Mémoire d’entreprise

Refonte des sites

lcl.fr & Joséphine-beauté





Licence lpcm – dev.

Van Horde Thomas

**Remerciements**

**Membres DFO, Ekino et Fullsix France**

Je tiens à remercier respectivement tous les membres de l’équipe DFO (Ekino/Fullsix) qui m’ont aidée, soutenue et encouragé pour la réalisation de ce projet.

Anne-Sophie Diehl et Arnaud Gueras et Cyril Balit pour leurs encadrements au sein de l’équipe DFO.

Daniel De Matos et Thibault Lanssade pour leurs conseils apportés tout au long de l’année.

Fhenon De Urioste et Damien Berseron pour leurs participations et leurs encadrements sur le projet de refonte du site lcl.fr et de création du projet Joséphine.

**Membres de la licence LPCM, université de Cergy-Pontoise**

Je remercie également l’équipe pédagogique et les membres de l’administration de la licence LPCM de l’université de Cergy-Pontoise pour leurs enseignements et leurs écoutes tout au long de l’année.

**Sommaire**

***Remerciements 2***

***Sommaire 3***

***Introduction 4***

**I – Présentation d’entreprises 5**

I.1 Fullsix 5

I.1.1 Fullsix 5

I.1.2 Ekino 6

I.1.3 DFO 6

I.2 Le Crédit Lyonnais (LCL) 7

I.3 Joséphine - Beauté 8

**II - LCL**

**II.1 – Etude de la demande 8**

II.1.1 Objectifs et problématique 8

II.1.2 Etude de l’existant 9

II.1.3 Outils utilisés 11

II.1.3.1 Framework 11

II.1.3.1.1 CSS 11

II.1.3.1.2 JavaScript 13

II.1.3.2 Web-services 14

**II.2 – Travail réalisé 15**

***Glossaire 4***

**Introduction**

Ce document retrace ma participation à un projet lors de mon année d’alternance au sein de l’équipe Développeur Front Office du groupe FullSix France (entité Ekino), du 1 Septembre 2010 au 30 Septembre 2011.

Ma mission au sein de cette unité à été la mise en place et l’utilisation d’outils permettant la mise à disposition de pages statiques avant mise en place dans le CMS de la société avant livraison du site au client final.

Le projet développé dans ce document retrace la refonte graphique des sites lcl.fr et josephinebeaute.fr.

Ces refontes comprennent un changement d’aspect visuel ainsi que l’ajout de comportement lié à de nouvelles interactions avec l’utilisateur.

Ce document n’as pas pour vocation d’être un cahier des charges technique. Ainsi, une présentation exhaustive de tous les aspects techniques, ainsi qu’une synthèse concise des aspects humains et relationnels constituerons ce rapport.

**I - Présentation des entreprises**

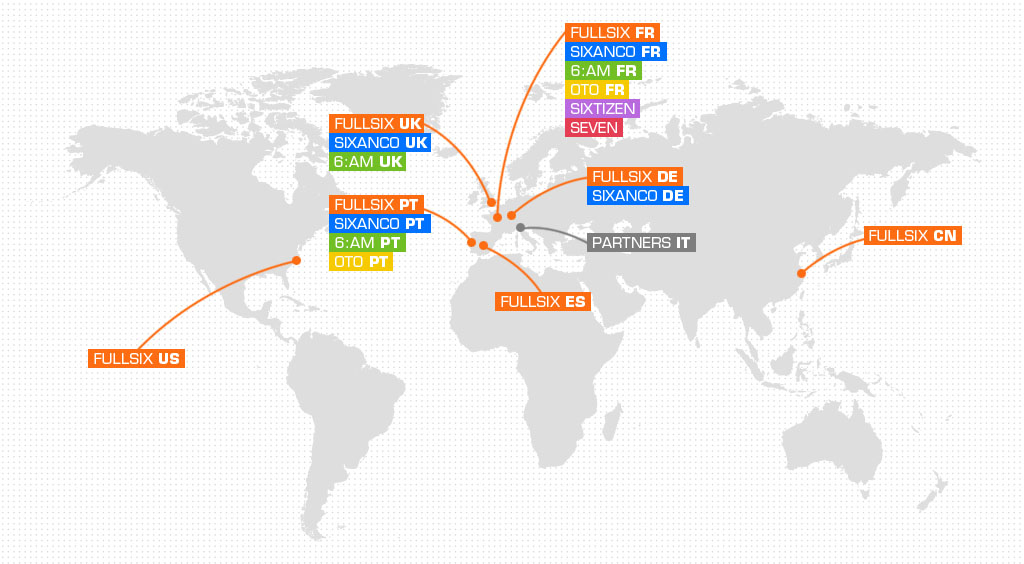
**R:\memoire\res\Logo_Fullsix_Groupe.png**

**I.1.1 – Fullsix**

Le groupe Fullsix, anciennement Grey Interactive, est un groupe indépendant de communication intégrée d’origine française aujourd’hui, comptant parmi dans les 50 plus grands groupes mondiaux. Il a été fondé à Paris par Marco Tinelli en 1998.

Fullsix conçoit, construit et réalise des programmes de marketing permettant à ses clients de bâtir des relations solides et profitables avec leurs propres clients, et ce à travers tous les canaux d'interaction (brochures, mailings, sites web, sms/mms, centre d’appel …).

Le groupe a ouvert 17 agences dans 8 pays (France, Espagne, Portugal, Italie, Royaume Uni, Allemagne, Etats Unis et Chine).



En 2011, il est composé de cinq réseaux internationaux : FullSIX, Grand Union, eKino, 6:AM et OTO Research.

 R:\memoire\res\logo_gu.png R:\memoire\res\sixam-color.gif

R:\memoire\res\oto-color.gif R:\memoire\res\ekino.png

**Clients :**



**Automotive**: Alfa Romeo 2004 - Besa 2009 - Dacia 2007 –Ferrari 2008 - Fiat 2000 - Renault 2007 **Equipment goods**: BHB 2009 Homelights 2009 - Lampe Berger 2008 – VAA 2009 - Whirlpool 2004 **Financial & Insurance services**: AGF 2009 – Alico 2009 - American Express 2009 – AVS Seguros 2009 - Banco Cetelem 2007 - Banco Santander 2007 - Banque Populaire 2008 – Barclay Card 2009 - Besa 2008 – BNP Assurance 2009 - BNP Paribas 2007 – BPCE 2009 - Caisse Nationale des Caisses d'Epargne 2007 – Cardif 2009 - Citibank 2007 - Climatização 2009 - Crédit Agricole 2004 - Crédit Foncier 2007 – CTT Fisher 2009 - Direct Assurance 2008 - Disponis 2006 – e-LCL 2004 - Generali 2008 - Global Finance 2009 - GMF Vie 2007 - Groupama 2004 - La Banque Postale 2007 - LCL 2004 - Malakoff Mederic 2009 - MeilleurTaux 2009 – Montepio 2009 - Orey 2008 – Quilvest - Santander Totta 2007 **FMCG** Actimel 2009 - AOC Corbières 2007 – Barilla 2009 - Bolton 2009 - Carlsberg 2009 – Coca Cola 2004 - Coca Cola Black 2006 - Coca Cola Light 2006 - Coca Cola Zero 2006 - Cofaco 2009 - Custo Justo 2009 - Danone 2003 – Diageo 2009 - Four Roses - Harry’s 2009 –J&B 2008 - JMF 2009 - Kraft 2008 – Lustucru 2009 – Minute Maid 2009 - Nestlé Pet Care 2008 – Nestlé Waters 2008 - Pedras 2009 - Reckitt Benckiser 2005 – Ricard 2009 - Sprite 2009 – Super Bock 2009 - Tanqueray - Unicer 2008 – Unicer Aguas 2009 – Unicer Cerbejas 2009 - Unilever 2007 - Uzo 2008 **Health & Beauty**: Aussie (P&G) - Blooming Babe 2009 – Boehringer 2009 - Ciel 2009 – Essilor 2009 - Exonhit 2009 - Expanscience 2009 - Forte Pharma 2008 – Head & Shoulders (P&G) 2009 – Infarmed 2009 – Korres 2009 – Max Factor (P&G) 2009 - Natura Brazil 2009 - Laboratoires Merck Sharp & Dohme-Chibret 2009 - Novartis 2009 – Olay (P&G) 2009 – Pampers (P&G) 2009 - Pfizer 2007 – Procter & Gamble 2009 - Rogé Cavaillès 2009 - Sanofi Aventis 2007 - Sanogyl 2007 - Sebactiv 2009 – Septodont 2009 - Vania 2007 – Veet 2009 - Somatoline 2009 **High Tech Telecom**: AFSCM 2009 – Bouygues 2009 - Coosh 2008- Coyote System 2009 - GNCN 2009 – Indra 2009 - Microsoft 2006 - NC Soft 2008 - Nokia 2006 - Samsung 2007 - Simplicime 2008 - SFR 2001 - Sony 2007 - Sony Playstation 2007 - Tagsys 2009 - TMN 2003 - Ubisoft 2009 - Vodafone 2004 **Luxury & Fashion**: Charles Heidsieck - Diesel 2009 - Lejaby 2008 - Maceo 2008- Piper Heidsieck - Playtex 2008 – Remy Cointreau 2009 - Wonderbra 2008 Media, **Entertainement & Sport**: Adidas 2007 - Baleska Press 2009 - Betclick 2009 - Brigitte Lahaie 2009 - Casinos 2009 – Clics 2009 - Canal+ 2008 - Cofina 2009 - Conde Nast 2008 - Cotonete 2009 - Disney 2009 – Ecofilms 2009 - El Pais 2009 – Electronic Arts 2009 – Fundación José Manuel Entrecanales 2009 - FullTilt 2009 - Fundación José Manuel Entrecanales 2009 - Goody 2009 - Hachette 2009 - Joa Casino 2009 - Jogos Santa Casa 2008 – Larousse 2009 – LFP 2009 - Martiz 2008 - Media Line 2009 - M6 2007 - M6 Kid 2007 - - Museu Paula Rego 2009 - PMU 2009 - Porto Editora 2009 -Plural 2009- Publico 2009 - Radio France 1998 - TF1 2005 - TVI 2008 **Retail & e commerce**: ATMEL 2009 - Custo Justo 2009 - Etam 2009 - Full circle 2009 - Grand Optical 2005 - Mc Donalds 2001 – Miau 2009 - Modelo Continente Hipermercados 2008 – Monoprix 2009 – Multiple 2009 - Tati 2009 **Services industry**: Apec 2009 - Back 2009 –CASC 2009 - Colissimo 2008 - CTT/Fischer 2008 - DHL 2007 – Digiposte 2009 - EDF 2007 - edp5D 2008 - La Poste 2004 - Moptc 2009 - RTE 2007 Valority 2009 - Weave 2009 Travel: Air France 2008 – Campanile 2009 - Club Med 2007 - Estoril Sol 2009 - Eurostar 2003 - Fram 2008 - Homair 2009 - Hurtigruten 2007 - Idrac 2008 - IGN 2009 – LAN 2009 - Living concept 2009 - Louvre Hôtels 2009 – Mappy 2009 – ODC Portugal 2009 - Pages Jaunes 2009 - Rail Europe 2007 - Rail Team 2007 – Rumbo 2009 – Samsonite 2009 - SNCF 2005 - SNCF Proximité 2008 - SNCF CRM Service 2006 – TAP 2009 - Travel Charm Hotels 2009 – Vida é Bela 2009

…

**I.1.2 – Ekino**

L’entité Ekino constitue la branche technologique du groupe FullSix France.

Celle-ci s’est détachée du nom FullSix fin 2010.

Ekino est spécialisé en conception, développement et en maintenance de produit numérique : Sites web, application mobiles, outils back-office.

L’équipe Ekino est constituée de 120 consultants et développeurs, disposant de plus de dix années d’expériences dans leurs domaines de compétence.

**La gestion optimisée de l’ensemble des chemins consommateurs**

**Brand Engagement**

Notoriété

Dialogue

Interaction

**Acquisition**

Génération de leads

Génération ventes

E-commerce

**Relation**

Up-selling

Fidélité

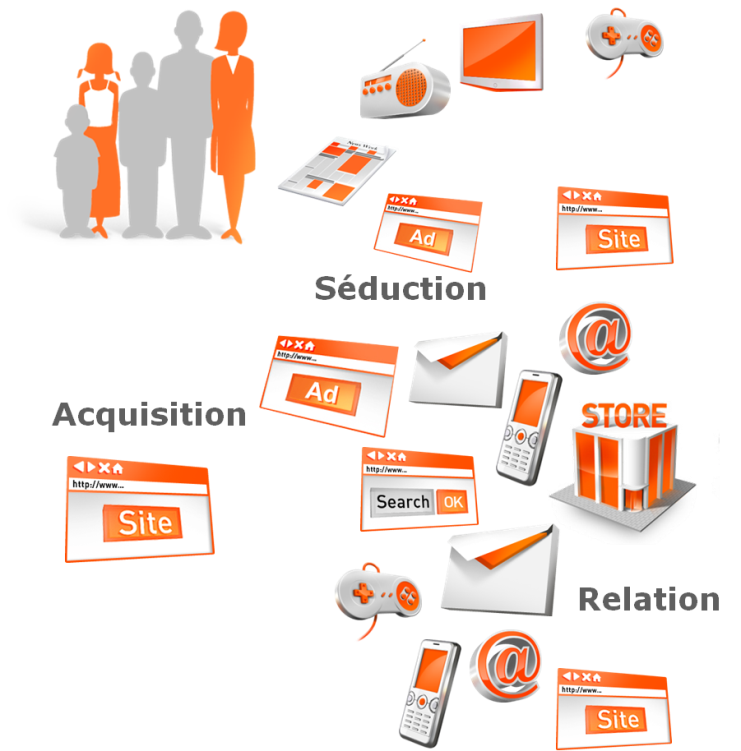
Recommandation

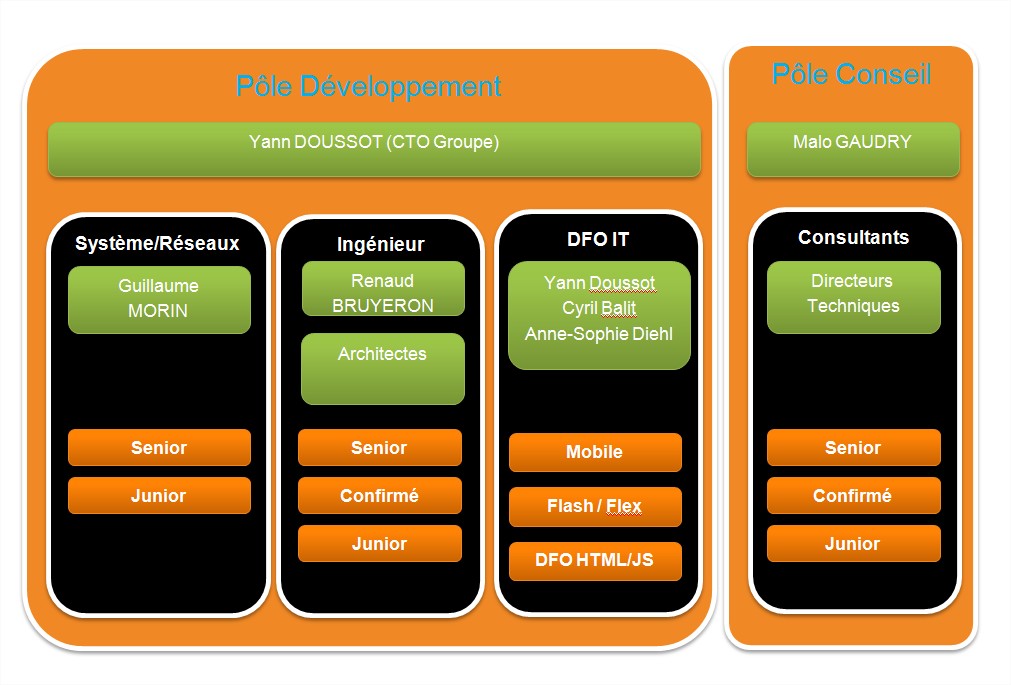
**Mesure de résultats**

Tracking

Panels

Datamining





**I.1.3 – DFO**

L’équipe DFO (Développeur Front Office) est constituée de développeur front-office web (IT) (technologie html/css/js), de flasheur/flexeur, ainsi que de développeur d’application mobile (Android/Iphone).

Cette équipe fait partie intégrante de l’entité Ekino.

Ma place au sein de cette équipe se justifie par mon poste en tant que DFO IT.

Durant cette année d’alternance, il m’a été donné de travaillé sur différents projets de site internet tel que :

* sfrbusinessteam.fr,
* sfr.com,
* disneylandparis-business.com,
* 2012.edf-group.net,
* lcl.fr

…

Avec l’aide de mes collègues, j’ai appris à utiliser durant cette année passé avec eux, les divers outils qui ont été utilisé au sein de ce projet.

**I.2 – Le Crédit Lyonnais (LCL)**

LCL (*Le Crédit lyonnais*), appelé Crédit lyonnais jusqu'en 2005, est une banque française fondée à Lyon en 1863 par François Barthélemy Arlès-Dufour et Henri Germain.

Considérée comme l'un des trois piliers de l'industrie bancaire française avec BNP Paribas et la Société générale (« les trois vieilles »).

Elle fait maintenant partie du groupe Crédit agricole.

Le site internet du LCL à été crée la première fois en 1995,

*(source :* [*http://private.dnsstuff.com/tools/whois.ch?ip=lcl.com*](http://private.dnsstuff.com/tools/whois.ch?ip=lcl.com)*).*

Depuis il à subit divers refonte graphique et technique.



*(site actuel, réalisé par FullSix)*

**I.3 – Joséphine beauté**

Le projet Joséphine beauté représente le projet caritatif 2011 de la société FullSix.

L’association Joséphine s’évertue à rendre accessible aux femmes les plus démunie l’estime de soi.

Créée en 2006 par Lucia Iraci, l’association Joséphine pour la beauté des femmes a pour mission de réconcilier avec leur image, les femmes les plus démunies et de leur redonner plaisir à prendre soin d’elles-mêmes, par le biais d'ateliers de mise en beauté où des soins VIP leurs sont prodigués.

**

Adresse du site actuel :

http://www.josephinebeaute.fr

Blog :

<http://josephinepourlabeautedesfemmes.blogspot.com>

**La fondatrice :**

Lucia Iraci débute sa carrière de coiffeur studio en France il y a trente ans. Très vite son talent est reconnu. Elle travaille sur les séances photos de nombreux magazines français et étrangers et pour les défilés des plus grands créateurs.  
  
En 2000, Lucia réalise son rêve, elle ouvre son salon en plein cœur de St Germain des Près dans un lieu magique préservé de l’agitation et du stress.  
Son credo : vous traiter en V.I.P. qui que vous soyez !  
«Je veux que chaque femme puisse se sentir ici dans la peau d’une star ou d’un top model». Rien n’est laissé au hasard ! Lucia soigne, coupe et colore vos cheveux sur mesure dans un cadre intimiste.  
  
Deux ans après l’ouverture, Lucia puise dans ses origines siciliennes l’inspiration pour créer sa gamme de produits de beauté pour les cheveux. Ses recettes à base d’huiles essentielles et de plantes sont la consécration d’un idéal de beauté au naturel.  
En écoutant les doléances des femmes au fil des jours, Lucia a été amenée à s’interroger sur ce qu’elle pouvait leur apporter. Elle est consciente que le moral et l’image de soi sont intimement liés. Elle crée alors l’association "Joséphine pour la beauté des femmes".

**II – LCL**

**II.1 – Étude de la demande**

**II.1.1 – Objectifs et problématique**

L’objectif principal de la refonte du site actuel est d’améliorer l’expérience utilisateur.

Pour ce faire, le design à été revue entièrement.

Un design plus moderne et plus en lien avec la charte graphique du LCL (plus bleu).

Le ton donné à ce remaniement accentue le ton « web 2.0 ».

Le site comportera de nombreux contenu média tel que des vidéos de présentation des services.

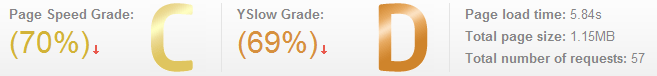
Le site web se verra participatif.

Il comportera une forte interaction avec les réseaux sociaux tels que facebook.

Et les utilisateurs disposeront de la capacité de noter différents contenu du site.

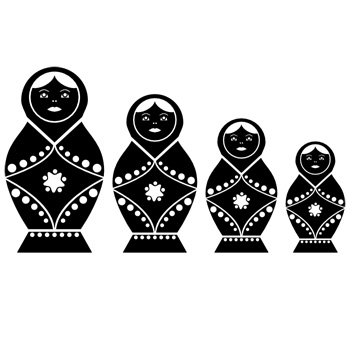
Le site actuel à connu divers modification non prévu initialement.

De faite, son code n’es plus optimisé et apparait gourmand en ressources et long à charger.



*(source :* [*http://gtmetrix.com/reports/www.lcl.com/skcEEDIZ*](http://gtmetrix.com/reports/www.lcl.com/skcEEDIZ)*)*

**Problématique**

Bien que la refonte graphique soit total, le client tien à conserver certaines pages avec l’ancien design. De faite, il est nécessaire de conserver l’intégralité du code utile à son maintien.

Ce maintien de l’ancien, combiné à la refonte rend le code d’autant plus lourd et délicat à optimiser.

*Illustration du phénomène d’encapsulation progressive du code (poupées russe).*

**II.1.2 – Étude de l’existant**

**Javascript**

Le site actuel repose sur le framework JavaScript maison « f6 ».

L’intérêt principal d’avoir à disposition une technologie interne réside dans la maîtrise de bout en bout de la structure, de la méthodologie et de l’anticipation des bugs repéré et corrigé au fil des projets.

**Custom Style Sheet (CSS)**

La customisation du site lcl.com est portée par une ancienne version du framework OOCSS.

Celui-ci à été crée par Nicole Sullivan, ex employé FullSix travaillant désormais chez Facebook.

Cet élément permet le découpage atomique d’éléments de style à appliquer à divers composant de page (ex : bordure, marge, police d’écriture, etc …).

**II.1.3 – Outils utilisés**

**II.1.3.1 – Framework**

**II.1.3.1.1 – CSS**

L’intégralité du code CSS utilisé dans la précédente version sera réutilisée pour être surchargé dans les nouvelles pages.

Ce code se compose des différentes feuilles de styles lié aux blocks de base du site, de la police d’écriture propriétaire LCL, du header, du footer, de la page d’impression (print) et enfin des composants facultatif pour le support des anciennes version de navigateur (PIE.htc).

Cet ensemble est divisé en 12 fichiers différents (dont PIE.htc), pour un poids total de 368ko.

Les nouveautés liées à la refonte du site seront ajouté au sein d’une nouvelle feuille de style (.css)



**II.1.3.1.1 – JavaScript**

La version actuelle du site est propulsée par le framework interne de la société FullSix (f6).

Ce framework met à la disposition de l’équipe de développement un grand nombre de fonctionnalités.

Cependant, suite à l’évolution de la demande, l’introduction du framework open-source « Mootools » à été ajouté.

Celui-ci permet une extension des possibilités d’interactions entre les visiteurs et le site.

Mootools.png

**II.1.3.2 – Web-services**

Le fonctionnement du carrousel implique l’utilisation d’un seul web-service décrit sous le nom « *Push by order* ». Toutefois, les paramètres passés auprès de celui-ci varient ; le tableau ci-dessous propose donc un récapitulatif des principaux cas d’utilisation.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Usages | Paramètres passés au service | | | Zone(s) |
| **Type** | **Start / Date** | **Mode** |
| Suivantes | Au choix | Identifiant du bloc le plus à droite | Next | Droite |
| Précédente  Agenda | Au choix  HP | Identifiant du bloc le plus à gauche  Date du jour | Before  Next  Before | Gauche  Centre et gauche  Gauche |
| A la une  Au mois | Front  HP | Non précisé  Premier jour du 1er mois sélectionné | Next  Before | Centre droite  Gauche |

Le carrousel présente un comportement riche, dont les scénarios listés ci-dessous tentent d’en résumer les aspects les plus importants.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Cas | Etape | Action | Issue |
| A | **1** | L’utilisateur accède  à la page d’accueil | Les remontées à venir s’affichent dans le carrousel |
| **2** | Appel au web-service  (mode « agenda ») |
| B | Pré-requis : scénario A | | |
| **1** | L’utilisateur passe  (mode « à la une ») | Les remontées à la une s’affichent dans le carrousel |
| **2** | Appel au web-service  (mode « a la une ») |
| C | Pré-requis : scénario A ou B | | |
| **1** | L’utilisateur actionne le carrousel à gauche | Les remontées suivantes s’affichent |
| **2** | Appel au web-services  (mode « suivantes ») |
| D | Pré-requis : scénario A ou B | | |
| **1** | L’utilisateur actionne le carrousel à droite | Les remontées précédentes s’affichent |
| **2** | Appel au web-services  (mode « précédentes ») |

**Exemple de flux Json retourné par l’instance :**

**{**

"**push**" : [

{

"title" : {titre-document},

"label" : {label-document},

"path" : {chemin-document},

"domain" : {rubrique},

"date" : {date-document},

"fb" : {lien-facebook},

"images" : [

{

"url" : {url-image},

"link" : {url-lien}

},

{…}

]

"references" : [

{

"url" : {chemin-lien},

"label" : {texte-lien}

},

{…}

]

},

{…}

]

**}**

**III – Joséphine beauté**

**III.1 – Étude de la demande**

**III.1.1 – Objectifs et problématique**

Joséphine est une association qui vient en aide aux femmes et qui est axé sur le bien-être.

Les personnes présentent dans l’association ne sont pas des expertes en web donc notre objectif est de :

* Leur offrir un petit site interactif,
* Facilité la mise à jour,
* Réorganiser le contenu,
* Permettre à l’association de communiquer plus efficacement.

**La problématique** réside dans la conception d’un site attractif tout en disposant d’un budget limité au cadre du domaine caritatif.

Le site doit également promouvoir les valeurs de l’association plus efficacement que l’ensemble site-blog actuel.

**II.1.2 – Étude de l’existant**

Les outils de promotions actuelles (site et blog) disposent d’un contenu épars ne mettant pas suffisamment les valeurs de l’association en avant.

Certains contenu sont présent sur le blog, tandis que d’autre sont sur le site internet.

Le design et la répartition actuel du contenu du site actuel ne se veut pas ergonomique et surtout incomplète. Les dernières actualités se trouvant uniquement sur le blog.

Aucune interaction entre les deux n’est présente.

Les outils de promotions sont à revoir intégralement. Il ne s’agira donc pas d’une simple refonte mais plus d’une fusion des outils utilisés.





*Ci contre, le blog à gauche et le site actuel à droite.*



Logo de l’association à réutiliser.

**III.1.3 – Outils utilisés**

La conception étant intégralement à revoir, les sources du site actuel ne sont pas à réutiliser.

Le projet repartira du début tout en conservant l’esprit du site actuel (charte graphique, contenu, etc …).

**Glossaire**

**DFO** : Développeur Front Office. Le développeur front office à pour unique charge la transposition d’une maquette en élément dynamique au sein d’une page à l’aide de diverses technologies telles que le Html, Css et JavaScript.

**CSS** : Custom Style Sheet. Le CSS est un langage séquentiel permettant la customisation d’une interface graphique par le biais de mots clés.

**Web-service** : Service internet avec lequel des données sont échangé.

**Flux Json** : Format d’échange de données compact.

**Framework** : Un framework est un ensemble de composant, de briques de base composant la base d’une application.

**Header** : Du mot anglais « entête », block correspondant à l’entête d’un site (logo, navigation).

**Footer** : De l’anglais « pied de page », block correspondant au bas de la page (Plan du site, crédit, mentions légales, etc …).

