

SAE101 – Audit communication numérique

BUT Métiers du Multimédia et de l'Internet – 2022 – D02

Clément De Roberti
Vicky Defontaine
Nelly Delaruelle
Tom Desprez
Léa Pailier

Science Museum London
Museo Nazionale della Scienza e della tecnologia Leonardo Da Vinci
Canada Science and Technology Museum
Science & Technology Museum Shanghai
Cap Sciences Bordeaux

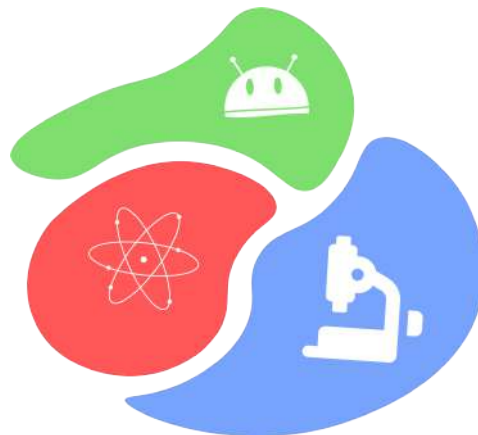


Table des matières

I.	Contexte	3
II.	Contenu et fonctionnalités	3
III.	Ergonomie et accessibilité	3
IV.	Identité visuelle et communication	4
V.	Cibles et réseaux sociaux	4
VI.	Synthèse globale	5
VII.	Illustrations	6
VIII.	Annexes	8

***NOTA**

Pour une économie de place nous nommerons les différents sites comme présenté ci-dessous :

- UK : Science Museum of London
- Leonard de Vinci : Museo Nazionale della Sienza e della Tecnologia Leonard de Vinci
- Canada : Canada Science and Technology Museum
- Shanghai : Musée des Sciences et de la Technologie de Shanghai
- Cap Sciences : Cap Sciences Bordeaux

I. Contexte

Tous les grands musées du monde possèdent un site web afin de pouvoir toucher un plus vaste public pour augmenter les visites et donc les profits. Les visites de musées représentent elles-mêmes une économie qui fait partie du tourisme et de la culture.

En 2022, tout le monde effectue ses recherches sur internet et grâce aux algorithmes de plus en plus optimisés, les visiteurs sont plus susceptibles de tomber sur leur site. Ceux-ci permettent aussi aux musées de développer leurs attractivités numériques, notamment en proposant une boutique et une billetterie en ligne afin de rendre la visite du client beaucoup plus agréable et éviter les files d'attente.

Le site web permet également de réduire les coûts de communication. En effet cela coûte moins cher d'éditer un site internet plutôt que de diffuser des publicités à la télévision ou imprimer des flyers. De plus, un site permet de renseigner les visiteurs des différentes visites, collections et œuvres présentes au musée afin de donner envie de se rendre sur place. Il permet une approche plus innovante, plus interactive pour le public avec des menus, des boutons qui apportent toutes les informations nécessaires. Il donne aussi la possibilité d'être plus proche du public international, notamment en proposant différentes langues. Ainsi, c'est toute l'expérience utilisateur qui est pensée afin de lui permettre une visite privilégiée et pratique.

Avec mon équipe nous allons analyser 5 musées dans le domaine des sciences et de la technologie sous divers angles : les contenus et fonctionnalités, l'ergonomie et l'accessibilité, l'identité visuelle, la communication, le style éditorial ou encore le public cible et les réseaux sociaux.

II. Contenus et fonctionnalités

L'originalité, la richesse et les fonctionnalités sont des éléments majeurs d'un site internet. Il est important d'avoir un équilibre parmi tous ces composants pour rendre l'expérience utilisateur plus agréable.

Les visiteurs viennent du monde entier et l'ensemble des sites que nous analysons se restreignent à proposer 2 langues. Offrir sur un site internet un minimum de six langues (FR, EN, ITA, ESP, GER, CHI) permettrait aux visiteurs de profiter pleinement de leur approche avec les musées.

Les photos, les vidéos et les textes garnissent un site internet. Avoir un bon équilibre et du dynamisme pour donner envie aux visiteurs de venir au musée est primordial. Cependant, comme l'a fait CAP science, surcharger de contenus et d'animations peut produire l'effet inverse. Leur site est bondé de textes, d'images et d'animations qui s'empilent les unes sur les autres, on ne sait plus où regarder. À noter qu'il est important d'utiliser une typographie ou deux maximum, pour harmoniser les textes et les rendre plus agréables à lire. Le visiteur se rend sur le site d'un musée pour, le plus souvent, un but précis : connaître les horaires, les expositions présentes lors de sa visite ou encore les différents accès au musée et les parcours dans son enceinte. Il est donc indispensable de mettre en page, comme l'ont très bien fait Leonard de Vinci, des illustrations et des pictogrammes pour donner aux visiteurs les informations dont ils ont nécessairement besoin, ce pourquoi et comment ils vont au musée. À l'inverse, ne pas développer ces parties est de toute évidence un choix du musée pour laisser aux visiteurs l'expérience d'une totale découverte une fois sur place.

Acheter ses billets directement sur internet, s'abonner à une newsletter ou accéder à une carte interactive pour avoir un aperçu 3D du musée sont des fonctionnalités que proposent une majorité des sites que nous avons sélectionnés. Elles animent un site internet, le rendent vivant et permettent aux visiteurs de se plonger dans l'ambiance du musée avant même d'y poser un pied.

III. Ergonomie et accessibilité

L'accessibilité étant un point nécessaire à respecter sur un site web, elle se doit d'être adaptée à tout type de personne quelle qu'elle soit. Depuis la pandémie, le besoin de dématérialiser diverses fonctionnalités comme réserver des tickets ou se renseigner sur les expositions proposées s'accroît. Dans un premier temps, seul le site de Cap Sciences parmi les cinq sites propose un vrai module capable de s'adapter aux besoins de chacun, autant dans le visuel que dans les fonctionnalités d'accessibilités. Permettre à l'utilisateur d'avoir un maximum de confort sur le site est un enjeu essentiel. Cap Sciences met en page beaucoup de textes dans tous les sens, horizontalement et verticalement, ce n'est pas pratique dans le cas où une personne ne pourrait, par exemple, pas tourner son cou pour lire le texte.

Néanmoins, on retrouve sur tous les sites beaucoup d'images qui permettent d'illustrer le musée et d'attirer l'attention des futurs visiteurs, contrairement aux textes. En plus de faciliter l'accès aux contenus, les sites répondent à la tendance actuelle de mettre plus d'images que de textes. Pour répondre à cela, ils mettent en avant le confort visuel, avant les fonctionnalités d'accessibilité. De plus, la palette de couleurs utilisée sur le site, contrairement aux autres, n'aide pas tout le monde à la lecture du contenu, de par ses couleurs fluorescentes sur fond blanc.

L'ensemble des sites proposent un texte alternatif sur leurs images, cependant ces textes sont brefs et peu détaillés, point qui a été travaillé par Canada. Shanghai, propose 5 langues contre seulement deux sur les autres sites : l'anglais et la langue local.

À noter aussi que d'après le validateur W3C, UK et Léonard de Vinci respectent le plus les normes d'ergonomie et d'accessibilité sur leur site.

IV. Identité visuelle et communication

Ce qui fait sens sur un site, c'est avant tout son identité visuelle. En d'autres termes, c'est ce qui permettra aux visiteurs de reconnaître par des éléments visuels remarquables le musée choisi. C'est aussi ce qui va impacter l'expérience de navigation du visiteur sur le site internet, l'envie ou non de parcourir de manière plus approfondie la page web.

Notre analyse porte sur le secteur scientifique et culturel des musées des sciences et des technologies. Sans trop de surprise, nous nous plongeons dans un environnement très structuré analogue à la tendance symétrique en vogue. Les images apportant de la couleur aux sites sont, pour la plupart, fixes avec un écart laissant le fond souvent blanc donner une certaine harmonie. Elles sont toujours accompagnées d'un texte cliquable ou d'une légende informative pour les visiteurs. Il n'y a ni artifice, ni éléments pouvant être qualifiés « de trop ». On pourrait affecter cela au thème épuré sans tomber dans le minimalisme pour autant.

En comparaison à quelques sites d'E-commerce de prêt à porter se rapprochant plus de la modernité, on ne compte aucunes vidéos. Cependant, on ne peut affirmer que ces pages web sont hors modernité. Le dynamisme de ces sites vitrines est apporté par des diaporamas de photos, des menus composés de plusieurs slides ou des comportements d'items lors du passage du curseur. Les typographies choisies sont souvent grasses et sans serif pour les rendre lisibles et intemporelles. Des palettes de couleurs attrayantes sont choisies et les logotypes se trouvant en globalité sur le haut de la page à gauche, pour plus de visibilité, sont travaillés. Certains sites possèdent même de légères animations comme celui de UK à l'ouverture de la page ou Shanghai avec la partie cinéma se déroulant seule.

Un site se démarque tout de même des autres, Léonard de Vinci. Avec son flat design et ses choix de couleurs vives, il est l'un des sites le plus attractif et accrocheur selon nous et peut toucher un plus large public.

Cap Science possède également de nombreuses transitions et animations de fonds rajeunissant l'image des sites de musée. Attention, cela peut tout de même faire brouillon.

En conclusion, nous constatons un mélange de tendances anciennes et actuelles dans notre sélection de sites web afin de toucher une cible plus universelle et plaire à tous. En un seul coup d'œil, nous pouvons déduire simplement qu'il s'agit d'un site de musée.

V. Cibles et réseaux sociaux

Les musées de sciences et technologies ciblent majoritairement les étudiants et les professionnels travaillant dans ce domaine tel que les professeurs ou les ingénieurs. Ils tentent aussi d'attirer certains amateurs. Pour cela, ils utilisent de plus en plus les réseaux sociaux comme plateforme de découverte. On enregistre sur leurs comptes des dizaines voire des centaines de milliers de followers, ce qui montre qu'ils ont une certaine visibilité. Sur leurs réseaux, on peut aussi voir les publications de leurs expositions permanentes et temporaires.

Ils mettent également des stories « à la une » pour informer le public des dates importantes, des événements, des expositions et parfois d'autres éléments qui ne sont pas en rapport avec le musée en lui-même.

Avec ces plateformes, les musées touchent une tranche d'âge différentes des médias de communication basiques (radios, journaux, etc.), la plus représentée étant la tranche des 15 - 35ans.

VI.Synthèse globale

Par définition, « *une analyse sectorielle consiste à analyser les caractéristiques économiques et concurrentielles d'un secteur économique d'activité [...]* ». Dans le cas présent, nous avons sélectionné cinq sites de musée tournés autour du thème des sciences et des technologies.

Pour ce faire, nous avons analysé l'environnement global, les informations, les données et les fonctionnalités des sites choisis. Nous avons aussi jugé de leur ergonomie ainsi que de leur adaptabilité face à différents supports et publics, mais aussi de leur visuel global dans les tendances actuelles. Pour terminer nous avons traité l'importance du lien des réseaux sociaux dans le contexte actuel.

Pour des raisons économiques, écologiques et pratiques, les entreprises et notamment les musées se tournent vers de nouvelles méthodes de communication digitale. Les sites de musée se sont donc fait une place importante dans ce secteur afin de développer leurs attractivités.

Avec de nombreux avantages, les sites de musées sont des incontournables pour les curieux du monde. Pour les musées, les sites internet permettent de réduire les coûts de communication, tout en essayant d'attirer les visiteurs à venir visiter leur établissement.

Pour l'expérience utilisateur, les musées mettent en page des illustrations, des textes et des pictogrammes, cependant rien n'étant parfait, on admet une marge d'amélioration.

Premièrement le choix des langues, sur ce point tous les musées doivent proposer une meilleure solution pour leurs utilisateurs, afin que tout le monde puisse utiliser convenablement l'outil qu'est le site internet. Second point, il est nécessaire sur un site internet d'équilibrer textes et images pour que les visiteurs sachent à quoi s'attendre en se rendant au musée sans pour autant les inonder d'informations. Ajouter des fonctionnalités, permettra aux visiteurs de préparer à l'avance leur venue et ainsi être sereins le jour de leur visite.

Les différents sites présentent des fonctionnalités d'ergonomie très similaires, notamment dans l'affichage des contenus et dans la mise en avant des images au détriment du texte. Nous pouvons dire que les musées suivent les tendances actuelles, favorisant ainsi les expositions en premier dès que l'on rentre sur le site. De plus, un certain confort visuel est respecté sur l'ensemble des sites pour faciliter la navigation et l'accès aux différentes pages. Par ailleurs, le choix des langues proposées facilite l'accessibilité, bien que les langues soient en grande partie limitées à l'anglais et à la langue locale. Chacun des différents musées respectent globalement les normes dictées d'après le validateur W3C.

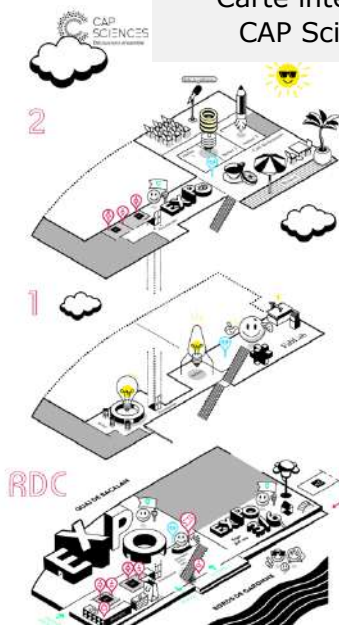
La mise en valeur des contenus dans chaque site suit le même processus assez classique et peut donner une impression de déjà vue lassante. Néanmoins pour se démarquer, une identité visuelle est mise en place par chacun notamment par le choix d'une palette de couleur propre. Chaque musée semble avoir compris que, ce qui la constitue, impacte l'expérience utilisateur de façon positive ou non. Les stratégies de communication influencent les visiteurs afin qu'ils restent sur le site et qu'ils en parlent par la suite autour d'eux. Dans notre sélection de site internet, nous pouvons souligner l'envie d'utiliser des tendances actuelles pour que le style des sites soit en adéquation avec un public cible très large. Selon nous, c'est la meilleure méthode à suivre.

Les réseaux sociaux sont un moyen de communication qui peuvent aider à ramener plus de public car ce sont des plateformes utilisées par les jeunes. Selon leurs recherches quotidiennes, les réseaux leur proposeront les comptes adéquats. De plus, ils utilisent des techniques de communication plus attrayantes pour les gens afin de les attirer. Ils permettent également d'être tenus au courant de certains événements ou nouvelles expositions qui ne sont pas sur les sites officiels. Cela peut montrer la modernité des musées, montrer qu'ils cherchent de nouvelles cibles et de nouveaux moyens de communiquer avec le monde.

Avec cette nouvelle vague de communication digitale, les sites de musées se modernisent et mettent un point d'honneur à optimiser l'expérience utilisateur.

/II. Illustrations

Zône d'arrêt
for drop
for de
chaussée



Carte interactive
CAP Sciences

Illustration et texte
Leonard De Vinci



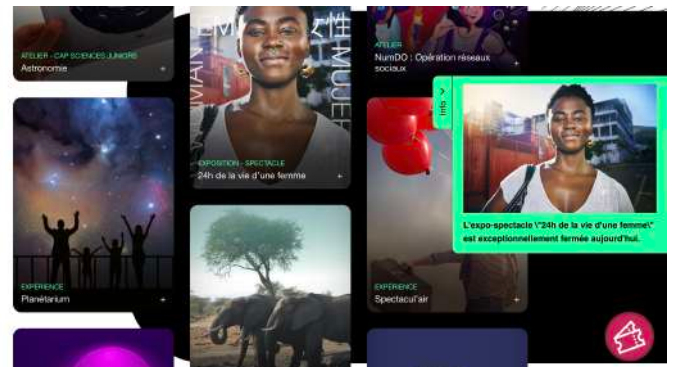
Leonardo da Vinci Interactive
Laboratory

The Leonardo Lab is an educational space where one can get to know more about Leonardo da Vinci's work method through experimental, hands-on and creative activities. Here art and science are closely connected. An interactive space, halfway between the atelier of an artist and the Workshop of an artisan.

[Interactive Laboratories ->](#)

Contenu / disposition
CAP Sciences

Alu Programme



Horaires
UK

OPENING TIMES

The museum is open daily from 10.00 – 18.00 (last entry 17.15).

Galleries start to close 30 minutes before the museum closes.

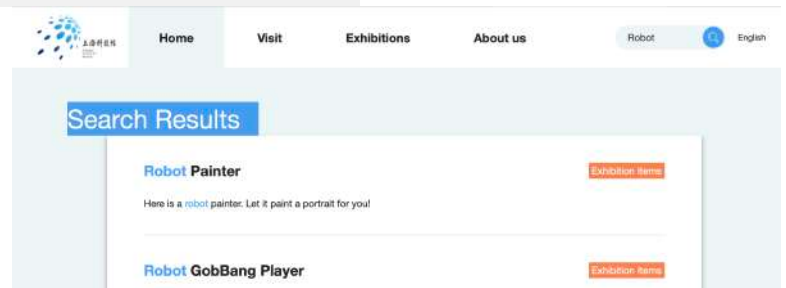
CLOSURES AND HOLIDAYS

CLOSURES—PLEASE CHECK BEFORE VISITING

Before you visit, please read the list below to check whether any of our galleries or spaces will be closed:

- The museum will open at 12.00 on Wednesday 2 November and close at 17.00 on Wednesday 30 November.
- Flight will close on Wednesday 2nd November all day and open at the later than usual time of 11.00 on:
 - Sunday 19 November 2022
 - Sunday 10 December 2022
 - Saturday 14 January 2023
 - Saturday 11 February 2023
 - Saturday 25 March 2023
 - Saturday 15 October, reopening Sunday 16 October.
- Information Age will be closed all day on Tuesday 18 October.
- The Model Walkway in *Making The Modern World* is currently closed for essential maintenance works and will be reopening soon.

Fonctionnalité de recherche
Shanghai



Abonnement newsletter
Leonard de Vinci

Keep in touch:



Subscribe to the
newsletter

Fonctionnalités d'accessibilité Cap Science

ADAPTER L'AFFICHAGE DU SITE

1 Catégories — 2 Pathologies — 3 Validation

Sélectionnez une ou plusieurs(s) catégorie(s) :

 VISION	 MOUVEMENT
 COGNITIF	 TEMPORAIRE

SUIVANT >

Application développée avec ♥ par la team **caia**

III. Annexes

- Proposition de refonte du site du musée du Louvre – Permeable : <https://www.permeable.org/blog/7056/>
- Science Museum of London : [Science Museum](#)
- Museo Nazionale Scienza della e della tecnologia Leonardo Da Vinci : <https://www.museoscienza.org/en>
- Canada Science and Technology Museum : <https://ingeniumcanada.org/scitech>
- Science & Technology Museum Shanghai : [Musée des sciences et de la technologie de Shanghai \(sstm.org.cn\)](#)
- Cap Sciences Bordeaux : <https://www.cap-sciences.net>