

République Algérienne Démocratique et Populaire
Université Abou Bakr Belkaid– Tlemcen
Faculté des Sciences
Département d'Informatique

Mémoire de fin d'études

Pour l'obtention du diplôme de Licence en Informatique

Thème

Conception d'un site de E-commerce pour un magasin d'électroménager

Réalisé par

- BENGUEDIH Anouar
- BENACHENHOU Walid

Présenté le 9 Juin 2014 devant la commission d'examination composée de

- M^{me} : DIDI Fedoua. (Encadreur)
- M : ZIANI CHERIF Salim. (Examineur)
- M^{me} : LABRAOUI Nabila. (Examineur)

Année universitaire : 2013-2014

Table des matières

Introduction générale	4
Chapitre 1 Généralités sur le e-commerce	5
1-Introduction.....	6
3- Le commerce électronique [2]	7
3.1- Définition.....	7
3.2- Les opérations commerciales du commerce électronique	8
3.3- Les avantages et les inconvénients du E-commerce	9
a- Les avantages	9
b- Les inconvénients	10
4-Le commerce électronique en Algérie	11
4.1- Les entraves au développement du commerce électronique en Algérie	11
5- Les Boutiques en ligne [4]	12
5.1- Qu'est-ce qu'une boutique en ligne ?	12
5.2- L'objectif de notre PFE.....	12
6- Conclusion	13
Chapitre 2 Notre Application de E-commerce	14
1-Introduction.....	15
2-Les outils et langages utilisés.....	15
3-Structuration du site	17
3.1 –Le modèle client/serveur	17
3.2- Architecture du site.....	19
4-Implémentation	20
4.1-La gestion de la base de données	20
4.1.1-Structure de la base de données	20
4.1.2-Les différentes tables que nous avons créées.....	20
a- La table client.....	21
b-La table produits	22
c-La table commandes.....	23
4.1.3- Connexion à la base de données	24
4.2-Les principales interfaces graphiques	24
4.2.1-Page index.....	24
4.2.2-Exemple d'affichage de produits : (Tous les aspirateurs).....	25
4.2.3-Exemple d'affichage de produits en Promotion.....	27

4.2.4-Exemple d'une page d'un produit : Lave-Linge Samsung	28
4.2.5- Recherche d'un produit.....	29
4.2.6-La page d'inscription	30
4.2.7-Le panier	31
4.2.8-La commande.....	33
5-conclusion	35
Conclusion générale.....	36
Bibliographie.....	37
Liste des figures	38
Glossaire.....	39

Introduction générale

L'expansion de l'Internet provoque des changements profonds au niveau commercial, de la publicité jusqu'à la livraison, tous les détails d'une relation commerciale entre le vendeur et le client passe aujourd'hui par l'Internet, ce dernier met à la disposition de tous les partenaires, tous les outils pour finaliser l'achat et la vente avec succès et en toute sécurité, ce que l'on appelle aujourd'hui le e-commerce.

L'Internet peut être aussi un facteur majeur pour réduire le coût de publicité, et élargir le champ de diffusion de l'information à tout le monde. Ceci en mettant à la disposition du client tout les outils d'aides à la recherche d'informations, la mise à jour des prix et du stock, et les dernières nouvelles de tous les marchés, et à la disposition des vendeurs tous les outils pour commercialiser leur produits.

Le présent rapport comporte 2 chapitres. Dans le chapitre I, nous allons présenter le commerce électronique et ses diverses fonctionnalités.

Ensuite, dans le chapitre II, nous allons entamer la partie réalisation du site et son environnement de développement.

Chapitre 1 Généralités sur le e-commerce

1-Introduction

Avec l'avènement d'internet et des systèmes de paiement en ligne, ce n'est plus tout à fait une surprise que les achats et les ventes se négocient de plus en plus en ligne. En plus du fait que ça facilite grandement la vie des gens, pour ceux qui n'ont pas le temps d'aller faire les courses, ou ceux qui veulent mettre en vente quelque chose ou quelqu'un dont ils n'ont plus besoin, pourquoi le laisser inutilisé, pourquoi ne pas en profiter et faire profiter quelqu'un d'autre. Ci-dessous, quelques notions attenantes au e-commerce sont brièvement exposées.

2-Historique [1]

2.1- Début du E-commerce

Alors que de nos jours, faire des achats ou des ventes en ligne semble être pour nous un geste anodin et banal, ce n'était pas toujours le cas auparavant, notamment lors des tout premiers balbutiements de l'e-commerce. Au tout début, dans les soixante-dix, l'on qualifiait alors d'e-commerce toutes les transactions électroniques et les échanges de données informatisées entre entreprises. À ce moment-là alors, l'on n'échangeait que des factures et des bons de commande électroniques, entre sociétés. C'est seulement dans les années quatre-vingt, avec la prolifération des cartes de crédit et des guichets automatiques des banques (GAB), que ce système de paiement électronique commence à se retrouver petit à petit sur les sites internet. C'est d'ailleurs le fournisseur de matériels informatiques américain Boston Computer Exchange qui expérimente en premier le système d'entreposage de données. Il faudra alors attendre les années quatre-vingt-dix, après la vulgarisation du Web et la mise en place des technologies comme les protocoles de sécurité HTTP et les connexions haut débit. Internet envahit petit à petit le quotidien des ménages et n'est plus réservé à des usages professionnels. La vente en ligne commence alors à se mettre en place.

2.2- Développement du E-commerce

Au début des années deux mille, avec l'arrivée des noms de domaines et des URL, des entreprises américaines et européennes commencent à créer leur tout premier site vitrine, où les produits et les prestations de services y sont présentés, ainsi que commercialisés. Des achats des ventes commencent alors à se faire sur internet, qui plus est avec les paiements électroniques sécurisés, via les cartes bancaires, les internautes se sentent plus rassurés pour ce qui est de la transaction électronique en

ligne. Mais en parallèle aussi, les sites de paiements en ligne comme Paypal et Money bookers ont également vu le jour, rendant encore plus facile et sécurisé les transactions qui se déroulent sur la toile. Et même l'effondrement de la dot-com en 2000, n'a pas découragé les entreprises déjà présentes sur le net, sans compter sur les nombreuses enseignes commerciales qui se créent sur internet, s'inspirant d'EBay et d'Amazon, qui ne sont autre que les grands pionniers de l'e-commerce. Ainsi parmi les articles les plus rencontrés sur les sites de vente en ligne sont : les livres, les supports audio et vidéo, les jeux vidéo, les effets vestimentaires, les produits cosmétiques... Depuis, le commerce électronique s'est largement développé, très facilité aussi par l'explosion du B2B, et touche de nos jours de nombreux secteurs d'activités comme le voyage, l'immobilier, l'assurance, l'automobile, l'informatique, la santé, le bien-être, la décoration, le mobilier, la quincaillerie... En effet, l'e-commerce enregistre plus de 30 milliards d'euros de transaction, rien qu'en 2010 en France et la statistique ne sera qu'en hausse pour cette année.

3- Le commerce électronique [2]

3.1- Définition

Achat, vente et échange de biens et de services sur des réseaux électroniques, particulièrement Internet. Le commerce électronique couvre les trois aspects : d'information sur les produits, de prise de commande et de fidélisation. Les statistiques de ventes sur Internet ne mesurent que les commandes en ligne.

- Les types du E-commerce :

B2B (Business-to-Business)

B2C (Business-to-Consumer)

C2B (Consumer-to-Business)

C2C (Consumer-to-Consumer)

MODELE DE COMMERCE ELECTRONIQUE SUR INTERNET

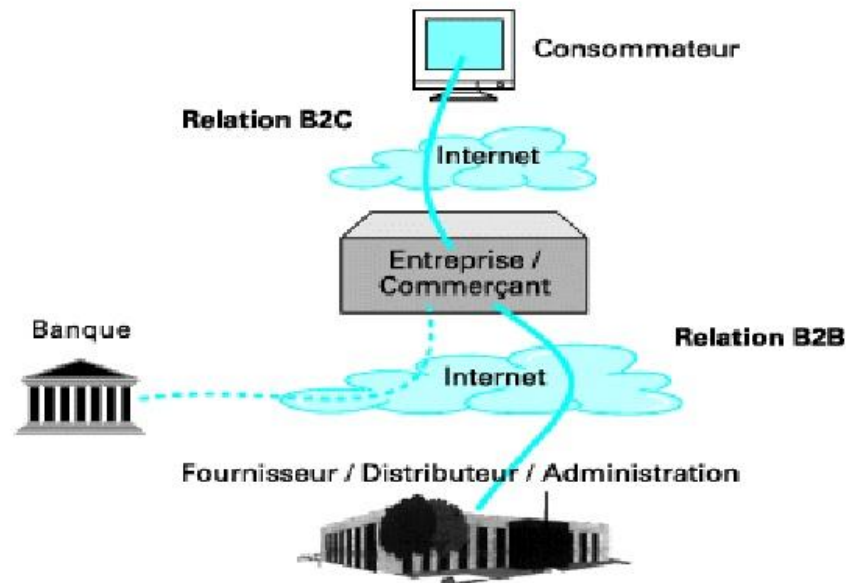


Figure I.1-Modèle de commerce électronique sur internet[3]

3.2- Les opérations commerciales du commerce électronique

En raison des similitudes, les opérations du commerce électronique sont presque aussi étendues que celles du commerce traditionnel. En effet le commerce électronique inclut à la fois des activités traditionnelles (présentation d'information sur un produit) et nouvelles (vente au détail dans des galeries virtuelles et édition d'information numérique). Certaines opérations courantes du commerce électronique concernent l'interaction interentreprises et entreprise- client comme :

L'échange d'information.

Le commerce de biens et de services.

La promotion des ventes et la publicité.

La prestation en direct de contenu numérique.

Le transfert électronique de fonds et le traitement des transactions.

L'échange électronique d'actions.

Le traitement électronique des connaissances

La collaboration interactive.

La gestion de la fabrication.
Le paiement de comptes.
L'approvisionnement public.
Le marketing direct auprès des consommateurs.
La gestion des stocks.
Le service après-vente.

3.3- Les avantages et les inconvénients du E-commerce

a- Les avantages Pour l'entreprise

Il ouvre un nouveau canal de distribution, un circuit complémentaire pour certains produits et services de l'entreprise.

Il permet de couvrir des niches de marché dont l'atteinte serait jugée trop onéreuse par les moyens classiques de commercialisation. Il apporte une plus forte convivialité par rapport à la VPC (vente par correspondance) et à la commande à distance traditionnelle grâce aux multimédias qui regroupent le son, l'image, la couleur, le texte et l'animation.

Il favorise l'interactivité en développant une relation personnelle avec le consommateur ou le client, facilitant la vente « one to one » (personnalisée). Il permet d'envisager des politiques de fidélisation du client à travers une offre de services et à forte valeur ajoutée.

Il facilite les transactions en évitant à l'acheteur de se déplacer.

Il donne la possibilité de réduire les prix publics des produits en éliminant la marge laissée habituellement aux intermédiaires.

L'enregistrement des données via Internet est quasiment automatique et demande peu d'effort.

Il recueille une masse précieuse d'informations sur les habitudes, les besoins de l'internaute. Ainsi, plus l'utilisateur visite le site, plus on apprend à le connaître par des séries de clics. En décortiquant les séances de clic (ou clic Stream), il devient alors possible d'établir des profils de consommateurs permettant d'adapter progressivement le e-marketing du site afin d'en retirer le maximum de profits.

Pour les clients

Et pour les clients les avantages suivants:

Le e-commerce est un excellent outil de présélection.

La recherche du meilleur prix.

Pas de pression de la part des vendeurs.

Un marché de proximité à l'échelle mondiale.

Il offre un gain de temps considérable.

Une offre actualisée (mise à jour régulière).

b- Les inconvénients

Comme chaque outil commercial il présente aussi des inconvénients

Pour l'entreprise

Les entreprises qui ont adopté ce mode rencontrent une résistance psychologique chez certains de ses clients.

L'incertitude et le manque de confiance autour de la sécurisation des moyens de paiement, malgré le fait qu'actuellement les méthodes de cryptage de données assurent une confidentialité quasi parfaite lors de la transaction.

La résistance des intermédiaires (grossistes, distributeurs) qui craignent une destruction d'emplois assortie d'une perte de chiffre d'affaire.

Pour les clients

Il permet le pistage informatique à partir des cookies, c'est-à-dire ces petits fichiers qui identifient l'ordinateur appelant de façon unique afin pouvoir retracer toutes les habitudes d'appel et de consommation.

L'insécurité des paiements et la peur de tomber sur un cybermarchand malhonnête qui ne livre pas.

Le manque de relations humaines et le sentiment d'isolement devant sa machine (cas des internautes peu expérimentés).

Le manque de contact avec le produit.

Les coûts de téléphone.

Les détails et tarifs de livraison.

Les difficultés de recours en cas d'ennuis.

4-Le commerce électronique en Algérie

Si tout le monde n'est pas d'accord sur le niveau du « retard algérien » sur l'Internet et le commerce électronique, il existe un consensus sur les conséquences qu'aurait, à terme, un tel retard. Outre la marginalisation de l'Algérie dans les activités liées aux technologies de l'information un trop grand attentisme pénaliserait les entreprises algériennes. A commencer bien sûr par les entreprises commerciales.

Le passage au commerce électronique constitue un vrai moteur de relance pour l'économie algérienne. Son introduction va permettre aux entreprises nationales de s'engager dans la jungle internationale.

4.1- Les entraves au développement du commerce électronique en Algérie

Dans les pays développés le commerce électronique est très avancé. Ceci grâce aux différentes politiques et actions engagées pour la promotion de ce nouveau mode de transactions commerciales. Cependant si ce concept connaît un réel développement dans les pays avancés au point de constituer une nouvelle culture et un nouveau mode de vie du citoyen, sa présence en Algérie reste modeste pour principalement les raisons suivantes :

a. Un système bancaire non compatible

Le système bancaire Algérien est l'un des secteurs les plus menacés par l'informel. Il est miné d'opérations de corruption et de fraudes. Ainsi que le fonctionnement des établissements financiers algériens se fait d'une manière tout à fait traditionnelle. Aujourd'hui les liquidités du secteur bancaire algérien sont évaluées à plus de 24 milliards de dollars et les réserves en devise étrangère à plus de 80 milliards de dollars.

Mais la majorité des établissements financiers reste rigide et inefficace et les banques publiques gèrent environ 90% des avoirs et prêts bancaires en Algérie.

b. La réglementation et la législation mal adaptées au e-commerce.

c. Une économie dominée par l'informel.

d. Les lourdeurs du système envisagé et la difficile montée du Net.

e. Les habitudes des consommateurs.

Les habitudes du consommateur algérien constituent un sérieux obstacle au développement du commerce électronique. Elles sont caractérisées par :

1. L'usage du commerce à proximité et l'habitude de fréquenter un magasin et faire confiance au gérant ;
2. Des degrés d'autonomie : aide du commerçant ou contrôle des parents pour les jeunes
3. Les traditions sociotechniques telles que : relation à la modernité, aisance et confiance dans l'argent numérique notamment, sont quasiment inexistantes ;
4. Le degré d'acceptation du risque vis-à-vis de la perte ou du vol de la carte de paiement électronique est très minime.
5. Le sentiment psychologique lié à l'argent

5- Les Boutiques en ligne [4]

5.1- Qu'est-ce qu'une boutique en ligne ?

Grace à une boutique en ligne, on peut choisir et payer des articles comme dans un magasin réel. Pour acheter un produit de cette boutique virtuelle, il suffit le plus souvent de choisir les produits désirés puis de les mettre dans un panier d'achat. L'acheteur peut ensuite remplir un bon et payer sa commande par carte bancaire ou par un autre moyen de paiement. La commande sera livrée en fonction du choix de l'internaute et selon les modalités définies par le responsable de la boutique.

5.2- L'objectif de notre PFE

L'objectif du projet consiste à développer un site web dynamique d'une boutique de Matériel nécessaire pour la maison. Ce site permettra de réaliser les opérations suivantes:

- Gérer les relations avec les clients,
- Gérer les relations avec les fournisseurs,
- Gérer les commandes,
- Mettre en place des promotions,
- Gérer les produits (ajouter, modifier ou supprimer des produits),

En effet, ce site donne aux internautes la possibilité de s'inscrire, effectuer leurs achats en ligne, et de recevoir une confirmation immédiate. En plus, les internautes peuvent consulter en ligne le catalogue et toutes ses nouveautés.

6- Conclusion

Au final, le e-commerce est un secteur en pleine croissance, depuis de nombreuses années. Même en cas de crises le secteur connaît une croissance, certes faible et surtout pour le futur, on ne voit pas encore venir de saturation du marché, le nombre de sites ne cesse d'augmenter, et la demande ne baisse pas. Pour nous étudiants en informatique, c'est un marché plein de perspectives comme on peut le voir dans les nouveaux emplois comme concepteur de sites et qui est d'ailleurs à la base de formations spéciales en informatique.

Chapitre 2 Notre Application de E-commerce

1-Introduction

Nous avons choisis de développer une interface graphique simple et attirante pour que le client soit à l'aise et achète le maximum de produits. Dans ce qui suit, on va présenter l'environnement de travail dans lequel nous avons développé notre application.

2-Les outils et langages utilisés



- HTML (Hypertext Markup Language)[1]: est, après une traduction littérale de l'anglais, un langage hypertexte à balises (ou marqueurs). Cela veut dire que l'on va gérer la façon dont un texte va s'afficher au sein du navigateur. Ainsi, on peut voir dans tout code source HTML en comparaison d'un éditeur de texte, des différences marquantes, comme des balises dans une page Web.
- CSS (Cascading Style Sheets)[2]: est un langage déclaratif simple pour mettre en forme des pages HTML ou des documents XML. Le langage CSS permet de préciser les caractéristiques visuelles et sonores de présentation d'une page Web.



- PHP: (Hypertext Preprocessor)[3]: langage de programmation contenu dans des pages Web et exécuter sur les serveurs, ils renvoient directement le résultat vers le client qui ne peut jamais voir le code source. Permet de créer des pages Web dynamiques.



- **MYSQL [4]:** un serveur de bases de données stocké les données dans des tables séparées plutôt que de tout rassembler dans une table. Les tables sont reliées par des relations définies, qui rendent possible la combinaison des données entre plusieurs tables durant une requête. Le SQL dans « MySQL » signifie ‘Structured Query Langage’ : le langage standard pour traitement de bases de données.



- **jQUERY[5]:** est un Framework développer en javascript qui permet notamment de manipuler aisément la DOM, d'utiliser AJAX, de créer des animations...
La vocation première de ce Framework est de gagner du temps dans le développement des applications.



- **WAMPSEVER[6]:** WAMP est un acronyme qui signifie pour Windows, Apache, MySQL et PHP (ou Perl ou Python). Il s'agit d'une plate-forme de

développement Web qui définit le système d'exploitation (Windows), le serveur Web (Apache), base de données (MySQL), et langage de script (PHP, Python...)



- **SUBLIME TEXTE [7]**: est un éditeur de texte générique codé en C++ et Python, disponible sur Windows, Mac et Linux. Le logiciel a été conçu tout d'abord comme une extension pour Vim, riche en fonctionnalités.



- **FASTSTONE CAPTURE[8]** : est un logiciel de capture d'écran léger mais qui est également capable de capturer un document à scroller dans n'importe quelle application.

Il nous est donc possible de faire une capture - par exemple - d'une page web entière dans IE, Firefox ou Opera, ou encore un document Word, ou même le contenu d'une liste déroulante dans un logiciel. Sa prise en main est simple avec son interface graphique intuitive et conviviale.

3-Structuration du site

3.1 –Le modèle client/serveur

Le Web est un système basé sur le modèle client-serveur dont le fonctionnement s'apparente à des relations client-fournisseur. L'ordinateur personnel, doté de son logiciel de navigation (Internet Explorer, Firefox...), joue le rôle du client. Les ordinateurs distants sur lesquels sont hébergés les sites web sont des serveurs. Clients et serveurs, connectés au réseau Internet, communiquent entre eux.



Figure II.1–Schéma de représentation la relation client/serveur

Lorsque l'on saisit l'adresse d'un site web - appelée URL - dans son navigateur ou que l'on clique sur un lien hypertexte, le navigateur envoie une requête au serveur qui va la traiter et lui renvoyer via Internet les données demandées (page web, image, vidéo...). Le navigateur interprète les données reçues et les affiche à l'écran.

Dans le cas de notre site (site dynamique)

A partir de la demande du client, le serveur interroge une base de données, récupère les données souhaitées, construit la page, la retranscrit en HTML, puis la renvoie au client.

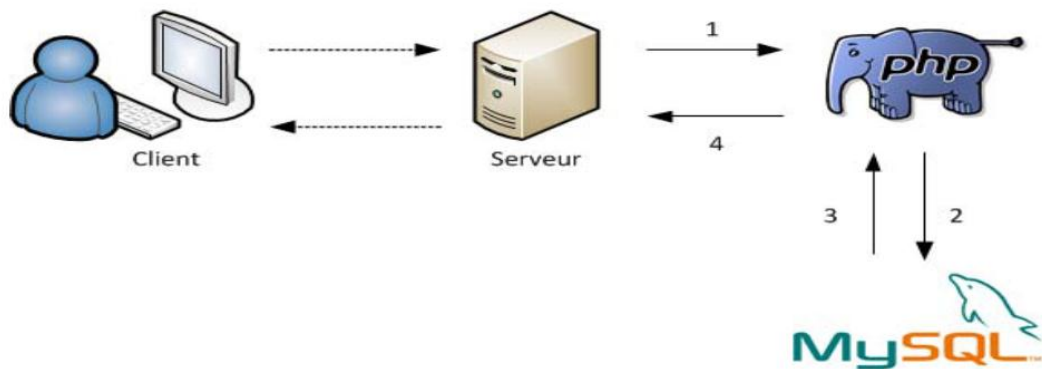


Figure II.2- Les langages utilisés par le serveur et son fonctionnement

Voici exactement ce qu'il peut se passer lorsque le serveur a reçu une demande d'un client qui veut commander des produits :

1-le serveur utilise toujours PHP, lui fais donc passer la demande.

2-PHP effectue les actions demandées et se rend compte qu'il a besoin de MySQL, en effet, le code PHP arrivé à un endroit va demander à MySQL d'enregistrer la commande. Il fait donc passer le travail à MySQL.

3-MySQL fait le travail que PHP lui avait soumis et lui répond OK, c'est bon !

4-PHP renvoie au serveur que MySQL a bien fait ce qui lui était demandé.

3.2- Architecture du site

La structuration du site web consiste à bâtir l'architecture globale du site web en organisant les différentes informations.

Il s'agit dans un premier temps de faire l'inventaire des contenus du site web et de les regrouper par thématique afin de constituer des rubriques, on parle alors de rubricage.

Dés lors que les principales rubriques sont identifiées (on veillera à ne pas dépasser une dizaine de rubriques principales), il faut alors déterminer leur organisation et leur découpage en sous-rubriques, la plupart du temps l'architecture du site peut se représenter sous la forme d'une arborescence dont la racine est la page d'accueil :

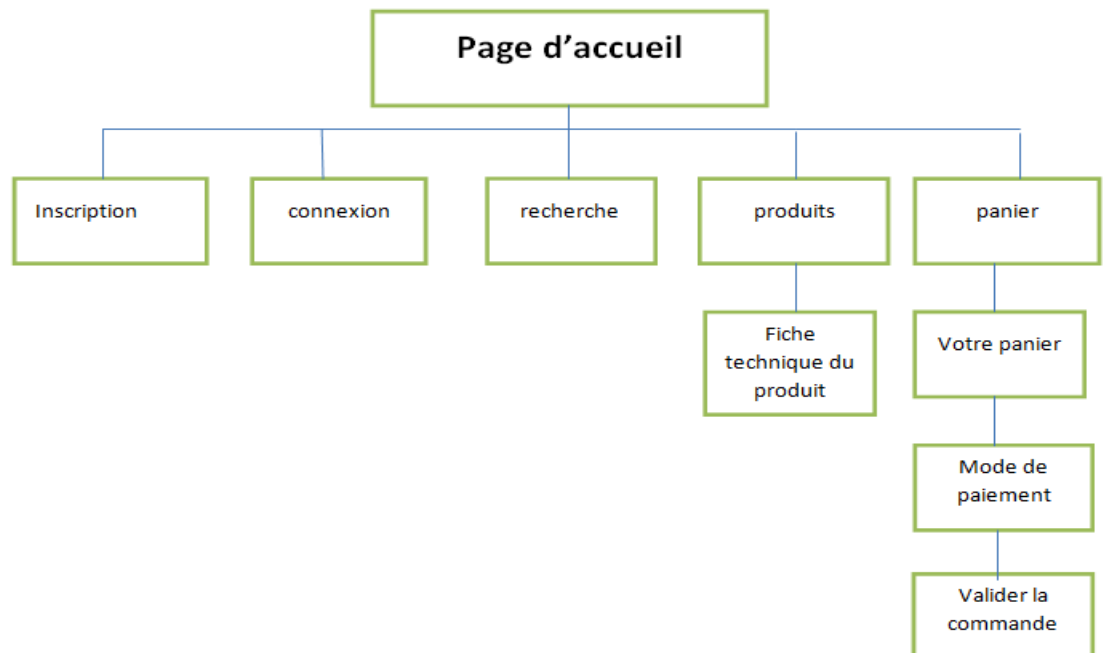


Figure II.3– L'architecture globale du site 'Maison'

4-Implémentation

Dans cette partie on va présenter notre site en commençant par la base de données et ensuite l'interface graphique.

4.1-La gestion de la base de données

Bien entendu tout site de e-commerce a nécessairement besoin d'une base de données ou ce qu'on appelle un système d'information qui va contenir toutes les informations sur les produits mais aussi les clients. Le tout a été organisé comme suit :

4.1.1-Structure de la base de données

La Figure 5 suivante montre les tables de la base de données, la relation entre les tables, et les cardinalités.

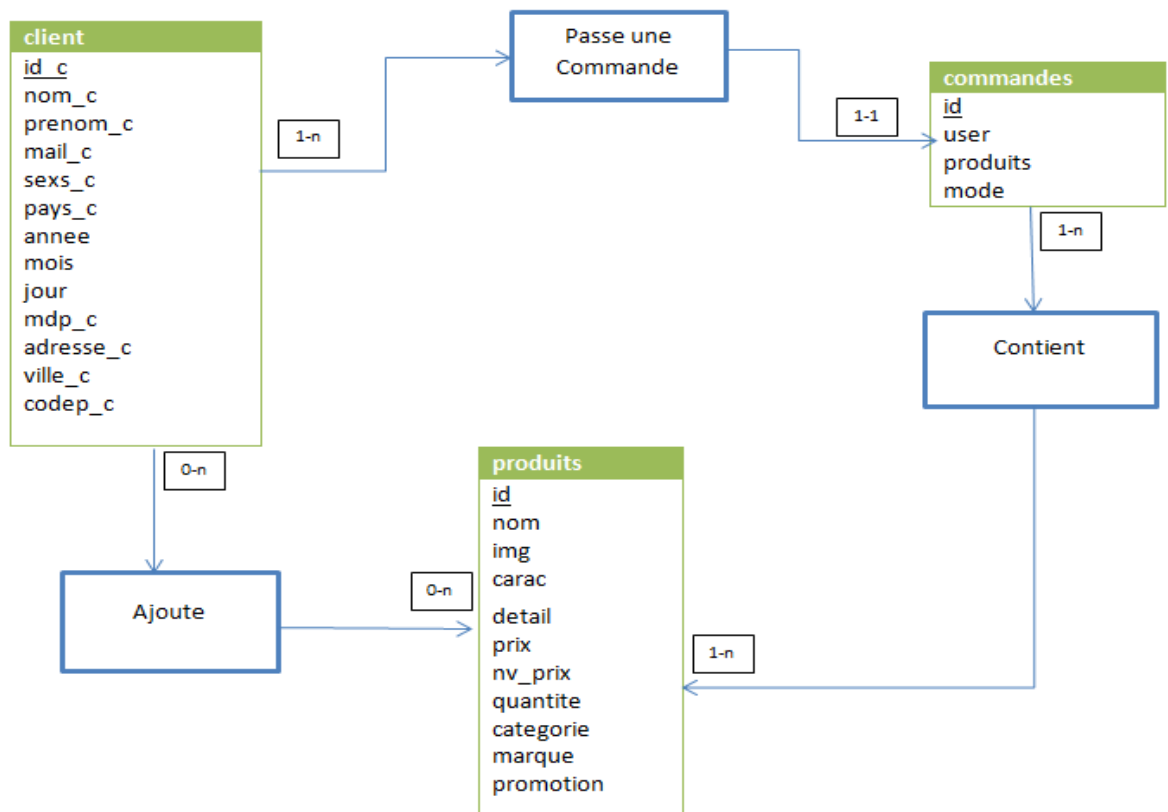


Figure II.4- Schéma démonstratif de la base de données.

4.1.2-Les différentes tables que nous avons créées

Nous avons choisis le nom bdd comme nom de notre base de données qui contient 3 tables :

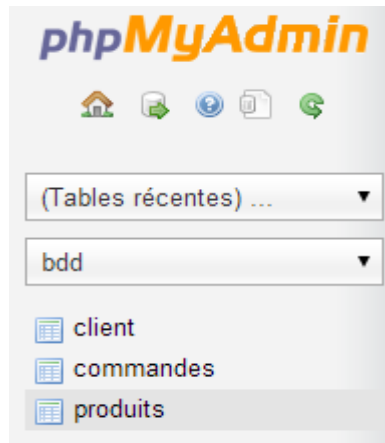


Figure II.5-Le nom de la base de données et les différentes tables.

Table ▲	Action	Lignes	Type	Interclassement	Taille	Perte
<input type="checkbox"/> client		28	MyISAM	utf8_general_ci	4,6 Kio	-
<input type="checkbox"/> commandes		4	InnoDB	utf8_general_ci	16 Kio	-
<input type="checkbox"/> produits		42	MyISAM	utf8_general_ci	459,1 Kio	20 o
3 tables	Somme	74	InnoDB	utf8_general_ci	479,6 Kio	20 o

Figure II.6- La structure de la base de données.

a- La table client

La table Client représentés comme suit :

#	Nom	Type	Interclassement	Attributs	Null	Défaut	Extra	Action
<input type="checkbox"/> 1	id_c	int(11)			Non	Aucune	AUTO_INCREMENT	
<input type="checkbox"/> 2	nom_c	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 3	prenom_c	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 4	mail_c	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 5	sexe_c	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 6	pays_c	varchar(20)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 7	pseudo_c	varchar(20)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 8	annee	int(11)			Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 9	mois	varchar(50)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 10	jour	int(11)			Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 11	mdp_c	varchar(20)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 12	adresse_c	text	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 13	ville_c	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/> 14	codep_c	int(11)			Non	Aucune		

Figure II.7-La structure de la table Client.

C'est la table qui regroupe les informations de chaque client, elle comporte 14 attributs :

- ✚ id_c : c'est le numéro identificateur d'un client, il est de type automatique, il incrémente après l'inscription d'un nouveau client.
- ✚ nom_c, prenom_c, mail_c, sexe_c, pays_c, annee, mois, jour, adresse_c, ville_c, codep_c : sont les informations nécessaires pour faciliter le contact avec le client, tous ces informations sont enregistrées après l'inscription d'un client.
- ✚ pseudo_c, mdp_c : sont les informations nécessaires qui permettent au client d'ouvrir un compte et de se connecter.

b-La table produits

La table Produits représentés comme ci-dessous :

#	Nom	Type	Interclassement	Attributs	Null	Défaut	Extra	Action
<input type="checkbox"/>	1 id	int(11)			Non	Aucune	AUTO_INCREMENT	
<input type="checkbox"/>	2 nom	varchar(50)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	3 img	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	4 carac	text	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	5 detail	text	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	6 prix	int(11)			Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	7 nv_prix	int(11)			Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	8 quantite	int(11)			Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	9 categorie	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	10 marque	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		
<input type="checkbox"/>	11 promotion	int(11)			Non	Aucune		

Figure II.8- la structure de la table Produits.

C'est la table qui regroupe les informations de chaque produit, elle contient 11 attributs :

- ✚ id : c'est la clé de la table de type identificateur automatique, il s'incrémente après l'ajout d'un nouveau produit.
- ✚ nom : c'est le nom du produit, il est de type caractère.
- ✚ img : c'est l'image du produit, il est de type caractère, car il caractérise le nom de l'image.

- ✚ **carac** : c'est la phrase de forme publicitaire qui accompagne tout produit et il est de type texte.
- ✚ **detail** : tous les détails et les options d'un produit, et il est de type texte.
- ✚ **prix** : c'est le prix du produit ; il est de type entier.
- ✚ **nv_prix** : c'est le nouveau prix du produit si ce dernier est en promotion, il est de type entier.
- ✚ **quantite** : c'est la quantité de stock d'un produit, et il est de type entier.
- ✚ **categorie** : il caractérise la catégorie d'un produit, il est de type caractère.
- ✚ **marque** : il caractérise la marque d'un produit, il est de type caractère.
- ✚ **promotion** : c'est lorsqu'un produit est en promotion, il est de type entier
Si promotion=1 alors le produit est en promotion.
Si promotion=0 alors le produit n'est pas en promotion.

c-La table commandes

La table Commandes représentés est comme suit :

#	Nom	Type	Interclassement	Attributs	Null	Défaut	Extra	Action
1	<u>id</u>	int(11)			Non	Aucune	AUTO_INCREMENT	Modifier Supprimer Affiche les valeurs distinctes Primaire Unique Index ▼ plus
2	user	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Affiche les valeurs distinctes Primaire Unique Index ▼ plus
3	produits	text	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Affiche les valeurs distinctes Primaire Unique Index ▼ plus
4	mode	varchar(255)	utf8_general_ci		Non	Aucune		Modifier Supprimer Affiche les valeurs distinctes Primaire Unique Index ▼ plus

Figure II.9- La structure de la table Commandes.

C'est la table qui englobe tous les informations sur une commande, elle comporte 4 attributs :

- ✚ **id** : c'est le numéro de la commande, il est de type entier et il s'incrémente automatiquement.
- ✚ **user** : c'est le pseudo de la table Client, il permet de connaitre le client qui passe la commande, il est de type caractère.
- ✚ **produits** : c'est le nom de la table Produit, il permet de connaitre le produit qui a été commandé, il est de type texte.
- ✚ **mode** : c'est le mode de paiement qui a été choisis par le client, il est de type caractère.

4.1.3- Connexion à la base de données

On a choisi de créer un fichier dédié à la connexion qu'on a nommé « db.php », donc chaque fois qu'on veut accéder à la base, on fait appel à ce fichier comme suit :

```
include('db.php');
```

le contenu du fichier « db.php » est :

```
<?php
function db_open ()
{
    $host = "localhost";
    $user = "root";
    $pass = "";
    $db = "bdd";
    $acces = mysql_connect($host,$user,$pass);
    mysql_set_charset ('UTF8');
    if(!$acces) die("**Erreur connexion serveur mysql");
    mysql_select_db($db) or die("**Problème de connexion a la base de données");
    return $acces;
}

function db_close ($link)
{
    mysql_close($link);
}

?>
```

4.2-Les principales interfaces graphiques

Dans cette partie, nous allons décrire les pages principales pour réaliser une commande, une inscription de client jusqu'à l'impression de la commande.

4.2.1-Page index

Cette page d'accueil permet d'ouvrir toutes les autres pages. Elle contient un menu de navigation pour faciliter l'accès aux produits, un bouton de promotion pour savoir les offres promotionnelles, et une partie en dessous à droite pour les nouveaux produits.

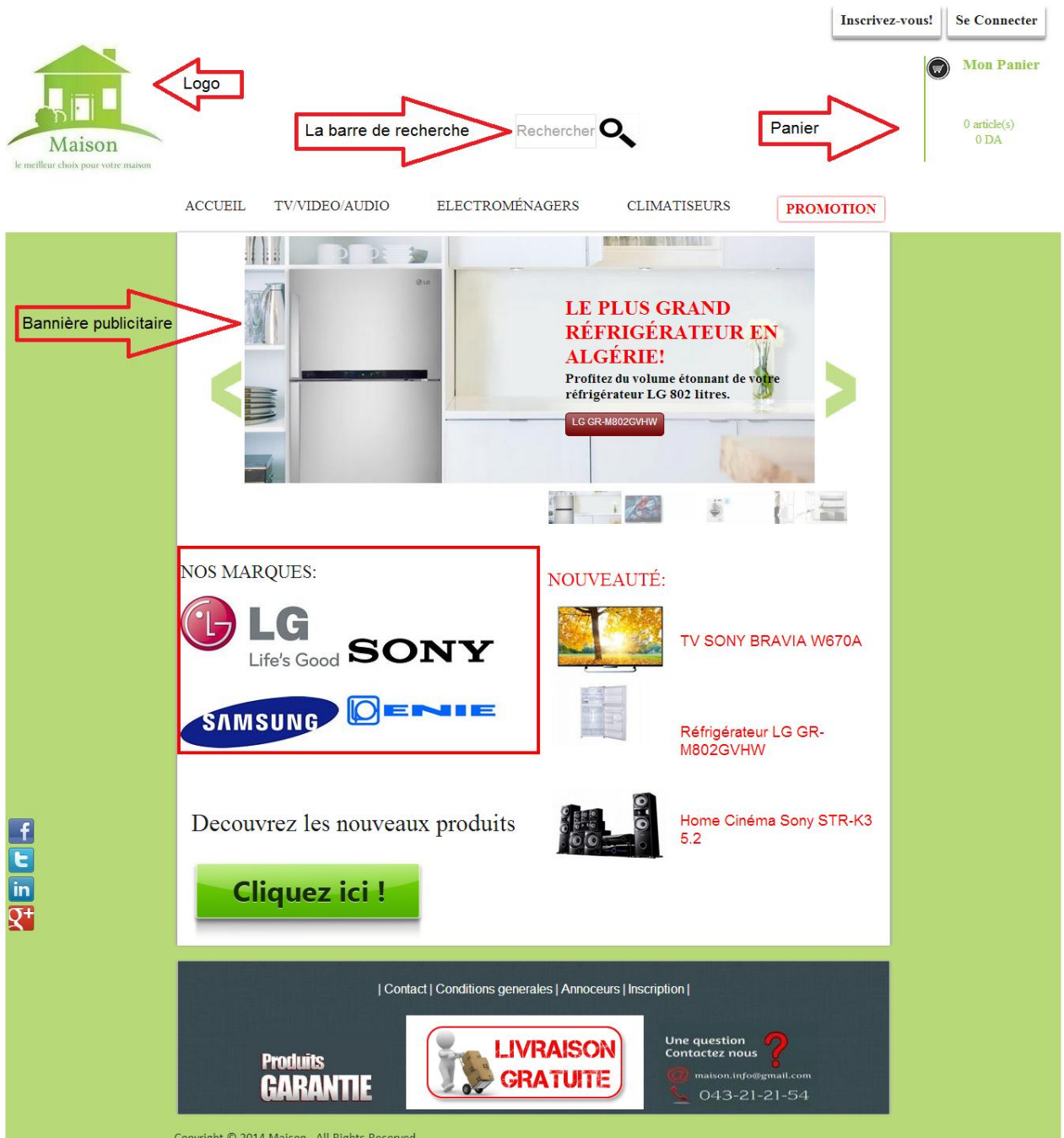


Figure II.10- Capture de la page d'accueil.

4.2.2-Exemple d'affichage de produits : (Tous les aspirateurs)

Cette page permet de lister tous les produits d'une catégorie, comme par exemple la catégorie des « Aspirateurs ».



Aspirateur Samsung VCS755

Aspirateur sans sac 2 en 1 doté d'une excellente efficacité de nettoyage et d'une puissance de succion longue durée.

[FICHE TECHNIQUE](#)

Prix:13990 DA



Aspirateur LG VH9000DSR

Si vous « aspirez » à une maison plus saine et souhaitez un aspirateur pratique et doté des dernières innovations, optez pour un aspirateur LG.

[FICHE TECHNIQUE](#)

Prix:17990 DA



Aspirateur Philips FC8130

Offrez-vous un sol vraiment propre Grande puissance et large rayon d'action Offrez-vous des sols d'une propreté absolue avec l'aspirateur EasyLife de Philips. Son moteur de 2 000 W offre une puissance élevée pour des résultats parfaits. Votre sol, un nouveau lieu de vie.

[FICHE TECHNIQUE](#)

Prix:13178 DA



Aspirateur Electrolux ZUSG3901

L'Electrolux ZUSG3901 UltraSilencer Green est un aspirateur avec sac qui offre un excellent rapport qualité-prix. Il utilise les technologies SilentAir et AeroPro pour être plus silencieux que ses concurrents. Son moteur à haut rendement diminue sa consommation électrique, ce qui le rend à la fois écologique et économique.

[FICHE TECHNIQUE](#)

Prix:23000 DA



Figure II.11- Capture de la page des Aspirateurs.

4.2.3-Exemple d'affichage de produits en Promotion

Cette page permet de lister tous les produits qui sont en promotion.

The screenshot shows a website interface for 'Maison' with a green theme. At the top left is the logo 'Maison le meilleur choix pour votre maison'. At the top right are buttons for 'Inscrivez-vous!' and 'Se Connecter', and a shopping cart icon labeled 'Mon Panier' with '0 article(s)' and '0 DA'. A search bar with 'Rechercher' and a magnifying glass icon is in the center. A navigation menu includes 'ACCUEIL', 'TV/VIDEO/AUDIO', 'ELECTROMÉNAGERS', 'CLIMATISEURS', and 'PROMOTION' (highlighted in red). The main content area features four product listings, each with a product image, a 'FICHE TECHNIQUE' button, a description, a crossed-out original price, a promotional price, and a shopping cart icon.

Product Name	Description	Original Price	Promotional Price
TV Samsung PS43F4500	Grand écran plasma de qualité, le PS 43 F 4500 offre une grande qualité d'écran et permet de connecter n'importe quelle clé USB afin de visionner ses propres vidéos.	Prix:52000 DA	Prix:47900 DA
TV Samsung 32EH4000	Le téléviseur Samsung UE-32EH4000 appartient à la toute nouvelle série 4 du constructeur. Il se caractérise par l'emploi d'une dalle LCD à rétroéclairage LED de 81 cm de diagonale, d'une résolution de 1366 x 768 pixels.	Prix:38990 DA	Prix:33500 DA
Vidéo Projecteur ACER K11	Le format de poche Acer K11 est le plus petit projecteur au monde à offrir 200 lumens de luminosité. Il est si petit que vous pouvez projeter des images d'une main. Ce mini projecteur dispose d'une interface utilisateur intuitive, riche en fonctionnalités multimédia, et très facile à installer.	Prix:55500 DA	Prix:52500 DA
Réfrigérateur Samsung Side By Side RS21HFLH	Le nouveau réfrigérateur de la série H confère à votre cuisine un style subtil et une fraîcheur venant tout droit du jardin.	Prix:145990 DA	Prix:125900 DA

Figure II.12- Capture de la page des produits en promotion.

4.2.4-Exemple d'une page d'un produit : Lave-Linge Samsung

Cette page permet d'afficher un produit avec ses caractéristiques et détails.

The screenshot shows a product page for a Samsung front-loading washing machine. The page layout includes a header with the 'Maison' logo, navigation links, and user options. The main content area features a large image of the washing machine, a detailed description, a price tag, and a table of specifications. The footer contains contact information and promotional banners.


Maison
le meilleur choix pour votre maison

Inscrivez-vous! Se Connecter

Rechercher

Mon Panier
0 article(s)
0 DA

ACCUEIL TV/VIDEO/AUDIO ELECTROMÉNAGERS CLIMATISEURS **PROMOTION**



Lave Linge Samsung Frontal WF1792W5R Blanc

Avec un volume utile important, votre lave-linge Samsung peut fonctionner avec une grande quantité de linge en même temps, en conservant des performances appréciables. Ce grand volume vous facilite le travail et de laver votre linge volumineux, tout en vous faisant réaliser des économies d'énergie. Ce lave-linge Samsung est incomparable pour les familles nombreuses.

Prix:44990 DA

Principales Caractéristiques :

PERFORMANCES	
Capacité de lavage	8 kg
Efficacité énergétique	B
Classe énergétique	B
Consommation d'eau	52 litres (lavage)
Consommation électrique (kWh/an)	1,04 kWh (lavage)
Technologie	Tambour Diamant / ECO BUBBLE

FONCTIONNALITÉS:	
Affichage du verrouillage de la porte	Oui
Anti-pli	Oui
Verrouillage parental	Oui
Vitesse d'essorage	1200 rpm
Affichage du temps restant	Oui
Contrôle anti-mousse	Oui
Fuzzy Logic Control	Oui
Performances d'essorage	A
Contrôle de surchauffe	Oui
Durée de cycle standard	110 min (avec bulles)
Voyant d'avancement	Oui
Cycle de lavage express	15 min
Filtre auto-nettoyant	Oui
Système d'auto-diagnostic	Oui
Fault Check Display	Oui
Type d'affichage	Graphique LED large
Sélecteur	Oui

[Haut de Page](#)

| Contact | Conditions générales | Annonces | Inscription |

Produits GARANTIE

LIVRAISON GRATUITE

Une question Contactez nous ?
maison.info@gmail.com
043-21-21-54

Copyright © 2014 Maison . All Rights Reserved

Figure II.13- Capture de la page d'un produit.

4.2.5- Recherche d'un produit

On recherche un produit d'après les champs « nom » et « carac » qui sont enregistrés dans la base de données table des produits. Dans l'exemple ci-dessous on a fait une recherche avec le mot clé « USB » .

The screenshot shows the 'Maison' website interface. At the top left is the logo 'Maison le meilleur choix pour votre maison'. On the right, there are buttons for 'Inscrivez-vous!' and 'Se Connecter', and a 'Mon Panier' section showing '0 article(s) 0 DA'. A search bar contains the text 'USB' with a magnifying glass icon. Below the search bar is a navigation menu with links: ACCUEIL, TV/VIDEO/AUDIO, ELECTROMÉNAGERS, CLIMATISEURS, and a highlighted 'PROMOTION' button. The main content area displays five search results, each with a product image, a 'FICHE TECHNIQUE' button, a description, a price, and a shopping cart icon. The results are: 1. TV Samsung PS43F4500 (Price: 52000 DA, crossed out, and 47900 DA). 2. TV Samsung PS43F4000 (Price: 44990 DA). 3. SONY KDL- 40CX520 (Price: 79990 DA). 4. Lecteur DVD Sony DVP-SR760 (Price: 6990 DA). 5. Home Cinéma Samsung HT-E455 5.1 (Price: 39990 DA). At the bottom left, there are social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Google+. At the bottom right, there is a footer with contact information: '| Contact | Conditions generales | Annonces | Inscription |', a 'Produits GARANTIE' logo, a 'LIVRAISON GRATUITE' badge, and a 'Une question Contactez nous' section with an email address 'maison.info@gmail.com' and a phone number '043-21-21-54'. A copyright notice 'Copyright © 2014 Maison - All Rights Reserved.' is at the very bottom.

Figure II.14- Capture de la page recherche.

4.2.6-La page d'inscription

The screenshot shows the registration page for 'Maison'. At the top left is the logo with a house icon and the text 'Maison le meilleur choix pour votre maison'. At the top right are buttons for 'Inscrivez-vous!' and 'Se Connecter', and a shopping cart icon labeled 'Mon Panier' with '0 article(s) 0 DA'. A search bar with 'Rechercher' and a magnifying glass icon is in the center. Below the search bar is a navigation menu with 'ACCUEIL', 'TV/VIDEO/AUDIO', 'ELECTROMÉNAGERS', 'CLIMATISEURS', and 'PROMOTION'. The main content area is a registration form with the following fields: 'Nom:' (text input), 'Prénom:' (text input), 'Pseudo:' (text input), 'Sexe:' (radio buttons for 'Masculin' and 'Féminin'), 'Date de naissance:' (dropdowns for '-année-', '-mois-', and '-jour-'), 'Pays:' (dropdown menu with 'Algérie' selected), 'Ville:' (text input), 'Adresse:' (text input), 'Code Postal:' (text input), 'Adresse email:' (text input), 'Confirmez votre adresse email:' (text input), 'Mot de passe:' (text input), 'Confirmez votre mot de passe:' (text input), and 'Saisissez le code suivant:' (a CAPTCHA image showing 'AzRuZk' and a text input). A 'Valider' button is at the bottom right of the form. On the left side of the form, there are social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Google+. At the bottom of the page, there is a dark footer with links for 'Contact', 'Conditions generales', 'Annoceurs', and 'Inscription'. It also features a 'Produits GARANTIE' logo, a 'LIVRAISON GRATUITE' banner with a person pushing a cart, and a 'Une question Contactez nous' section with an email address 'maison.info@gmail.com' and a phone number '043-21-21-54'. A copyright notice 'Copyright © 2014 Maison , All Rights Reserved' is at the very bottom.

Figure II.15- Capture de la page d'inscription.

Cette page permet au client de s'inscrire après avoir rempli le formulaire. Ce dernier doit être vérifié par le fichier « inscription_post.php » après avoir cliquer sur Valider. Si le formulaire est mal rempli, des erreurs s'afficheront sinon on aura ceci :



Figure II.16- Inscription réussie.

4.2.7-Le panier

Dans cette page le client a une idée sur son panier rempli, il peut modifier la quantité, supprimer un produit ou vider tout le panier.

Dans le cas où il décide de réaliser une demande de ce panier, il doit cliquer sur le bouton commander. Dans ce cas, s'il est connecté (ayant déjà inséré son pseudo et son mot de passe), le déroulement de la demande se continuera normalement.

VOTRE PANIER :

[cliquer ici pour Commander](#)

[Vider le panier](#)



TV Samsung UA40ES7500

TV LED 40", Smart TV, 3D, Full HD, 800Hz, 3HDMI, WiFi, Récepteur & Caméra intégrés

[FICHE TECHNIQUE](#)

Prix: 179000 DA

Quantité: [valider](#)



Réfrigérateur LG 2 Portes GN-M602GLHC

Étonnant par son volume, discret par sa consommation. Plus de 80% de la consommation des réfrigérateurs est liée à leurs compresseurs. LG a développé une technologie unique et exclusive, le compresseur linéaire Inverter.

[FICHE TECHNIQUE](#)

Prix: 80990 DA

Quantité: [valider](#)



Micro Ondes Samsung ME8123ST

La couleur noire juxtaposée avec de l'acier inoxydable permet de créer un look simple mais étonnant pour votre cuisine. Profitez des 3 avantages de la nouvelle cavité en céramique émaillée de Samsung - résistance aux griffes et à la rouille et absence de bactérie. La nourriture est cuite et décongelée de manière homogène grâce à la technologie innovante de Samsung appelée TDS (Triple Distribution system).

[FICHE TECHNIQUE](#)

Prix: 13490 DA
Prix: 12000 DA

Quantité: [valider](#)



Climatiseur LG Split Art cool Miroir

Pour tous ceux qui recherchent un climatiseur différent, LG a inventé les climatiseurs ARTCOOL. Mélange d'élégance et d'innovation, les climatiseurs ARTCOOL sont un concentré de tout le savoir faire de LG Climatisation.

[FICHE TECHNIQUE](#)

Prix: 58990 DA

Quantité: [valider](#)



Figure II.17- Capture du panier pour un client connecté.

sinon un message s'affichera comme suit :



Figure II.18- Capture du panier pour un client non connecté.

4.2.8-La commande

Après avoir cliqué sur le bouton commander, une page s'affiche pour choisir le mode de paiement comme suit :




Figure II.19- Capture du mode de paiement.

Après le choix du mode de paiement, une facture s'affichera comme la « figure 20 ». Cette facture contient une partie sur les informations du client, les informations de l'entreprise et des informations détaillées sur les produits et le montant total. Enfin, on trouve deux boutons un pour imprimer la facture et l'autre pour confirmer

la commande et l'enregistrer dans notre base de données pour pouvoir consulter les commandes du client.

FACTURE N°29

Client :
Nom : Benachenhou
Prénom : Walid
Ville: Tlemcen
Adresse: 125 cite seddiki benamar-Remchi
Mode de paiement: par ccp



27 boulevard des 24 mètres
Sidi Chaker
13000 Tlemcen
Algérie

Nom de produit	Prix unitaire	Quantité	Prix totale
TV Samsung UA40ES7500	179000 DA	2	358000 DA
Réfrigérateur LG 2 Portes GN-M602GLHC	80990 DA	1	80990 DA
Micro Ondes Samsung ME8123ST	12000 DA	1	12000 DA
Climatiseur LG Split Art cool Miroir	58990 DA	1	58990 DA
Montant Globale			509980 DA

Valider la commande

Imprimer

Figure II.20- Capture d'une facture.

Une fois la commande validée, un message explicatif sur les étapes à suivre pour payer cette facture. Dans cet exemple, le client a choisit le CCP comme un mode de paiement, le message s'affiche comme suit :

Votre commande a bien été enregistré

Comment payer un mandat CCP ?

Notre n° ccp est : 161533 45 , clé : 90 , BENGUEDIH Anouar.

vous allez à la poste la plus proche de chez vous, un guichet réservé aux mandats devrait être disponible. vous leur donnez la somme d'articles en Espece qui est de 509980DA, c'est eux qui vont se charger de la verser sur le compte de Maison.dz pour ensuite l'envoyer. On vous donne un reçu(talon), vous le transmetez par email comme piece jointe l'adresse : maison.info@gmail.com

[Retour à la page d'accueil](#)

Figure II.21- Capture du message de paiement.

5-conclusion

La partie réalisation donne une idée plus claire sur les taches qui sont réalisées dans ce site web par la présentation des interfaces graphiques. Enfin avec ce chapitre nous terminons la phase de développement de ce site. Nous pensons avoir atteint les objectifs initiaux, mais pouvons encore en améliorer quelques aspects esthétiques et fonctionnels.

Conclusion générale

Ce projet de fin d'étude consistant à concevoir un site web dynamique « Maison » faisant du commerce électronique de l'électroménager nécessaire pour la maison.

Pour concevoir ce travail nous avons présenté premièrement le e-commerce, sa définition, ces types, puis on a fait un petit constat sur la situation du e-commerce en Algérie.

En second lieu nous avons traité toutes les phases nécessaires à la réalisation de cette application, et dans cette phase nous avons appris à mieux manipuler les langages PHP, HTML et CSS, nous avons ainsi approfondi nos connaissances sur le langage SQL avec le MySQL.

Par ailleurs, on a fait des recherches sur les produits nécessaire pour notre site et les avons ajouté à la base de données.

Finalement, on est arrivé à réaliser notre site avec une simple et attirante interface graphique qui est de nos jours, un atout important dans les sites du e-commerce.

Des améliorations pourraient aussi être apportées à ce site par exemple dans le cas d'une réelle utilisation commerciale du site, proposer une connexion sécurisée lors du paiement de la commande ou de la consultation du compte client grâce notamment au protocole HTTPS et une partie administrateur pour bien gérer le site.

Bibliographie

Chapitre 1 :

- [1] « Petite histoire de l'e-commerce ». [En ligne]. Disponible sur:
<http://www.image65.com/histoire-e-commerce>.
- [2] « e-Commerce (commerce électronique) ». [En ligne]. Disponible sur:
<http://www.commentcamarche.net/contents/312-e-commerce-commerce-electronique>.
- [3] « Modèle du commerce électronique | Techniques de l'Ingénieur ». [En ligne].
Disponible sur: <http://www.techniques-ingenieur.fr/base-documentaire/technologies-de-l-information-th9/securite-des-si-services-et-applications-42315210/commerce-electronique-sur-internet-h5302/modele-du-commerce-electronique-h5302niv10002.html>.
- [4] « Boutique en ligne - Définition de Boutique en ligne ». [En ligne]. Disponible sur:
<http://www.dicodunet.com/definitions/e-commerce/boutique-en-ligne.htm>.

Chapitre 2 :

- [1] « Hypertext Markup Language — Wikipédia ». [En ligne]. Disponible sur:
http://fr.wikipedia.org/wiki/Hypertext_Markup_Language.
- [2] « Définition : CSS - Dictionnaire de l'informatique et de l'internet ». [En ligne].
Disponible sur: http://www.jsand.net/definition_css.wju.
- [3] « PHP ». [En ligne]. Disponible sur:
<http://dictionnaire.phpmyvisites.net/definition-PHP-4899.htm>.
- [4] « Définition > MySQL ». [En ligne]. Disponible sur: <http://www.futura-sciences.com/magazines/high-tech/infos/dico/d/internet-mysql-4640/>.
- [5] « jQuery — Wikipédia ». [En ligne]. Disponible sur:
<http://fr.wikipedia.org/wiki/JQuery>.
- [6] « WAMP — Wikipédia ». [En ligne]. Disponible sur:
<http://fr.wikipedia.org/wiki/WAMP>.
- [7] « Sublime Text — Wikipédia ». [En ligne]. Disponible sur:
http://fr.wikipedia.org/wiki/Sublime_Text.
- [8] « Télécharger FastStone Capture (gratuit) ». [En ligne]. Disponible sur:
<http://www.commentcamarche.net/download/telecharger-240-faststone-capture>.

Liste des figures

Figure I.1-modele de commerce électronique sur internet	8
Figure II.1–Schéma de représentation la relation client/serveur	18
Figure II.2- les langages utilisés par le serveur et son fonctionnement	18
Figure II.3– L’architecture globale du site ‘Maison’	19
Figure II.4- Schéma démonstratif de la base de données.....	20
Figure II.5-Le nom de la base de données et les différentes tables.	21
Figure II.6- La structure de la base de données.....	21
Figure II.7-La structure de la table Client.	21
Figure II.8- la structure de la table Produits.....	22
Figure II.9- La structure de la table Commandes.	23
Figure II.10- Capture de la page d’accueil.....	25
Figure II.11- Capture de la page des Aspirateurs.....	26
Figure II.12- Capture de la page des produits en promotion.	27
Figure II.13- Capture de la page d’un produit.	28
Figure II.14- Capture de la page recherche.	29
Figure II.15- Capture de la page d’inscription.	30
Figure II.16- Inscription réussie.	31
Figure II.17- Capture du panier pour un client connecté.	32
Figure II.18- Capture du panier pour un client non connecté.....	33
Figure II.19- Capture du mode de paiement.....	33
Figure II.20- Capture d’une facture.	34
Figure II.21- Capture du message de paiement.	35

Glossaire

Adresse : L'adresse permet d'identifier le chemin d'accès à parcourir pour se rendre d'un ordinateur à un autre. On distingue l'adresse IP (désigne le numéro de l'ordinateur), l'adresse e-mail (celle de la boîte aux lettres électronique de la messagerie) et l'adresse d'un site (nom de domaine pour s'y connecter).

AJAX (Asynchrones Javascript And Xml) : il désigne un nouveau type de conception de pages Web permettant l'actualisation de certaines données d'une page sans procéder au rechargement total de cette page.

Cryptage : dans le cadre d'échanges de données électroniques, procédé qui vise à rendre des informations en clair complètement incompréhensibles ou inintelligibles pour des tiers. Seul le destinataire connu du message possède les clés nécessaires au décryptage. Le cryptage des informations sensibles (numéro de carte bancaire par exemple) est indispensable pour assurer la sécurisation des transactions sur Internet.

HTML (Hypertext Markup Language) : Langage définissant le format des informations mises sur le web, par exemple la place du texte et des images, la définition des liens hypertextes, la procédure de remplissage des formulaires ...

http (Hypertext Transfer Protocol) : Protocole de communication client-serveur utilisé pour les échanges de données sur la toile.

Page web dynamique : est une page web générée à la demande, par opposition à une page web statique. Le contenu d'une page web dynamique peut donc varier en fonction d'informations (heure, nom de l'utilisateur, formulaire rempli par l'utilisateur, etc.) qui ne sont connues qu'au moment de sa consultation. À l'inverse, le contenu d'une page web statique est a priori identique à chaque consultation.

Paiement : La partie d'une opération d'achat constituant à verser effectivement une contribution monétaire en contrepartie du bien ou service acquis. Elle s'opère grâce à un moyen de paiement.

URL (localisateur uniforme de ressource) : auquel se substitue informellement le terme adresse web, désigne une chaîne de caractères utilisée pour adresser les ressources du World Wide Web : document HTML, image, son, forum Usenet, boîte aux lettres électronique, entre autres. Les URL constituent un sous-ensemble des identifiants uniformisés de ressource (URI).

ملخص

هذا العمل المقدم في إطار أطروحة لنيل الإجازة في الإعلام الألي , يتمثل في خلق موقع تجاري يهدف إلى تطوير عملية البيع عن بعد من أجل تسهيل و تشجيع الاتصال مع الحريف.

Résumé

Le travail présenté dans le cadre de ce PFE pour l'obtention d'une licence en informatique, est de créer un site commercial visant à développer le processus de vente afin de faciliter et d'encourager la communication avec le client.

Abstract

The work presented in the context of our PFE to obtain diploma of License in applied informatics, is to create a commercial website aims to develop the sales process and to facilitate and encourage communication with the customer.