

Air France

Bouzidi Belkacem - Elhouiti Chakib
Kezzoul Massili

Université de Montpellier

6 novembre 2020

Présentation de l'entreprise

Air France

Objectifs

Le premier objectif d'Air France est de développer son réseau, de développer ses possibilités de destinations tout en réduisant les coûts. Au même temps assurer une prestation de service de haute qualité.

Position sur le marché

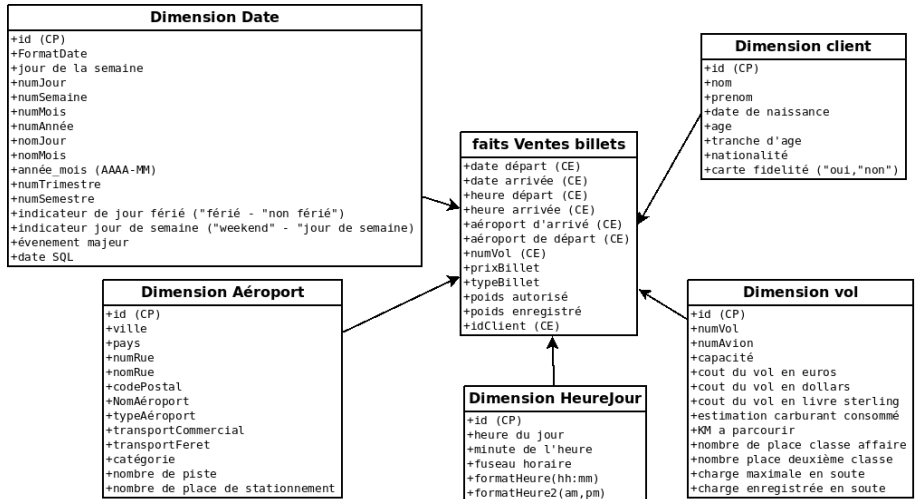
Air France est l'une des leader du transport aérien européen.

Analyse du cas

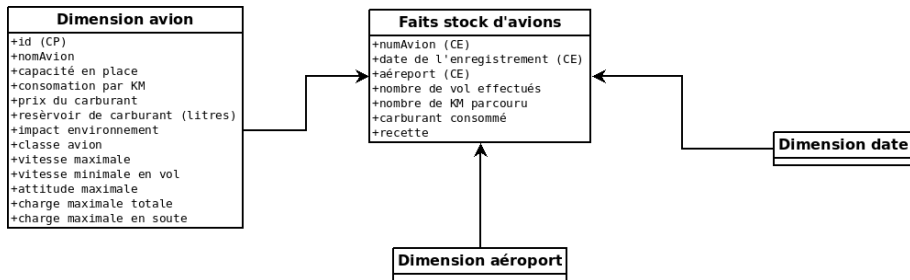
Identification des informations à tracer

- ▶ la date de la vente.
- ▶ le lieux de depart et d'arrivé(distination en vogue).
- ▶ le prix de vente du billet.
- ▶ Nombre de place occupé dans l'avion.
- ▶ rentabilité du vol (revenu/dépenses)
- ▶ La tranche de chaque client.
- ▶ La fidelité de chaque client.
- ▶ Nombre de billets enregistrés pour chaque client
- ▶ position de chaque avion à la fin de la journée (aéroports)
- ▶ consommation d'un avion (carburant et divers coûts)
- ▶ nombre de vol effectués par un avion.

Ventes des billets



Stock d'avions



Requêtes analytiques

blabla

Estimation de la taille de l'entrepôt

Table	Estimation nombre de lignes	Estimation pour une seule ligne	Total
Date	365	120 octets	43,8 Ko
HeureJour	14400	27 octets	38,8 Ko
Avions	554	113 octets	62 Ko
Vols	839500	73 octets	61,2 Mo
Aéroport	308	149 octets	45,9 Ko
Clients	20000000	98 octets	2 Go
Faits Ventes Billets	104000000	74 octets	7,7 Go
Faits stock avions	202210	35 octets	7 Mo

Implémentation des Data-Mart

Création des tables

Création des tables de dimension en premier, ensuite la création des tables de faits.

Vues

Utilisation des vues pour faciliter une requête analytique qui utilise le résultat d'une autre requête (un calcul par exemple).