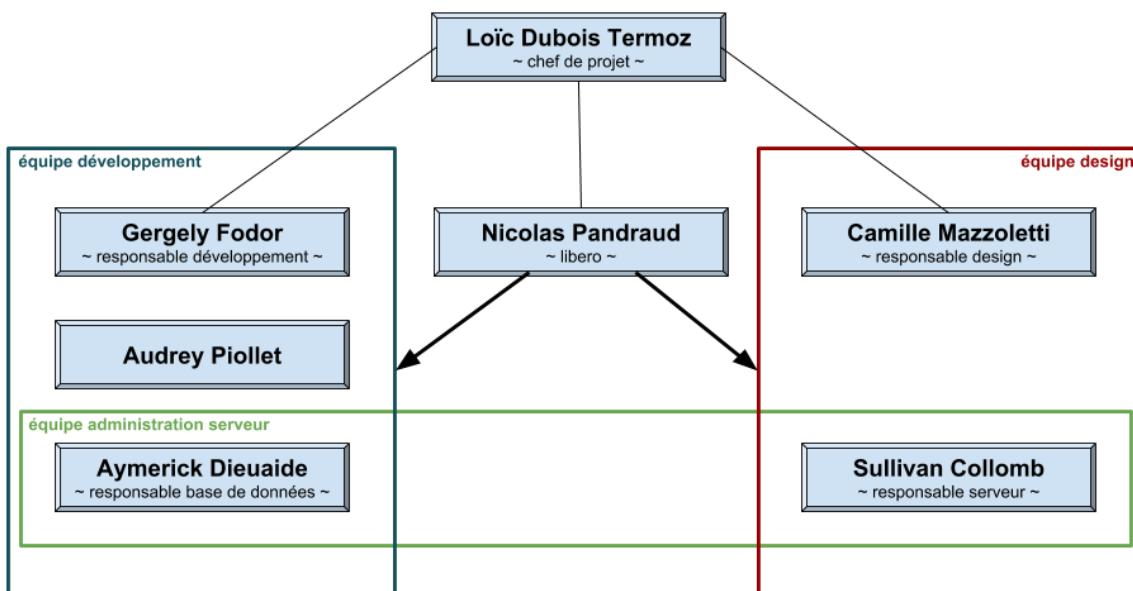
Besoins / Objectifs	Actions mises ou à mettre en place
L'ensemble des produits et des services ne sont accessibles qu'en ligne.	- Développement d'un site web et/ou d'une application mobile.
Nécessité de créer un lien privilégié entre l'entreprise et ses clients ou ses prospects, les fidéliser.	- Recherche d'idées, analyse de l'existant.
Faciliter le transfert de photo du virtuel au matériel de manière simple et ludique.	- Réalisation d'un sondage pour connaître l'avis des personnes sur les sites d'impression photo.
Imaginer des solutions complémentaires et innovantes soit en termes de produits, soit en termes d'usages.	- Définition du type de solution à développer et à présenter (est-ce un produit, un usage ou les deux ?).
Outils de création de produits de Photoweb inaccessible et non implémentable dans le cadre du projet dans la solution à proposer.	- Simuler des données d'entrée/sortie du système pour présenter le prototype par le biais de scénarios de tests et simplifier son raccordement avec les outils de Photoweb.
La charge de travail globale estimée est de 850 à 950 heures.	- Bonne gestion du projet par la planification (méthode de répartition proportionnelle).
Le marché est développé, avec une concurrence rude et doit donc tenter de proposer de nouveaux produits ou de nouvelles déclinaisons des produits existants.	- Ne pas perturber les habitudes des actuels utilisateurs tout en étant attrayant pour en attirer de nouveaux. - Se démarquer des concurrents par la différenciation des fonctionnalités à créer.
La prestation est à destination de personnes de tout âge et donc d'utilisateurs potentiellement débutants avec les outils informatiques.	- Le respect de nombreux critères ergonomiques et de qualité définis dans le cadre du projet pour assurer une utilisation simple et agréable pour les utilisateurs.

D. Parties prenantes

→ **Maîtrise d'oeuvre [MOE]** : nous représentons l'équipe projet n°2, qui est composée de :

- Sullivan Collomb ;
- Aymeric Dieuaide ;
- Gergely Fodor ;
- Camille Mazzoletti ;
- Nicolas Pandraud ;
- Audrey Piollet ;

Le chef de projet de cette équipe est Loïc Dubois-Termoz.



libero : personnel polyvalent chargé d'aider là où la charge de travail est trop importante afin de respecter les dates de fin.

- L'équipe de développement sera chargée de réaliser le « **back-office** » du site web : gestion de la base de données, mise en place des méthodes permettant la communication entre la base de données et le reste du programme, mise en lien du « back-office » avec le « front-office » .
- L'équipe design sera quant à elle chargée de la réalisation du « **front-office** », c'est-à-dire la réalisation des pages web, principalement sous Bootstrap.
- Le “libero” a un rôle double : réaliser la connection entre les deux parties du site et venir en renfort dans l'une ou l'autre des équipes pour soulager la charge de travail.

→ **Maîtrise d'ouvrage [MOA]** : les représentants de l'entreprise Photoweb.

→ Autres parties prenantes :

- Les utilisateurs finaux (= les clients de Photoweb) qui sont une partie prenante implicite, mais qui représentent celle à mettre au centre de notre projet puisqu'elle devra répondre directement à leurs besoins.
- Les professeurs participant au module M3301, qui forment avec le MOA le comité de pilotage **[COPIL]** et, dans le cadre scolaire, le jury qui évaluera notre travail tout au long du projet.

L'intervention de sous-traitants étant restreint, l'équipe projet prendra en charge l'ensemble de la réalisation.

II. Contraintes et risques

Afin de poursuivre la phase de cadrage du projet, nous avons réalisé l'analyse des contraintes et des risques du projet, nécessaire pour que nous puissions remplir nos objectifs.

A. Contraintes

1. Contraintes liés à l'équipe projet

Contraintes fixées par le COPIL	Implique...
Le projet se déroule sur 18 semaines (commence le 14 septembre et se termine le 11 janvier). ⇒ contrainte temporelle	<ul style="list-style-type: none">- Une planification poussée tout en veillant à la respecter au mieux avec la mise en place de délais pour chaque tâche. ⇒ contrainte organisationnelle- Mettre des priorités sur les tâches à réaliser, définir clairement la base de la prestation puis les éventuels ajouts qui pourront être fait durant la réalisation si le temps le permet. ⇒ contrainte organisationnelle
L'équipe projet est constitué de 7 étudiants avec peu d'expérience du travail en projet et du monde professionnel. ⇒ contrainte organisationnelle	<ul style="list-style-type: none">- Assurer une bonne répartition des tâches et apporter de l'importance à la communication. ⇒ contrainte organisationnelle
Aucun budget alloué à l'équipe projet, uniquement des ressources exploitables (postes de travail, licences de certains logiciels, serveur Raspberry Pi, etc.). ⇒ contrainte économique et matérielle	<ul style="list-style-type: none">- Utiliser les ressources de l'IUT et rechercher des licences de logiciels gratuites si nécessaire ⇒ contrainte organisationnelle- Possibilité que certaines tâches soient plus difficiles à réaliser par manque de moyens mis à disposition par les logiciels à notre disposition. ⇒ contrainte technique

2. Contraintes générales du projet

Situation	Contraintes associées
Le projet doit être confidentiel. ⇒ contrainte juridique	<ul style="list-style-type: none"> - Impossibilité d'utiliser Google Drive et toute application dont la confidentialité des données n'est pas assurée. ⇒ contrainte matérielle - Impossibilité d'avoir l'aide d'une personne extérieure au projet hormis les 8 enseignants du module. ⇒ contrainte générale
Proposer une prestation pour Photoweb facilement implantable sur le site de l'entreprise. ⇒ contrainte technique	<ul style="list-style-type: none"> - Le design doit rester dans le thème de Photoweb avec une structure soignée. ⇒ contrainte technique - Le code doit être maintenable et accompagnée d'une documentation pour permettre une réutilisation simple. ⇒ contrainte technique

3. Contraintes liées à la création d'un Workshop

Situation	Contraintes associées
- Proposer une plateforme de partage de contenu, ce dernier étant <u>complété par les utilisateurs</u> .	<ul style="list-style-type: none"> - La conformité des créations des utilisateurs pour qu'elles soient utilisables sur les outils de personnalisation de Photoweb (exemple : les outils de personnalisation qui reconnaissent comme tel un template qui vient du workshop). Cela impliquerait de mettre à disposition des utilisateurs un outil de création qui respecterait cette conformité, et donc une charge de travail supplémentaire. ⇒ contrainte sur le format des paramètres d'entrée/sortie du système.
Les utilisateurs doivent pouvoir créer des œuvres, copier/modifier des œuvres existantes sur le workshop et les publier.	<ul style="list-style-type: none"> - Demander la cession des droits d'exploitation et d'adaptation pour pouvoir copier et modifier l'œuvre de l'utilisateur sans avoir à demander son autorisation ainsi que les droits de représentation pour pouvoir afficher l'œuvre sur le site. (choix de d'une licence adéquate) ⇒ contrainte juridique
Les œuvres et les termes/propos employés doivent être conforme à la consultation par un public large (mineurs compris)	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en place d'outils de modération pour supprimer les œuvres/commentaires comportant des propos déplacés, des images choquantes, non adaptées, ... ⇒ contrainte juridique
Les utilisateurs peuvent s'inscrire, se connecter et partager donc des informations confidentielles avec Photoweb.	⇒ contrainte juridique

B. Risques

1. Identification des risques

Par la suite, nous avons commencé à répertorier les risques potentiels, selon notre expérience ainsi que d'après nos recherches.

Classification	Numéro	Risques	Conséquences
Risques humains	1	Une mauvaise entente au sein du groupe	Les conflits entraînent une perte de temps, et empêche la profusion d'idées pendant les débats, affecte la motivation.
	2	Absence d'un membre du groupe	Quelques fois la tâche prendra plus de temps freinant l'avancée du projet.
	3	La démission d'un membre du groupe au cours du projet	Peut induire des pertes de travaux si non rendus, une replanification d'une partie du projet et un retard sur le planning.
Risques temporels	4	Une mauvaise estimation de la durée des tâches	Induit du retard sur le planning.
	5	Retard sur le planning	Le manque de temps pour terminer les fonctionnalités primaires du prototype ou pour ajouter les fonctionnalités optionnelles.
Risques organisationnels	6	Une mauvaise évaluation des charges et répartition des tâches	Peut mener à une faible efficacité si les tâches ne sont pas adaptées au spectre de compétences de l'individu.
	7	La perte de données	Un retard potentiellement immense dans le projet, pouvant entraîner l'abandon de celui-ci.
Risques qualitatifs	8	Le contenu n'est pas assez pertinent et la forme globale du produit ne reflète pas le sérieux du reste des produits de Photoweb	L'utilisateur se désintéresse du site ou de l'outil, ce n'est donc pas assez motivant pour l'utilisateur.
Risques du marché	9	Mauvaise évaluation du besoin de l'utilisateur	Cette innovation ne changera rien pour l'entreprise quant à sa part de marché.
	10	Le projet n'est pas accepté par Photoweb	Ceci n'aura pas de conséquences, il s'agit d'un projet ayant pour but de nous former avant tout.
Risques techniques	11	Manque d'expertise de la maîtrise d'œuvre	Nécessité que des personnes de la maîtrise d'œuvre se forment / Impossibilité de réaliser le prototype entièrement.

	12	Difficultés lors de l'apprentissage et l'application d'un nouveau langage	Retard lors du développement du projet et une mauvaise optimisation.
	13	Panne du serveur	Retard dans le développement du site web.
	14	Perte des accès totale du serveur qui devient HS	Perte de données temporairement ou définitivement.
	15	Vol de données sur le serveur (vol du serveur physique, piratage, ...)	Fuite de données confidentielles.
Risques juridiques	16	La fuite de données confidentielles	Le non-respect de l'accord de confidentialité peut entraîner des poursuites judiciaires à l'encontre de l'équipe projet.
	17	Apparition ou modification de textes de lois concernant le domaine du projet	Implantation d'éléments obligatoires (contrats à faire accepter par l'utilisateur par exemple), apparition de taxes, etc.

2. Matrice de criticité

5 Catastrophique	3 - 15 - 16	7 - 14			
4 Majeure			8 - 9	5	
3 Très grave		1 - 12			
2 Significative	17	6 - 13			11
1 Mineure			2 - 4	10	
Gravité Probabilité	1 Improbable	2 Peu probable	3 Occasionnelle	4 Probable	5 Presque sûre

3. Stratégies de mitigation

Note : les chiffres correspondent aux risques énoncés ci-dessus.

1 - Une mauvaise entente au sein du groupe :

→ RECHERCHE et RÉDUCTION

Sélection des membres par affinité après avoir sélectionné par compétence, donner du travail de groupe entre personnes ayant des affinités entre-elles, faire preuve de tolérance dans la limite du raisonnable (autoriser un retard, accepter que le travail rendu puisse ne pas toujours convenir aux attentes, faire preuve de compréhension, ...), etc.

Priorité : **moyenne**

2 - Absence d'un membre du groupe :

→ RECHERCHE et RÉSERVES

Si l'absence est de courte durée, un délai supplémentaire sera donné à la personne, sinon les tâches de la personne seront réparties entre le reste des membres du groupe jusqu'à son retour.

Priorité : **faible**

3 - La démission d'un membre du groupe au cours du projet :

→ RECHERCHE et RÉDUCTION

Rendu de travaux fréquents, tentative d'anticipation du départ de la personne si possible en replanifiant le plus tôt possible, répartir dès le début du projet les tâches de manière à ce que la charge de travail des membres du groupe soient équivalentes.

Priorité : **moyenne**

4 - Une mauvaise estimation de la durée des tâches :

→ RECHERCHE et RÉSERVES

en référence au risque n°5 concernant le retard sur le planning.

Priorité : **faible**

5 - Retard sur le planning :

→ RECHERCHE et RÉSERVES

La planification sera conçue de manière à ce que tout retard soit acceptable sauf exceptions dans quel cas la stratégie de mitigation employée sera l'ACCEPTATION en abandonnant l'idée de mettre en place les fonctionnalités complémentaires au prototype final attendu.

Priorité : **élevée**

6 - Une mauvaise évaluation des charges et répartition des tâches :

→ **RECHERCHE, RÉDUCTION et RÉSERVES**

- Transmission de la tâche à une personne plus compétente et veiller à ce que l'attribution de tâches à cette personne soient désormais bien en accord avec son spectre de compétences;
- Discussion avec la personne en question pour connaître son avis concernant la faisabilité de la tâche par elle-même avant de lui attribuer la tâche.

Priorité : **moyenne**

7 - La perte de données :

→ **RÉDUCTION**

Réalisations de back-ups fréquentes vers les serveurs de stockage de l'IUT via nos comptes et sur les ordinateurs des membres du groupe.

Priorité : **élevée**

8 - Le contenu n'est pas assez pertinent et la forme globale du produit ne reflète pas le sérieux des produits de Photoweb :

→ **RECHERCHE et RÉDUCTION**

Mise en place de critères ergonomiques et de qualité à respecter au mieux et implémentation de fonctionnalités en liens avec les besoins déterminés au préalable. Pour la forme, il sera question de se baser un maximum sur Photoweb.

Priorité : **élevée**

9 - Mauvaise évaluation du besoin de l'utilisateur :

→ **RECHERCHE et RÉDUCTION**

- Réflexion commune à toute l'équipe projet afin de dresser les besoins potentiels des utilisateurs ;
- Analyse approfondie de la demande de Photoweb ;
- Réalisation d'un sondage directement auprès des utilisateurs afin d'extraire les informations qui permettront de confirmer la réflexion suivie ou non.

Priorité : **élevée**

10 - Le projet n'est pas accepté par Photoweb :

→ **RÉDUCTION**

Proposer un prototype fonctionnel respectant au maximum les critères fixés, basés sur les besoins des utilisateurs et de Photoweb et ayant d'inclus une grande majorité des fonctionnalités à implémenter si ce n'est toutes.

Priorité : **élevée**

11 - Manque d'expertise de la maîtrise d'œuvre :

→ RÉSERVES

Le projet a pour but d'acquérir de l'expérience dans la gestion et la réalisation d'un projet en équipe, il est ainsi normal d'être amené régulièrement à se former avant la réalisation d'une tâche. Ceci sera ainsi pris en compte dans la planification en laissant une marge de temps suffisamment grande.

Priorité : **élevée**

12 - Difficultés lors de l'apprentissage et l'application d'un nouveau langage :

→ RÉSERVES

En référence au risque n°11 concernant le manque d'expertise de la maîtrise d'ouvrage.

Priorité : **moyenne**

13 - Panne du serveur :

→ PROTECTION

Serveur hébergé directement chez le membre du groupe le plus proche de l'IUT (5 minutes à pied) permettant ainsi d'y avoir accès rapidement pour réparer la panne.

Priorité : **moyenne**

14 - Perte des accès totale du serveur qui devient HS :

→ RÉDUCTION

En référence au risque n°7 sur la perte de données.

Priorité : **élevée**

15 - Vol de données sur le serveur (vol du serveur physique, piratage, ...)

→ RÉDUCTION

Stockage des données sensibles (informations communiquées par les responsables de Photoweb par exemple) sur les machines de l'IUT directement et suppression des traces d'obtention (suppression des mails ayant pu être redirigés vers les boîtes mail personnelles). Sur notre serveur : mise en place du strict minimum nécessaire en matière de services à utiliser, mise en place d'une sécurité minimale (connexion SSH, mots de passe).

Priorité : **moyenne**

16 - La fuite de données confidentielles :

→ RÉDUCTION

Stockage des données du projet via les outils mis à disposition par l'IUT ou sur un serveur physique nous appartenant avec communication des accès sur papier donné en main propre.

Priorité : **élevée**

17 - Apparition ou modification de textes de lois concernant le domaine du projet :

→ ACCEPTATION

Priorité : **faible**

III. Expression des besoins

A. Besoins fonctionnels

Note : Dans le cas très probable où nous n'arriverions pas à implémenter toutes les fonctionnalités ci-dessous, cette partie reste tout de même destiné à décrire le plus précisément possible l'aspect idéal que nous nous faisions d'un Workshop pour Photoweb. Elle peut donc tout à fait inspirer les personnes souhaitant reprendre ce projet à l'avenir.

Un acteur est une personne, un matériel ou un logiciel qui interagit avec le système dans le but de réaliser une plus-value.

→ Les acteurs en interaction avec notre système sont :

- Les utilisateurs finaux
- L'administration (= Photoweb)

→ Les utilisateurs doivent pouvoir utiliser les fonctionnalités suivantes :

- Partager du contenu qu'ils ont créé eux-mêmes (templates, thèmes, produit, etc...);
- Sélectionner et utiliser le contenu partagé pour ses propres créations;
- Accéder aux informations détaillées du contenu (auteur, description, ...);
- Noter le contenu partagé ;
 - 1 note / utilisateur / contenu
- Commenter le contenu partagé ;
- Rechercher du contenu.

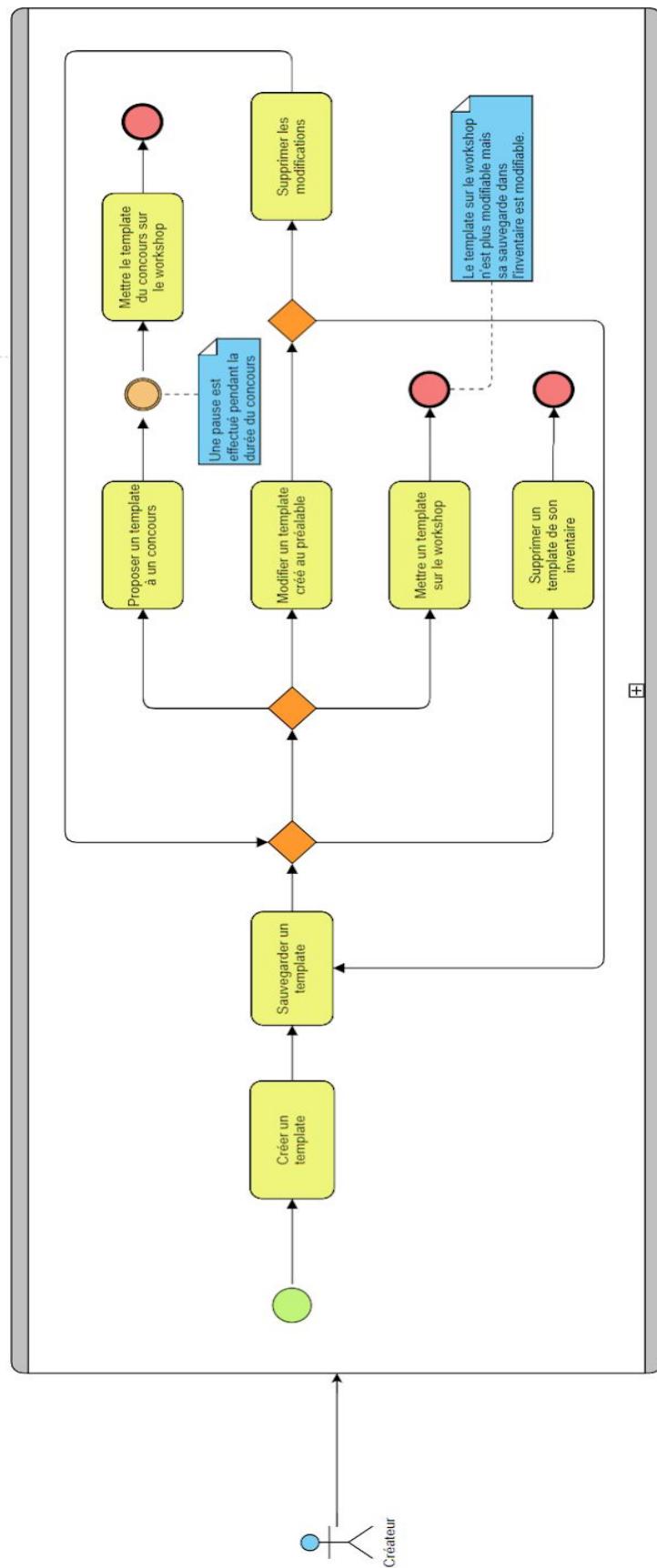
→ implique des catégories de contenu, des tags, une barre de recherche...

→ L'administration doit pouvoir assurer les fonctionnalités suivantes :

- maintenance du workshop (base de données des contenus partagés, des commentaires, pages, ...);
- mise en place des règles de bonne conduite ;
- outils de modération (supprimer les commentaires agressifs, prévenir les utilisateurs irrespectueux, ...).

Pour la conception, nous avons réalisé un diagramme BPMN pour avoir une vision d'ensemble des processus avant de rentrer un peu plus dans les détails avec les diagrammes des cas d'utilisation et enfin nous avons réalisé quelques diagrammes de séquences sur certains processus jugés pertinents.

1. Diagramme BPMN



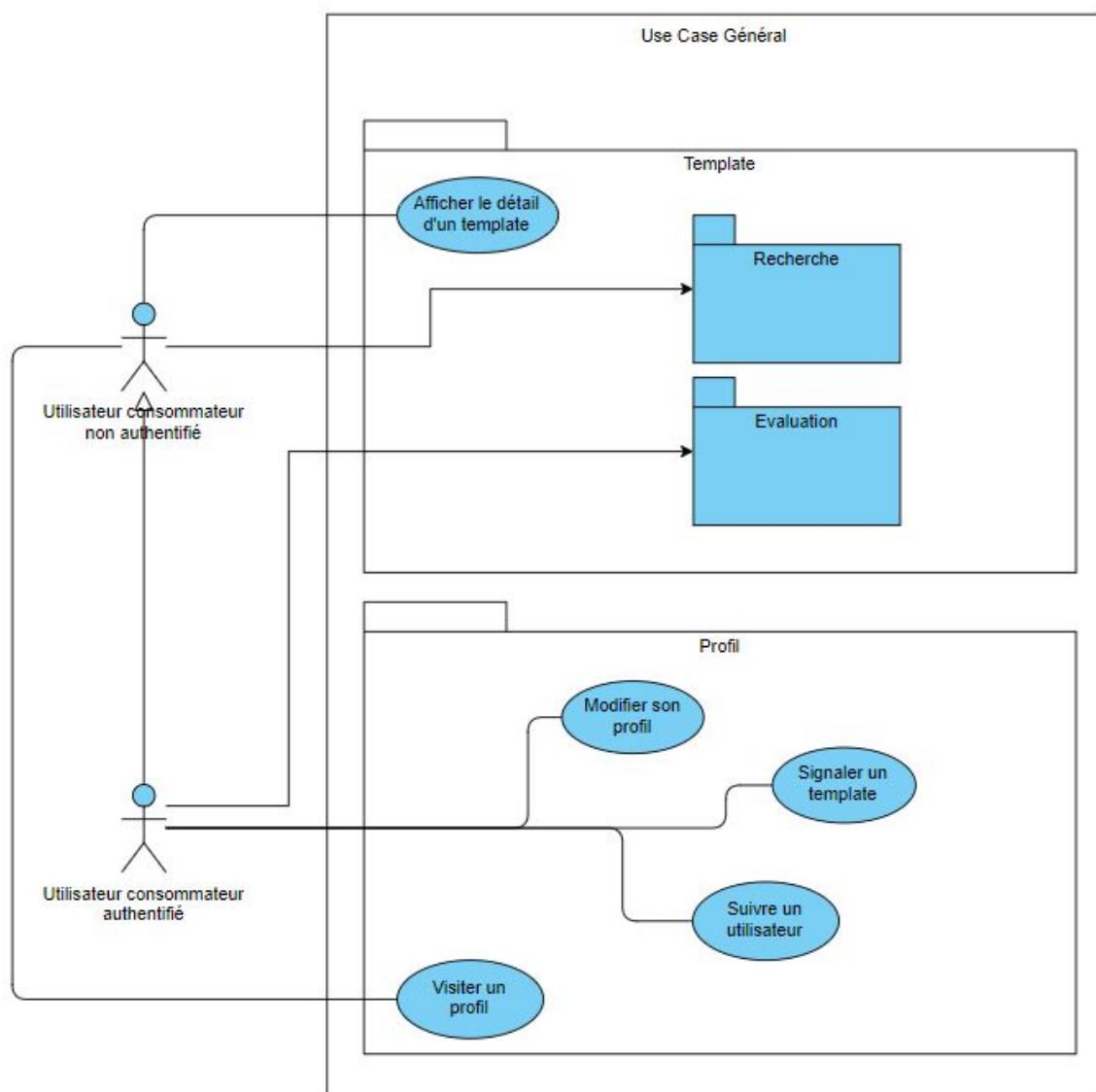
→ Le **BPMN** ci-contre représente le processus de création, de mise en ligne et de gestion de template au sein de l'inventaire.

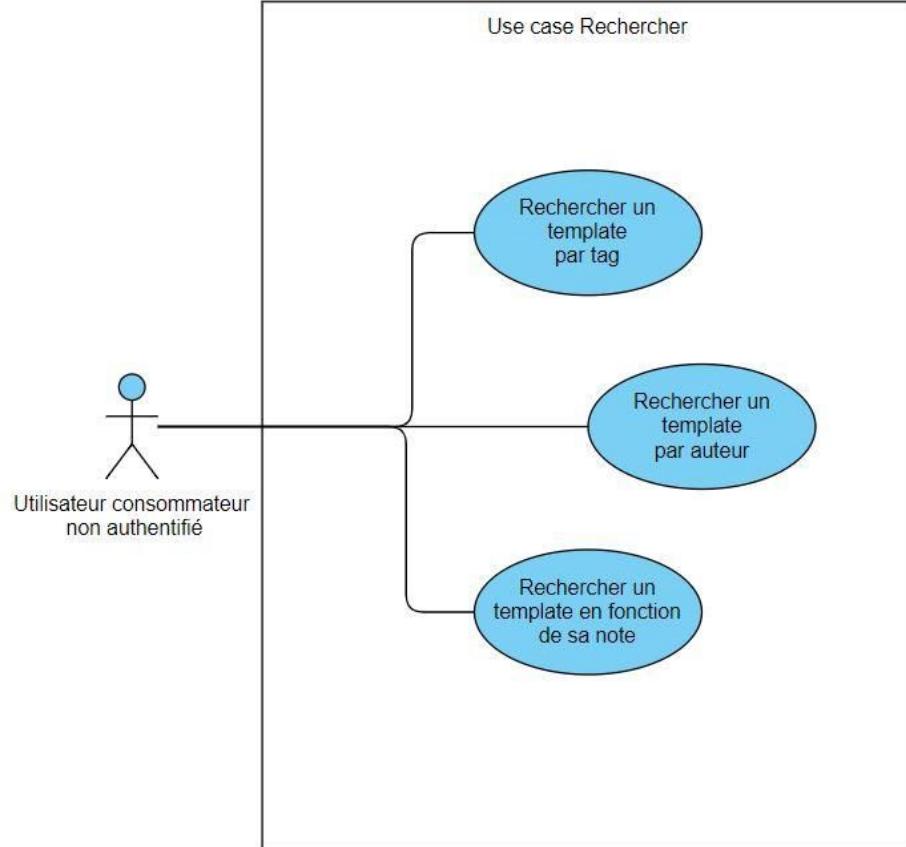
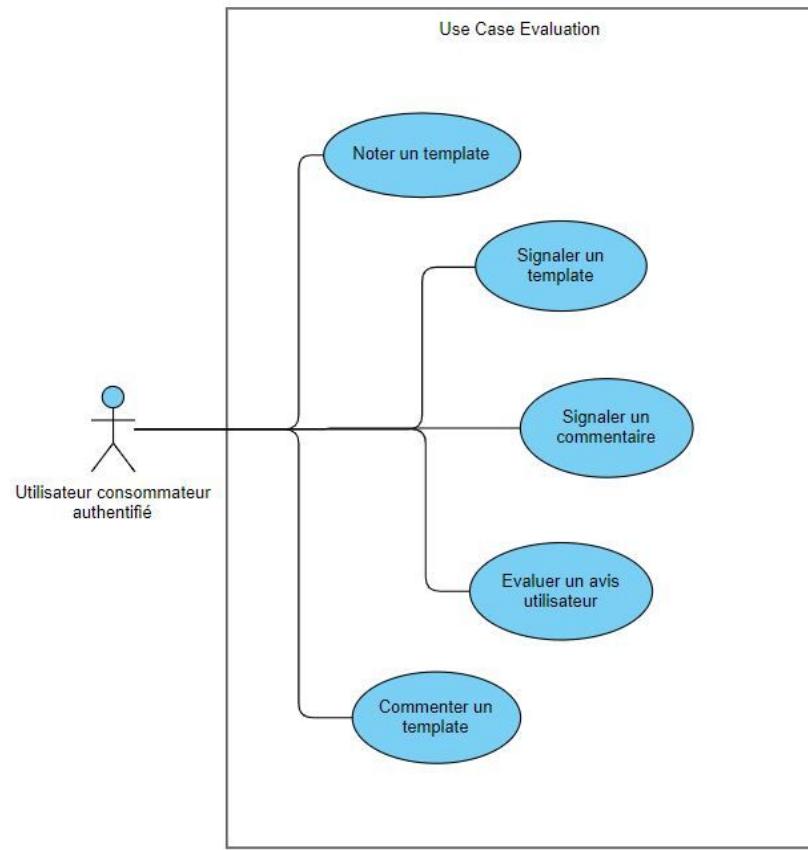
Le processus commence par la création et mise en inventaire d'un template. Le processus prend fin définitivement lors de la suppression du template de l'inventaire.

Les états finaux qui suivent la mise en ligne sur le template et pour un concours sont un peu ambigus. Ce sont des états finaux vis-à-vis de l'objet mis en ligne car cet objet ne pourra plus être modifié mais la version qui existe dans l'inventaire, elle, peut être modifiée.

2. Diagramme des cas d'utilisation

Lors de la première itération, nous avons défini les cas d'utilisation possibles de notre utilisateur principal : le client. Celui-ci a une grande quantité de cas d'utilisation ainsi nous avons décidé de les séparer en deux grandes catégories : les cas d'utilisation liés à la création de template et ceux liés à la navigation sur le workshop. Ainsi, les diagrammes de séquences ci-après correspondent bien au même acteur. Seul l'utilisateur non authentifié, qui représente un visiteur, n'a pas accès à tous les cas d'utilisation.





L'utilisateur non authentifié est un "visiteur" du workshop. Il possède seulement les droits de navigation et de visualisation de template. L'utilisateur authentifié possède, en plus de ceux du visiteur, des droits qui lui sont propres.

- **Utilisateur non authentifié (visiteur)**

Afficher le détail d'un template : en cliquant sur un template, l'utilisateur peut découvrir la description du template (nom, auteur, thème, note, avis, etc) et afficher les pages du template.

Priorité : élevée

Visiter un profil : il est permis à l'utilisateur de consulter les profils des personnes s'étant créés un compte. Il pourra voir les points de notoriété, le pseudonyme, ainsi que les templates que cet autre utilisateur a créé ou mis en favoris.

Priorité : moyenne

Rechercher un template : afin de trouver un template correspondant à ce qu'il désire, l'utilisateur peut faire une recherche à partir :

- Du nom de l'auteur des templates recherchés ;
- De tag (format, taille, type d'événement, etc) ;
- De sa note (donnée par les utilisateurs).

Priorité : élevée

- **Utilisateur authentifié**

Evaluer :

- Les templates : L'utilisateur peut évaluer un template en lui donnant une note de 1 étoile à 5 étoiles et/ou en écrivant un commentaire ;
- Les commentaires/avis : L'utilisateur peut approuver ou désapprouver un commentaire et peut par la même occasion voir combien d'avis (positif ou négatif) ont été donnés ;
- Signaler un commentaire/avis : cette fonctionnalité permet à n'importe quel utilisateur de signaler tout abus commis par une personne dans un template (image non autorisée, etc) ou dans un commentaire (message inutile, n'ayant pas de lien avec le template, etc). Le système remontera le signalement à la modération de Photoweb.

Priorité : moyenne

Modifier son profil : L'utilisateur peut changer pseudonyme, mot de passe, avatar, etc...

Priorité : faible

Signaler un profil : l'utilisateur visitant un profil peut décider de le signaler aux modérateurs si ce dernier possède un nom non autorisé, une image de profil choquante ou autre...

Priorité : faible

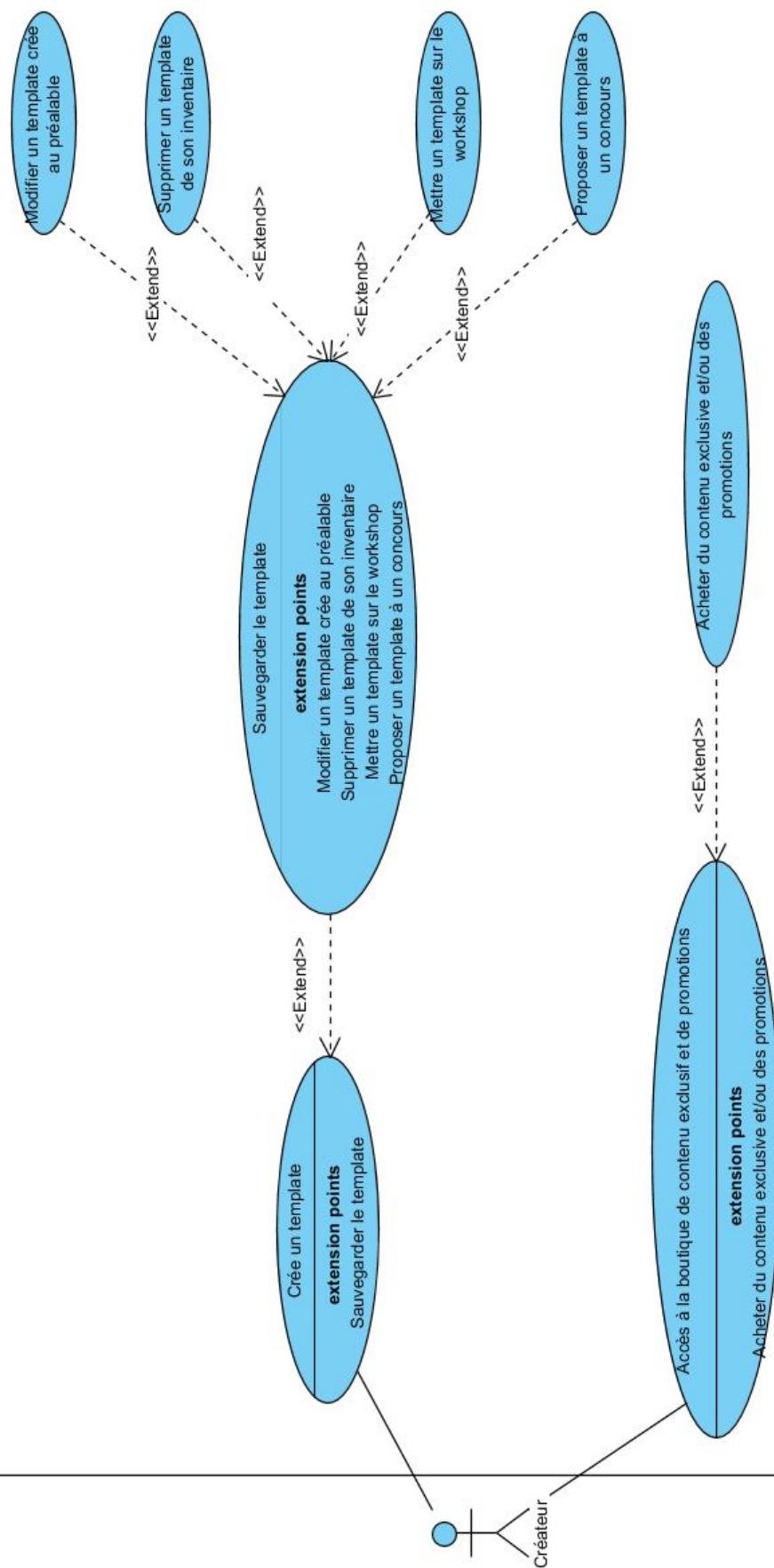
Suivre un utilisateur : Cela permettra à l'utilisateur de retrouver facilement les créations des personnes qu'il suit (follow).

Priorité : faible

Mettre un template en favori : l'utilisateur, une fois connecté peut mettre des templates en favoris afin de le retrouver plus facilement.

Priorité : faible

Cas d'utilisation de partage et de création de templates



→ Pour avoir accès aux fonctionnalités suivantes, l'utilisateur doit s'être authentifié.

Accéder à la boutique de contenu exclusif et promotion :

Dans l'une des parties du site (la boutique) seront listés les différents contenus exclusifs (fond, stickers...) et promotions pouvant être obtenues ainsi que le nombre de points qu'elles requièrent.

Priorité : moyenne

Acheter du contenu exclusif et/ou des promotions :

L'utilisateur choisi le contenu exclusif (fond, stickers...) qu'il souhaite acheter. Le prix sera retiré de son total de points dépendables.

Priorité : moyenne

Créer un template :

- L'utilisateur choisi d'accéder à la partie création. Il peut :
- Donner un nom à son template (Action obligatoire)
- Annuler la dernière action réalisée ;
- Refaire la dernière action annulée ;
- Choisir un fond ;
- Choisir des stickers ;
- Prévoir l'emplacement des photos (Action obligatoire) ;
- Ajouter un texte à l'emplacement des photos ;
- Mettre en plein écran, agrandir, rétrécir l'affichage du template ;
- Échanger de place les pages ;
- Affecter à un ou plusieurs thèmes le template (Action obligatoire).

=> **Fait référence à l'outil de Photoweb, la mise en place d'un outil de création de template étant inutile pour Photoweb et très contraignant au projet pour des questions de délais. Dans le cadre de nos tests du prototype, des données d'entrées seront fournies au système, modifiées et consultables via un fichier de sortie.**

Priorité : moyenne (mise en place d'une page intermédiaire avant l'envoi de données vers les outils de création de Photoweb)

Sauvegarder le template :

L'utilisateur peut décider à n'importe quel moment de sauvegarder son template et ainsi de le mettre dans son inventaire privé.

Attention : cette action n'induit pas la mise en ligne sur le workshop.

Priorité : élevée

Mettre un template sur le workshop :

L'utilisateur peut choisir de partager son template sur le workshop, à partir de ce moment l'utilisateur lègue à Photoweb ses droits sur son œuvre (voir les contraintes légales correspondantes plus bas dans le dossier). La version de ce template en ligne ne sera plus modifiable ou retirable par l'utilisateur qui le créer.

Priorité : élevée

Supprimer un template de son inventaire :

L'utilisateur peut choisir de ne plus posséder dans son inventaire un template qu'il a créé. Il pourra donc le supprimer, à la seule condition qu'il n'ait pas encore partagé publiquement son template, ce qui lui aurait retiré ce droit.

Priorité : élevée

Modifier un template créé au préalable :

Un utilisateur peut apporter des modifications à un template se trouvant dans son inventaire. Néanmoins, la modification d'un template de l'inventaire n'entraîne pas une modification du template en ligne. Un utilisateur peut mettre une deuxième version du template sur le workshop (cf. "Mettre un template sur le workshop" ci-dessus).

Priorité : moyenne

Proposer un template à un concours :

L'utilisateur une fois son template sauvegardé peut le proposer à un concours

Priorité : faible

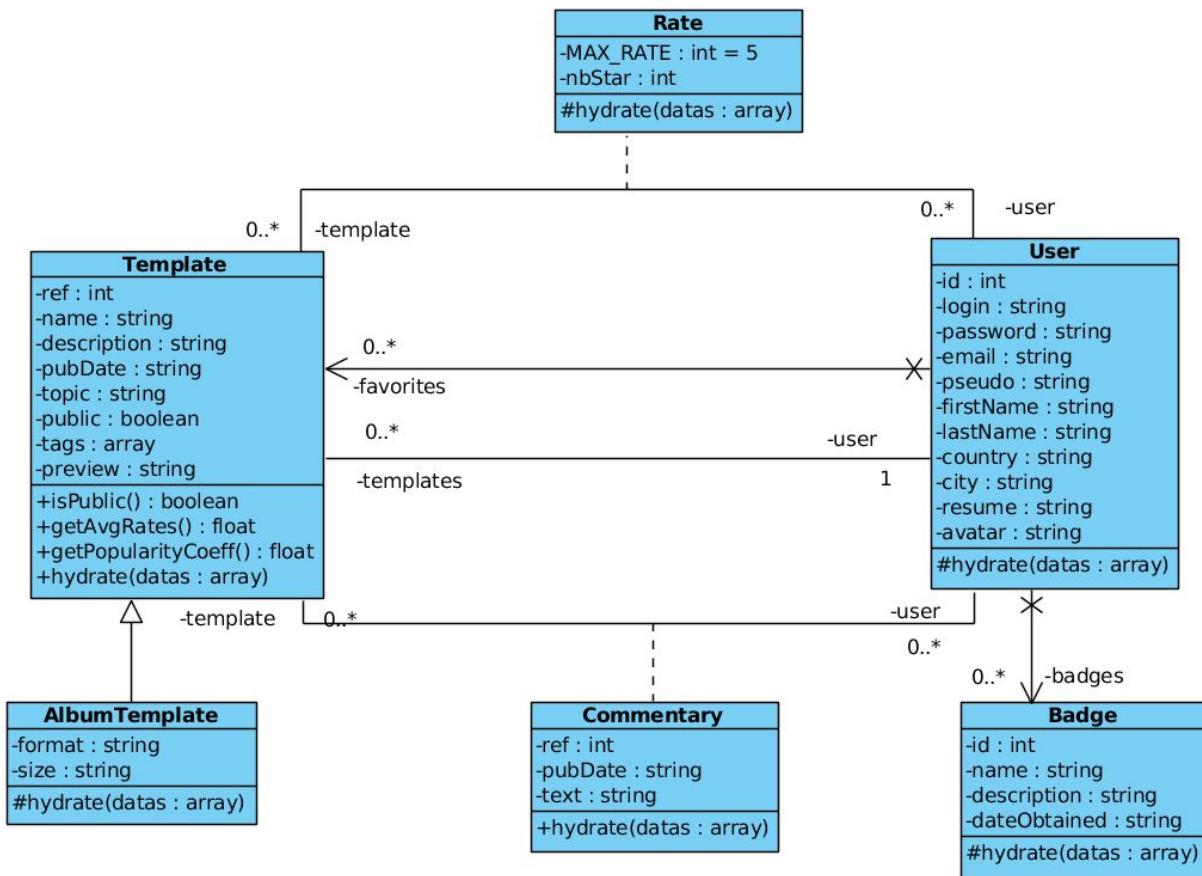
Partager un template sur les réseaux sociaux :

Un utilisateur peut partager son template depuis son inventaire sur les réseaux sociaux.

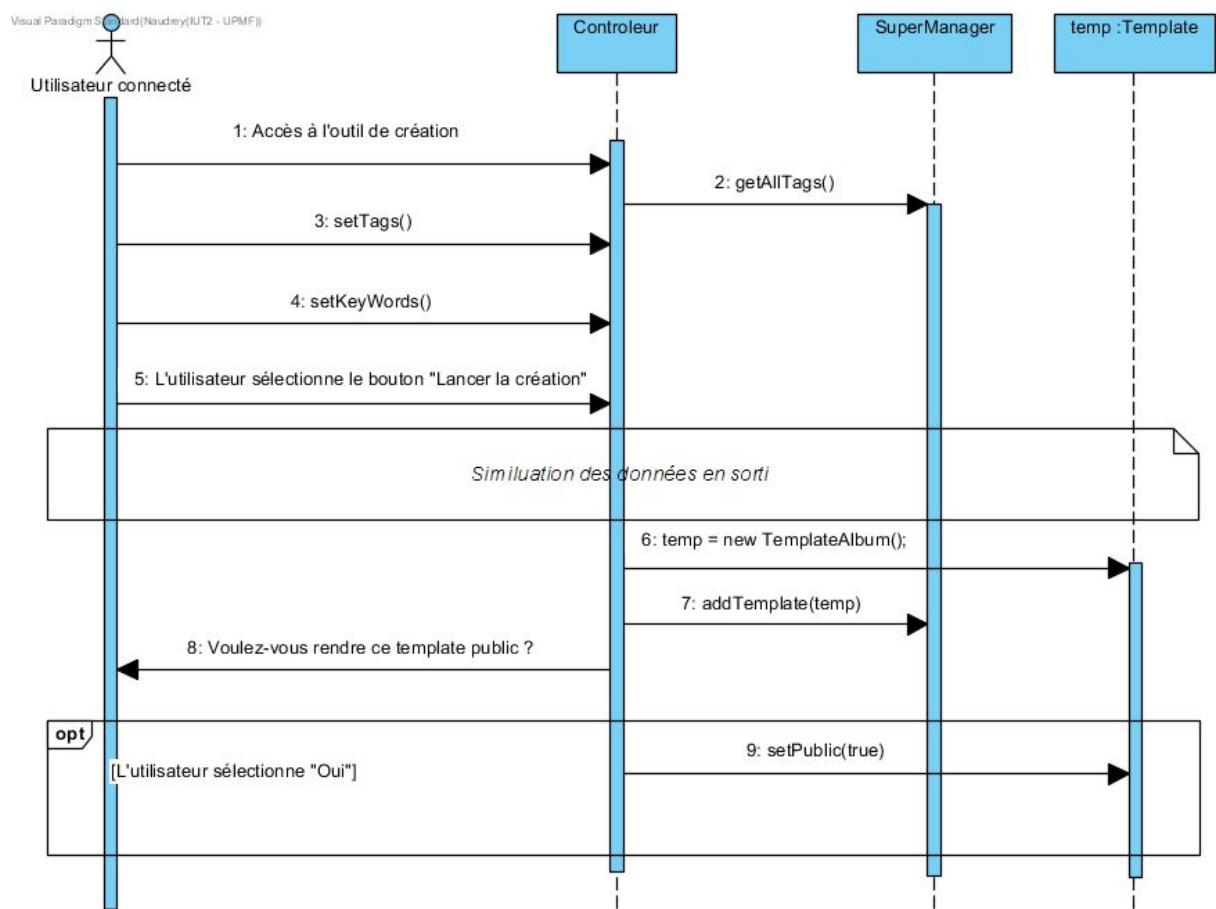
Priorité : faible

3. Diagramme de classe

Notre prototype recueille et traite un grand nombre de données que ce soit sur les utilisateurs ou les templates. Afin de véhiculer ces données, nous avons besoin d'une structure précise décrite ci-dessous à l'aide d'un diagramme de classe :

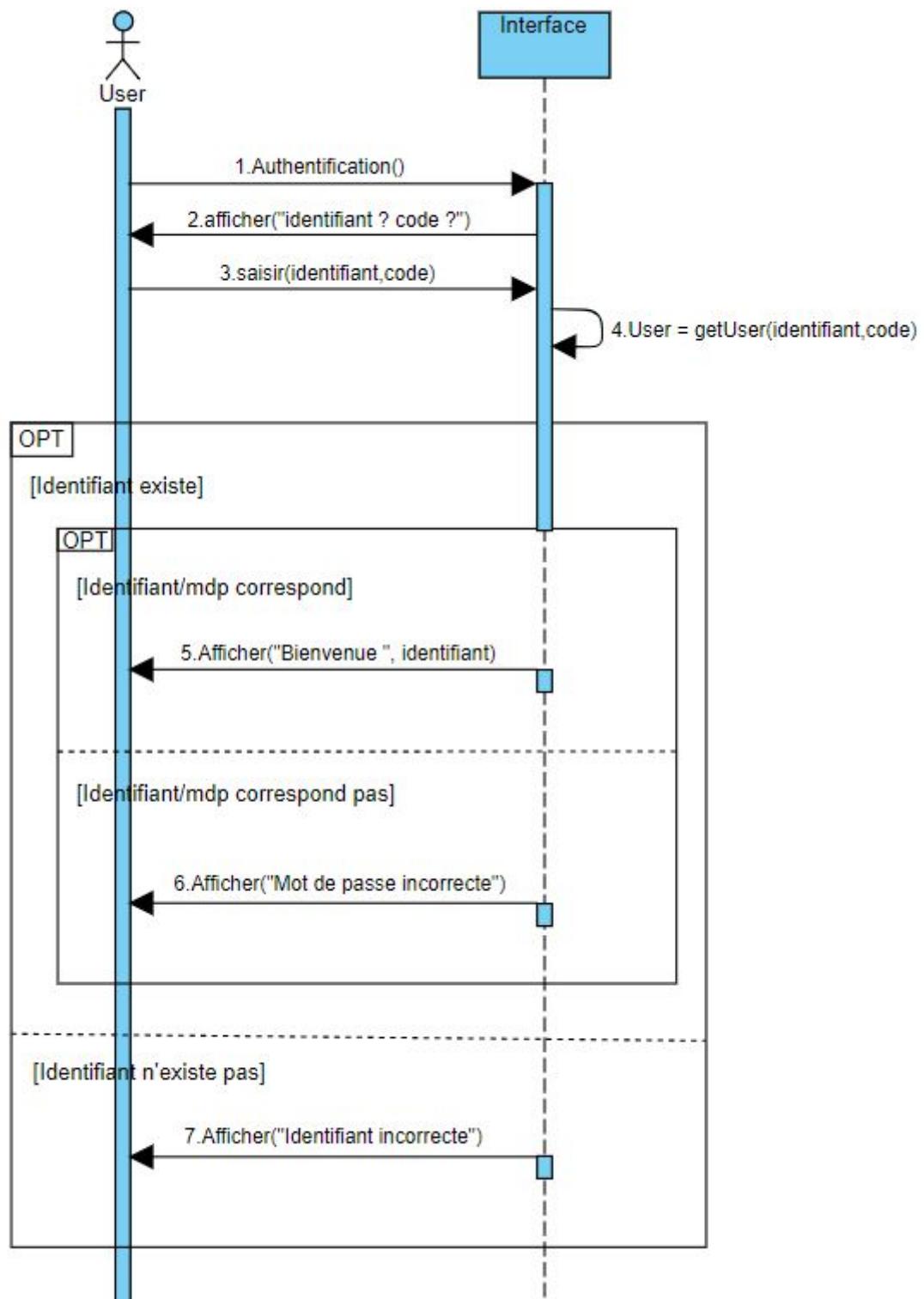


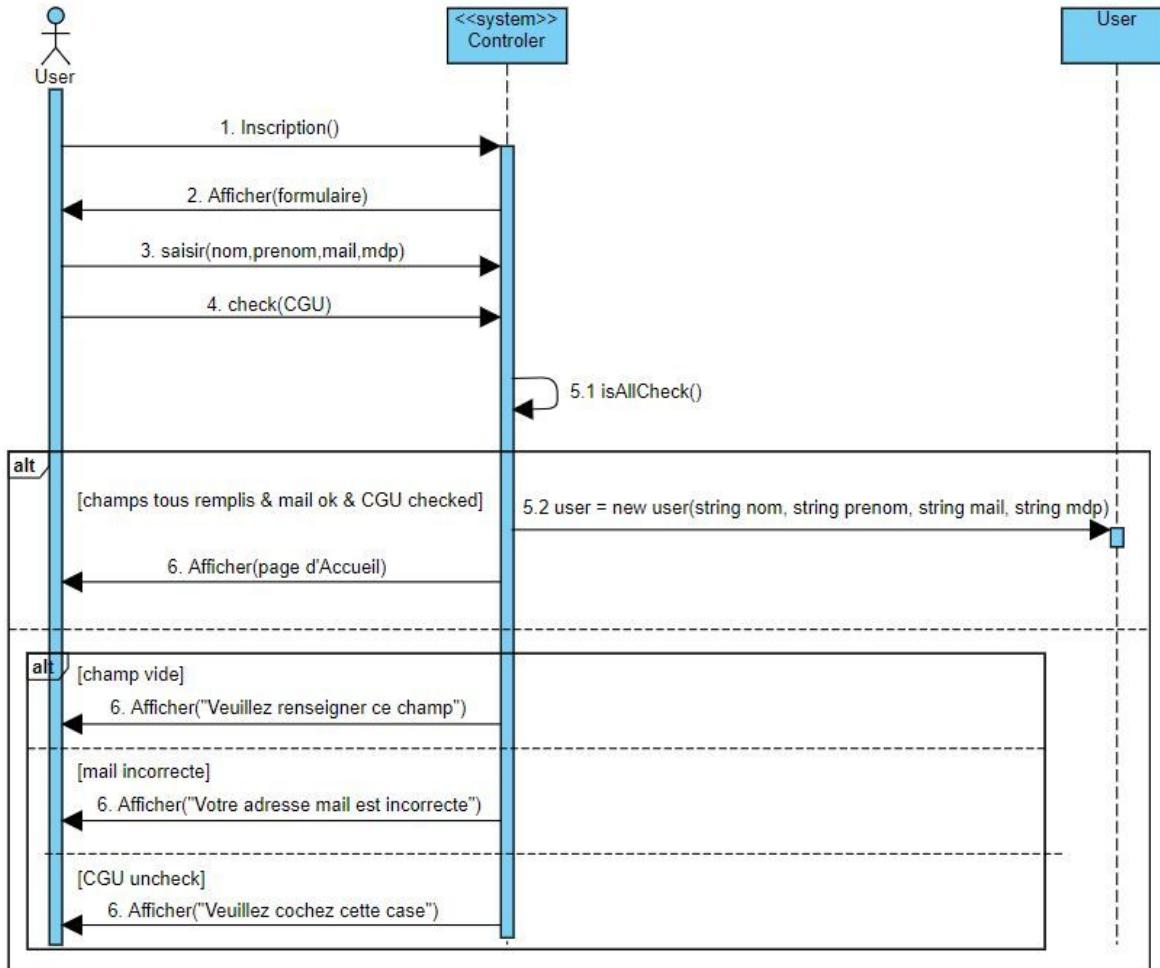
4. Diagramme de séquences



Le diagramme de séquence précédent représente toutes les interactions nécessaires pour créer et mettre en ligne un template. La partie “Simulation des données en sortie” représente la fonctionnalité qui sera simulée dans notre prototype (cf. simulation de sortie).

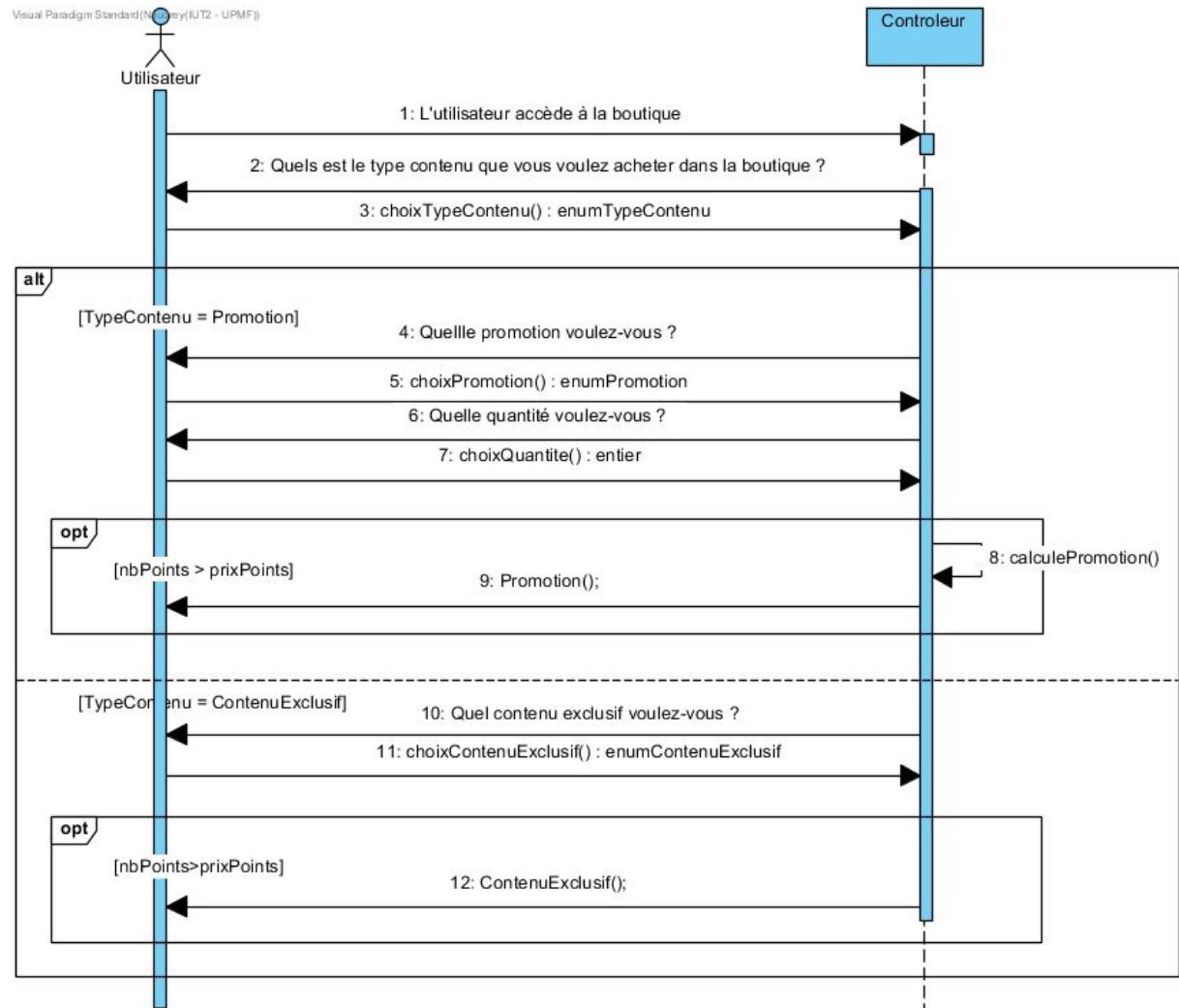
→ Connection et inscription de l'utilisateur





Notre prototype se concentrera en partie sur les interactions entre les utilisateurs ainsi, nous allons devoir simuler les comptes d'utilisateurs. Les deux diagrammes précédents détaillent la mise en place et la connexion à un compte.

→ Contenu promotionnel



Dans l'optique d'attirer et fidéliser les clients au système de template, nous allons mettre en place un système de points convertibles en cadeaux. Ces points seront gagnés lorsqu'un template est souvent réutilisé où lorsqu'un utilisateur gagne un concours et pourront être dépensés comme expliqué dans le diagramme ci-dessus. Un utilisateur pourra dépenser ses points pour acheter des promotions ou du contenu exclusif. L'achat de promotion représente de simples codes promotionnels. L'achat de contenu exclusif représente le fait de débloquer des éléments graphiques qui peuvent être utilisés lors de la création d'un produit Photoweb (sticker, cadre, fond...).

5. Simuler les données d'entrées/sorties

- **Contexte** : N'ayant aucun accès à une quelconque API des outils de créations de Photoweb, nous n'avons aucun moyen d'exporter un template du Workshop vers ces derniers.
- **But** : simuler les données de sorties d'un template pour la démonstration finale du prototype.
- **Finalité** : Un fichier texte LISIBLE contenant tous les éléments graphiques et les informations qui y sont liées.

Définition d'un élément graphique :

Nous appelons “éléments graphiques” les éléments décoratifs que l'utilisateur peut placer sur sa création (ex : photo, bordure, texte, fond, motif...).

Nous n'avons pas accès à l'API de Photoweb donc nous ne savons pas concrètement comment sont codés les éléments graphiques. Néanmoins, nous pouvons imaginer les informations dont l'outil d'édition Photoweb a besoin.

Le fond et la forme d'un élément graphique :

Tout d'abord, chaque élément graphique a un ID unique pour que l'éditeur puisse le reconnaître. Ensuite, le placement d'un élément graphique est modélisé par des coordonnées x et y ainsi qu'une taille. Dans le cadre d'une photo, l'élément graphique comporte aussi un attribut permettant d'afficher la photo (pathname ou fichier haché). Dans le contexte des templates, un élément graphique “photo” peut aussi afficher un label destiné à l'utilisateur qui va reprendre le template.

Simulation

La simulation d'information se fera durant le processus de création de template. Au lieu de créer un template, nous allons créer un document texte contenant chaque élément graphiques et les informations qu'il contient.

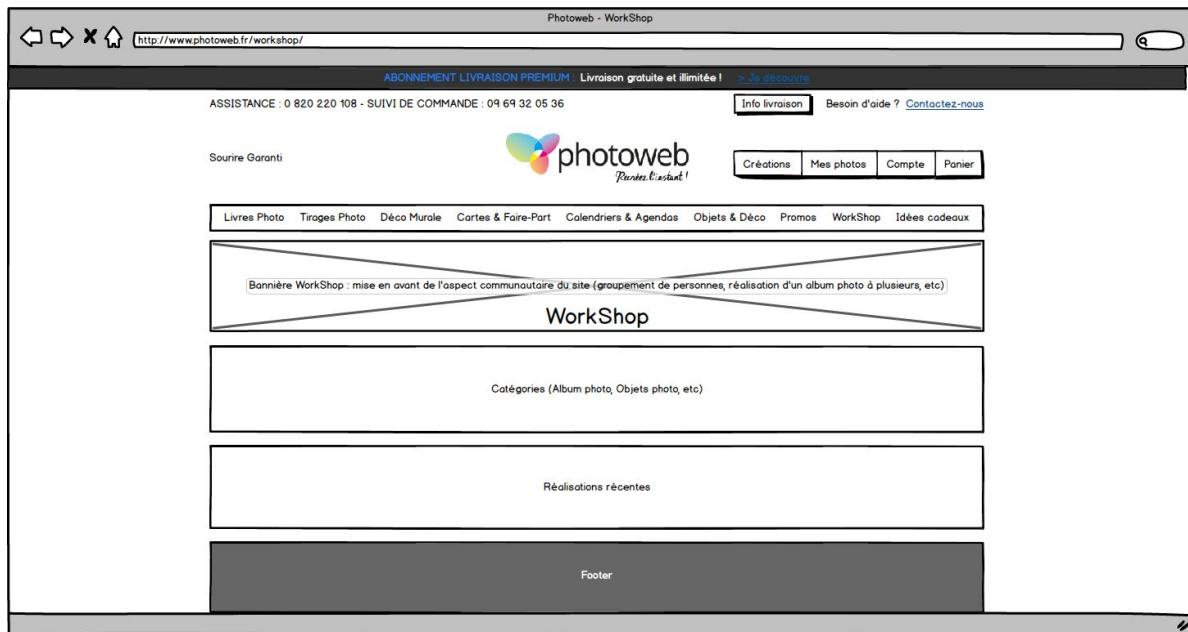
Exemple :

```
elements[0] :  
    id : 581  
    x : 15 // coordonnée horizontale de l'objet  
    y : 200 // coordonnée vertical de l'objet  
    largeur : 50  
    longueur : 100  
    page : 1  
elements[1] :  
    id : 25  
    x : 400  
    y : 658  
    largeur : 500  
    longueur : 500  
    Label : "Photo de plage"  
    page : 1
```

Dans l'exemple ci-dessus, il s'agit d'un template d'album photo (on remarque la présence de pages). Le deuxième élément est un emplacement photo comportant le label "Photo de plage".

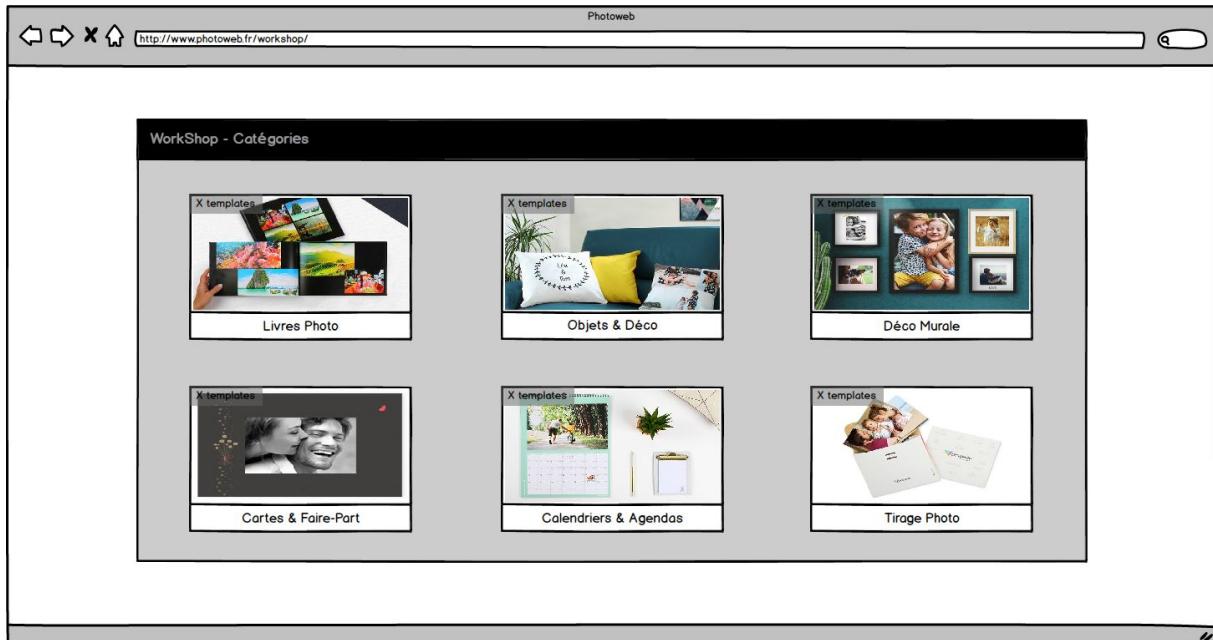
6. Maquettes

La page d'accueil du WorkShop du site sera organisée de la manière suivante, ainsi représentée par l'image ci-dessous :



Deux parties importantes sont présentes : "Catégories" et "Réalisations récentes". La première partie comportera les différents types de supports photo tel que représenté sur la photo plus basse tandis que la deuxième affichera les templates partagés récemment, toutes catégories confondues.

→ Voici comment serait organisée la partie “Catégories” :

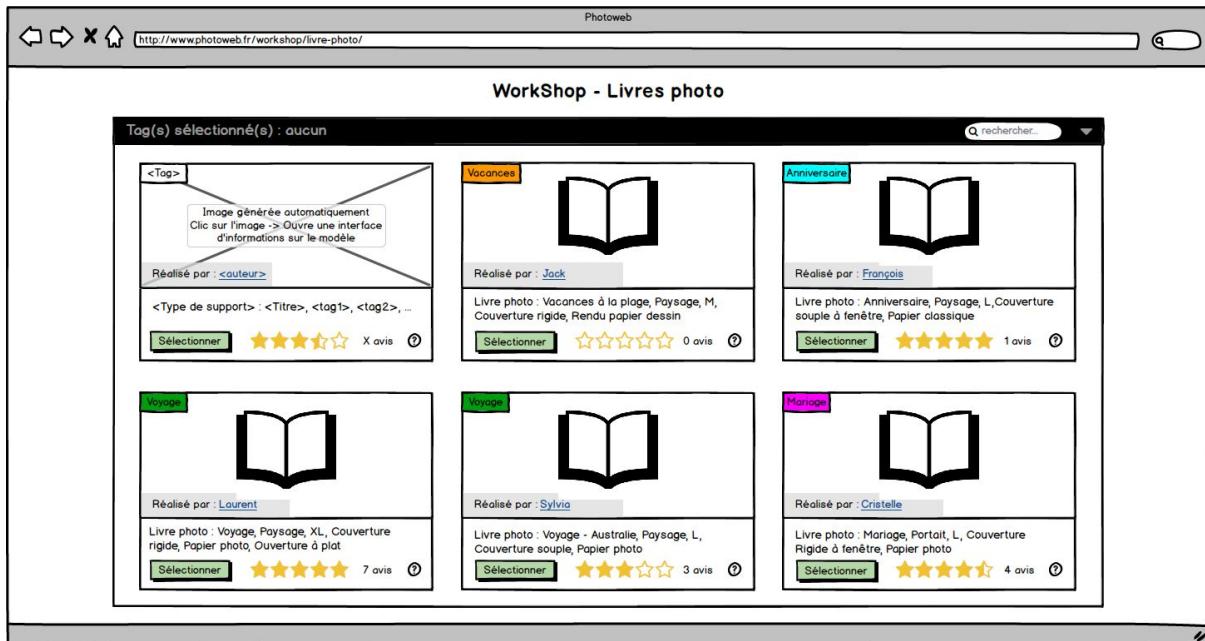


Six parties peuvent être distinguées : celles-ci permettent à l'utilisateur de sélectionner le type de templates qu'il souhaite consulter.

Dans les scénarios suivants, nous partons du principe que l'utilisateur est intéressé par les livres photo et a donc cliqué sur la zone "**Livres Photo**" ou sur l'image associée...

- **Filtrer les templates dans le workshop avec un système de critères :**

Après avoir cliqué sur la catégorie correspondante, l'utilisateur se retrouve redirigé vers cette page :



Dans cet exemple précis, il n'y a que 6 templates qui ont été partagés par d'autres utilisateurs de Photoweb (15 templates sur une même page maximum, avec système de pagination).

Toutes les images sont générées automatiquement afin de pouvoir exprimer les caractéristiques du template visuellement (par exemple représenter un album photo carré si son format est carré, etc.).

Chaque création est associée à plusieurs "tags" ou "mots-clés" caractérisant ce dernier. Dans le petit rectangle en haut à gauche de chaque template, un tag en particulier est mis en avant. Celui-ci correspond au thème à quoi correspond la création, pouvant être un événement (anniversaire, mariage, etc), une saison (l'hiver par exemple) ou encore un lieu (rivière, montagne, ...), ce troisième n'étant pas encore implémenté dans les maquettes.

ci, le consommateur souhaite filtrer la liste actuelle pour afficher uniquement les livres photo ayant pour thème “anniversaire”. Pour ce faire, il déroule la barre correspondante en cliquant dessus comme ci-dessous :

The screenshot shows the Photoweb Workshop interface for photo books. At the top, there's a toolbar with back, forward, search, and other navigation icons. Below it is a header "WorkShop - Livres photo". A search bar with placeholder "rechercher..." is on the right.

The main area has a dark header with various filter categories and their checkboxes:

- Format :** Paysage (checked), Carré, Portrait
- Taille :** XL, L (checked), M, S
- Couverture :** Rigide, Motelassé, Fenêtre (checked), Souple
- Papier :** Classique, Rendu papier dessin, Papier photo
- Événements :** Noël, Jour de l'an, Pâque, Anniversaire (checked), Mariage, Vacances, Voyage
- Saisons :** Hiver, Printemps, Été, Automne

A note at the bottom says "Note minimale : ★★★★☆☆". An "Appliquer" button is on the right.

Below the filters, there are three product cards:

- <Tag>**: "Image générée automatiquement Clic sur l'image -> Ouvre une interface d'informations sur le modèle". Realisé par: <auteurs>. Sélectionner. Rating: ★★★★☆☆ 0 avis.
- Vacances**: Realisé par: Jack. Sélectionner. Rating: ★★★★☆☆ 0 avis.
- Anniversaire**: Realisé par: François. Sélectionner. Rating: ★★★★★ 1 avis.

At the bottom, there are three buttons: Voyage (green), Vacances (green), and Mariage (purple).

La sélection des tags est divisée en plusieurs parties. Par défaut, tous les tags de chaque partie sont “sélectionnés” implicitement. Cependant, dès lors que l’utilisateur va cocher une case d’une partie, par exemple dans la partie “Format”, la sélection par défaut de cette partie sera remplacée par celle spécifiée par l’utilisateur.

→ Complétons cet exemple avec la maquette mise à jour :

This screenshot shows the same Photoweb interface after selecting multiple tags. The "Format" section now has "Paysage" checked. The "Taille" section has "L" checked. The "Couverture" section has "Fenêtre" checked. The "Papier" section has "Classique" checked. The "Événements" section has "Anniversaire" checked. The "Saisons" section has "Été" checked.

The rest of the interface is identical to the first screenshot, showing the three products and their details, with the "Mariage" button highlighted in purple at the bottom.

On remarque bien que l'utilisateur a coché la case "Paysage" dans la partie "Format" ce qui implique que seuls les templates avec ce tag de coché seront affichés pour les tags de type "Format". Pour les autres types de tags, si aucune case n'a été cochée comme pour les parties "Couverture" et "Papier", alors on conserve la sélection. Ne cocher aucune case d'une partie revient à toutes les cocher. Après avoir sélectionné les tags et la note minimale des templates à afficher, il suffit de cliquer sur le bouton "Appliquer" devenu vert pour actualiser la liste et obtenir le résultat ci-dessous :

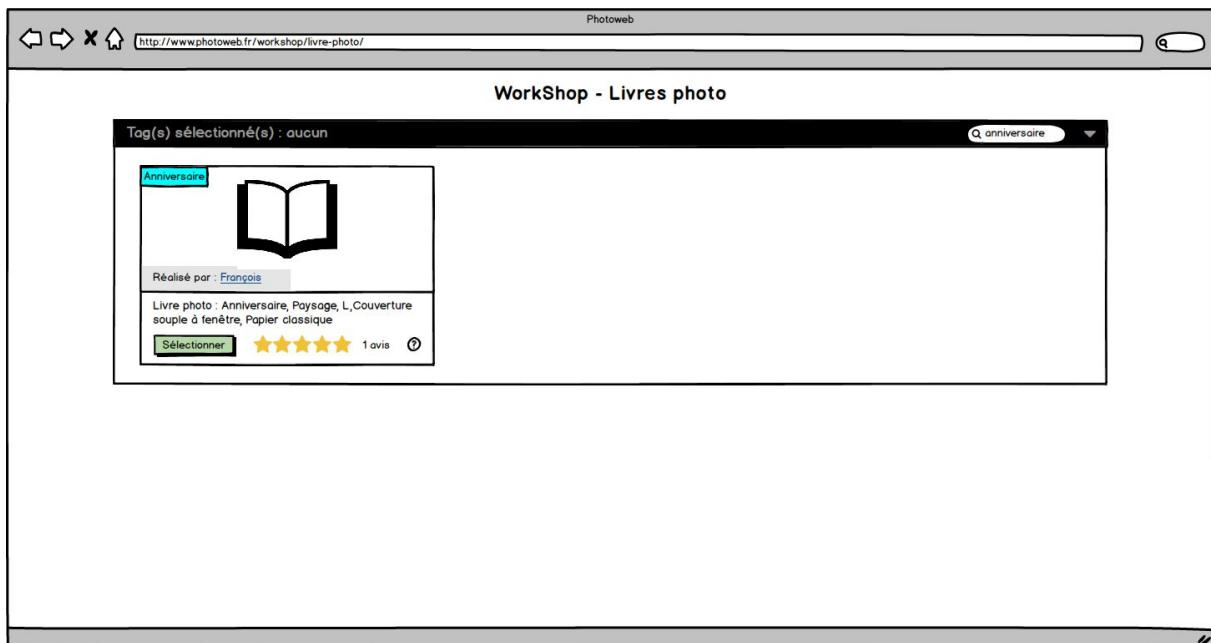
The screenshot shows the Photoweb Workshop interface for creating photo books. At the top, it says "WorkShop - Livres photo". Below that, a message indicates selected tags: "Tag(s) sélectionné(s) : Paysage, L, M, Couverture souple à fenêtre, Anniversaire, 3 étoiles minimum". The interface is divided into several sections:

- Format :** Paysage (checked), Carré, Portrait.
- Taille :** XL, L (checked), M, S.
- Couverture :** Rigide, Motassé, A Fenêtre, Souple.
- Papier :** Classique, Rendu papier dessin, Papier photo.
- Événements :** Noël, Jour de l'an, Pâque, Anniversaire (checked), Mariage, Vacances, Voyage.
- Saisons :** Hiver, Printemps, Été, Automne.
- Note minimale :** ★★★★☆ (3 stars).
- Buttons:** Rechercher.., Appliquer.

Below the filters, there's a preview area showing a photo book with an open page. The page has a blue border labeled "Anniversaire" and a small photo of a couple. Below the preview, the text reads: "Livre photo - Anniversaire, Paysage, L, Couverture souple à fenêtre, Papier classique". At the bottom of the preview area are buttons for "Sélectionner", a star rating of 5 stars, "1 avis", and a help icon.

- **Filtrer les créations dans le workshop avec la barre de recherche**

Une autre méthode consiste à utiliser la barre de recherche mise à disposition qui permet d'afficher uniquement les templates dont le titre comporte les mots-clés spécifiés. En voici un exemple qui mène directement au même résultat que ci-dessus dans notre exemple:



- Consulter les informations d'une création

Revenons à notre page initiale comportant la liste des templates :

The screenshot shows a web browser window titled "WorkShop - Livres photo". The URL is <http://www.photoweb.fr/workshop/livre-photo/>. The page displays a grid of five photo book templates. Each template card includes a thumbnail, the author's name (Réalisé par), a brief description, a star rating, and a "Sélectionner" button.

- Template 1:** Tag(s) sélectionné(s) : aucun. Author: <auteurs>. Description: Image générée automatiquement. Clic sur l'image -> Ouvre une interface d'informations sur le modèle. Rating: 5 stars (yellow). Avis: 0.
- Template 2:** Tag(s) sélectionné(s) : Vacances. Author: Jack. Description: Livre photo : Vacances à la plage, Paysage, M, Couverture rigide, Rendu papier dessin. Rating: 5 stars (yellow). Avis: 0.
- Template 3:** Tag(s) sélectionné(s) : Anniversaire. Author: François. Description: Livre photo : Anniversaire, Paysage, L, Couverture souple à fenêtre, Papier classique. Rating: 5 stars (yellow). Avis: 1.
- Template 4:** Tag(s) sélectionné(s) : Voyage. Author: Laurent. Description: Livre photo : Voyage, Paysage, XL, Couverture rigide, Papier photo, Ouverture à plat. Rating: 5 stars (yellow). Avis: 7.
- Template 5:** Tag(s) sélectionné(s) : Mariage. Author: Sylvia. Description: Livre photo : Voyage - Australie, Paysage, L, Couverture souple, Papier photo. Rating: 5 stars (yellow). Avis: 3.
- Template 6:** Tag(s) sélectionné(s) : Mariage. Author: Cristelle. Description: Livre photo : Mariage, Portrait, L, Couverture Rigide à fenêtre, Papier photo. Rating: 5 stars (yellow). Avis: 4.

Pour consulter les informations d'une création, deux possibilités s'offrent à l'utilisateur :

- Cliquer sur le bouton “?“;
- Cliquer sur l'image;

Ceci amène à ce résultat :

The screenshot shows a modal window displaying detailed information about the "Livre Photo : Anniversaire" template. The modal includes fields for Format (Paysage), Taille (L), Couverture (Souple à fenêtre), Papier (Classique), Événement (Anniversaire), and Ouverture (Classique). It also shows a note with a 5-star rating and a comment from user Cristelle.

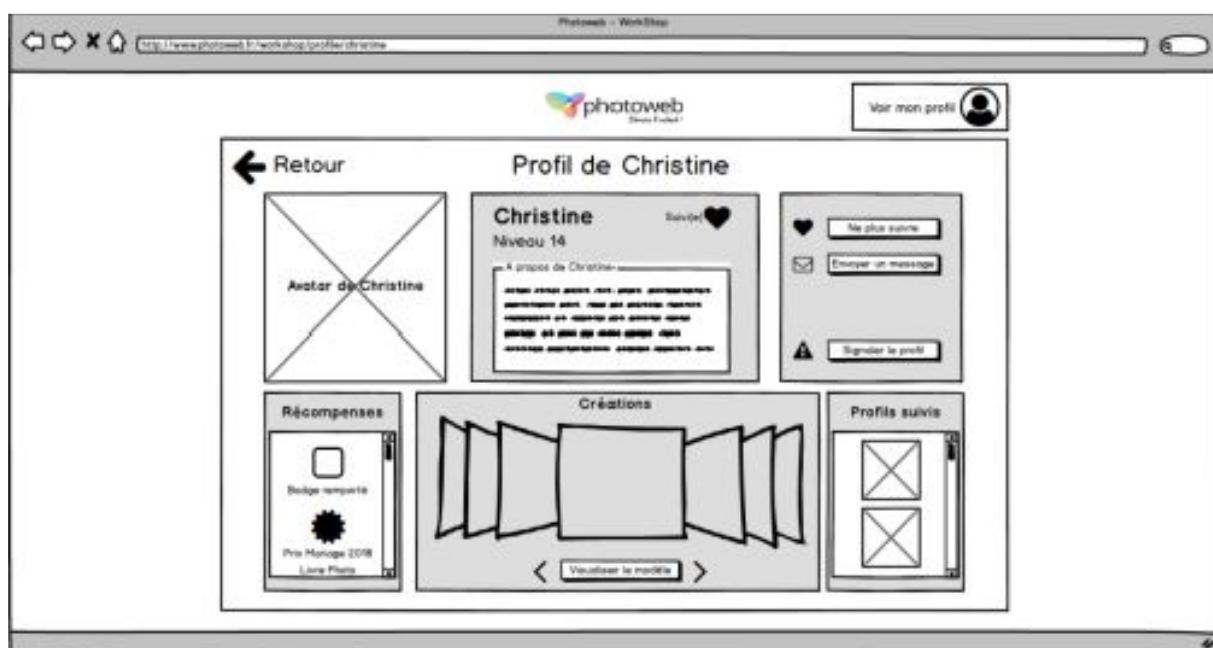
Livre Photo : Anniversaire
Réalisé par : François
Format : Paysage
Taille : L
Couverture : Souple à fenêtre
Papier : Classique
Événement : Anniversaire
Ouverture : Classique
Note : ★★★★★ (1 note(s))
Avis commenté(s) :
De Cristelle, note donnée : ★★★★★
Ceci est un avis laissé par l'utilisateur Cristelle.

- Sélectionner et utiliser un template

La sélection d'une création se fait simplement en cliquant sur le bouton correspondant depuis la vue globale ou depuis la vue comportant tous les détails du template. L'utilisateur se retrouve redirigé vers l'outil de personnalisation de Photoweb correspondant à l'objet associé à la création choisie, avec, du coup, ce dernier directement installé. Il lui suffit donc de placer ses photos, d'effectuer quelques modifications si nécessaire pour ensuite passer à la commande.

⇒ Dans le cadre de notre application, la sélection du template n'aura finalement aucun effet concret puisque des travaux supplémentaires sont nécessaires dans la liaison du site de Photoweb avec notre prototype, travaux non-réalisables par nous-même. Nous nous contenterons uniquement de l'ajout dans un fichier texte des informations sur le template sélectionné accompagné de l'utilisateur ayant effectué l'action.

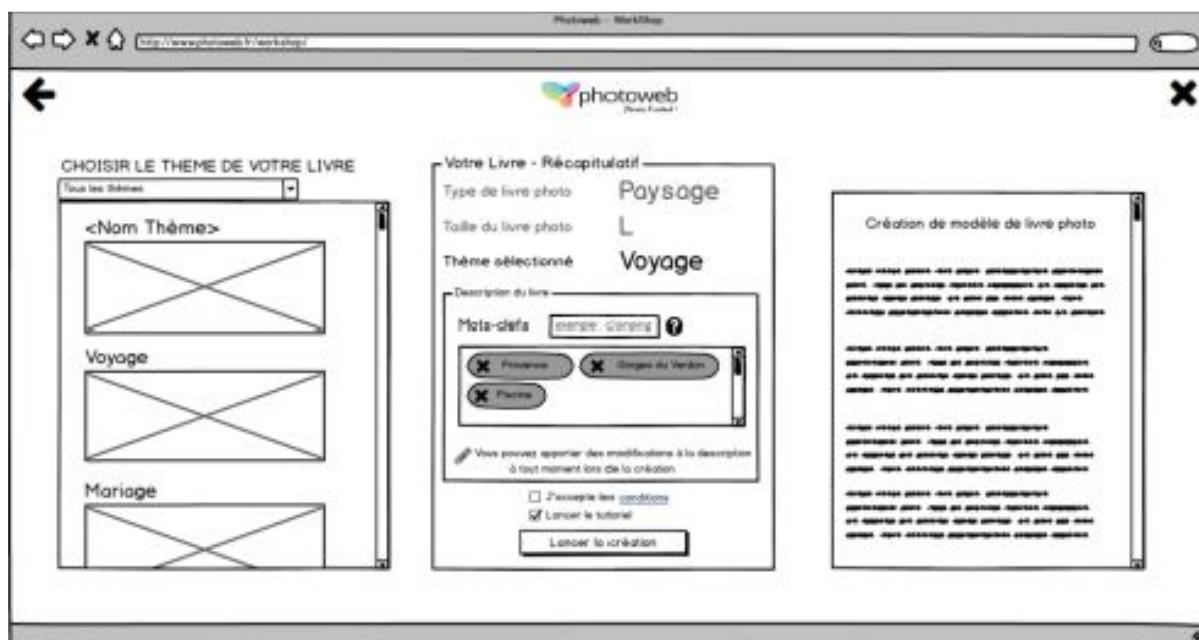
- Visite du profil d'un utilisateur



La maquette précédente représente la page affichée quand un utilisateur visite le profil d'un autre utilisateur en cliquant sur son pseudo. Depuis cette page, l'utilisateur qui consulte le profil peut :

- Visionner les templates créés par l'utilisateur qu'il consulte ;
- Envoyer un message à l'utilisateur qu'il consulte ;
- Suivre l'utilisateur ;
- Voir les personnes que l'utilisateur suit ;
- Signaler un profil qui semble aller à l'encontre des conditions d'utilisation du workshop;
- Visionner les badges reçus pour différents événements organisés sur le workshop;
- Consulter le niveau atteint par l'utilisateur;
- Voir l'avatar personnalisé de l'utilisateur ainsi qu'une description.

- **Options lors de la création d'un template**



Voici la maquette des prémisses de la création d'un template. L'utilisateur a précédemment sélectionné le support de son template qui est un livre photo Paysage de taille L. Nous pouvons distinguer trois compartiments :

- A gauche, il devra sélectionner le thème de son livre photo, son choix s'affichera dans la partie du milieu ;
- Au centre se situe le récapitulatif du template qui va être entamé, on peut y trouver les options déjà sélectionnées plus la partie où l'utilisateur saisit des mots-clés pour référencer son template. Enfin, dans cette même partie, il devra accepter les conditions d'utilisation et choisir s'il veut ou non l'aide d'un tutoriel avant de commencer ;
- A droite se trouve un récapitulatif du fonctionnement de la création de template.

B. Besoins non-fonctionnels

1. Choix des critères qualités (norme ISO-CEI 9126)

- **Capacité Fonctionnelle**

- L'aptitude :

Nous réaliserons des tests unitaires sur l'enchaînement des fonctionnalités et les traitements des informations.

Priorité : moyenne

- L'exactitude :

Nous réaliserons des scénarios de tests afin de tester le bon fonctionnement des processus. Ces scénarios auront pour but de tester un grand nombre de fonctionnalités le plus vite possible en anticipant les résultats attendus afin de pouvoir comparer avec les résultats produits.

Priorité : élevée

⇒ Ce critère est indispensable pour pouvoir présenter un prototype fonctionnel pouvant parcourir chaque fonctionnalité pour des cas définis.

- **Maintenabilité**

- La stabilité :

Lors de la programmation, nous veillerons à employer les techniques les plus simples et efficaces dont nous pourrons contrôler le résultat de telle sorte à éviter les programmes « aléatoires » pouvant entraîner des problèmes en cas de modifications du code.

Priorité : élevée

- La facilité d'analyse / de modification :

Présence de commentaires dans le code permettant de comprendre rapidement le fonctionnement de l'ensemble des lignes. Si possible, mise en place d'une documentation PHP.

Priorité : moyenne

- La facilité à être testé :

Les tests unitaires créés au fur et à mesure du développement faciliteront grandement les tests lors d'une modification logicielle.

Priorité : moyenne

- **Efficacité :**

- Efficacité des ressources :

Attributs du logiciel portant sur la quantité de ressources utilisées et sur la durée de leur utilisation lorsqu'il exécute sa fonction.

Priorité : **faible**

- Efficacité des temps de réalisation :

Attributs du logiciel portant sur les temps de réponse et de traitement ainsi que sur les débits lors de l'exécution de sa fonction.

Priorité : **faible**

- **Fiabilité**

- Tolérance aux fautes :

Attributs du logiciel portant sur son aptitude à maintenir un niveau de service donné en cas de défaut du logiciel ou de violation de son interface.

Priorité : **faible**

2. Choix des critères ergonomiques

Les différents critères ci-dessous ont été extraits, en partie, des critères ergonomiques de Bastien et Scapin. Tous les critères évoqués seront respectés au mieux.

- **Lisibilité / Densité informationnelle**

- Respect d'un code couleur ;
- Les éléments seront regroupés (groupement/distinction par le format et par la location) ;
- Limiter le nombre d'éléments de tel sorte à ce que cela ne soit pas surchargé et pouvant faciliter la mise en évidence de certains éléments en particulier ;
- Importance des espaces vides ou très faiblement chargés en contenus;

- **Incitation / Facilité d'usage**

- Mise en évidence des boutons les plus importants (icônes représentant au mieux l'élément correspondant pour faciliter la compréhension et l'apprentissage, couleurs, taille de l'élément, ...) ;
- Limiter le nombre d'éléments (cd. Lisibilité / Densité informationnelle).

- **Feedback immédiat / Actions explicites**

- Animations lors d'un clic sur un bouton (surbrillance par exemple) ;
- Affichage de messages spécifiant le succès ou non d'une action (exemple : mot de passe incorrect) ;

- Redirection vers les pages correspondantes (exemple : page spécifiant le succès de l'inscription de l'utilisateur) ;
- L'utilisateur doit avoir le plus possible le contrôle sur ce qu'il fait tant que cela est pertinent (exemple : clic sur le bouton « ? » d'un template -> affichage des informations du template (et rien d'autre !)) ;
- Les indications doivent être le plus précis possible.

- **Flexibilité**

- Possibilité d'afficher/masquer les filtres sur les pages de catalogue des templates

3. Choix de la licence

Contexte : si on reprend la définition d'un Workshop, c'est un lieu de rencontre pour la création de contenu pour les utilisateurs, par les utilisateurs. Il dispose d'outils pour publier, organiser et télécharger du contenu pour leurs créations. Ainsi, la propriété intellectuelle a un rôle important dans le type de produit que nous souhaitons proposer, car elle met en jeu des problèmes sur les droits d'auteur (à qui appartient la création produite par un utilisateur, mais à l'aide des outils du Workshop ?) et requiert des droits comme
Il est donc primordial de choisir une licence adéquate sous laquelle tomberont toutes les créations faites au sein du Workshop.

Après une recherche approfondie, nous avons sélectionné une licence qui répondait parfaitement à nos attentes :

Creative Commons

Cette organisation à but non lucratif a répondu au besoin de fournir une licence flexible pour des contenus libres pour les situations comme la nôtre, où nous souhaitons que le contenu soit aussi libre que possible.

Bien entendu, le contenu qui sera publié sur le Workshop doit provenir d'une de ces trois sources :

- Un contenu dont l'utilisateur possède les droits d'auteur car produit par ses soins;
- Un contenu du domaine public;
- Un contenu enregistré sous une licence compatible avec Creative Commons;

→ Lorsque du contenu sera publié sur le Workshop, l'utilisateur conservera ses droits d'auteur et pourra continuer à l'utiliser à des fins commerciales ou pour le diffuser sur d'autres sites internet, tout ce qui a servi à la création du template (images, icônes, polices de caractère,...).

→ En soumettant du contenu sur le Workshop, l'utilisateur donnera à Photoweb des droits non exclusifs pour une nouvelle publication et la migration vers une nouvelle licence.

Photoweb pourra utiliser le contenu (notamment quand un utilisateur exportera le template vers les outils de création photo de l'entreprise) et en accorder une licence à d'autres parties

(sous-entendu principalement les autres utilisateurs) sans consentement préalable de l'auteur originel.

→ Certaines entreprises comme iFixit (leader dans la création de tutoriels de réparation en ligne) utilise déjà ce mode de fonctionnement :

The screenshot shows the iFixit website interface. At the top, there is a dark header with the iFixit logo, a search bar, and navigation links for 'S'inscrire' and 'Connexion'. Below the header, there are several menu items: 'Tutoriels de réparation', 'Forum de réponses', 'Boutique Pièces & Outils', 'Vues éclatées', and 'Traduire'. The main content area is titled 'Créer un nouveau tutoriel'. On the left, there is a form with tabs for 'Introduction' (which is selected), 'Détails', and 'Étapes du tutoriel'. The 'Introduction' tab contains fields for 'De quel type de tutoriel s'agit-il?' (with a dropdown menu showing 'Remplacement'), 'Appareil' (example: Honda Civic 2001–2015), 'Quelle pièce devez-vous remplacer?' (example: huile et filtre à huile), 'Titre' (empty input field), and 'Résumé de la recherche' (empty text area). Below these fields is a button 'Afficher plus' with a dropdown arrow. On the right, there is a sidebar with a photo of a person working on a computer case, text encouraging users to create repair tutorials, and links for coaching, creating a tutorial, and contributing methods. A large blue 'Sauvegarder' button is located at the bottom right of the main form area. Below the form, a note states: 'Création de l'introduction' and 'Vos contributions sont faites dans le cadre de la licence open source Creative Commons.'

Vos contributions sont faites dans le cadre de la licence open source Creative Commons.

IV. Déroulement du projet

A. Prérequis

→ Modèle de développement : **RAD (= Rapid Application Development)**

Le COPIL nous a conseillé le modèle de développement semi-agile. Nous avons donc choisi la méthode RAD au sein de notre équipe car elle correspondait le plus à notre condition d'étudiant (respect absolu de dates, équipe spécialisées dans les mêmes technologies de conception, développement, etc...)

→ Outil de gestion de projet : **GanttProject**

Ce logiciel est gratuit et permet de planifier le projet facilement tout en ayant une vue globale sur l'ensemble du projet, son état d'avancement, les ressources à disposition, etc. La répartition des tâches se voit simplifiée et une bonne visualisation quant au travail effectué par chacun des membres de l'équipe peut être accordée si on le souhaite. Ainsi, il est alors possible de gérer une grande partie du projet uniquement via ce logiciel.

→ Stockage de fichiers : **Serveur Linux à distance**

Un Google Drive avait été mis en place afin de faciliter le partage de fichier entre chaque membre de l'équipe. Cependant, l'utilisation de Google Drive n'étant pas tolérée par la clause de confidentialité, un serveur Linux avec un accès FTP est mis en place, permettant de partager les données au sein de l'équipe sans pour autant être en désaccord avec ladite clause. Nous avons préféré nous pencher vers un serveur Linux plutôt que vers l'espace de stockage disponible pour notre projet, celui-ci avoisinant seulement les 500 Mo. Pour cause, après avoir mis en ligne la définition de notre projet, 30% de l'espace de stockage était déjà utilisé, de plus, l'impossibilité de créer des sous-dossiers de dossiers nous a conforté à utiliser un serveur créé et entretenu par nos soins avec un espace de stockage modulable.

→ Communication orale à distance : **Discord**

Pour la communication orale à distance, un serveur Discord a été ouvert.

Discord est une application - à l'instar de Skype - permettant la communication textuelle ou vocale entre plusieurs personnes mais aussi l'envoi de fichiers légers entre personnes tels que des photos. Cette application nous est pratique pour communiquer efficacement et rapidement au sein de l'équipe et notamment pour organiser des réunions lorsque l'on n'a pas la chance d'être tous réunis au même endroit au même moment.

→ Serveur de développement : XAMPP

Étant donné que nous disposons d'un serveur Linux fait maison, nous en avons profité pour installer XAMPP. Il s'agit d'un ensemble (= distribution) de logiciels libres (**X** (cross) **A**pache **M**ariaDB **P**erl **P**hp) offrant une bonne souplesse d'utilisation et réputée pour son installation simple et rapide. Mettre en place XAMPP nous a permis d'obtenir en très peu de temps le serveur Apache qui stockera les pages qui constitueront le prototype du workshop, sans être inquiété de leur fonctionnement puisque PHP 7 est intégré au serveur. Ce dernier nous permet aussi d'accéder au logiciel PhpMyAdmin qui est un assistant de création de bases de données MySQL. En conclusion, la mise en place de ce serveur de développement web a été un gain de temps considérable pour l'avancement du projet. Il est évidemment protégé par des mots de passe pour réduire les risques d'intrusion dans le système.

B. Solutions techniques

Quel type de solutions (= logiciels) préférez vous ?

108 réponses



Extrait du sondage que nous avons réalisé

Les personnes sont plutôt attirées par les outils accessibles directement en ligne, sans avoir besoin de télécharger quoi que ce soit. De plus, les outils créés par Photoweb sont directement accessibles en ligne.

→ Nous allons donc opter pour des outils de développement web afin de réaliser notre projet.

- **Langages front-end (= client)**

Les trois principaux langages front-end sont le **HTML**, le **CSS** et le **Javascript**. Quel que soit le langage back-end utilisé, ces trois langages sont obligatoirement utilisés pour présenter le contenu aux visiteurs, ce sont des standards. Tous les navigateurs Internet sont en effet capables de décoder ces langages et ensuite d'afficher une page correctement mise en forme. Nous allons donc mettre nos connaissances en HTML et CSS au service du projet et apprendre le langage Javascript :

- **HTML** est le langage incontournable dans le développement Web. Sans ce langage, pas de workshop en ligne possible.
- **CSS** nous permettra de réaliser le design du prototype que nous présenterons.
- **Javascript** nous permettra d'ajouter du dynamisme aux pages HTML qui constitueront le workshop. Nous pourrons créer des menus complexes et modifier des éléments au clic de l'utilisateur sans avoir à recharger la page.

- **Langages back-end (= serveur)**

Si les langages front-end permettent d'afficher le contenu d'un site Internet, les langages de programmation back-end ont, quant à eux, pour mission de générer et administrer les textes, les utilisateurs, les newsletters... en s'appuyant sur les données qu'héberge une base de données :

- **PHP** est à la base de la création des sites web dits dynamiques mais également des applications web. Ce langage sera également un incontournable pour la suite du projet, car il est impossible de créer un workshop constitué de pages statiques, seule limite à l'HTML.
- **MySQL** est notre choix pour le système de gestion de bases de données. D'une part car il répond à nos besoins en matière de fonctionnalités et d'autres parts car il est directement installé dans la suite de logiciels libres XAMPP. Pour nous faciliter la création et la maintenance de la base de données, nous utiliserons aussi phpMyAdmin comme interface web qui l'avantage d'être simple d'utilisation et complet.

→ Au cours d'un échange de mail avec le directeur délégué M. Laurent Boidi, celui-ci nous a informé que les langages utilisés au sein de l'entreprise Photoweb étaient :

- ASP
- .NET
- .NET core
- Angular
- C#

On se rend vite compte que Photoweb est particulièrement friand des services proposés par la plateforme Microsoft .NET. Ce dernier est le nom donné à un ensemble de produits et de technologies informatiques de l'entreprise Microsoft pour rendre des applications facilement portables sur Internet.

Voici les options qui se présentent à nous pour les solutions technologiques :

Facile	Intermédiaire	Difficile
<p>Nous nous basons sur des outils de bases que nous avons déjà vu et/ou appris dans notre cursus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - HTML - CSS - PHP - MySQL <p>On y ajoute la seule chose à apprendre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - JavaScript 	<p>Nous reprenons les bases du niveau facile et nous y ajoutons des frameworks utiles pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> - CSS - PHP - JavaScript <p>→ exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bootstrap - Symfony 	<p>Impossible à faire avec le peu de temps qu'on a :</p> <p>⇒ Faire comme Photoweb</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliser la plateforme .NET - Apprendre les langages et frameworks déjà utilisés comme ASP.NET et C#
<p><u>Avantages :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La prise de risque la plus faible face à la contrainte de temps - Peu de révisions et d'apprentissage 	<p><u>Avantages :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La modularité et la structure apportée par les frameworks - Gain de rapidité 	<p><u>Avantages :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Conforme aux applications déjà créés par Photoweb - Beaux visuels - Fonctionnalités poussées
<p><u>Inconvénients :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Limites des langages "bruts" (sans les frameworks qui peuvent s'avérer utile) - Tout faire à la main ce qui prend du temps 	<p><u>Inconvénients :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les avantages s'appliquent que si on parvient à maîtriser les frameworks. - L'apprentissage qui prend du temps 	<p><u>Inconvénients :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Contraintes beaucoup trop importantes (temps d'apprentissage, de configuration, prise en main, etc...) - Nous ne pourrons pas mettre à profit les langages appris dans le cadre de l'IUT.

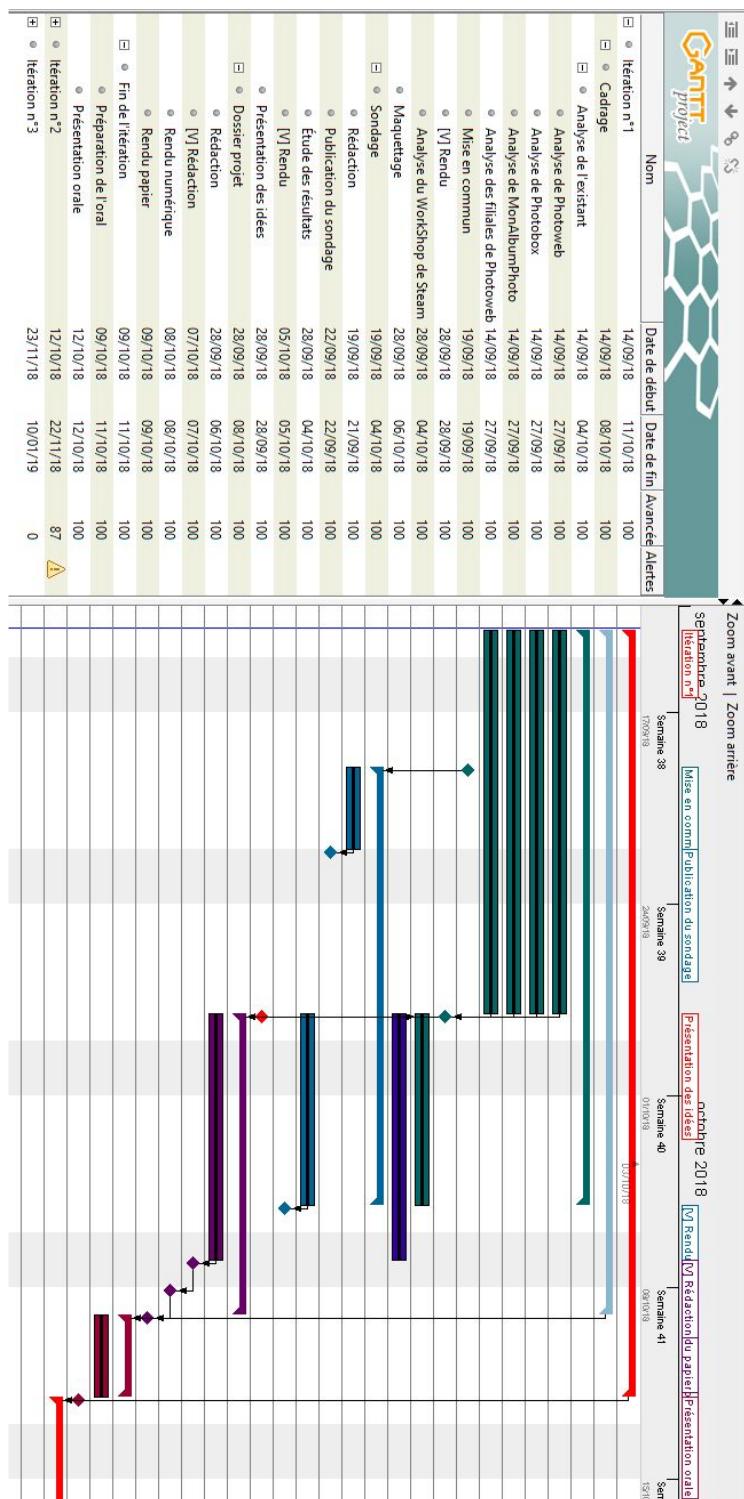
→ **Bootstrap** est un framework HTML/CSS – Javascript qui permet d'avoir un beau visuel facilement et rapidement. Il sera utilisé pour ce projet.

→ **Symfony** est un framework PHP très utile, performant et populaire mais nécessite un temps de formation assez important (une dizaine d'heures minimum avec l'acquisition de notions spécifiques). Nous ne l'utiliserons pas pour ces raisons.

⇒ Le pire des risques est le temps. Il est donc logique que nous empruntons la voie "Facile" ne serait-ce que sur les premiers prototypes à présenter puis si notre projet avance bien, il sera possible de passer sur la voie "Intermédiaire" pour rendre le code propre (framework PHP et CSS) ou le visuel des pages Web (framework JS et CSS).

C. Planification

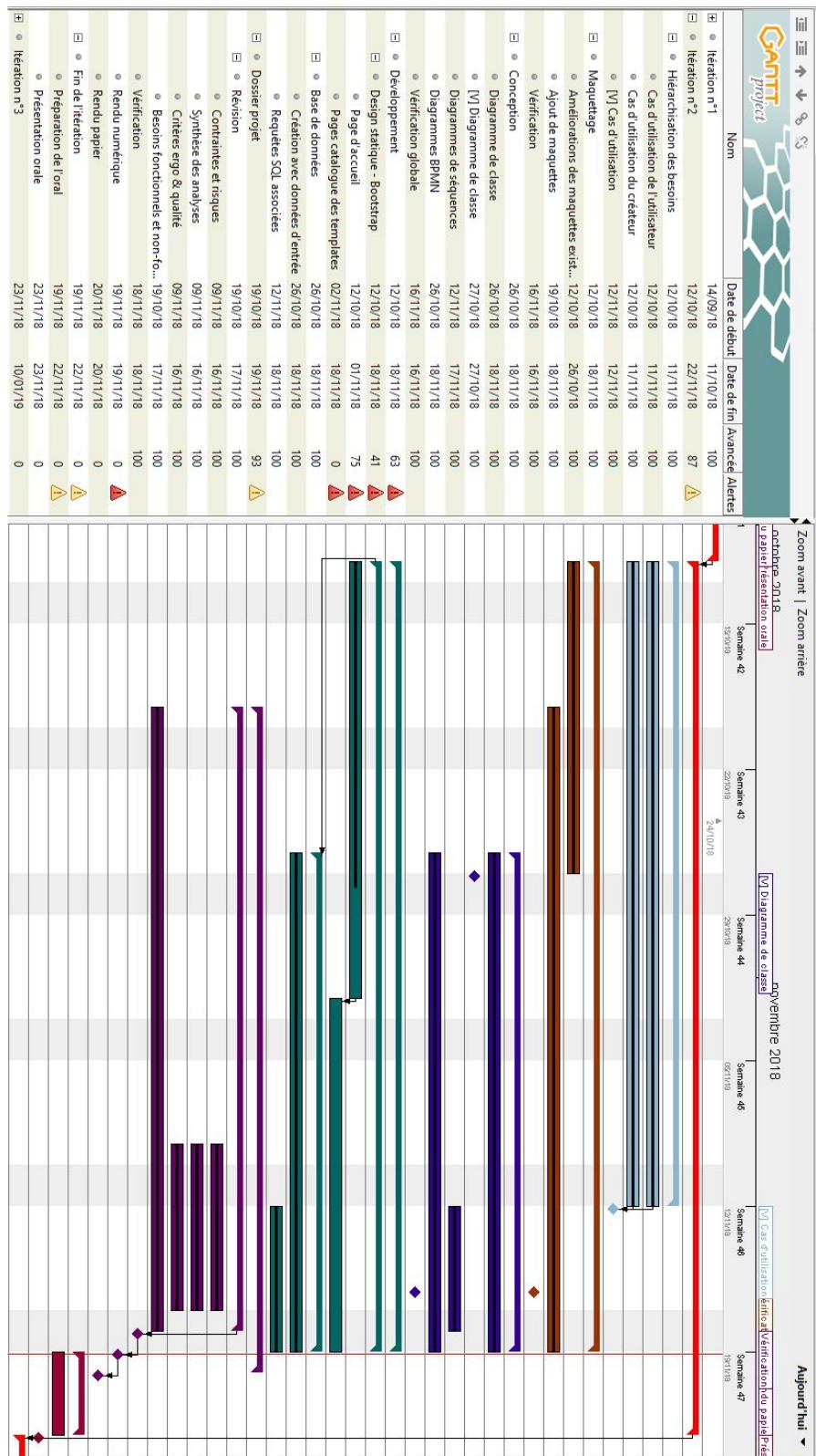
1. Planification - 1ère itération



Lors de la première itération, nous avons réalisé l'étude du marché en analysant les services et produits proposés par Photoweb, ses filiales et ses concurrents. S'en est suivi en parallèle la réalisation et la publication de notre sondage pour pouvoir valider ou non nos idées et savoir quelles seraient les deux idées principales à proposer au Directeur Général Délégué de Photoweb. Suite à cet entretiens, l'idée du WorkShop a été retenue ce qui nous a amené à réaliser l'étude du marché au niveau des sites et applications se rapprochant du modèle de WorkShop. Enfin, nous avons réalisé en complément quelques maquettes pour pouvoir présenter visuellement notre idée devant le jury de la fin de cette itération.

⇒ Pas de problèmes ou difficultés de planifications rencontrés durant cette première itération.

2. Planification - 2ème itération



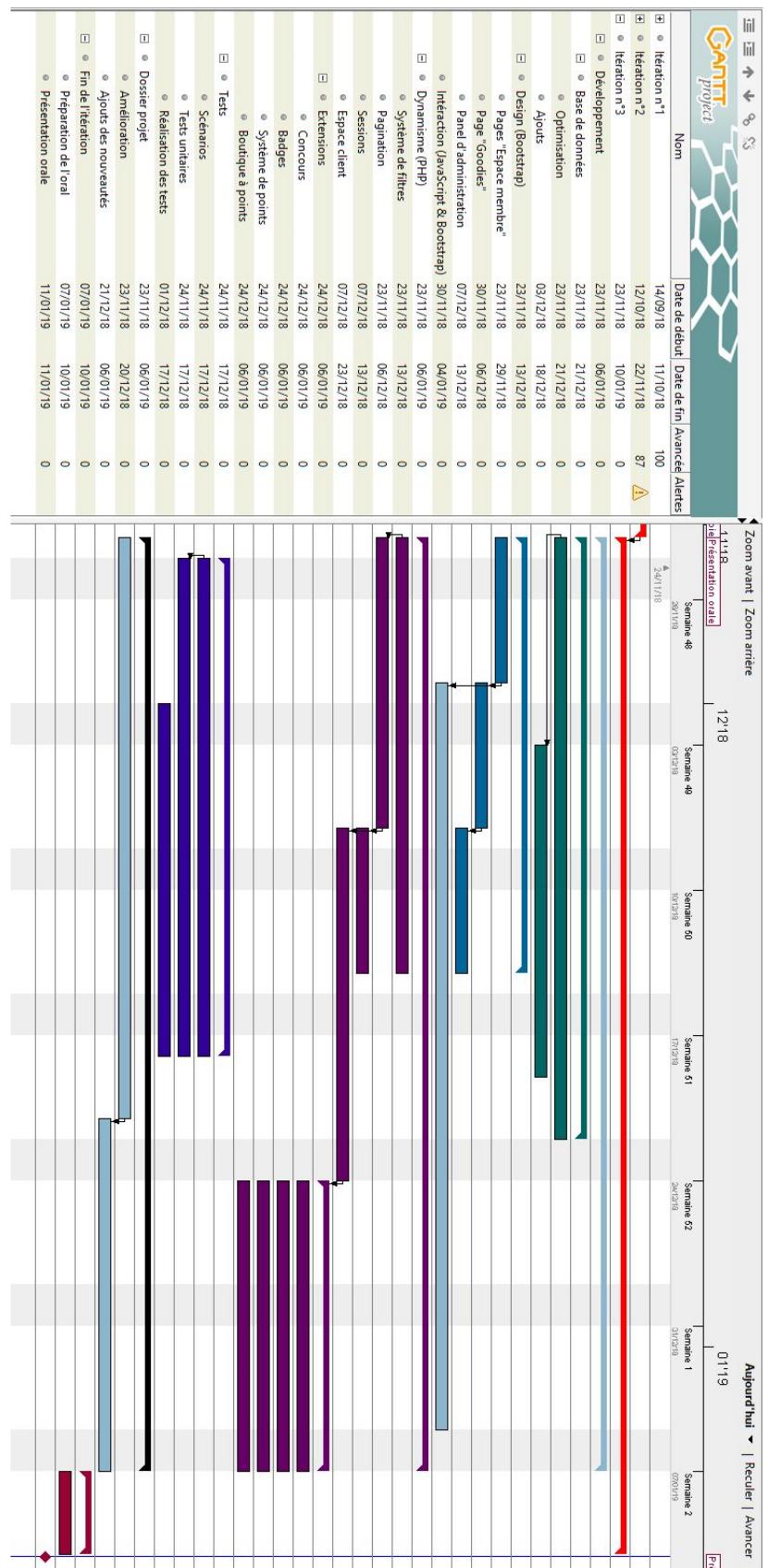
Lors de cette deuxième itération orientée conception, nous avons réalisé les différents diagrammes de cas d'utilisation, un diagramme BPMN pour avoir une vue d'ensemble du processus, quelques diagrammes de séquence pour rentrer dans les détails quant à la manière dont seront implémentées certaines fonctionnalités et enfin un diagramme de classe afin de représenter le squelette du futur prototype.

La réalisation de maquettes s'est poursuivie et de nouvelles ont été ajoutées et le développement a commencé vers la fin de cette deuxième itération (mise en place de la base de données et un début de design).

Par rapport à ce qui avait été prévue initialement, le début de la phase de développement a été retardée suite à une mauvaise évaluation de la charge de travail pour la partie conception, cette dernière étant prioritaire. De même, les personnes en charge de la partie design du site web ont réellement débuté les travaux seulement après un certains temps de formation au framework Bootstrap.

⇒ Prise de retard par rapport à ce qui avait été planifié surtout sur la partie design, retard à rattraper durant la dernière itération.

3. Planification - 3ème itération



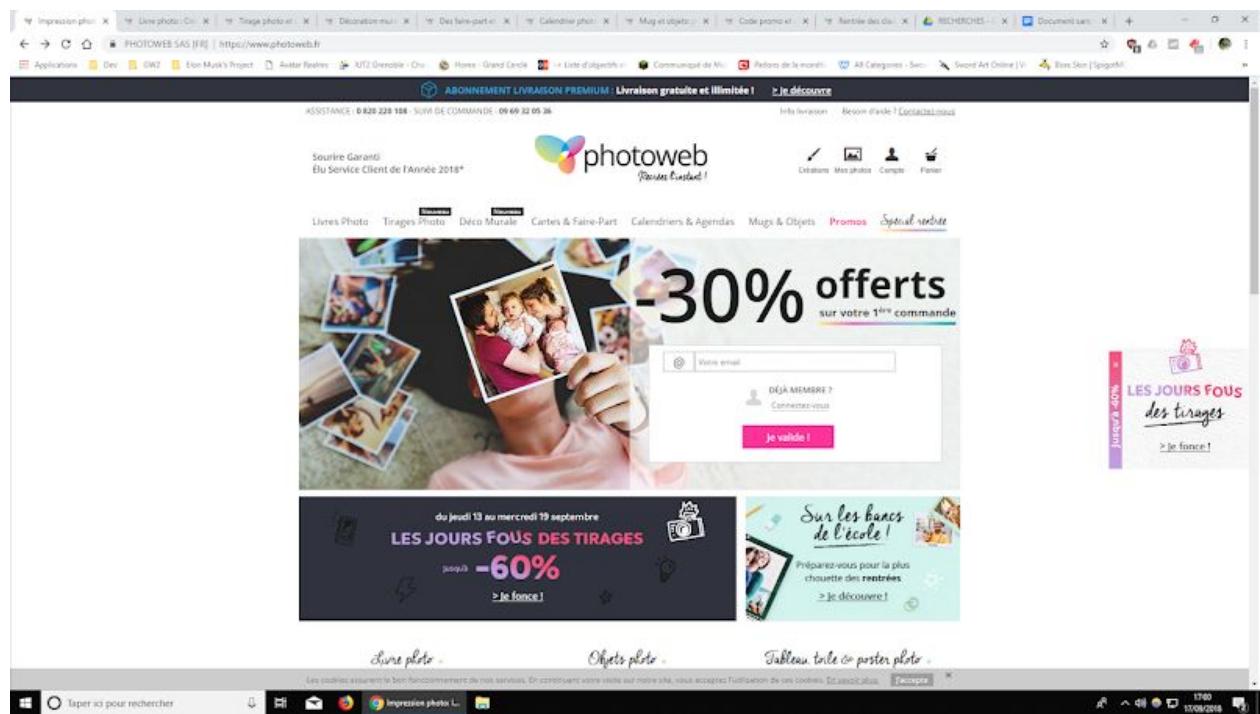
Cette troisième itération était consacrée au développement unique du site web. Au début, seuls les programmes permettant la manipulation de la base de données étaient opérationnelles et devaient encore être optimisés et documentés afin de simplifier son utilisation par les autres développeurs du groupe.

Toutefois, toutes les fonctionnalités n'ont pu être implémentées : la plupart des extensions prévues initialement d'être implémentées (système de point et boutique "Goodies") ainsi que la partie administration du site web avec la possibilité de consulter les signalements reçus par les utilisateurs, supprimer les templates, sanctionner un utilisateur, etc. Nous nous sommes concentrés sur les fonctionnalités primaires de notre site web : la partie WorkShop : système de catégorie, création et publication de templates, consultation, système de profil avec authentification, etc.

⇒ Des erreurs importantes en terme de planification ont pu être relevées lors de cette troisième itération : difficultés à estimer raisonnablement certaines tâches qui ont pu prendre beaucoup plus de temps que prévu initialement (exemple : système de profil). Le prototype est encore loin de son plein potentiel : de nombreuses fonctionnalités peuvent encore être implémentées.

V. Annexe

a. Analyse du site et de l'application Photoweb



1. Page d'accueil

Le site a une allure de site commercial à la Amazon :

- En haut à droite, on peut voir les liens qui permettent d'accéder aux données personnelles : créations, photos, informations de compte et le panier d'achat ;
- Un menu horizontal où sont répertoriées les grandes catégories de produits mis en vente par l'entreprise ;
- Publicités et annonces commerciales, promotions sur leurs produits... ils prennent une place majoritaire sur l'accueil ;
- On retrouve les mêmes items du menu plus bas dans la page ;
- En bas, les avis et les commentaires clients ;
- Le footer avec les informations sur l'entreprise, ses contacts et plateformes.

2. Page produits

Pour chaque produit, on retrouve, à la “Amazon”, les paramètres qui permettent d'affiner la recherche (format, taille, prix, etc...) et le prix du produit.

Livre photo: Tous nos livres photo 27 produits

Format ▾ Taille ▾ Prix ▾ Promo ▾ Couverture ▾ Papier ▾ Ouverture ▾ Gamme ▾ Trier ▾

Livre photo GraphiK Paysage
à partir de **34,95 €**
Je crée mon livre photo
Couvercle graphique | Fenêtre personnalisable | 29x22 cm | de 24 à 100 pages
1 acheté = -80% sur le 2nd
Code : P1L80L98
Valable jusqu'au 26/09
En savoir +

Livre photo Prestige Paysage
à partir de **35,95 €**
Je crée mon livre photo
couverture rigide | 29x22 cm | de 26 à 100 pages
1 acheté = -80% sur le 2nd
Code : P1L80L98
Valable jusqu'au 26/09
En savoir +

Livre photo à plat Luxe Carré XL
à partir de **62,95 €**
Je crée mon livre photo
ouverture à plat | pages développées sur papier photo | couverture rigide | 31x31 cm | de 24 à 72 pages
1 acheté = -80% sur le 2nd
Code : P1L80L98
Valable jusqu'au 26/09
En savoir +

La photo étant au cœur des activités de l'entreprise, l'utilisateur est obligé de passer par un outil de personnalisation avant de pouvoir acheter son produit (accéder à son panier d'achat).

On retrouve différents outils de personnalisation :

1. Personnalisation complexe

Dans cette catégorie sont regroupés les livres photos, calendriers et agendas.

L'outil de personnalisation se présente de cette manière :

→ Quand l'outil de création (web) se lance, on demande le thème global du produit. On a la possibilité de choisir le thème plus tard.

- CHOISISSEZ LE THÈME DE VOTRE LIVRE

Tous les thèmes ▾

BLANC

Exemple de présentation : Fonds associés à ce thème :

Illustrations associées à ce thème :

Choisir ce thème & commencer le livre

Choisir le thème plus tard

Ensuite on a la possibilité de voir le livre dans son état global ou en page par page. On peut noter la présence d'un guide d'utilisation interactif.

En vue globale, on a :

Vue globale Vue par page

Livre photo à plat Luxe Carré XL 24 pages 62,95 € Continuer ➤

Besoin d'aide ? Photo

Couverture 1 2 3

4 5 6 7 8 9

Mises en page Thèmes & Fonds Illustrations Gestion des pages Finition Couverture

C'est parti !
je sélectionne mes photos pour commencer la création de mon livre (ou je pochoi dans mes albums existants)

J'ai compris

Les données à caractère personnel collectées sont :
Voir plus

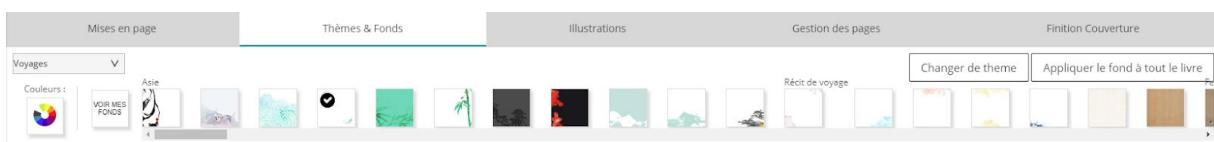
- La mise en page :

Mises en page Thèmes & Fonds Illustrations Gestion des pages Finition Couverture

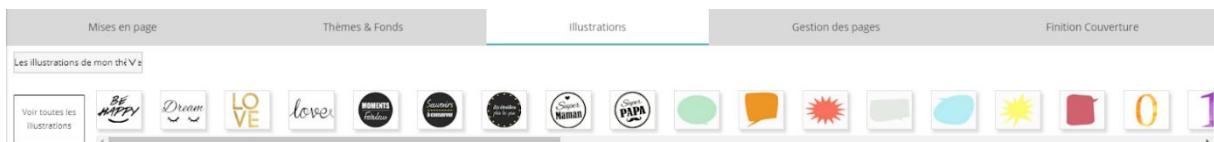
3 photos par page ▾ Transformer en panoramique

Aleatoire

- Les thèmes et fonds :



- Les illustrations (que l'on peut disposer sur le produit avec un système de drag'n'drop) :



- La gestion des pages (ordonnancement, mise en panoramique, ajouter et supprimer des pages) :



- La finition de la couverture : brillante / mate / vernis sélectif) :

A droite, les photos liés au compte avec la possibilité d'upload des photos à partir de son ordinateur (ou téléphone).

Lorsque la personnalisation est terminée, on peut obtenir un aperçu de notre livre, puis revenir sur les modifications ou passer au choix des options

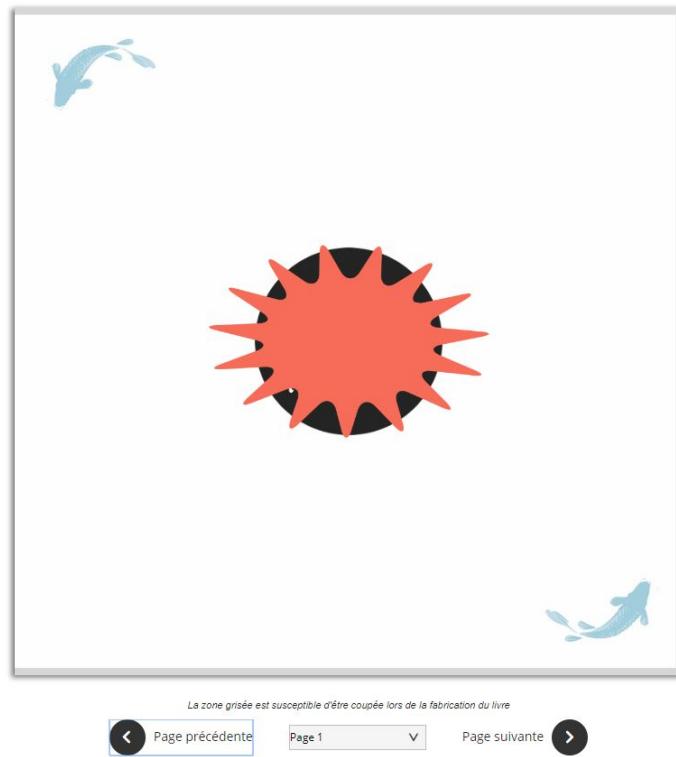
Vous n'avez actuellement aucun album

[Sélectionner mes photos](#)



Les données à caractère personnel collectées sont
[Voir plus](#)

APERÇU DE VOTRE LIVRE : Pensez à vérifier l'intégralité de votre livre photo et relire tous vos textes !



→ C'est une fois tout cela fait que l'on peut valider le panier et passer commande. :

Livre photo à plat Luxe Carré XL
"Livre photo à plat Luxe Carré XL-2018-09-17 - 24 pages"
[Modifier](#) | [Visualiser](#) | [Duplicer](#)
[Plus d'infos](#)

53,21 € -70% de réduction - + **532,05 €** -70% de réduction
[Retirer du panier](#)

Avec cette commande vous gagnez 125 points fidélité,
et atteignez le seuil maximum de notre programme de fidélité (125 points)

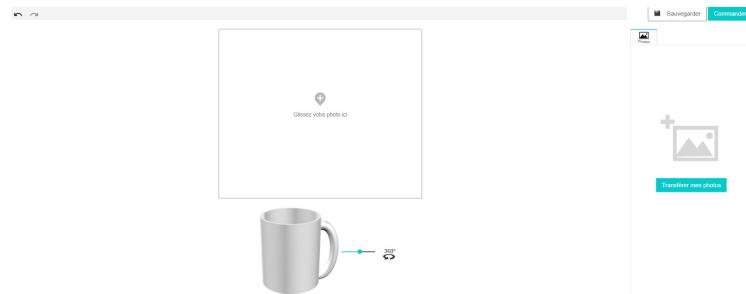
[AJOUTER UN CODE PROMOTIONNEL](#)

TOTAL :
(Hors frais de livraison) **532,05 €**

Je valide mon panier

2. Personnalisation simple

Les produits comme les mugs ou les objets classiques sont beaucoup plus simples à personnaliser. On choisit le produit et l'image à imprimer dessus (toujours avec un système de drag'n'drop).



3. Page comptes

→ Page de sommaire du compte permettant d'avoir un rapide aperçu du contenu du compte.

The screenshot shows the 'Mon compte' (My Account) page with a header featuring a woman holding a camera. Below the header, there are six main sections:

- MES PHOTOS**
 - ▶ Votre [album temporaire](#) ne contient pas de photos
 - ▶ Il n'y a pas d'[album virtuel](#) actif sur ce compte
- MES CRÉATIONS**
 - ▶ Vous avez [2 création\(s\)](#) en cours
 - ▶ Vous n'avez pas de créations archivées
- MES COMMANDES**
 - ▶ Votre [commande](#) contient 1 produit, elle expirera le 16/11/2018
 - ▶ Voir l'historique de vos [anciennes commandes](#) (état, facture).
- MES AVANTAGES**
 - ▶ Vente privilège : vous n'avez pas de code disponible
 - ▶ 0 points disponibles sur votre [compte fidélité](#)
 - ▶ Il n'y a pas d'[avoir](#) disponible sur votre compte
- PARRAINAGE**
 - ▶ [Parrainez vos amis](#) et gagnez des bons d'achats !
- MES INFOS PERSONNELLES**
 - ▶ Consulter et modifier mes [données personnelles](#)
 - ▶ Gérer mes inscriptions [newsletters](#)

→ Présence d'un volet sur la gauche permettant de naviguer dans les différentes rubriques du compte.

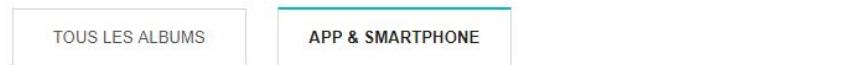
The screenshot shows the 'Mes photos' section of the account page. On the left, a sidebar menu titled 'MON COMPTE' lists the following options:

- Aymeric
- Mes photos** (selected)
- Mes créations
- Mes avantages
- Mes commandes
- Parrainage
- Mes informations
- Se déconnecter

The main content area displays the 'MES PHOTOS' section with the following information:

- Album temporaire : votre sélection de photos pour composer vos produits et passer commande, en toute simplicité.
- 0 photo(s)
- Ajouter des photos**
- Voir mes photos**
- Vider l'album**
- Commander**

→ Possibilité de consulter ses albums dans le cloud, dit “album virtuel”, ainsi que d'en créer. Transfert de photos possible depuis son smartphone grâce à l'application prévue à cet effet.

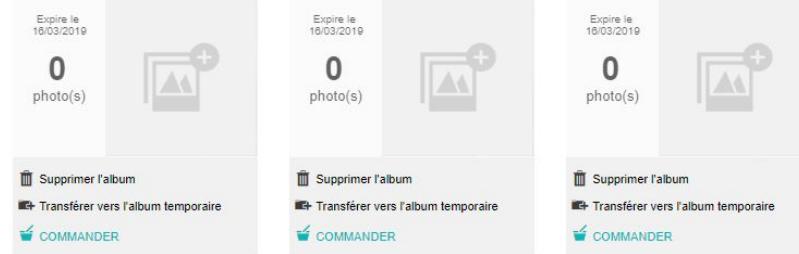


TRANSFÉRER LES PHOTOS DE MON SMARTPHONE

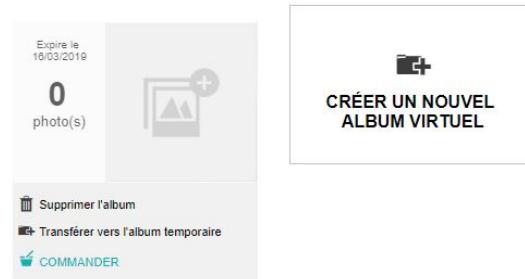
Pour profiter de cette fonctionnalité, rien de plus simple, il vous suffit de télécharger notre application (disponible sur Android ou iOS) et de cliquer sur "Transférer mes photos" dans le menu.



Livre photo Elégance-2018/09/17 Calendrier A3 Planning -30x42 cm -2018-09-17 Livre photo à plat Luxe Carré XL-2018/09/17



Cartes-Blanc-2018/09/17



→ “Mes créations” donne un aperçu des créations en cours ou non.

MES CRÉATIONS EN COURS

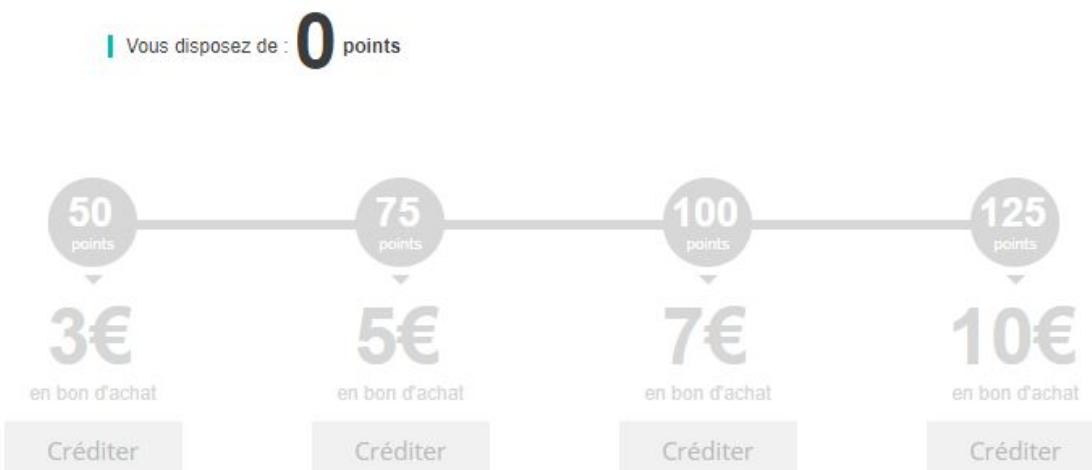
Le saviez-vous ? Les créations en cours de composition sont conservées pendant une durée de 60 jours après votre dernière visite. Chaque connexion sur votre compte réinitialise ce délai.

Création	Duplicer	Renommer	Modifier	Supprimer	Commander
- Livre photo Elégance - "Livre photo Elégance-2018-09-17"					
- Mug Simple - "Mug Simple-2018-09-17"					

→ Présence d'un système de points de fidélité permettant d'avoir des réductions après plusieurs achats.

MES POINTS FIDÉLITÉ

Transformer vos points fidélité en bon d'achat :



→ Détail des commandes effectuées dans l'onglet “Mes commandes”.

MES COMMANDES

Ma commande en cours

Votre panier contient actuellement 1 produits, elle expirera le 16/11/2018

Voir ma commande

Mes anciennes commandes

Référence	Date commande	État	Expédition	Total	Facture	Réutiliser

→ Un système de parrainage est aussi présent, permettant d'obtenir soit 10€ offert à chaque fois qu'un filleul fait un achat, et le filleul obtient une remise de 10€ pour son premier achat. Bien sûr, tout cela ne manque pas d'avoir certaines conditions permettant d'éviter d'abuser de ce système.

PARRAINEZ VOS AMIS



RAPPEL :

- Il est nécessaire d'avoir déjà validé une commande pour utiliser le parrainage.
- Le crédit d'avoir du parrain est effectué 30 jours après la 1ère commande du filleul.
- Il est impossible de parrainer un membre existant.
- Les frais de livraison ne sont pas inclus dans l'avoir.

→ Dans l'onglet “Mes informations personnelles”, on retrouve toutes les informations personnelles relatives à son compte.

MES INFORMATIONS PERSONNELLES

Nom *

▼

Prénom *

Aymeric

Email * Confirmation de l'Email *

aymerick.dieuaid@gmail.com aymerick.dieuaid@gmail.com

Login *

aymeric.dieuaid@gmail.com

Mot de passe * (entre 6 et 10 caractères) Confirmation du mot de passe *

***** *****

ADRESSE :

Société (Si nécessaire pour la livraison)

Adresse 1*

Adresse 2

Code postal *

Ville *

Pays *

France Métropolitaine

N° TVA intracommunautaire

COORDONNÉES :

Téléphone *

Téléphone secondaire

4. Avis

- **Sullivan**

Création de livre photo long. Pour ce qui est des mugs et autre petit accessoire, ceux-ci sont relativement rapides à personnaliser. Avis assez négatif par rapport au dilemme entre facilité de création et la présence de nombreuses fonctionnalités rendant la création de son album très longue.

- **Aymerick**

La personnalisation des produits complexes comme l'album photo ou l'agenda est incroyablement longue... Il y a énormément de personnalisations possibles, et à toutes les échelles : du global jusqu'au page par page. Si l'utilisateur n'a pas au moins une heure devant lui pour faire un album qui lui plaît, il ne devrait pas s'y aventurer. Davantage s'il n'a pas encore téléchargé ses photos.

- **Les Numériques (vieilles versions)**

<https://www.lesnumeriques.com/developpement-photo/comparatif-livres-photo-labos-a231/photoweb-ap172.html>

- Préfère les solutions “logiciels à télécharger” plutôt que “logiciel tout-en-ligne”.
- Long temps d’upload des photos (impact nul).
- Montage tout automatique qu’on modifierait ensuite : DÉCONSEILLE (perte de temps en remise en place).
- Aucune possibilité de retouches photo, même de base. Ni même de rotation image (seulement 90°).

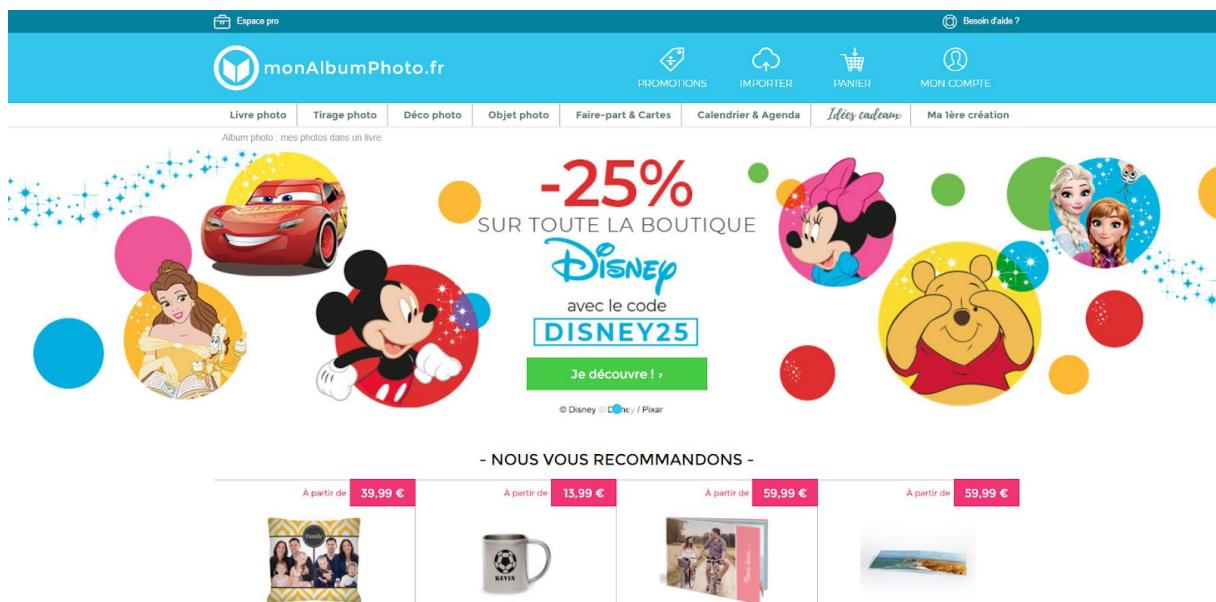
- **focus-numerique.com (anciennes versions)**

<https://www.focus-numerique.com/news/test-du-livre-photo-prestige-de-photoweb-3307.html>

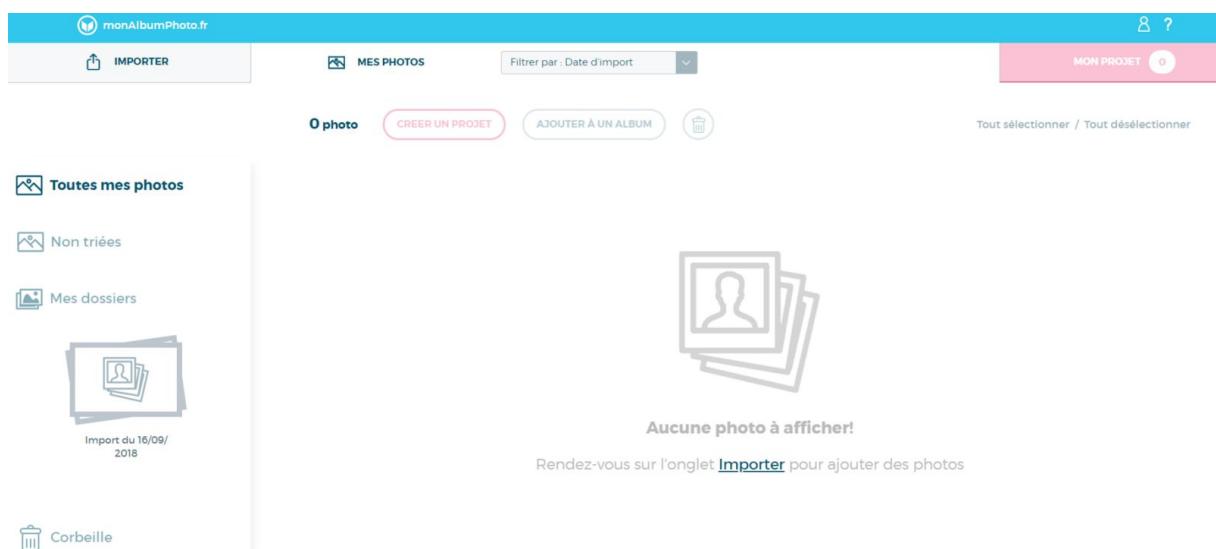
- Extrait : “La phase de création du livre est tout naturellement l’étape critique qui décourage une bonne partie des clients au bout de quelques heures infructueuses. Il faut donc une solution à la fois simple d'utilisation et surtout rapide afin que l'utilisateur puisse apprécier rapidement son travail.”
- Photos provenant d'un Canon EOS 5D Mark II (21MP), transfert très long.
- Toute modification des images en ligne exclut donc le bridage de la créativité.

b. Analyse du site MonAlbumPhoto.fr

Lors de l'arrivée sur le site, on remarque directement le bouton importer. Lorsque l'on clique dessus cela nous amène sur l'onglet mes photos. Si cet onglet est vide, cela nous affiche une phrase « cliquable » et nous redirigeant sur l'onglet photo.

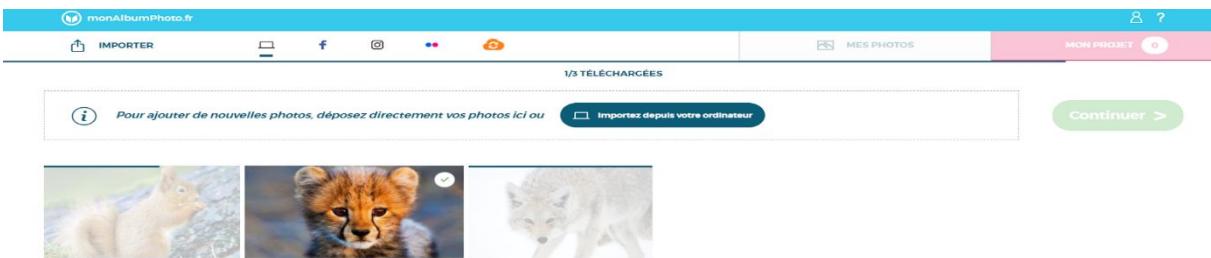
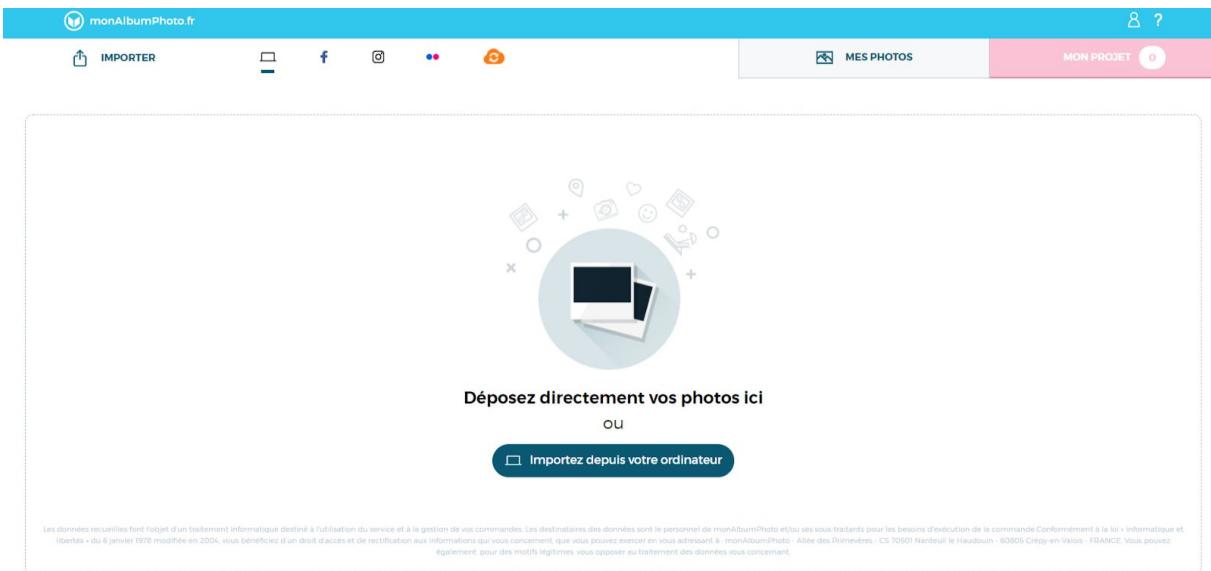


L'utilisateur a le choix de glisser ses photos sur le site ou d'importer depuis l'ordinateur et donc de parcourir les différents dossiers. Les logos de Facebook, Instagram, Flickr et Orange Cloud sont sur cette même page, lorsque l'on clique dessus cela nous propose de se connecter ou bien de s'inscrire au site pour accéder à cette source de photos.



L'utilisateur a le choix de glisser ses photos sur le site ou d'importer depuis l'ordinateur et donc de parcourir les différents dossiers.

Les logos de Facebook, Instagram, Flickr et Orange Cloud sont sur cette même page, lorsque l'on clique dessus cela nous propose de se connecter ou bien de s'inscrire au site pour accéder à cette source de photos.

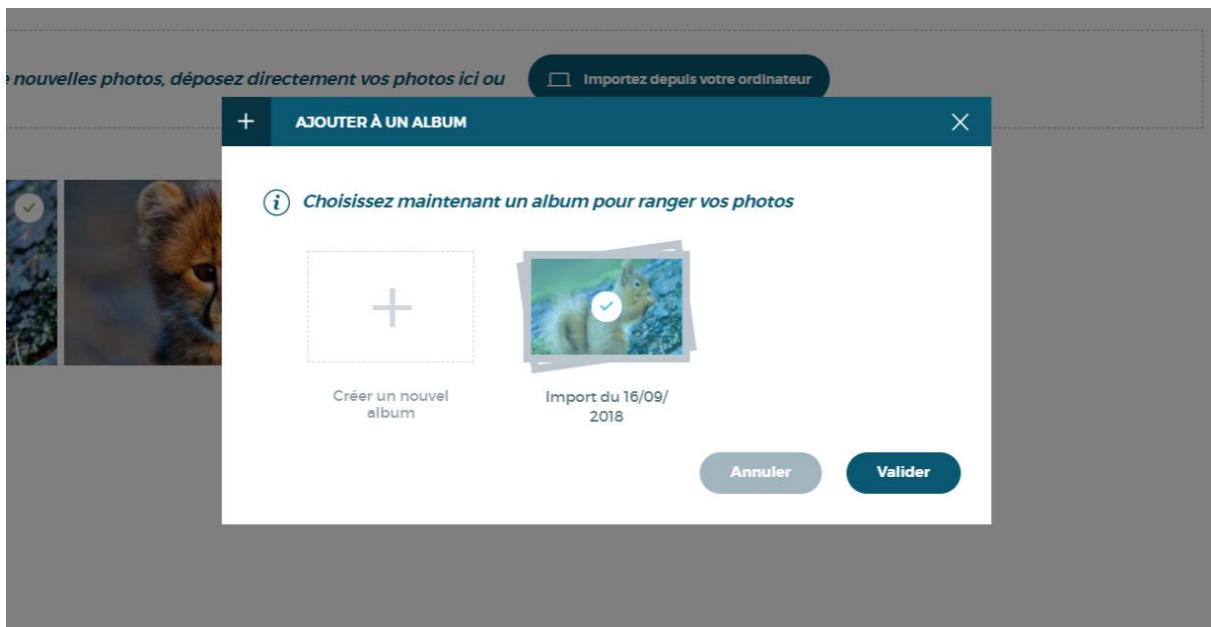


→ Après avoir sélectionné des photos :

1^{er} essai : 10 photos 2,44 Mo 0,71Mbps → 24,12s

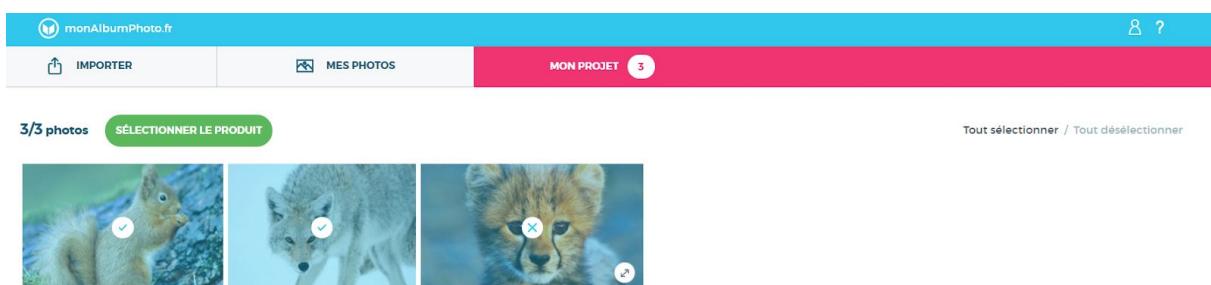
2^e essai : 10 photos 2,44 Mo 0,71Mbps → 23,36s

Affichage très explicite de l'avancée du téléchargement avec une barre montrant l'avancement total avec au-dessus le nombre de photos téléchargées sur le nombre de photos total. Puis pour chaque photo, une barre d'avancement avec une coche verte qui apparaît dans un coin de la photo une fois son téléchargement terminé.



Une fois le téléchargement terminé, nous avons le choix entre ajouter d'autres photos ou continuer (le bouton continuer ayant apparu de manière grisée lors du téléchargement et s'activant une fois le téléchargement terminé).

- Lors du clic sur le bouton continuer, nous avons le choix entre “Créer un nouvel album” ou utiliser celui qui nous est proposé par défaut, ce qui correspond à “Import du” suivi de la date du jour et qui est, par défaut, sélectionnée.
- Créer un nouvel album demande à l'utilisateur de se connecter pour continuer.
- A partir du moment où elles sont téléchargées, même si aucun compte n'a été créé, elles sont enregistrées et on peut y revenir.
- À tout moment, on peut mettre nos photos dans une corbeille qui les gardera pendant 30 jours (possibilité de vider soi-même la corbeille et de la restaurer).
- Nous avons des photos téléchargées (dans un album si on a fait continuer). On peut choisir de sélectionner nos photos pour les mettre dans des albums ou bien pour les rajouter à un projet.



- Lorsque l'on clique sur « Mon projet », toutes nos photos sont sélectionnées et on peut choisir de sélectionner le produit.

The screenshot shows the monAlbumPhoto.fr website interface. At the top, there are navigation links: 'monAlbumPhoto.fr', 'IMPORTER' (Import), 'MES PHOTOS' (My Photos), 'MON PROJET' (My Project) with a notification count of 3, and a user profile icon. Below this, a section titled 'Nos suggestions de produits' (Our product suggestions) displays six items:

- POSTER 40 X 30 CM**: An image of a landscape poster.
- PÈLE MÊLE A4 PAYSAGE**: An image of a photo collage on a landscape background.
- PÈLE MÊLE 50 X 40 CM**: An image of a large photo collage.
- PÈLE MÊLE 30 X 40 CM**: An image of a medium photo collage.
- PÈLE MÊLE A4**: An image of a photo collage in A4 size.
- PÈLE MÊLE 40 X 50 CM**: An image of a very large photo collage.

Each item includes a description of its format, paper type, personalizability, and optional frame, followed by a price starting from (e.g., 'À partir de 6,99€') and a green 'Passer à la création' (Proceed to creation) button.

→ Suivant le nombre de photos sélectionnées, différents produits sont proposés :

- 1 photo : toile photo, poster, tableau chroma luxe
- 2 à 5 photos : poste, pèle mêle
- 6 à 12 photos : calendrier de bureau, calendrier mural, magnets
- 13 à 20 photos : calendrier de bureau, calendrier mural, mini-livre, tirage photo, livre carré

→ Pour la création, par exemple d'un calendrier, on a accès :

The screenshots illustrate the creation tools available on the monAlbumPhoto.fr website:

- Au choix des fonds de couleurs**: Shows a color palette with four squares of different colors (dark blue, beige, pink, light blue).
- Des icônes suivantes des thèmes prédéfinis**: Shows a selection of icons under the 'Nature' theme, including a tree and flowers.
- Une proposition de placement des images suivant leur nombre**: Shows a grid layout for a calendar page with numbered slots (1, 2, 3, 4, 5*) and a 'texte' (text) slot.

- Bouton “Aperçu” puis retour à la création
- Bouton rétablir et annuler
- Possibilité de masquer la zone de découpe (zone dans laquelle les photos risquent d'être coupées)
- Possibilité de sauvegarder (dans ce cas-là on donne un nom à notre création, et on doit ensuite s'inscrire ou se connecter)
- Pour commander ça nous demande de nous inscrire ou de nous connecter

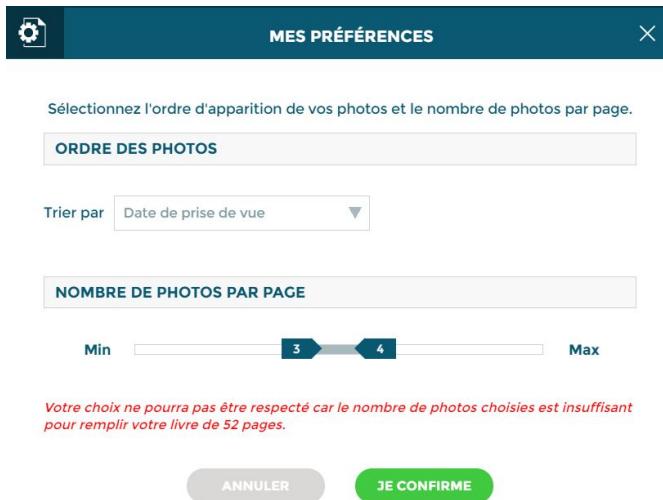
→ Possibilité de rajouter des photos durant la création
→ Possibilité de masquer les photos déjà utilisées

→ Dans le cas du calendrier on peut choisir sa date de début

→ Pour la création d'un livre photo :

→ On nous propose directement de soit créer nous-même de A à Z ou plutôt être assisté.

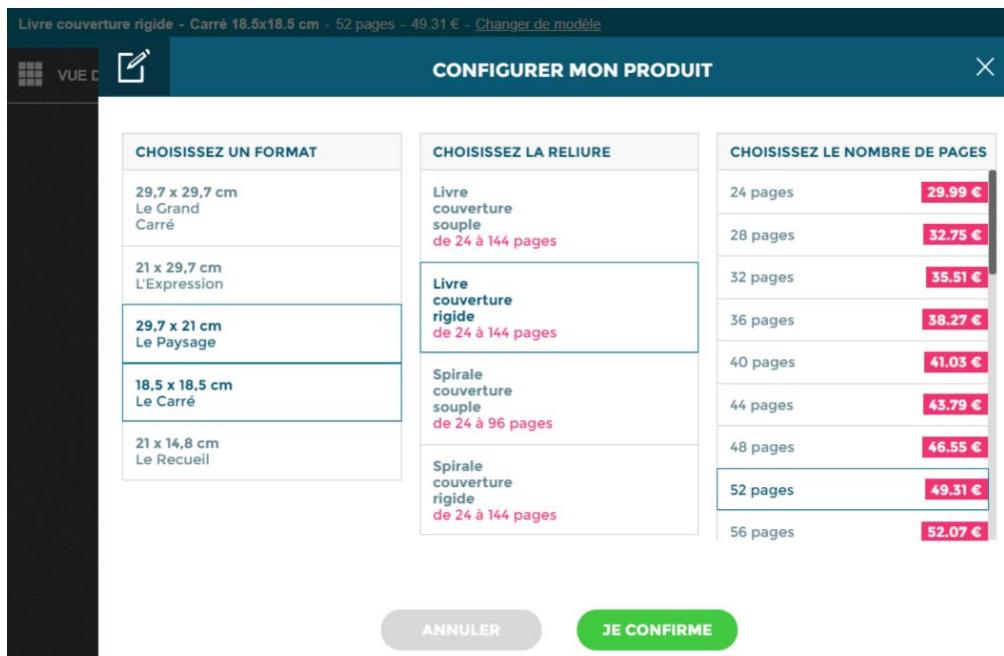
Si on choisit la création auto :



- On nous propose de choisir l'ordre des photos suivant : le nom, la date de prise de vues, la date d'import

- On peut sélectionner le nombre minimum et maximum de photos par page.

→ À tout moment on peut sélectionner un nouveau modèle :



→ Aucune proposition d'objets de décoration : Il faut aller sur le menu d'accueil et les sélectionner.

The screenshot shows the homepage of the 'make MyStory' website. At the top, there's a welcome message 'BIENVENUE DANS VOTRE ESPACE AUDREY !' with a profile icon. Below it is a promotional banner for 'EXCLUSIVITÉ make MyStory' featuring a photo of a family and the text 'Importez vos photos, on s'occupe de tout !'. To the right, a section titled '- DERNIER PRODUIT VU -' shows a 'COUSSIN PERSONNALISÉ' with a family photo, priced at 'À partir de 39,99 €'. On the left, a sidebar titled 'Mon activité récente' lists 'Mes créations (0)', 'Mes photos', 'Mes commandes', 'Mon assistance', 'Mon profil', and 'Offrez un chèque cadeau'. The main content area is titled 'Je commence une création' and features icons for 'LIVRES PHOTO', 'TIRAGES PHOTO', 'CALENDRIERS DÉCORATION PHOTO', 'OBJETS PHOTO', 'FAIRE-PART/CARTE PHOTO', 'NOUVEAUTÉS', and 'IDÉES CADEAUX PHOTO'. A pink box on the right says 'OFFRE DE BIENVENUE Livraison OFFERTE* sur votre 1ère commande' with a link 'En savoir plus >'. A green button says 'Je commence une création >'. At the bottom, a link reads 'Besoin d'aide pour commencer votre création ?'

→ Lors de l'inscription nous arrivons directement dans notre espace personnel.
On peut cliquer sur l'une des catégories pour choisir un modèle et commencer une création.

Des chèques cadeaux sont disponibles sur ce site. C'est lors du moment de paiement qu'il faut renseigner le code de la carte cadeau.