

Rapport écrit:

Projet PJS3 2021-2022

Chihab Abdeldjalel

Maurelet François

Sivanand Nirussan

Balamon Marco

Saavedra Arthur

Groupe 209

Sommaire

Mission 1	
Analyse critique du site existant	3
A A A	
Maquette	12
Mission 2	14
Processus utilisé	14
Analyse et résultats des extractions	15
Tinary se et resurtats des extractions	10
LOT 1 : Evolution des ventes	15
LOT 1: Evolution des ventes	13
LOT 2 : Habitude de consommation	19
Analyse globale des graphiques	26
Conclusion	27

Mission 1

Analyse critique du site existant

Critiques positives:

Le site est conçu avec des couleurs vibrantes qui sautent aux yeux, avec une image de fond qui représente bien l'île en question. Le site est responsif, le rendant plus accessible à travers divers supports. Le positionnement des éléments du site sont plaisants à voir. Les animations de la navbar, créées par la souris lorsqu'on survole les éléments de la navbar, sont classiques certes, mais collent parfaitement avec le thème. Aussi, la transition représentée par la disparition de l'image en arrière-plan lorsqu'on scroll est assez dynamique, poussant les utilisateurs à rester et découvrir le site plus longtemps. La division de la page d'accueil en parties distinctes (ex : "actualités", "agenda", "tourisme à Bréhat" ...) montre que le site est en effet bien structuré et organisé. Il y a plusieurs fonctionnalités accessibles par les utilisateurs rendant l'expérience beaucoup plus agréable. Ils ont aussi pensé à ajouter un bouton qui nous permet d'accéder à la tête de page de manière instantanée sans avoir besoin de scroller. Finalement le site est très axé sur l'information des lieux touristiques afin d'intéresser une plus grande majorité des utilisateurs.

Critiques négatives :

Le site paraît beaucoup trop vide, on voit clairement les blocs apparaître et le vide entre ces blocs. Par exemple, les 6 blocs au milieu de l'écran avec une image en fond de basse qualité ne sont pas de très bons éléments. Il paraît peu probable que l'utilisateur repère des informations supplémentaires. De plus, il y a beaucoup de liens, les boutons au milieu et les liens dans la barre de navigation mènent vers les mêmes informations, ce qui donne une impression de voir toujours les mêmes informations lorsque l'on navigue sur ce site. Lorsque l'on scroll un peu plus bas sur le site, on voit un fond blanc, avec des blocs mal centrés avec un fond blanc rendant l'incrustation pas très agréable au regard. De surcroît, les informations sur le tourisme et la vie de l'île, comme par exemple les aperçus des événements sont tout en bas, cachées et pas très attrayantes. Les liens pratiques sont positionnés tout en bas, avec beaucoup de bulles d'informations, dur pour l'utilisateur de trouver au premier coup d'œil ce qu'il recherche. Encore une fois les bulles d'informations ne montrent même pas un aperçu des événements. En clair, beaucoup d'informations sont difficiles à digérer à l'œil avec un fond très désagréable. On voit aussi 2 boutons superposés qui servent exactement à la même chose, le bouton abonnement, et de newsletter, renforcent cette idée de combler du vide. La rubrique activité et découverte là aussi est, selon nous pas très réussie, certes l'information est là mais ce n'est pas attrayant du tout. En général, le site propose les informations nécessaires mais l'ergonomie est mauvaise, ce qui fait qu'il n'est pas dit que l'utilisateur y accède et le style n'est pas très travaillé (beaucoup de fond blanc, peu de décor sur les boutons, une image de fond comme principale décor a cela sur tous les liens).

De plus, un des blocs d'informations dans la rubrique actualités municipales, plus précisément celle portant sur la coupure de courant, est présent en deux fois.

ACTUALITÉS MUNICIPALES

Réunion publique d'informations générales

Mis à jour le 27/09/2021

L'équipe municipale vous invite à une réunion publique d'informations générales, pour vous présenter le bilan des 15 mois écoulés depuis...

LIRE LA SUITE →

ACTUALITÉS MUNICIPALES

Coupure de courant – vendredi 24 septembre et jeudi 21 octobre

Mis à jour le 23/09/2021

ENEDIS nous informe qu'une coupure de courant aura lieu vendredi 24 septembre 2021 de 9h30 à 12h30 dans les secteurs...

LIRE LA SUITE →

ACTUALITÉS MUNICIPALES

Demandes de logements communaux et sociaux

Mis à jour le 16/09/2021

LOGEMENTS COMMUNAUX : mairie de l'île de Bréhat Le nouveau formulaire de demande d'obtention d'un logement communal est en ligne...

LIRE LA SUITE →

ACTUALITÉS MUNICIPALES

Extension salle polyvalente – mise à disposition de 4 boxes et 2 plateaux de rangement

Mis à jour le 10/09/2021

L'extension de la salle polyvalente sera terminée cet automne. La mise à disposition des 4 boxes et 2 plateaux de...

LIRE LA SUITE →

ACTUALITÉS MUNICIPALES

Coupure de courant – vendredi 24 septembre

Mis à jour le 25/08/2021

ENEDIS nous informe qu'une coupure de courant aura lieu vendredi 24 septembre 2021 de 9h30 à 12h30 dans les secteurs...

URE LA SUITE →

ACTUALITÉS MUNICIPALES

19 août 2021 : Comité des usagers permanents des ports de Bréhat

Mis à jour le 16/07/2021

La réunion annuelle du comité des usagers permanents des ports de la Chambre, de la Corderie et du Port Clos...

LIRE LA SUITE →

Celle intitulée <u>'Le Guerzido : ramassage des poubelles au point de collecte.'</u> est répété dans la rubrique <u>'à la une'</u> et dans <u>'actualités municipales alors qu'elle précise dans les deux rubriques respectives qu'elle n'est lisible seulement dans cette dernière.</u>

ACTUALITÉS MUNICIPALES

Le Guerzido : ramassage des poubelles au point de collecte.

Mis à jour le 28/02/2021

En raison de la fermeture de la voie communale n°2, la tournée de collecte ne peut plus se faire au...

LIRE LA SUITE →



Ensuite, encore dans la rubrique 'actualités municipales' nous pouvons observer l'URL

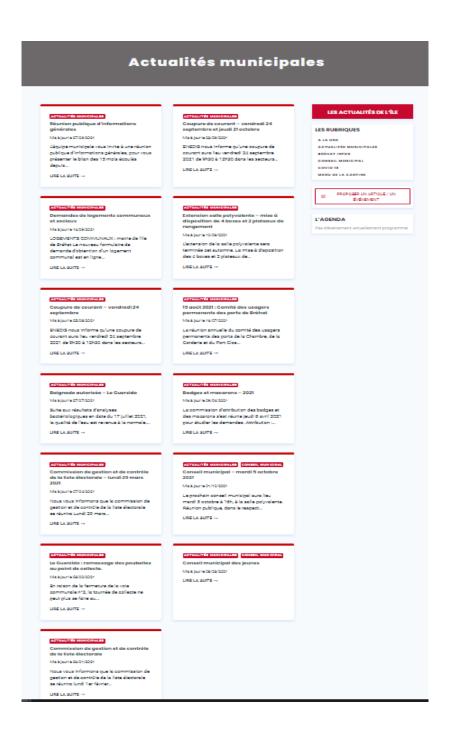
Exemple : si on se situe à la page 3 et que nous cliquons sur le dernier bloc d'info et que nous revenons en arrière, nous pouvons constater que nous n'avons plus accès à tout ce qui se situait au-dessus.

^{&#}x27;https://www.iledebrehat.fr/actualites/' qui passe à

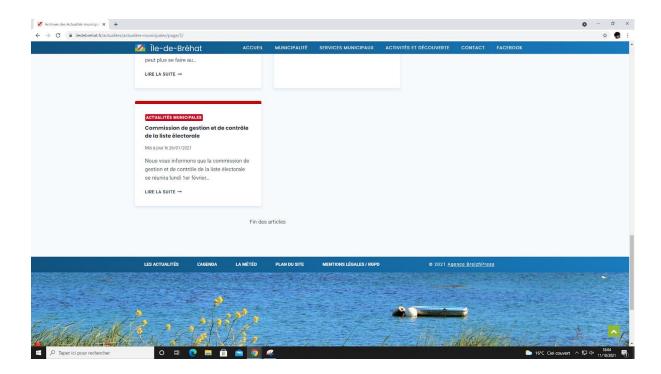
^{&#}x27;https://www.iledebrehat.fr/actualites/actualites-municipales/page/2/' et enfin à

^{&#}x27;https://www.iledebrehat.fr/actualites/actualites-municipales/page/3/' lorsqu'on scroll vers le bas. Si nous nous situons sur la page où l'URL possède 'page 2' ou 'page 3' et que nous cliquons sur n'importe quel lien et que nous revenons en arrière, nous avons plus accès aux pages du dessus.

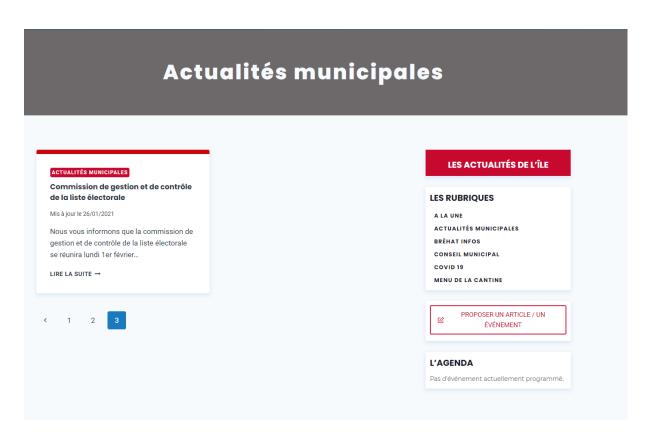
1°) Voici l'intégralité de la page



2°) Nous sommes sur la page 3



3°) la même page après avoir fait un retour en arrière



Il y a aussi un problème de responsivité ou du moins un petit hic qui n'est pas plaisant à voir : dans la page 'culture' du site, nous pouvons voir que leur choix de faire une responsive qui ne met pas les images à la ligne dès qu'elles sont plus petites que le bloc de texte qui suit provoque un énorme blanc sur la page. Ce problème se répète plusieurs fois tout au long de la page rendant la page très vide. Idem sur la page 'Activité et découverte'. Voici un exemple parfait, regardons la page 'l'équipe municipale' :

1°) voici la page normale :

L'équipe municipale

ACCUEIL / MUNICIPALITÉ / L'ÉQUIPE MUNICIPALE



Le maire et les élus



Olivier Carré Maire





Gabrielle Cojean-Prigent 1ère adjointe





François-Yves Le Thomas 2ème adjoint





Dominique Sicher 3ème adjoint



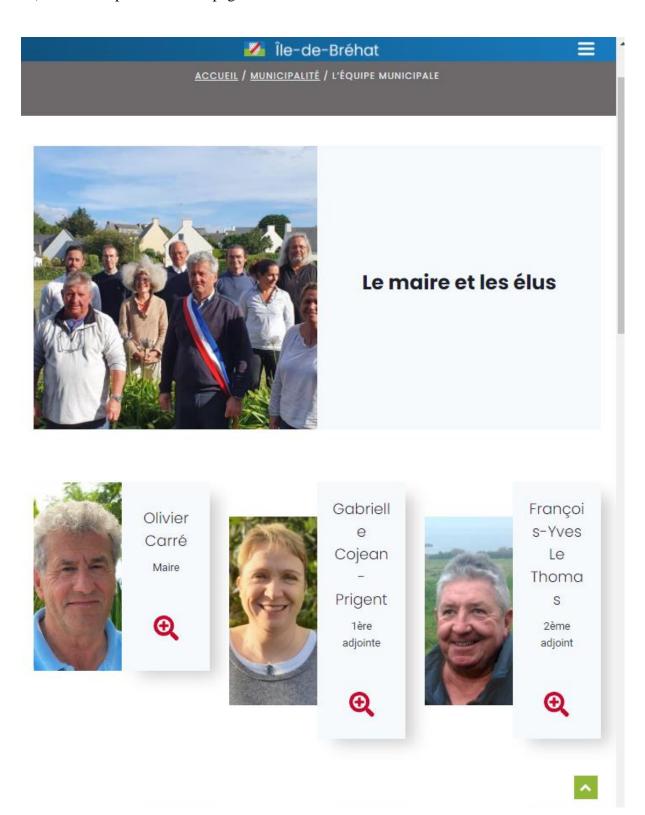


Stéphan Morlevat Conseiller municipal délégué

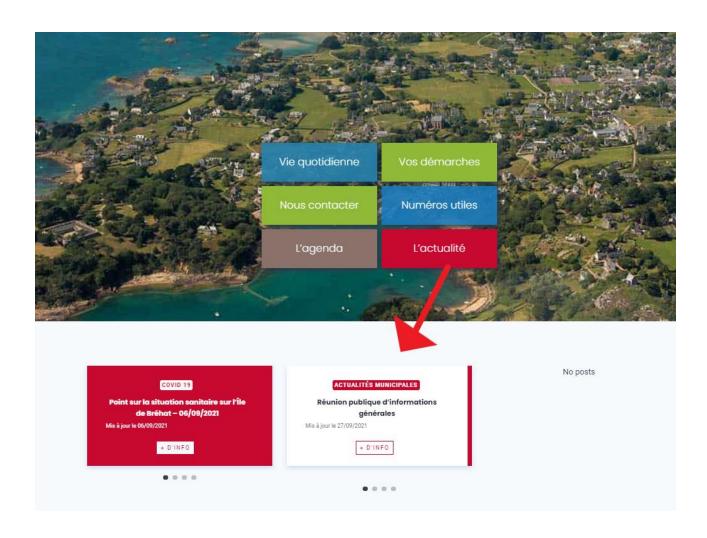


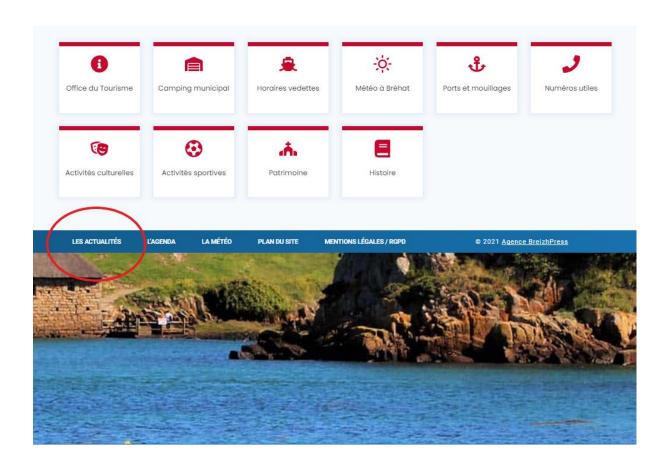


2°) voici la responsivité de la page :



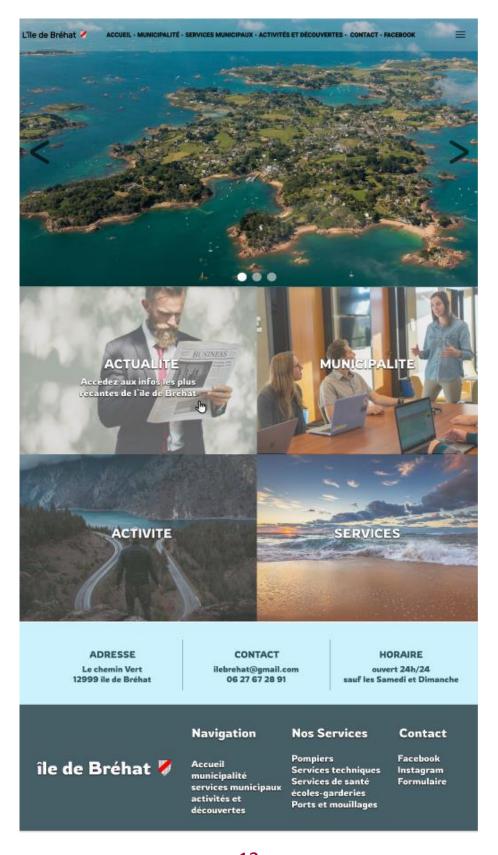
Concernant la page d'accueil, le bouton rouge nommé 'Actualité' ne mène pas à cette page mais nous ramène un peu plus bas vers l'actualité évoquant le COVID-19. Et d'ici nous pouvons accéder à la page sur le corona en cliquant sur '+ d'info' et seulement sur cette page nous pouvons cliquer sur les rubriques et enfin accéder à la page d'actualité. Cependant un bouton nous ramenant de la page d'accueil à la page d'actualité existe. Mais elle est juste cachée tout en bas à droite de la page principale avec une petite police la rendant à la fois laide et inutile.





Maquette

Après avoir critiqué tous les aspects du site actuel, voyons à présent la maquette de notre site, c'est à dire le prototype auquel notre site finale va ressembler :



Comme vous pouvez le voir, notre page d'accueil serai en principe, divisé en trois parties : une navbar accompagnée d'un carrousel d'images montrant l'île de Bréhat en toute sa splendeur, un bloc de quatre images qui soutient la navbar pour la navigation sur le site et enfin un *footer* où on y trouve tout ce qui concerne les services et contacts. Comme vous avez pu le remarquer, nos couleurs sont vibrantes et vous parlent beaucoup plus que le site actuel. Notre site vise à toujours aller droit au but car il n'y a pas de liens redondants mais seulement des liens qui mènent de A à B. Au lieu de mettre l'actualité sur la page d'accueil, nous avons décidé de mettre un lien qui nous redirige vers une page dédiée à cette dernière. Aussi, nos images ne sont que de bonne qualité rendant le site plus agréable pour les usagers. Notre site agirait donc comme guide touristique qui accompagne l'usager de A à Z, sans qu'il soit perdu ou désintéressé.

Mission 2

Processus utilisé

Pour réaliser nos analyses, nous avons modélisé la base de données via des MCD et MLD. Puis implémenter cette base et ajouter les données sur le logiciel "Access". Le sql nous a permis de réaliser la création de la base et l'ajout de données mais il a aussi été utilisé pour réaliser les différentes requêtes que vous nous avez demandé. Les graphiques ont aussi été réalisés avec Access grâce à la création de formulaire.

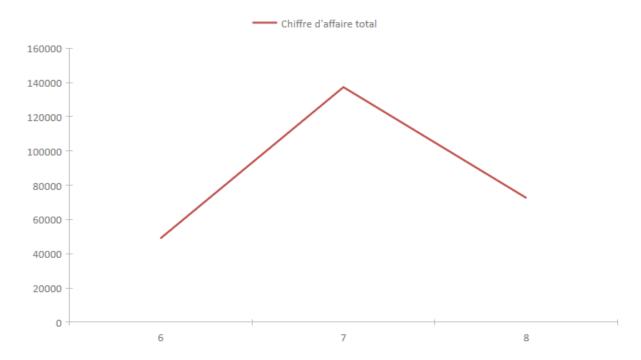
Tout d'abord, dans le but d'obtenir les extractions souhaitées par les experts '4Zem', nous avons dû réparer certains problèmes dans la base de données. Les prix des produits dans la table 'détail ticket' ne concordait pas avec le prix réel des produits (dans la table 'produit'). Nous avons donc pris les prix des produits dans la table 'détail ticket' et nous les avons implémentés dans la table 'produit'. Nous partons du principe que le prix encaissé (prix des détails tickets) est le prix réel du produit. Nous sommes donc passées par une phase de réparation de données. Il est évident que nos graphiques sont basés sur la version corrigée des bases de données.

Analyse et résultats des extractions

LOT 1: Evolution des ventes

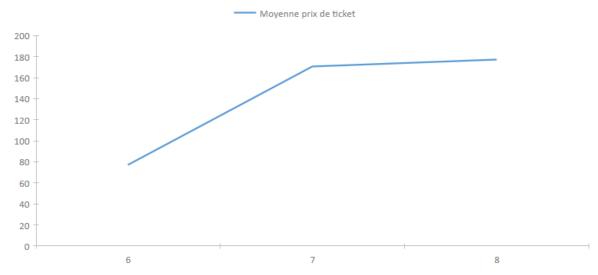
Pour le lot 1, nous avons réalisé des courbes afin de visualiser facilement l'évolution des chiffres d'affaires.

1. Evolution mensuelle du chiffre d'affaires du magasin



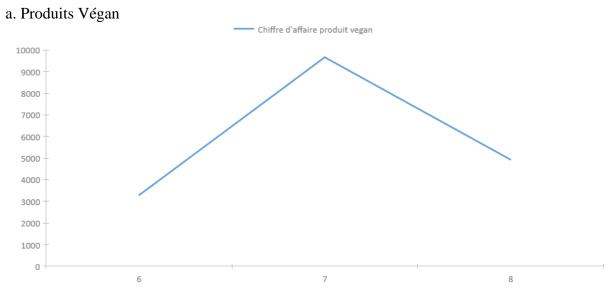
Comme vous pouvez le voir, nous observons l'évolution du chiffre d'affaires (en euros) pendant les mois du juin, Juillet et août. Nous pouvons constater que le chiffre d'affaires varie environ entre 50 000 et 140 000 euros où juillet est le mois où il atteint son maximum. La courbe passe de 50 000 euros en juin à environ 140 000 euros en juillet avec un déclin d'environ 60 000 euros en août. Nous pouvons donc nous demander pourquoi un tel déclin ou pourquoi le chiffre d'affaires atteint son maximum en juillet.

2. Evolution mensuelle du prix moyen des tickets de caisse



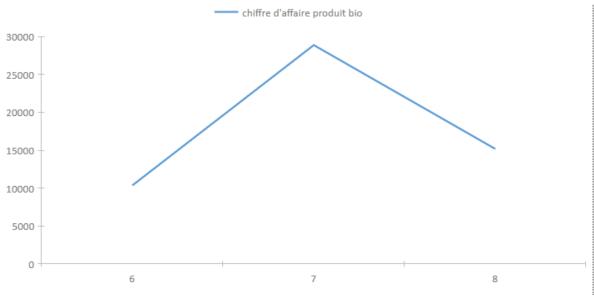
Comme nous pouvons le voir, la moyenne du prix du ticket passe d'environ 80 euros en juin à environ 180 en juillet et stagne jusqu'en août. Or on remarque, en comparant avec le graphique précédent, que le chiffre d'affaires entre juillet et août a diminué mais la moyenne du prix des tickets a stagné. Cela sous-entend une potentielle baisse des ventes qui est probablement due à la diminution du nombre de clients.

3. Evolution mensuelle du chiffre d'affaires des catégories de produits suivantes :

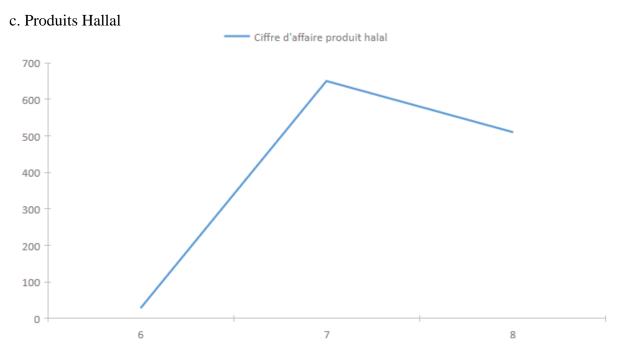


Ici le chiffre d'affaires des produits végan varie de 3000 euros en juin à 10 000 en juillet et finalement à 5 000 en août.

b. Produits Bio

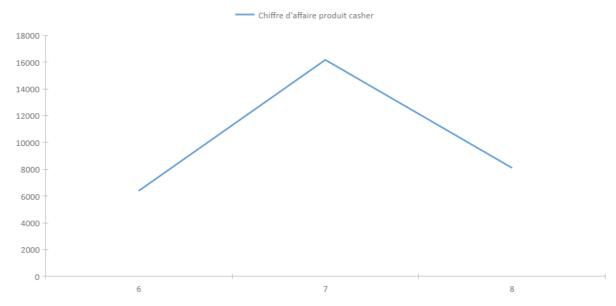


Le chiffre d'affaires des produits bios varie de 10 000 euros en juin à 28 000 en juillet et finalement à 15 000 en août. On peut remarquer que le chiffre d'affaires maximal des produits végan correspond environ au minimum des produits bios.



Le chiffre d'affaires des produits hallal varie d'environ 20 euros en juin à 700 en juillet et finalement à 550 en août. Démontrant ainsi une augmentation du tourisme sur l'île, l'analyse des produits de consommation habituelle (comme les produits hallal liés à la religion) peuvent être un indicateur intéressant des allers-retours sur l'île.

d. Produits Casher



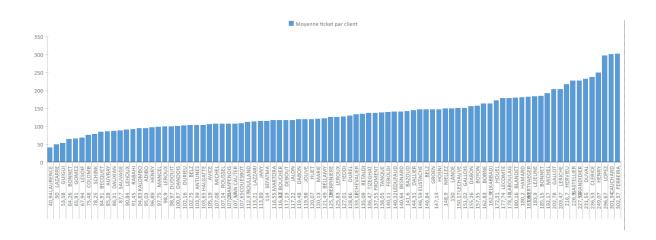
Le chiffre d'affaires des produits bios varie de 7 000 euros en juin à 16 000 en juillet et finalement à 9 000 en août.

D'après tous ces graphiques nous pouvons constater que les produits les plus en demande sont les produits bio.

LOT 2 : Habitude de consommation

Pour le lot 2, nous avons réalisé des histogrammes triés par ordre croissant, pour pouvoir classer les différents clients en fonction de leur fidélité.

1. Prix moyen des tickets de caisse par personne

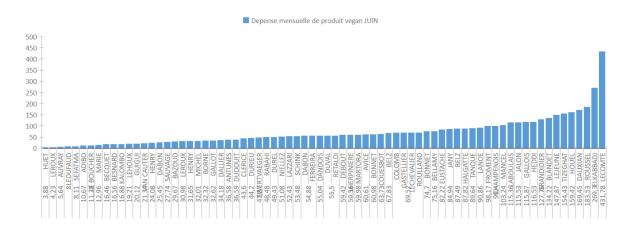


L'histogramme suivant, trié par ordre croissant de prix moyen des tickets de caisse (par personne), nous montre une variation des prix entre 40 et 300 euros environ. On peut aussi observer que la plupart des clients ont une moyenne qui varie entre 100 et 150 euros avec seulement 3 ou 4 clients qui consomment beaucoup plus (environ 300 euros) ou pas du tout (environ 60 euros).

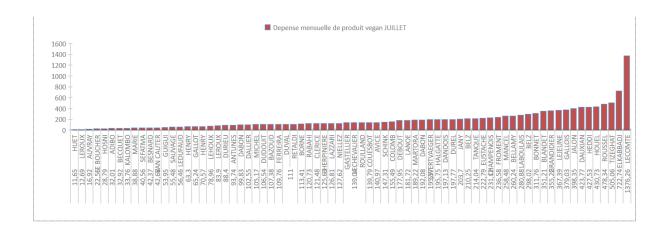
2. Les clients qui achètent des produits des catégories suivantes et leurs dépenses mensuelles associées

a. Produit végan

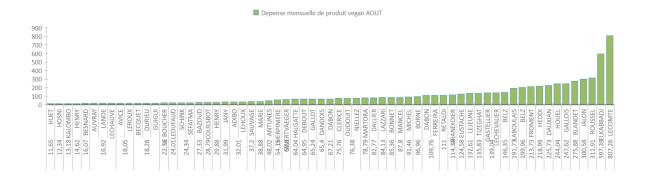
Juin



Juillet



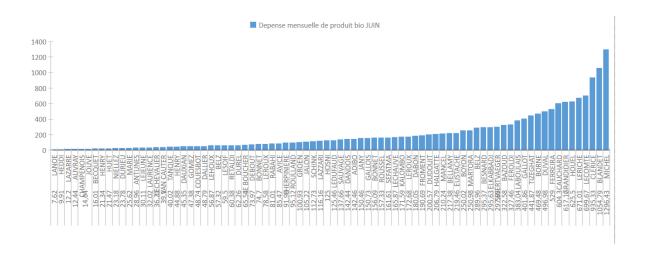
Août



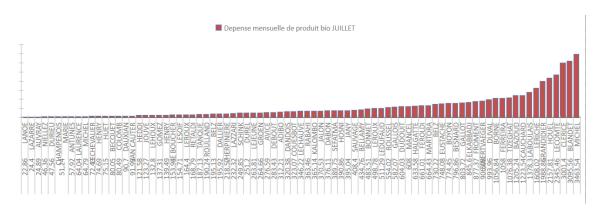
Les trois histogrammes représentent la dépense mensuelle par personne sur des produits végans (entre juin et août). Nous pouvons constater que la quantité des consommateurs de produits végans est assez élevée (environ 80). Basée sur ce que nous pouvons voir, nous pouvons remarquer que la plupart ne se base pas uniquement sur des produits végans (vu la dépense qui ne dépasse à peine 100 euros), mais en consomment quand même. D'autre part, nous pouvons aussi voir que la dépense par habitant reste plus ou moins constante. Seul le dernier individu de l'histogramme (Mr LeComte) dépense beaucoup plus que la moyenne (environ 800 euros).

b) Produit Bio

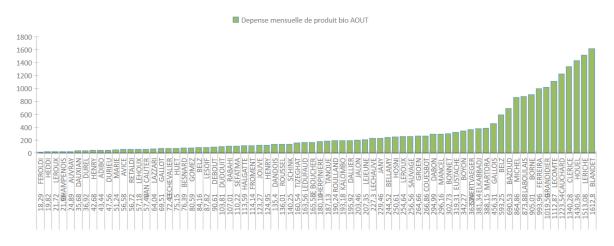
Juin



Juillet



Août

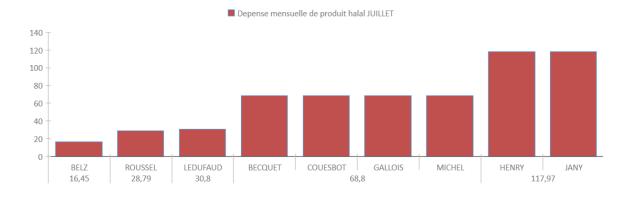


Pour les produit Bio, on constate, malgré une petite baisse au mois de juillet, une très grande popularité tout au long des vacances, surtout au mois d'Août. Nous pouvons aussi constater que les fervents consommateurs de produits bio (les individus de la partie droite de l'histogramme) sont presque toujours les mêmes au fil des 3 mois. D'autre part, le nombre de producteurs reste plus ou moins le même (environ 90 clients) sauf pour le mois d'Août avec une légère baisse (environ 70).

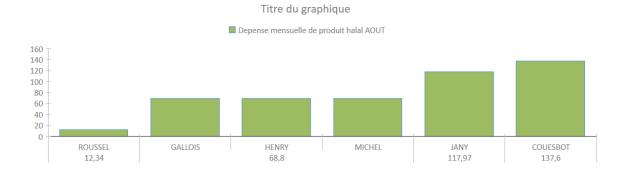
c) Produit Halal



Juillet



Août

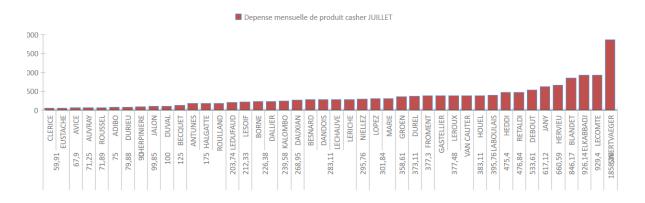


En ce qui concerne les consommateurs de produits halal, il n'y en a pas eu énormément pendant ces trois mois (1 en juin, 9 en juillet et 6 en août). Par rapport aux consommateurs d'autres produits que nous avons vus précédemment, le nombre de clients ci-présent est très bas et fluctue énormément. Nous pouvons alors constater que les produits halal ne sont pas d'une très grande nécessité sur l'île de Bréhat.

d) Produit casher



Juillet





En termes de fluctuation du nombre de clients, nous pouvons observer une certaine baisse entre le mois de juillet et août (d'environ 42 à 28 clients). Encore une fois, nous pouvons constater que les fervents consommateurs de produits cacher sont restés fidèles tout au long des trois mois.

Analyse globale des graphiques

Ainsi, après avoir observé, analysé et constaté les différents histogrammes et graphiques nous pouvons finalement constater que les chiffres d'affaires de chaque type de produits concorde bien avec les dépenses mensuelles de chaque individu. L'augmentation du chiffre d'affaires de chaque produit se justifie soit par l'augmentation de clients (comme pour les consommateurs de produits halal de juin à juillet), ou par la baisse mais avec des clients fidèles qui consomment plus que le mois précédent (consommateurs de produits bio au mois d'août). Cette même conclusion peut être tirée plus ou moins pour la stagnation dans les courbes d'un mois à l'autre : soit le nombre de clients baisse mais les consommateurs dépensent plus ou l'inverse (Les clients augmentent mais consomment un peu moins). Ainsi, nous pouvons donc conclure qu'en prenant en compte les micros-fluctuations dans la dépense dans les différents types de produits que le chiffre d'affaires global de l'île de Bréhat reste tout de même profitable (pour une île) et que ce lieu est assez touristique pour faire varier les dépenses nutritives.

Cependant, d'après certaines recherches nous pouvons aussi ajouter le fait que la population de cette île se nourrit d'une grande part de crustacés et de poissons car ce lieu est assez connu pour la pêche.

Conclusion

Ce projet enrichissant nous a permis de mieux comprendre la gestion de la création d'un site internet promotionnel dans son processus de production de A à Z. Ses deux missions allient à la fois nos compétences de programmation web et de gestion de bases de données, deux compétences très fondamentales pour la réalisation de contenus web. Chacun a pu s'améliorer dans ces domaines, car le but de ce projet était avant tout d'appliquer nos connaissances et d'en apprendre plus. Nous sommes satisfaits de notre rendu final et avons tous, plus ou moins, progressé dans le HTML, CSS, JS. On peut finalement affirmer que ce projet nous a tous permis de progresser et d'apprendre les fondements de la création complète d'un site internet. Ci-après la progression de chacun des membres de l'équipe dans les différents domaines exploités par le projet :

Début du projet (niveaux initiaux) :

	HTML	css	JAVASCRIPT
Abdeldjalel	3/5	3/5	2/5
Nirussan	2.5/5	2.5/5	0/5
Marco	4/5	4/5	2/5
Arthur	3/5	2.5/5	2/5
Francois	1/5	1/5	0/5

Fin du projet (niveaux finaux) :

	HTML	css	SqI	JAVASCRIPT
Abdeldjalel	4/5	4/5	5/5	3/5
Nirussan	3/5	3.5/5	3/5	1/5
Marco	4.5/5	4.5/5	4/5	4/5
Arthur	3.5/5	3/5	4/5	2.5/5
Francois	2/5	2/5	2/5	0.5/5