

SEMIOTIQUE DES NOUVEAUX MEDIAS
Les sites Web
Description, Evaluation et conception

<http://www.semionet.com>

Analyse comparative d'un corpus de sites web.

Corpus : « Sites de sociétés (I) »

Ouest Audiovisuel <http://www.ouestaudiovisuel.fr/>

Aktis <http://www.aktis.fr/>

Sonacom <http://www.sonacom.fr/sonacom.html>

Séminaire « Sémiotique appliquée aux Nouveaux Médias : Les sites web »
Poitiers – ICOMTEC 2003

Betty Baron
Patricia Bonin
Katy Bouteiller

1. PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ETUDE

SONACOM

La thématique, le contenu abordé

Thématique : Production audio, multimédia et vocale.

Contenu abordé : Il aborde dans chaque rubrique, leur apport en citant des exemples. Ils expliquent pourquoi on les choisit, EUX !

L'organisation de la page d'accueil des sites

Rubriques : TV, radio, téléphone, mobile, ordi, studio, contact, « la production du mois » (marche pas) et « la démo » (marche pas)

Toutes les démonstrations ne marchent pas dans TV, radio, téléphone, mobile, ordinateur.

Organisation de la page d'accueil :

Une canette bleue se forme, elle se déforme de l'intérieur et éclate de petites canettes : radio, télé, téléphone, ordinateur, studio. Puis superman arrive avec une canette grise à la main et explose le tas de canettes pour prendre leur place et les pousser en ligne, plus bas. Sonacom apparaît alors toujours sur fond gris, avec les canettes qui se transforme en télé, radio, téléphone, mobile, ordinateur, studio. Deux liens « demo » et « prod. du mois » en forme de platine son.

Les rubriques qui caractérisent les sites

Toutes les rubriques sont situées au même niveau hiérarchique. Toutes sont contenues dans des canettes de soda excepté les liens "démo" et "prod du mois" qui sont mis en avant en étant situés au centre de la page et utilisant un autre symbole comme bouton de lien (des platines son).

Les points forts et/ou plutôt discutables des sites

Les points forts :

- Chaque rubrique a une page avec une couleur ce qui identifie la page au lien.
- Quand tu cliques sur le lien, il vient se mettre en haut de page comme pour l'illustrer.
- Le plan pour les situer est construit de telle manière que l'on peut zoomer et dé-zoomer (400 / 200 / 100 / 25) + possibilité de l'imprimer
- Mail
- Chaque lien se transforme en ce qu'il représente

Les points discutables :

- Les démonstrations ne marchent pas !
- Des mots apparaissent et disparaissent sur chaque page : problème de rapidité, de lisibilité à des moments, phrase trop longue. Il faut rester une longtemps pour voir tous mots défilés
- A chaque page, deux liens identiques « retour » et « Sonacom » retourne tous les deux à la page d'accueil

- Les trois photos de la section studio apparaissent valorisant une partie de la pièce photographiée et s'en allant : on est vite écœuré du va-et-vient. Il faudrait avoir la possibilité de les regarder sans qu'elle bouge tout le temps.
- Il manque peut-être un petit historique pour savoir combien sont-ils à travailler à Sonacom ? Depuis quand ? ... des renseignements, qui permettent de mieux savoir à quelle entreprise on a à faire.

QUESTAUDIOVISUEL

La thématique, le contenu abordé

La production audiovisuelle est le thème abordé sur ce site.

Il s'agit du site d'une agence de communication audiovisuelle, qui fait de la production audiovisuelle et multimédia.

L'organisation de la page d'accueil des sites

Le site présente 6 rubriques dont 5 correspondent aux travaux que l'agence réalise sur une frame côté gauche. De plus, 9 productions réalisées pour des grandes sociétés sont présentées.

Toutefois avant d'arrivée sur cette page de menu, il faut cliquer pour entrer sur le site qui se télécharge.

Les rubriques qui caractérisent les sites

Ce sont les productions que font les agences.

Les points forts et/ou plutôt discutables des sites

Points forts :

Bonnes animations pendant le téléchargement du site

Le site est complet (il traite de tous les travaux et actions de l'agence et donne quelques exemples de réalisations pour quelques grandes entreprises.)

Points discutables :

La charte graphique, qui vient d'être renouvelé est trop contrastée orange/noir

Trop d'animations autour des rubriques sur lesquelles il faut cliquer.

ATKIS

La thématique, le contenu abordé

Le thème de ce site est la création d'outil audiovisuel et multimédia (film d'entreprise, animation flash pour le web...). Ce site est le support choisi par l'agence Aktis pour faire connaître son activité et ses services. Ce site met plus en exergue un état d'esprit (branché, culture techno) qu'il n'essaie de vendre.

L'organisation de la page d'accueil des sites

Par la page d'accueil, nous entendons la première offrant la possibilité de naviguer sur le site. A partir de cette page, nous avons un accès direct, par des onglets à 10 autres pages web. Toutes les pages donnent donc accès à la rubrique "qui sommes-nous", "bienvenue à Aktisland", les productions audiovisuelles et multimédias (rubriques "moteur, ça tourne" et "audiovisuel et multimédia, situées vers la rubrique "contact". Si la page au premier abord semble bien construite et hiérarchisée avec un menu situé en haut de l'écran, on s'aperçoit assez vite en naviguant dessus de sa complexité. Tous les dessins et autres bulles sont rattachés à la même forme dessinant le menu (on peut y voir un revolver, de façon schématique). Ce détail nous donne l'impression que tous ces éléments sont des liens alors que la plupart d'entre eux ne sont que des illustrations et pour ceux servant de lien, le rapport entre le dessin et le contenu de ce qu'il fait apparaître est plus que subjectif (un bonhomme avec loupe nous envoie vers une page de carte pour savoir où se situe géographiquement l'entreprise).

Les rubriques qui caractérisent les sites

Les rubriques les plus marquantes sont celles nous présentant les réalisations de cette agence. C'est dans ces pages que l'on trouve le véritable intérêt à l'existence du site car c'est ici que l'on peut comprendre la réelle activité d'Aktis et on l'on peut "matérialiser" leurs productions.

La rubrique "Qui sommes-nous ?" paraît importante car elle revient plusieurs fois des formes différentes dans une même page.

Les points forts et/ou plutôt discutables des sites

Les points forts

L'aspect visuel du site est vraiment très plaisant au premier abord. Lorsque l'on ouvre cette page, l'univers est tellement coloré et ludique (bruitage, animations régulières...) que l'on ne se soucie pas de la fonctionnalité du site. Il dégage des messages et des codes d'appartenance uniquement par son design et sa structure hors du commun (des bulles rattachées les unes entre les autres, un bandeau contact très stylisé et présent sur toutes les pages...).

Les points faibles

En terme de navigation, le site laisse à désirer. Tout n'est pas compréhensible et il essaie tellement de faire original que la structure en devient confuse. Les animations se cannibalisent les unes avec les autres et au bout d'un moment, elles deviennent plus que gênantes pour l'internaute.

D'un autre point de vue, l'image du site est très jeune, ambiance techno. Une entreprise ne connaissant pas la réputation de cette société peut avoir du mal à lui allouer sa confiance. Le site donne l'image d'une "bande de jeunes" passionnés par le multimédia et l'audiovisuel mais sen servant uniquement à des fins ludiques et non à la fabrication de films d'entreprises.

2. LE CORPUS

2.1) BREVE PRESENTATION – DESCRIPTION :

SONACOM :

Intitulé du site

Sonacom: production audiovisuelle, multimédia et vocale.

Institution propriétaire du site

Il s'agit d'une entreprise implantée à Neuilly-sur-Seine, qui est joignable par téléphone, e-mail ou fax. Par contre, le site ne mentionne pas de personnes à contacter en particulier.

Type de site

Site promotionnel

Adresse du site

<http://www.sonacom.fr/sonacom.html>

Référencé sur : Google.fr, Yahoo.fr, Altavista.fr, Lycos.fr, Voilà.fr

Bref résumé :

Sonacom est une entreprise de production sonore qui travaille plus particulièrement pour la télévision, la radio, le téléphone, les mobiles et les ordinateurs. A l'heure actuelle, elle bénéficie d'une large expérience dans ce domaine (Fun Radio, Africa N°1, Fox Kids, TF1, F2, F3...)

AKTIS :

Intitulé du site

Agence de conseil en communication audiovisuelle et multimédia :

Préconisation sur option de communication et vérification de la pertinence, cohérence et coordination des supports de communication.

Communication interne et externe : production, conception réalisation de supports d'aide à la vente, à la formation, création graphique et audiovisuelle.

AKTIS conçoit et réalise des projets audiovisuels et multimédias. Ses créateurs la situent comme structure de production différente de celles du grand Ouest. C'est « une entité libre qui passe son temps à traquer ou à truquer l'image, trouver la note, le mouvement qui les tend et les accorde vers la résonance maximum » (texte issu du « qui sommes-nous » ?)

Institution propriétaire du site

Société Aktis S.A.R.L, née en avril 1986, dirigée par Alain Miquel situé en Midi Pyrénées (Toulouse).

Type de site

Ce site est à caractère informatif. Il présente tous les services de l'agence dans l'audiovisuel (film d'entreprise, institutionnel ou intensive, publicité cinéma, télévision ou événementiel, reportage ou banque d'images, animations 2D ou image de synthèse 3D...) dans le multimédia (authoring DVD Vidéo, CD Rom, DVD Rom , bornes interactives et site Internet ou Intranet).

Ce site a pour but également de présenter les différentes productions de l'agence pour permettre aux visiteurs de se rendre compte de la qualité du travail fourni. C'est ainsi un bon indicateur pour toute personne recherchant une prestation pour savoir si l'agence offre des services adaptés à la demande du commanditaire.

Adresse du site

<http://www.aktis.fr>

Site référencé sur : www.google.fr, www.yahoo.fr, www.voila.fr, www.lycos.fr, www.altavista.fr

En donnant le nom exact de l'agence, on peut trouver le site sur le web. Mais, en passant par agence audiovisuelle ou création audiovisuelle, on ne retrouve pas les coordonnées pour accéder au site.

Bref résumé

Le site aktis.fr est un site dynamique dans sa forme et dans son contenu. Au travers de l'animation offerte sur le site, l'agence se donne une image jeune et conviviale. On arrive sur une page d'introduction avec de nombreux sons et ensuite toute l'information est donnée au travers d'un encadré jaune. En haut de cet encadré, nous avons une liste nous ouvrant des fonctions du site (pas toujours évidentes à comprendre).

Le site est une vitrine de l'agence de production audiovisuelle. Il est possible de prendre contact avec l'agence et les créateurs du site mais il n'est pas possible de prendre un contact professionnel sous forme de devis ou autre ; On est dans une autre logique que celle de la vente. C'est un site de promotion par l'image de l'agence.

OUEST AUDIOVISUEL :

Intitulé du site

Le site s'intitule Ouest Audiovisuel.
Il s'agit d'un site de société de production audiovisuelle.

Institution propriétaire du site

Il s'agit d'une agence de communication audiovisuelle, elle intervient sur le marché de la production.
Elle se compose de trois agences, dont deux situées dans l'Ouest de la France :

- * Nantes
- * Rennes (Laillé) : un nouveau pôle de 1400m² au service de l'image
- * Paris (Issy-les-Moulineaux)

Les adresses de chaque agence sont présentes sur le site et une adresse mail d'un des responsables de l'agence est disponible sur la lettre d'un des responsables d'Ouest Audiovisuel.

Type de site

C'est un site de présentation de l'entreprise, qui présente le catalogue de l'agence.
Il s'agit d'un site informatif sur l'agence sur les conditions de travail et les réalisations en communication. Il propose aussi par formulaire, de déposer CV et lettre de motivation pour des emplois et des stages au sein des différentes agences.
Enfin un lien est établi vers *La Lettre d'Audiovisuel*.

Adresse du site

<http://www.ouestaudiovisuel.fr/>

Ce site est référencé sur : www.google.fr , www.yahoo.fr , www.voilà.fr , www.lycos.fr.

Bref résumé

Ensuite on arrive sur la page d'accueil avec les rubriques.
Ce site correspond alors à la présentation virtuelle de l'entreprise Ouest Audiovisuel.
Il s'agit d'un site dynamique (il contient beaucoup d'animations) et le fond se veut représentatif des productions (fond orange).
Lorsqu'on arrive sur le site, on est sur une page d'entrée ; il faut cliquer pour parvenir à la première page. Le téléchargement commence alors et plusieurs animations ont lieu.

2.2) COMPARAISON GLOBALE DES TROIS SITES

Liste	Ouest Audiovisuel	Aktis	Sonacom
Contenu, thématique - Travaux réalisés - Présentation de l'entreprise - Contact possible par mail - Organisation des liens	X X X Surabondant	X X X Peu visible	Pb de lien X Bonne
Type, fonction - Promotion de l'entreprise - Type de site	X Catalogue	X Catalogue	X Valorisation
Interface, design « look » - Pré-générique - Couleurs dominantes : - Animations flash - Musique - Bruitage - Pages identifiées par une couleur	X Orange/noir X X X	X Gris/jaune X X X	X Gris/... X X X X

3. LES RUBRIQUES

3.1) LES PRINCIPALES RUBRIQUES

Ouest Audiovisuel	Aktis	Sonacom
<p>Frame de gauche</p> <ul style="list-style-type: none"> - « Productions audiovisuelles » : envoi à films de commande, films TV, films publicitaires et service - « Productions multimédias » : envoi a CD-ROM/DVD, streaming, Web TV, Multimédia - « Conventions et événements » - « Marketing de production » - « Equipement » : envoi à tournage, montage, post-prod, studio son et multimédia - « Contacts » : envoi à nos agences, fiche contact et fiche emplois/stages - « Lettre audiovisuelle » renvoie à la lettre en format pdf. - « Demander le CD Ouest audiovisuel » 	<ul style="list-style-type: none"> - « Aktis » : carte d'identité de l'entreprise et leurs activités - « Welcome to Aktis Land » : même lien que "Aktis" - "Bienvenue chez nous" : montre qui ils sont - « Qui sommes-nous ? » : présentation de Aktis - « l'aktisothèque » : présente les différents secteurs d'activités pour lesquels ils travaillent - « Nos activités » : identique à « Aktis », « Welcome to Aktis land » - « Moteur ça tourne » : quatre liens, un culte à la lumière, du matos d'accord, de l'hélios d'abord et être interactif. - « Aktis actu » : leurs productions - « Audiovisuel » : les productions - « Multimédia » : les productions - Onglet dessin : carte d'Europe - « Contact » : pour laisser des messages - « Espace client » - les droits d'auteur 	<ul style="list-style-type: none"> - « La prod du mois » ne marchent pas - « TV » + démo qui ne fonctionne pas - « Radio » + démo qui ne fonctionne pas - « Téléphone » + démo qui ne fonctionne pas - « Mobile » + démo qui ne fonctionne pas - « Ordi » + démo qui ne fonctionne pas - « Studio » + démo qui ne fonctionne pas - « La démo » + démo qui ne fonctionne pas - « Contacts » : plan et e-mail - « Reload » : pour revoir le pré-générique.

QUEST AUDIOVISUEL a un menu sur la gauche avec des menus déroulant donc les rubriques sont hiérarchisées.

AKTIS n'a pas de structure dans son arborescence. Cela donne l'impression de « fouillis »

SONACOM a un menu mais les liens qui ne fonctionnent pas ce qui décrédibilisent l'entreprise.

3.2) ORGANISATION DES RUBRIQUES

SONACOM

- « *Radio* »

Lorsque que l'on survole sur l'onglet « Radio » en forme de canette, celui ci se transforme en transistor. En cliquant la canette radio s'affiche en haut à gauche et le texte apparaît.

Un onglet démo radio s'affiche mais il ne sert à rien pour le moment car il est inactif.

Le menu de la page d'accueil est présent de nouveau en haut de la page ce qui permet d'accéder à toutes les pages du site. Un onglet représentant le logo de l'entreprise permet un retour à la page d'accueil.

Toutes les pages se déclinent sur ce même modèle.

QUEST AUDIOVISUEL

- « *Production audiovisuelle* »

Lorsque l'on survole l'onglet production audiovisuelle, un menu se déroule vers la droite. Il s'agit des différents types de productions audiovisuelles : film de commande, film de TV, film publicitaire et services.

Films de commande : lorsqu'on clique sur cet onglet, de nombreux textes apparaissent et des exemples de productions peuvent être consultés.

Les autres sous-rubriques sont construites de la même façon.

Les autres rubriques sont construites de la même manière.

AKTIS

- « *Qui sommes-nous ?* »

Lorsqu'on accède à la page de cette rubrique, un nouveau texte dans le cadre jaune permanent apparaît ; c'est le seul changement qui s'opère lors de la navigation entre toutes les pages.

3.3) COMPARAISON

Quelles rubriques sont communes à l'ensemble des sites examinés ?

Les onglets sur les différents sites ne sont pas nommés de la même manière. Cependant, certains contenus sont identiques. Vous pouvez retrouver la description synthétique dans 3.1 *les principales rubriques* et en même temps comparer les trois mises en forme.

Quelles rubriques sont les plus développées en terme d'organisation hiérarchique

QUEST AUDIOVISUEL

La rubrique la plus développée est celle de la « production audiovisuelle » qui renvoie aux films de commande, aux films de TV, aux films publicitaires et aux services.

Le contenu de ces sous rubriques est toujours organisé de la même façon : un titre, un bloc texte et quelques exemples de production. L'information est bien hiérarchisée et la lecture en est très agréable.

AKTIS

La rubrique « audiovisuel » : lorsque que l'on clique sur cette rubrique le carré jaune évolue et nous donne accès aux différentes productions de cette agence. Cette rubrique est la mieux organisée du site car un clic renvoie à une production.

Cependant c'est la mieux organisée alors qu'elle présente des failles (aucune explication autour des réalisations, ne nous donne pas les noms des différents commanditaires...). L'information est donc disparate et non hiérarchisée : toutes les informations sont au même niveau et c'est à l'internaute de faire le tri dans tout ce qui lui est proposé.

SONACOM

Il n'y a pas une rubrique plus organisée qu'une autre, elles ont toutes construites sur le même modèle (décrit plus haut).

Si les sites se ressemblent beaucoup/pas beaucoup quant à leur organisation en terme de rubriques

Chaque site a sa propre organisation et sa propre vision de la hiérarchisation de l'information selon le message qu'il souhaite faire passer et l'image qu'il veut dégager auprès de l'internaute.

Par exemple le site d'**Aktis** met en avant la convivialité et l'aspect ludique et ainsi néglige l'organisation de l'information. Le site de **Ouest Audiovisuel** a mis l'accent sur la sobriété et le professionnalisme en déclinant toutes les pages sur un fond noir. Comme nous l'avons déjà remarqué, cette agence met est cohérente dans son message : l'information est facilement trouvable, les menus sont aussi professionnels que l'allure générale de la page. Quant à **Sonacom**, les créateurs du site ont du longuement hésiter entre l'aspect ludique et professionnel, les formes utilisées sont ludiques mais la mise en pages du texte est standard, il n'y pas d'effet crée sur cet élément. Enfin, pour juger de la qualité de la hiérarchisation de l'information, il serait bon de faire fonctionner tous les liens envoyant sur les différentes rubriques de ce site.

4. LA PAGE D'ACCUEIL

4.1) LE CONTENU

Décrire brièvement le principal contenu des pages d'accueil

Pour ne pas faire d'amalgame dans la description de la page d'accueil nous différencions la page d'introduction, proposée d'une animation (flash), composée d'éléments sonores et d'effets visuels importants (images en 3D, textes mouvants ou encore un effet particulier sur l'image...), de la page d'accueil, offrant l'accès aux différentes rubriques.

QUEST AUDIOVISUEL



Comme on peut le voir ci-dessus, la page d'accueil est composée de deux couleurs principales : orange et noir. Le fond est totalement noir alors que les écritures sont oranges (différents oranges sont utilisés). Les espaces textes sont encadrés par un liseré gris.

En haut et au centre de la page d'accueil, on trouve le nom de l'agence « Ouest audiovisuel » (symbolisé par son logo).

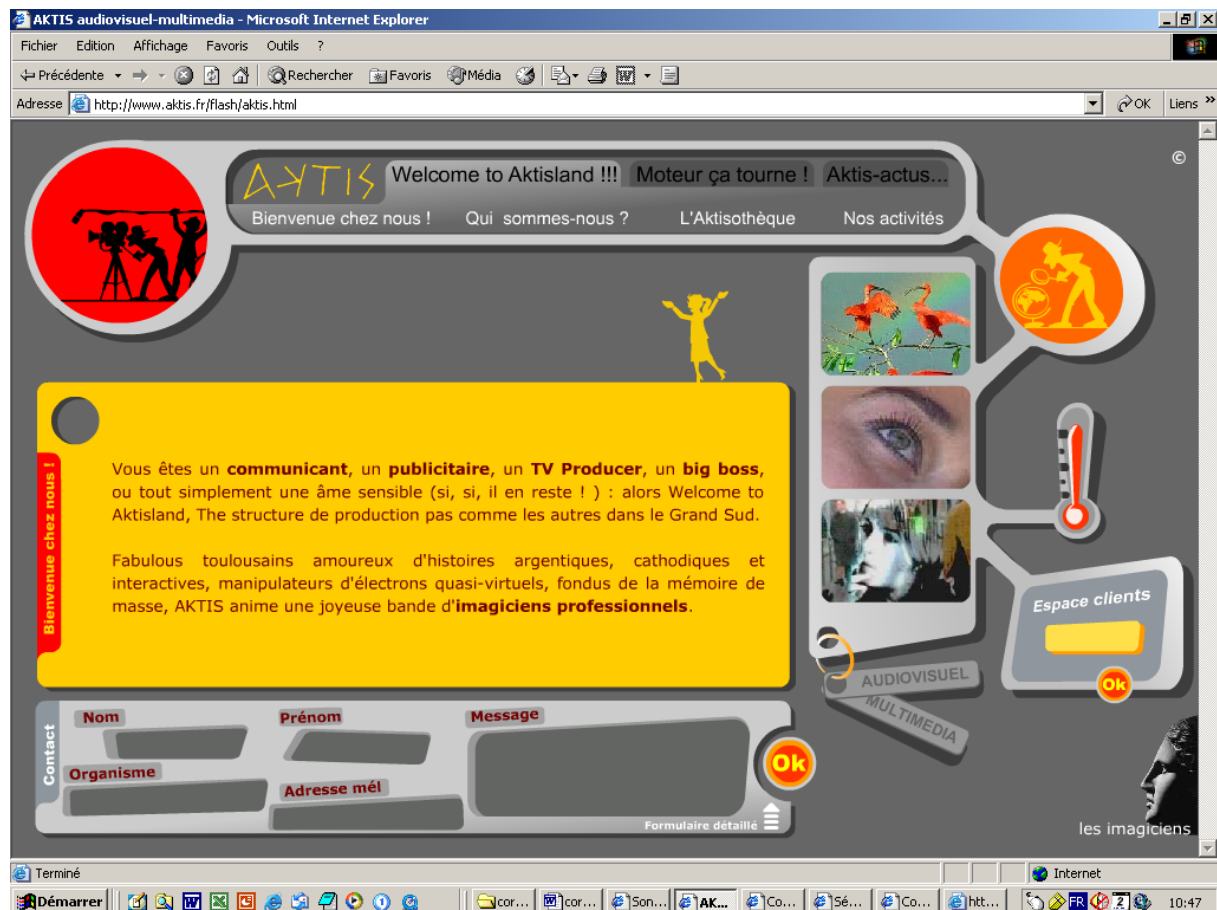
Ensuite sur le côté gauche, on trouve le menu du site, qui permet l'accès aux différentes rubriques.

De plus au centre de cette page d'accueil, on trouve trois espaces textes : le premier décrit le type d'agence et le genre de réalisation qu'elle produit, le second renseigne sur des travaux qu'elle peut

réaliser (qu'elle fait peut-être moins fréquemment que les productions standards) et le troisième est un espace texte, qui nous envoie, si on clique dessus, vers la lettre de l'audiovisuel (format pdf) et vers les news de l'agence.

Point de vue personnel : La page d'accueil est bien organisée, elle est donc claire à lire. Le fait que seules deux couleurs soient présentes la rend attractive

AKTIS



La page d'accueil est réalisée sur un fond gris. En haut, au centre se trouve un menu proposant plusieurs rubriques de présentation de l'entreprise. Le nom de l'entreprise y est écrit en jaune.

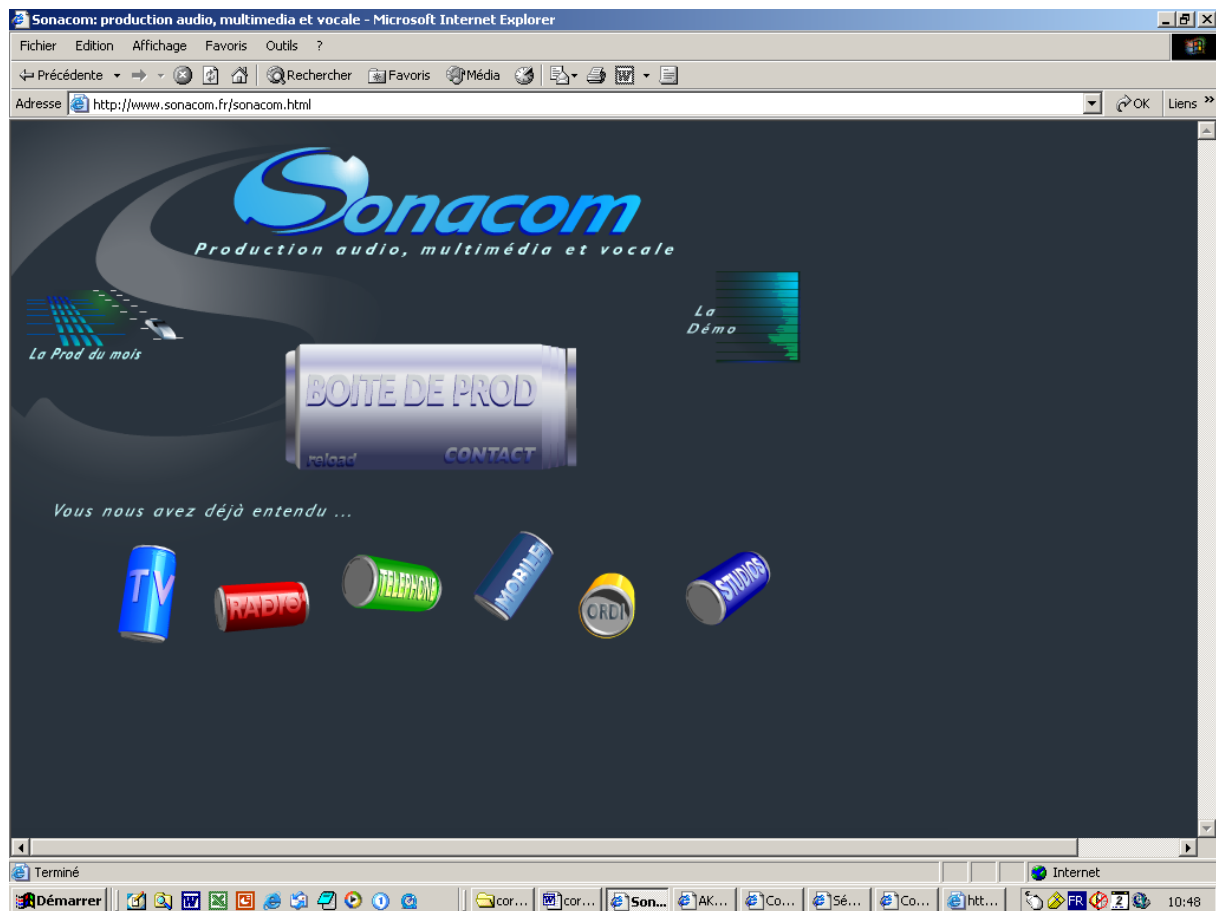
Au milieu de la page, un texte (écrit en rouge) se situe dans un rectangle jaune : c'est dans ce rectangle que les textes et images évoluent lorsqu'on clique sur une rubrique.

Au bas de cet espace texte, il y a un formulaire pour contacter l'agence.

Enfin à droite, un menu réalisé sous forme d'images et de dessins nous permet d'accéder aux productions de l'agence (audiovisuel et multimédia), à l'espace client, au plan permettant de localiser l'agence et aux imagiciens.

Point de vue personnel : La page d'accueil est très chargée. De plus, elle paraît moins claire que les autres sites que nous étudions puisque aucun mot symbolique n'est utilisé ; en effet, les autres sites utilisent des mots comme radio, TV, production audiovisuelle... alors que sur cette page d'accueil, seuls les mots multimédia et audiovisuel sont utilisés, le reste des rubriques étant nommé par des expressions ou représenté par des images.

SONACOM



Cette page d'accueil est faite sur un fond noir, permettant aux éléments de couleurs de bien ressortir. En haut, l'entreprise est représentée par son logo (écriture en bleu). Au milieu de la page, se trouve une canette (mise à l'horizontale), qui permet d'accéder aux rubriques de présentation de l'entreprise et contact. En bas de page, six canettes, disposées différemment les unes des autres (et de couleurs différentes), composent le menu du site : chacune correspond à une rubrique : TV, radio, téléphone, mobile, ordi et studio. Enfin deux onglets (un à gauche et l'autre à droite de la page) permettent d'accéder à la prod. du mois et à la démo.

Point de vue personnel : Le fond noir permet de faire ressortir les éléments de couleurs et les rend attractifs. De plus l'utilisation de canettes en guise de menu est une idée originale et ludique qui nous donne envie de cliquer dessus pour accéder aux rubriques. La typographie choisie pour les titres tels que "BOITE DE PROD" ou "CONTACT" est très proche de celle utilisé par la chaîne Canal + et de ce fait, l'amalgame se fait très vite entre les deux entités, une agence de production audiovisuelle et une chaîne de télévision.

4.2) LES PRINCIPAUX ELEMENTS TEXTUELS DE LA PAGE D'ACCUEIL

Identifier, pour chaque page d'accueil les principaux éléments textuels : nom du site, message de bienvenu, slogan, ...

QUEST AUDIOVISUEL

Le nom du site est présent en haut de la page d'accueil. Il n'y a pas de message d'accueil ni de slogan. Les autres espaces textes sont les menus ou des espaces de présentation de l'entreprise comme décrit plus haut (page 11).

AKTIS

Le nom du site est présent ; c'est le seul mot écrit en jaune.

Un message de bienvenue est présent dans le rectangle jaune au centre de la page.

En revanche, aucun slogan n'est présent. Quant aux autres espaces textes, ils correspondent au menu décrit plus haut (page 12)

SONACOM

Le nom du site est présent en haut et au centre de la page d'accueil. Quelques mots résumant le travail de cette agence sont inscrits au-dessous « production audio, multimédia et vocale ».

Le reste des espaces textes correspond aux rubriques décrites plus haut (page 13).

4.3) L'IDENTITE DE LA PAGE D'ACCUEIL

Quelle est la représentation qu'elle donne de son domaine (commune, entreprise, société, musée, ...) ?

QUEST AUDIOVISUEL

Ouest audiovisuel joue sur une image sobre : deux couleurs contrastées. Cette image reflète le sérieux de leur activité. Dans le choix de la mise en place des différents éléments de la page, on a l'impression de lire les instructions d'un tableau de bord (présence du rond ressemblant à un chronomètre, les boutons déploient des instructions, toutes les formes sont très géométriques...).

La société Ouest Audiovisuel devient alors pour les internautes une agence professionnelle, offrant des services professionnelle et pouvant offrir de l'originalité (car même si le site est sobre, il fait preuve d'originalité dans son architecture).

AKTIS

L'ergonomie générale de la page d'accueil et de toutes les autres (toutes fabriquées sur le même modèle), néglige la caution dont des chefs d'entreprises ont besoin pour attribuer leur confiance dans une agence de production audiovisuelle. Les textes sont également révélateurs d'une image très jeune, branché, loin des contraintes et du quotidien d'une entreprise.

"Fabulous Toulousains amoureux d'histoires argentiques, cathodiques et interactives, manipulateurs d'électrons quasi-virtuels, fondus de la mémoire de masse, AKTIS anime une joyeuse bande l'imagiciens professionnels". Ces mots traduisent une culture qui semble éloignée de celle des professionnelles de la communication, de la publicité et en général des entreprises commanditaires de film d'entreprise.

SONACOM

Sonacom apparaît comme une entreprise jeune et dynamique à travers l'originalité de sa page d'accueil. L'idée des canettes en guise de menu balaye le conventionnel. Par contre, le site de

Sonacom génère également une impression de manque de sérieux, impression qui se répercute sur leurs prestations et leurs images. Par ailleurs, le manque d'information sur la société en elle-même ne donne pas l'assise suffisante pour « faire confiance ».

Les agences de productions audiovisuelles ont un dur équilibre à trouver pour la création de leur support de communication. Il faut être capable de séduire le client et de lui vendre un savoir-faire. Il faut être professionnel pour vendre mais le site doit également sortir du lot vis-à-vis de ce que l'on trouve sur le Web pour éviter d'être catalogué comme "ringard" ou "classique", deux qualificatifs que l'on n'attend pas d'une agence de création audiovisuelle et multimédia.

4.4) COMPARAISON

Décrire brièvement en quoi les trois pages d'accueil examinées se ressemblent ou diffèrent

Les trois pages d'accueil étudiés se ressemblent dans leur besoin de montrer leurs informations d'une manière originale. Les cannettes se transformants en TV ou radio..., les bruitages et personnages animés ou encore les menus déroulant sont trois façons d'agencer l'information de manière atypique. Les différences se situent dans le choix du message qui se dégage de ces pages : Ouest Audiovisuel à choisi le professionnalisme alors qu'Aktis joue sur le sentiment de communauté des créateurs, et Sonacom se veut professionnel mais ne néglige pas sur les gadgets. Le seul problème de ce dernier c'est que la plupart de ses pages ne sont pas visitables, soit elles n'existent pas soit les liens ne sont pas actifs mais dans les deux cas, le professionnalisme s'étirole à chaque lien inactif.

5. EVALUATION DES SITES

Procéder à une brève évaluation des trois sites en montrant les points forts/faibles de chacun d'eux et en tenant compte, notamment des trois critères (thématique, contenu abordé, rubriques, organisation de la page d'accueil)

Pour résumer, ces trois sites répondent à une même logique qui est de faire connaître leur activité et de montrer leur production aussi bien audiovisuelle que multimédia. Les points forts et points faibles de chacun de ces sites ont déjà été développés dans chacune des parties. Nous dresserons donc ici, un récapitulatif des choix fait par chacun des concepteurs de site.

Points forts :

Les trois sites ont réussi à dégager une image à travers de leur site de présentation. L'audiovisuel est un domaine difficile à "vendre" au travers d'un site Internet, tout le monde ne peut accéder aux films mis en ligne, s'ils y arrivent le téléchargement peut devenir un frein à la visite du site. Le jeu était alors de faire connaître un type d'activité sans pour autant le montrer tout le temps.

La société Aktis a joué sur une culture d'appartenance très jeune et libérée, les textes des webmasters sont proches parfois d'envolée lyrique et les illustrations traduisent également la légèreté et la jeunesse. Ouest Audiovisuel s'est plus penchée sur la retranscription du professionnalisme avec quelques notes de décontractions notamment dans l'introduction avec l'apparition du nom de l'agence lettre par lettre.

Points faibles :

Mais ces trois sites s'inscrivent dans la démonstration de savoir-faire. Ce sont de très belles vitrines sur les possibilités graphiques d'un site Internet mais du coût, l'information manque beaucoup. Le site en délivrant le plus est Ouest Audiovisuel mais on ne s'arrête pas pour lire le contenu, l'œil est beaucoup trop attiré par les menus qui s'animent, les vidéos qui s'affichent.... Pour ce qui est de Sonacom, on ne peut pas accéder au contenu et pour Aktis, il est vraiment plus que succinct. L'image prime sur le message et nous ne sommes pas sûres que les prospects, agences de communication, entreprises, publicitaires... ne les connaissant pas autrement leur fassent vraiment grande confiance.