

1) Brève présentation – description des trois sites :

Nous avons à comparer trois sites d'entreprises de production audiovisuelle. A savoir :

« Positif »

« Dimson »

« International Création Vidéo »

Cependant le site de cette dernière société ayant des problèmes techniques lors de la première séance (nous ne pouvions accéder qu'à la page d'accueil), nous ne traiteront de que les deux premières.

A) Le site « POSITIF »

- **Intitulé du site**

« POSITIF »

- **Institution propriétaire du site**

POSITIF SARL

Parc Holtzer 46-48 Rue Holtzer

42 240 Unieux France

- **Type de site**

Sites correspondant à l'organisation de produits d'information classique, de type « brochure Ware », qui se présente comme une sorte de catalogue des services et des prestations.

- **Adresse du site :**

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

- **Bref résumé :**

Le site a été développé sous deux versions sonorisées , l'une en Flash et l'autre en HTML. Il présente un aspect moderne en adéquation avec les activités de réalisation numériques et photographiques. La société « POSITIF » est particulièrement axée sur le traitement de l'image et son utilisation commerciale dans les nouvelles technologies (Cdrom, sites Internet...).

B) Le site « DIMSON »

- **Intitulé du site**

« DIMSON »

- **Institution propriétaire du site**

DIMSON

41, rue de Gergovie

75014 Paris

- **Type de site**

Site correspondant à l'organisation de produits d'information classique , de type « brochure Ware », qui se présente sous un type de documentation en ligne des différents services proposés par l'entreprise Dimson.

- **Adresse du site :**

www.dimson.fr

- **Bref résumé :**

Le site a été développé sous une version HTML en utilisant sur quelques pages une animation réalisée avec le logiciel Flash.

D'une utilisation relativement classique et simple, ce site est accessible au plus grand nombre. Il apparaît pourtant manquer de dynamisme, surtout de la part d'une entreprise qui possède des secteurs dédiés au multimédia et à la production audiovisuelle.

Le site présente l'univers de l'entreprise qui possède des spécialisations très diversifiées dans des domaines tels que l'événementiel, la production, le multimédia ou encore la mise à disposition de leur matériel.

2) Comparaison globale des trois sites :

A) Points communs

1) Contenu, thématique

La thématique des sites est la production audiovisuelle. Le contenu est relativement semblable dans la mesure où les deux sociétés valorisent leurs atouts et insistent sur leurs valeurs, leurs plus différentiel (positionnement moderne pour la société « Positif » par exemple) et présentent les productions qu'elles ont déjà réalisées.

On peut classer les rubriques des sites dans deux catégories :

- Celles qui présentent les services et productions des entreprises.
- La partie réservée au contact.

A noter que la rubrique « contact » est présente sur les deux sites.

2) Type, fonction

Les deux sociétés choisies sont des prestataires de services qui mettent en avant leur savoir-faire dans le but de vendre leur image et prospecter de nouveaux clients. Pour ce faire, elles utilisent des sites de types « brochure Ware ».

3) Interface – design (« look »)

la version HTML du site « POSITIF » est comparable à celle de « DIMSON » dans le placement de la barre de navigation sur le côté gauche de l'écran.

La mise en avant des informations concernant les services et prestations des deux sites est comparable, elle apparaît sous la forme d'une simple liste.

B) Traits différenciateurs

1) Contenu, thématique

Le contenu de « Dimson » est plus conséquent que celui de « Positif ». D'abord, leurs activités sont plus diversifiées, et « Positif » semble avoir fait le choix de rester très succinct au niveau du contenu.

2) Type, fonction

Apparemment, il existe peu de différences dans la fonction et le type du site, tout deux sont des « Brochures wares ».

3) Interface – design (« look »)

Les deux sites possèdent des aspects relativement différents au niveau des couleurs utilisées et du design en général.

Le site « POSITIF » joue sur les teintes noires, blanches et « acier », jaunes et vertes. Ces couleurs froides mettent en avant le côté technologique de leur activité. Il propose deux versions qui diffèrent quelques peu. La version flash possède un aspect plutôt moderne avec une introduction rapide (presque stroboscopique...) et une interface travaillée. La version HTML utilise quant à elle, une police de style manuscrite qui crée une sorte de convivialité rompant avec le reste du site.

« DIMSON » utilise la couleur bleu en arrière plan, et associe un code couleur à chacune des rubriques. Si l'ensemble du site est simple à utiliser, son design pêche par excès de simplisme. Il paraît conventionnel.

On peut également remarquer que le site « POSITIF » accorde une place importante aux photos des productions qu'il ont effectués, ce qui paraît quasi indispensable pour une société ciblée sur le traitement d'image. De plus, le site offre la possibilité d'agrandir les images. « DIMSON » quant à elle, possède plusieurs secteurs d'activités mais leur travaux ne sont pas réellement mis en valeur, les quelques images ne sont pas agrandissables.

« POSITIF » a fait le choix de proposer un pré-générique et une interface en Flash, alors que « DIMSON » utilise des animations Flash au sein du site.

3) Description détaillée des pages d'accueil des sites :

A) Le site « Positif »

Comme le montre la constitution des rubriques dans le schéma situé à la fin du rapport, le site ne possède pas à véritablement parlé une seule page d'accueil, mais plusieurs.

Le site «POSITIF» présente dans un premier temps une pré-page d'accueil sur la quelle on peut observer les éléments suivants:

- Une reproduction dynamique du logo « »POSITIF» dont la lettre « O » évolue de la couleur bleu au jaune en passant par le vert.
- Le slogan de l'entreprise: «POSITIF, le spécialiste de toute votre communication, de votre plaquette publicitaire à votre site Internet dynamique ! »
- Un message visant à interpeller le visiteur en créant l'intérêt par la curiosité. Il est intéressant de noter que ce bloc texte, outre des considération de contenu, est associé à une animation Flash simple consistant en le défilement d'un cadre améliorant la visibilité des informations survolées.
- La proposition de deux format de présentation/navigation sur le site à savoir une version Flash et une version HTML.

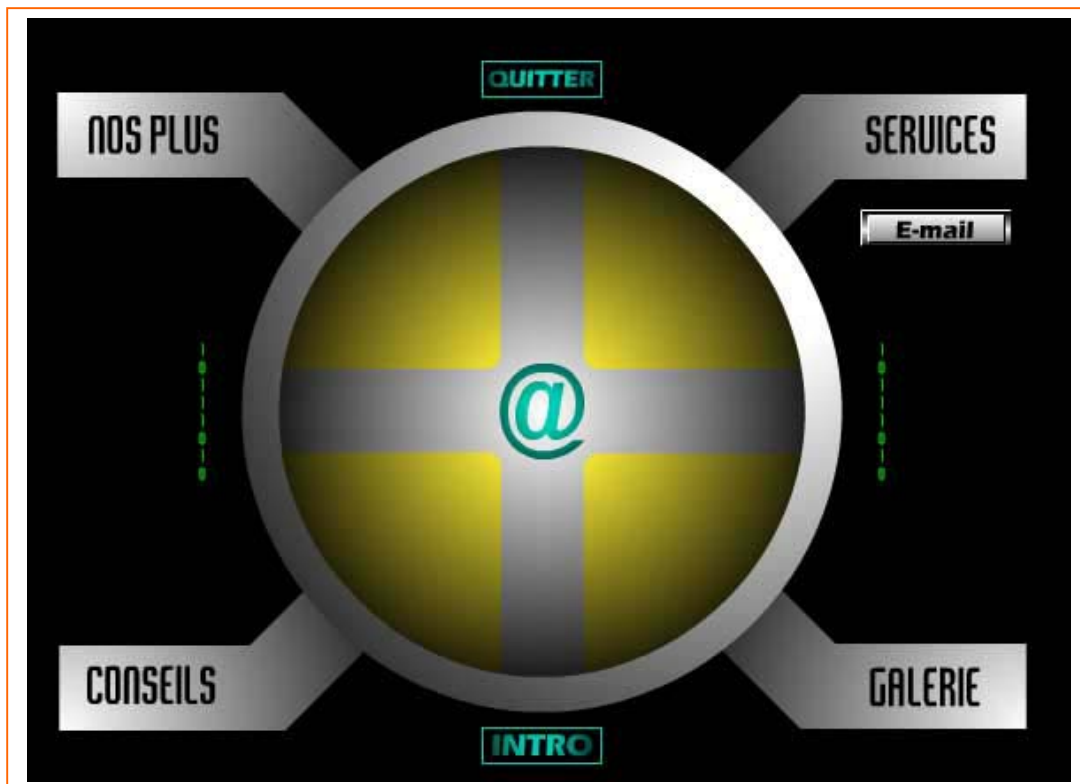


On remarquera sur cette pré-page d'accueil la dominance en fond d'écran de navigation de la couleur noire, inspirant une atmosphère sobre et obscure qui pourrait être interpréter par le visiteur comme une invitation lugubre à ne pas s'aventurer sur le site. Cette interface graphique, malgré l'omniprésence du fond d'écran, sert correctement la présentation de l'entreprise dont le logo blanc et le « O » aux couleurs changeantes crée un contraste visuelle attrayant. La pré-page d'accueil, malgré les efforts de créativité (effet de contraste essentiellement) et de programmation (animation flash) n'en demeure pas moins une entrée en matière particulièrement sobre voir austère pour un site d'entreprise dont les qualités avancées sont la créativité et l'innovation.

1) La version Flash

L'entreprise d'audiovisuel « »POSITIF» propose dans la version Flash, en introduction de son site, un pré-générique visant à introduire la page d'accueil. Cette animation développée sous Flash donne une vision globale des activités de l'entreprise en disposant par apparition/disparition rapide des éléments de textes ainsi que des éléments graphiques (comme des photos).

L'animation en elle-même est très rythmée, et ce probablement dans le but de représenter le processus dynamique de création, activité principale de l'entreprise «POSITIF». On remarquera que celle-ci a décidé d'utiliser sa raison sociale pour développer cette animation. Cette dernière se déroule toujours sur un fond noir et reprend la lettre « O » du mot « »POSITIF» pour, par transformations successives, créer l'interface permettant de choisir entre les différentes rubriques que propose le site.



2) La version HTML

La version HTML est nettement plus statique que la version Flash et ne reprend pas les mêmes éléments figuratifs d'identification, on notera d'ailleurs la différence de logo avec la présence d'une virgule supplémentaire. La navigation sur cette page se fait classiquement à l'aide du curseur qui s'est vu attribuer, via un code Java Script, une traînée de symboles «POSITIF», redondances simplifiées de la raison sociale de l'entreprise. Les éléments de textes, malgré la taille des polices visant à améliorer leurs lisibilités, ont pour couleur d'affichage un gris très sombre qui ne facilite pas nécessairement leurs discernements sur un fond noir.

De plus, il y a une page supplémentaire avant de pouvoir accéder au contenu, elle présente un petit texte qui vient compléter l'image de la page d'accueil.



B) Le site «DIMSON»

Le site web DIMSON est déroutant, la page d'accueil ne comporte qu'une animation flash et l'ensemble des rubriques disponible sur le site. Or une des rubriques à pour dénomination « Accueil ». Pourtant en cliquant sur cette rubrique, nous ne tombons pas sur une page d'accueil mais sur une page de contact, avec l'adresse de l'entreprise. Nous avons donc décidé d'identifier et d'analyser que la page d'accueil d'ouverture du site.



L'animation Flash

C'est une animation d'accueil c'est à dire que le visiteur sera en présence de celle-ci dès qu'il ouvrira le site, en revanche elle ne constitue pas un pré-générique puisque elle n'est pas en pleine page, et que le navigateur peut consulter les rubriques qu'il désire sans attendre la fin de l'animation.

L'animation est très simple, il souhaite la bienvenue aux visiteurs puis le logo de la marque apparaît. Les couleurs sont claires.

L'entreprise qui est spécialisé dans les outils multimédias ne fait pas une réelle démonstration de son affirmation dans les outils multimédia, cette première animation flash est simple et n'invite pas le navigateur à constater l'identité spécifique de cette entreprise.

4) Conseils pour améliorer les sites :

A) Le site « POSITIF »

Il réside des incohérences au sein de ce site :

Voici les axes de communication prônés par les concepteurs du site « POSITIF » :

La maîtrise de la technologie : la réalisation de produits/supports audio-visuel de la qualité professionnel nécessite l'emploi de matériel numérique et suggère les compétences qui y sont associées.

Objectif : montrer le professionnalisme des employés de l'entreprise.

La créativité : valeur essentielle de tout travail artistique, la créativité est ici exprimée par un design élaboré.

Objectif : montrer les compétences artistiques des employés

Pourtant, on constate :

- La présence d'éléments figuratifs d'identification :

Les logos, même s'ils permettent une identification rapide de l'entreprise à laquelle appartient le site dans la mesure où ce sont des éléments de textes, ne sont pas de même design et ne sont pas associés à une charte graphique commune.

- La présence de signatures de l'entreprises : dans la mesure où les signatures n'ont pas été uniformisées, le visiteur n'ayant que peu de renseignements pourrait considérer qu'il a fait une erreur de navigation. Ces signatures sont différentes selon la version de navigation que l'internaute a choisi sans pour autant avoir une quelconque explication rationnelle.
- La signalétique présente des incohérence dans son utilisation d'éléments graphiques différents. En effet suivant la version du site retenue par l'utilisateur, ce dernier se retrouve confronté à une signalétique différente : alors que la version Flash offre un design axé sur l'utilisation de la lettre « O » du mot « »POSITIF» » comme base de son animation et de sa navigation, la version HTML propose le logo associé cette fois à une virgule présente sur la totalité des autres pages du site.

Dans la mesure où l'entreprise « POSITIF » est une entreprise de production audiovisuelle, elle a choisi comme axe de communication majeure la mise en avant de leur valeur ajoutée : la créativité et l'innovation. Dans cette optique, la page d'accueil, et notamment sa version Flash, offre une présentation sobre au design étudiant. L'impression de technicité et de sobriété sont particulièrement bien retranscrite dans la mise en forme définitive de l'accueil. Cependant des difficultés persistent en matière de navigation.

L'accès à la réelle page d'accueil, dans le cas de la version Flash, se fait après avoir parcouru trois pages différentes. L'accessibilité générale aux différentes rubriques s'en trouve particulièrement complexifié ce qui n'est pour servir les valeurs de maîtrise technologique que prône l'entreprise.

La présence des pré-génériques donne un dynamisme certain au site malgré le fait qu'elle présente un inconvénient majeur : étant assez longue, cette dernière demande un temps de téléchargement qui peu s'avérer pesant. Cette donnée est à prendre en considération dans la mesure où la proportion de foyers disposant une connexion rapide reste minoritaire sur le territoire français face aux équipements bas débits, plus communément répandu.

B) Le site « DIMSON »

Objets textuels

La page d'accueil se focalise sur le nom de l'entreprise et son logo.

Le logo est placé en haut à gauche et il est renforcé par l'animation flash qui joue avec le logo.

L'entreprise ne revendique aucun slogan, en revanche elle rappelle à son visiteur son domaine d'activité. Il semble que cette entreprise ne soit pas connue du grand public, et qu'elle recherche avant tout à faire connaître son secteur d'activité plutôt que de renforcer son image avec l'utilisation d'un slogan.

Le message principal de cette page, est le « bienvenue » de l'animation flash. La page est très simple et vide.

Le seul texte qui apparaît, c'est la possibilité pour l'internaute de télécharger le logiciel Macromedia, qui est un plugin pour lire les animations flash.

Les rubriques sont présentes sur la gauche et sont au nombre de 6, elles apparaissent sous forme de liste. Les rubriques servent de lien pour les branches de l'entreprise.

Chaque rubrique est une présentation succincte des activités type « brochure ware ». Très peu d'images présentent les réalisations, une seule vidéo présente les productions des événements.

La démonstration du travail n'est absolument pas présente, alors qu'il s'agit d'une compagnie spécialisée dans les multimédias et l'audiovisuel... et la seule démonstration de leurs savoirs-faire c'est une animation flash très simple de réalisation.

Le point positif de ce site, c'est le lien avec « communicateur » même si c'est le visiteur en cliquant sur cette sous-rubrique ouvre une autre page web. Ici l'entreprise crée un lien de proximité avec les internautes. Le site y gagne en personnalisation.

Le contenu est affiché sous forme de liste, avec une barre de déroulement, ce qui est peu attractif, et dissuade l'internaute de lire l'ensemble des informations.

La chartre graphique

DIMSON a choisi une chartre simple à base de bleu, les rubriques sont différenciées par une couleur, il est facile de se repérer dans le site. En revanche on peut reprocher le fait que les codes couleurs élémentaires comme celles présentés dans le site, ne donnent pas de véritable identité à DIMSON.

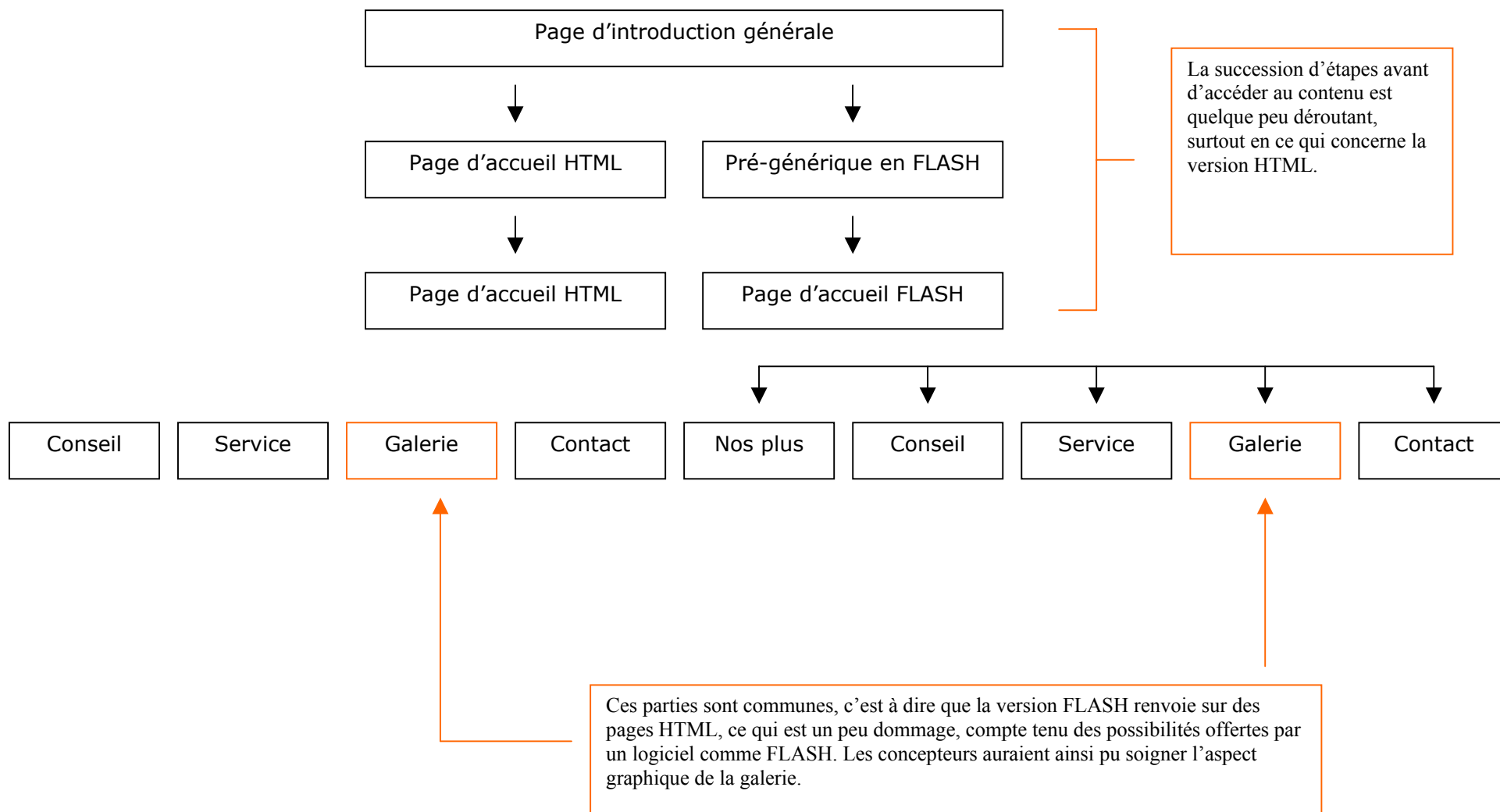
Objets sonores

Il est à déplorer de n'entendre aucun son sur le site, mis à part pour la vidéo.

Conclusion

Il semble que DIMSON n'est pas un site de promotion d'une image d'entreprise créative et audiovisuelle... pourtant ne devrait-elle pas être professionnelle dans ce domaine ? L'optique est plus une communication vente, DIMSON reste très cantonné dans une présentation des gammes de services, avec explications et descriptifs des différentes prestations.

Rubriques du site « POSITIF » :



Rubriques du site « DIMSON » :

