SAE101

Audit communication numérique

Musée dauphinois, Grenoble, France

https://musees.isere.fr/musee/musee-dauphinois

Photo Musée, Site officiel du musée dauphinois

Léo DERACHE
Nicolas TARIELLO

S1A1

01 Introduction

Fondé en 1906 par Hippolyte Müller, le musée dauphinois veut refléter “les coutumes, les mœurs et les usages d’une population particulière”.
Installé depuis 1968 au sein de l’ancien couvent du XVIIe siècle de Sainte-Marie d’en-Haut, sur les pentes de la Bastille, le musée domine la ville de Grenoble.
En relation avec son histoire qui commence dès le IIIe siècle de notre ère, le musée inscrit son action culturelle dans la relation de proximité qu’il entretient avec les habitants de Grenoble et du Dauphiné.
Depuis 1992, le musée est sous l’autorité du Département de l’Isère, objectif étant de créer un réseau de musées départementaux. L’établissement accueille ainsi des expositions temporaires, grâce à des partenariats de coopération dont le Département de l’Isère œuvre.

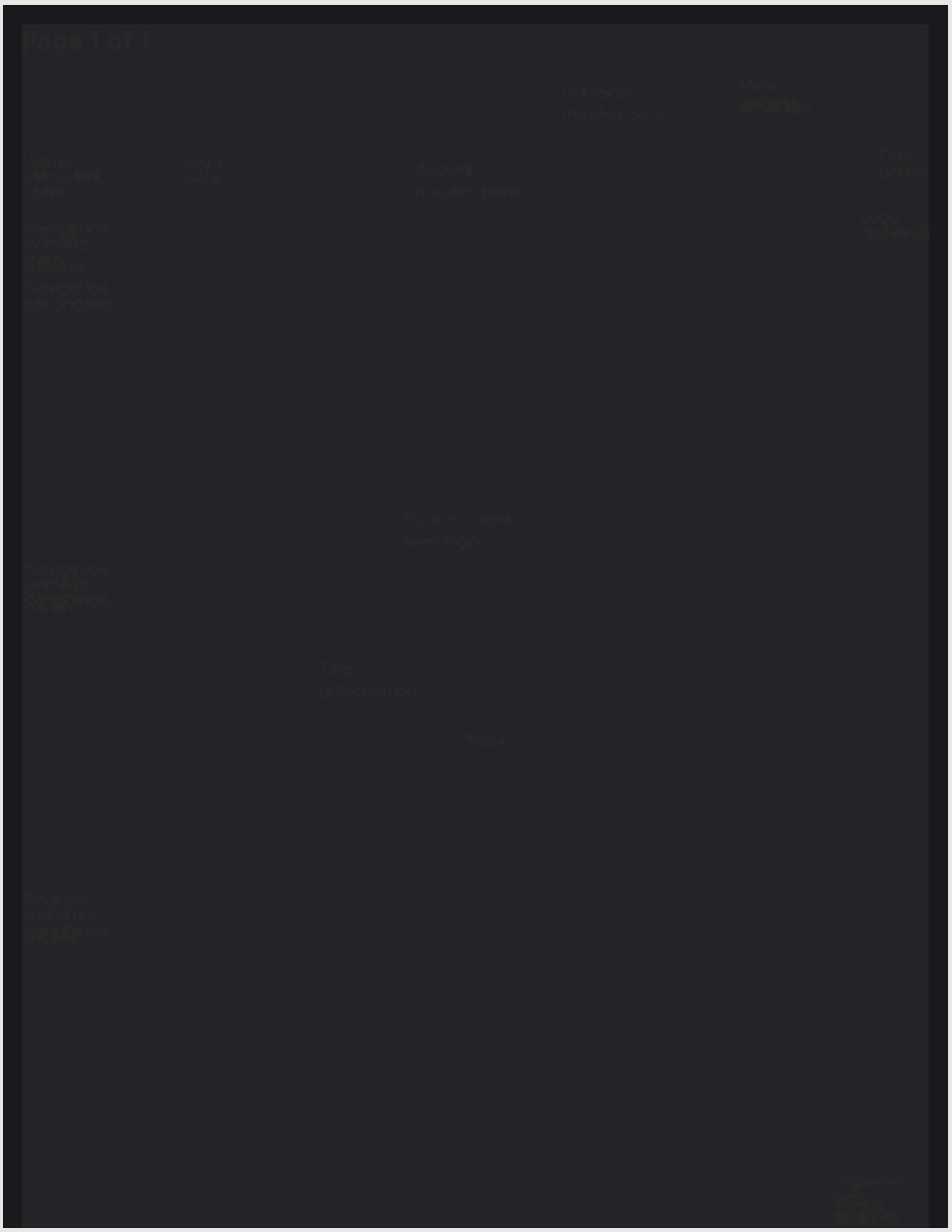
L’audit que nous réalisons sur la communication numérique du musée dauphinois comprend dans une première partie un wireframe légendé du site internet ainsi que son analyse commenté en détails de l’entête, du corps du site et du pied de page.
Nous avons ensuite réalisé une analyse stratégique du produit de communication qui est le site internet du musée. Dans cette analyse nous parlons du réseau de musées auquel appartient le musée de l’Isère, de l’intégration des médias dans le site, de l’organisation des différentes parties du site et de leur objectif avec ces choix là.

Ensuite, une simulation du parcours utilisateur pour se rendre aux informations pertinentes du musée est présentée grâce à des vidéos pour illustrer ainsi que des commentaires pour expliquer la démarche.

Après cela, il y a la présentation des publics cibles avec les 3 personas, leurs motivations et leurs besoins à chacune de ces 3 personnes qu’on a voulu le plus différentes entre elles.
Enfin, nous avons réalisé une conclusion détaillée où nous avons donné, selon nous, 3 axes à améliorer et 3 propositions d’améliorations pour le site du musée dauphinois.

02 Wireframe

Lien du Wireframe avec commentaires à côté des visuels:



02 Wireframe

Analyse du Wireframe

De conception simple, le wireframe du site du musée dauphinois montre que toutes les informations principales se retrouvent sur la même page. Cela permet aux visiteurs, par un simple défilement de la molette, d'accéder à toutes les informations nécessaires pour une éventuelle sortie au musée.

L'entête du site se compose d'un bandeau de présentation et de navigation primaire appartenant non pas au musée dauphinois mais au département de l'Isère et au portail des onze musées départementaux. Cela permet au visiteur de comprendre que le musée appartient à un réseau de musées départementaux.

Le corps du site regroupe toutes les informations essentielles pour le visiteur, sans que celui-ci n'ai besoin de changer d'onglet. En effet, nous retrouvons successivement un texte et une vidéo de présentation du musée accompagnés de boutons utilitaires. Ces derniers renseignent les informations pratiques à une visite - les horaires d'ouverture, l'accès, l'histoire du musée et son bâtiment historique, la boutique ainsi que la newsletter.

02 Wireframe

Suite de l'analyse du Wireframe

S'ensuit une partie actualités, une partie agenda, une présentation des expositions en cours ainsi qu'une sur les dernières publications de la revue L'Alpe aux éditions Glénat. Ces parties se suivent et ne sont pas compartimentées dans des cases. Cela n'empêche pas pour autant la hiérarchisation de l'information et donc sa compréhension.

Le pied de page se caractérise par la présence d'un bandeau noir qui rappel l'entête. Les informations retrouvées sont de nouveau à propos de l'ensemble des musées départementaux de l'Isère, leur newsletter, leurs réseaux sociaux, l'adresse et le téléphone de la direction de la culture et du patrimoine de l'Isère, et finalement, les mentions légales.

Photo Musée dauphinois, Site de Grenoble Alpes Tourisme

03 Analyse stratégique

Le produit que nous analysons, le site internet du musée dauphinois, est par nature destiné à être visualisé et utilisé par le biais d'un appareil digital disposant d'un écran. Dans notre cas, l'élément intéressant est que le musée, et donc son site internet, appartiennent à un réseau de onze musées départementaux chapeautés par le Département de l'Isère. Chaque musée dispose ainsi de son propre site internet mais chacun suit exactement la même organisation, la même hiérarchisation des informations ainsi qu'une charte graphique commune. Ce réseau constitue un portail où tous les musées sont rassemblés et leurs informations uniformisées, permettant aux visiteurs de faciliter leur compréhension. Si nous devons analyser le wireframe de chacun d'entre eux, ils seraient tous quasiment similaires. Ce qui les différencie sont les couleurs ainsi que l'utilisation de pictogrammes personnalisés représentant l'identité visuelle physique du musée en question.

L'énonciateur principal du site est l'institution du département de l'Isère tandis que les locuteurs sont les dirigeants du musée dauphinois. De ce fait, les informations se retrouvent hiérarchisées. L'entête et le pied de page appartiennent aux informations du département de l'Isère et du portail des musées départementaux. Toutes les informations situées entre ces deux sont relatives au musée dauphinois. Le parcours de l'utilisateur reste très simple puisqu'il lui suffit, pour avoir toutes les informations nécessaires à sa visite, de défiler la page vers le bas. Cette construction très verticale se constitue ainsi :

03 Suite analyse stratégique

- L'entête avec bandeau de présentation : il s'agit d'un encart généraliste à propos des musées départementaux. Les deux premiers boutons (Musées et sites, Expositions et agendas) activent des menus déroulants où chaque proposition est un lien interne qui renvoie au site des musées de l'Isère. C'est également le cas pour les troisième et cinquième boutons (La vie du réseau, En famille) mis à part qu'il n'y a ici pas de menus déroulants. A l'inverse, le quatrième (Collections) est un lien externe qui nous fait passer sur le site des collections départementales de l'Isère. Ce site possède la même charte graphique que celui des musées départementaux de l'Isère mais permet de détailler de nombreuses informations supplémentaires sans les surcharger sur un seul endroit. Nous voyons ici que le site, non pas du musée dauphinois mais à propos de celui-ci, appartient à un réseau très bien structuré par le département de l'Isère où toutes les informations culturelles sont classées et organisées selon leur thème, ce qui participe à la cohérence de l'ensemble.

- Le corps du site : Nous entrons maintenant dans la partie spécifiquement dédiée au musée dauphinois :

o Illustration du musée par une photo qui permet au visiteur de comprendre, ou du moins, visualiser l'endroit auquel la page renvoie. Cette photo est accompagnée d'un bandeau de texte qui indique le nom du musée, dans lequel apparait d'ailleurs le pictogramme qui permet d'imager simplement l'établissement, comme c'est aussi le cas pour tous les autres musées départementaux de l'Isère. Cet élément participe, encore une fois, à la bonne cohérence et la lecture de l'ensemble. En dessous de cette illustration, nous retrouvons quasiment les mêmes boutons que dans l'entête, mais qui sont ici spécifiquement dédiés au musée dauphinois.

03 Suite analyse stratégique

o Une brève présentation du musée expose la situation géographique de ce dernier, la particularité de son bâti ainsi que les grands thèmes abordés. Le ton est formel, institutionnel, et vise à valoriser le musée ainsi que son rôle de proximité avec la communauté locale. L'énumération des activités dans ce passage (*expositions*, *publications*, *débats*, *conférences*) a pour volonté de montrer le dynamisme pédagogique du lieu.

o Un nouveau bandeau qui regroupe l'ensemble des informations pratiques à une visite, des éléments de détails sur l'histoire de l'établissement, la boutique et la newsletter. On peut s'étonner et s'interroger sur la pertinence d'utiliser, pour les informations pratiques (*Horaires & accès*) notamment, un bouton qui constitue un lien interne, ce qui renvoie le visiteur sur une page non visible directement. Cela joue forcément sur l'accessibilité de l'information pour laquelle il aurait sans doute été plus évident de l'indiquer sans avoir besoin de cliquer. Pour ce qui est des autres boutons, cela semble déjà plus pertinent. En effet, ils concernent des informations ou des besoins bien plus spécifiques (*A propos du musée*, *Boutique*, *S'abonner à la lettre d'info*) nécessitant une page spécifique. Petite exception ici sur le fait que chaque information est relative au musée en question puisque le bouton de la boutique est un lien externe renvoyant au site de la culture en Isère, et plus spécifiquement à la page de recherche de tout ce que l'on peut acheter, c'est-à-dire principalement des ouvrages sur la culture régionale.

o Il y a deux incrustations de vidéos hébergées sur YouTube. La première est un teaser de présentation du musée, tandis que la seconde est une explication détaillée du symbole du pictogramme.

03 Suite analyse stratégique

o La partie concernant les actualités du musée suit le même schéma que tout le site. C'est-à-dire que les informations, ou du moins les utilitaires sur lesquels l'utilisateur doit cliquer pour les obtenir, sont présentées de manières aérées, sans gros contrastes de couleurs ou de rythme pouvant briser la dynamique de lecture. La géométrie assez symétrique permet à l'ensemble de garder un équilibre qui facilite la lecture et la compréhension.
Pour cette partie, chaque actualité constitue un bouton illustré renvoyant sur une page interne. Affichés en permanence au nombre de quatre, ils occupent bien l'espace - deux à gauche et deux à droite - et sont classés chronologiquement, du plus récent au plus ancien. Pour retrouver l'ensemble de ces sortes de « posts », un bouton permet d'afficher l'ensemble des actualités relatives au musée.

o La partie sur l'agenda suit encore une fois la même cohérence graphique. Nous retrouvons cependant ici quelque chose d'un peu plus intuitif car l'encart de texte comprenant les boutons, et donc les liens internes, comprend un outil permettant de classer les évènements par week-end, hebdomadairement ou mensuellement.

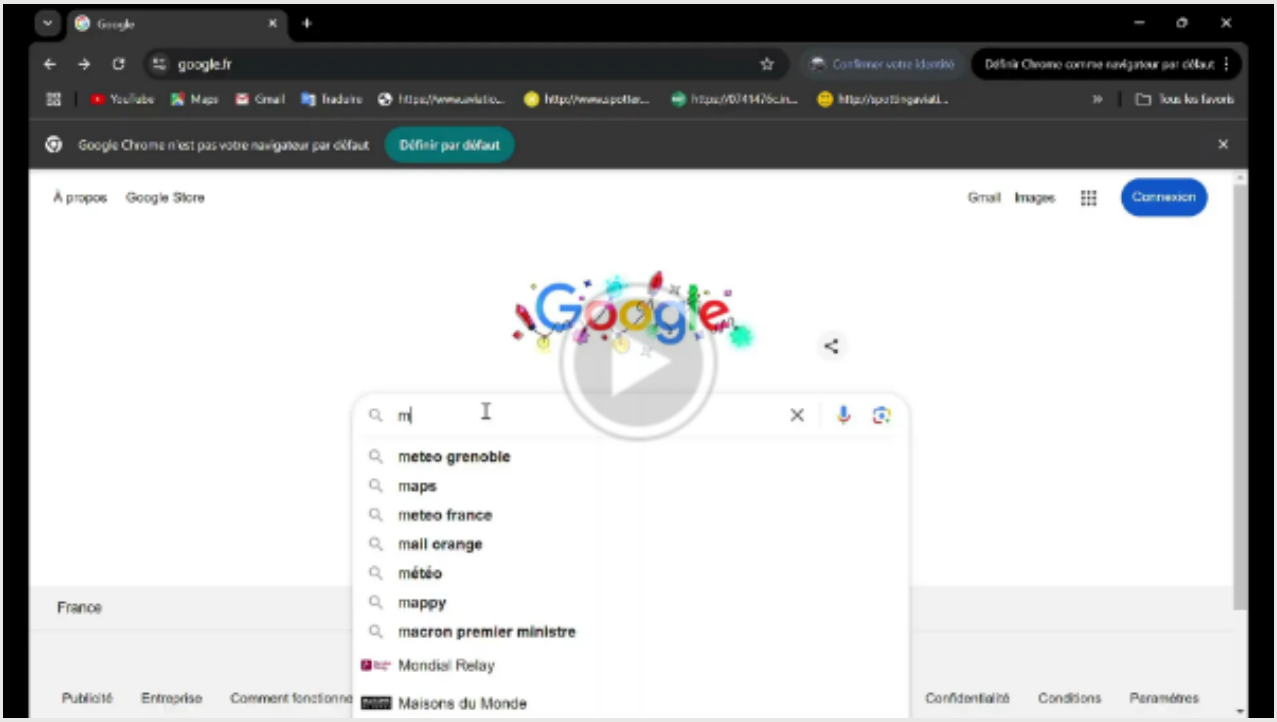
o Cette partie sur les expositions en cours au musée entre un peu en redondance avec la précédente, mis à part qu'il s'agit d'une présentation plus visuelle et attrayante pour le visiteur. En effet, nous retrouvons à quelques choses près la même disposition de boutons que dans la partie actualité, et ceux-ci sont à chaque fois accompagné d'une intrigante image d'illustration, ce qui permet de capter l'attention du visiteur.

Les photos usent d'ailleurs de leurs couleurs pour entrer en contraste avec l'aspect général sobre de la page. Petit point sur l'ergonomie à souligner. Chaque bouton est cliquable dans l'intégralité de l'espace qu'il occupe, ce qui facilite grandement la navigation de l'utilisateur. Chaque bouton de ce style possède une petite flèche en bas à droite de l'illustration indiquant qu'il s'agit d'une information cliquable, mais il n'est pas nécessaire de devoir cliquer spécifiquement dessus pour pouvoir accéder à l'information, ce qui est très pratique.

o Une dernière partie sur les dernières publications relatives à l'ensemble culturel de la région, mais chacune est dirigée, ou du moins, en lien avec les acteurs du musée dauphinois. Nous y retrouvons des magazines, des livres, ... d'éditions différentes mais toujours en partenariat avec l'institution du musée dauphinois. Tous ces liens qui renvoient à des publications locales ou régionales favorise la visibilité des produits culturels que le département a pour mission de promouvoir. En effet, les musées sont des acteurs importants à la transmission du savoir, en tout cas de l'intérêt pour un sujet, et il est logique de les retrouver comme un pont vers un marché économique en lien avec leur domaine. Ici, le simple visiteur peut devenir consommateur puisqu'un panel entier de publication peut potentiellement toucher à un intérêt chez lui et provoquer un achat. Attention, dans notre cas, il ne s'agit point du but premier, mais c'est un complément qui s'inscrit dans la logique de curiosité du visiteur, de l'amateur averti ou de l'expert.

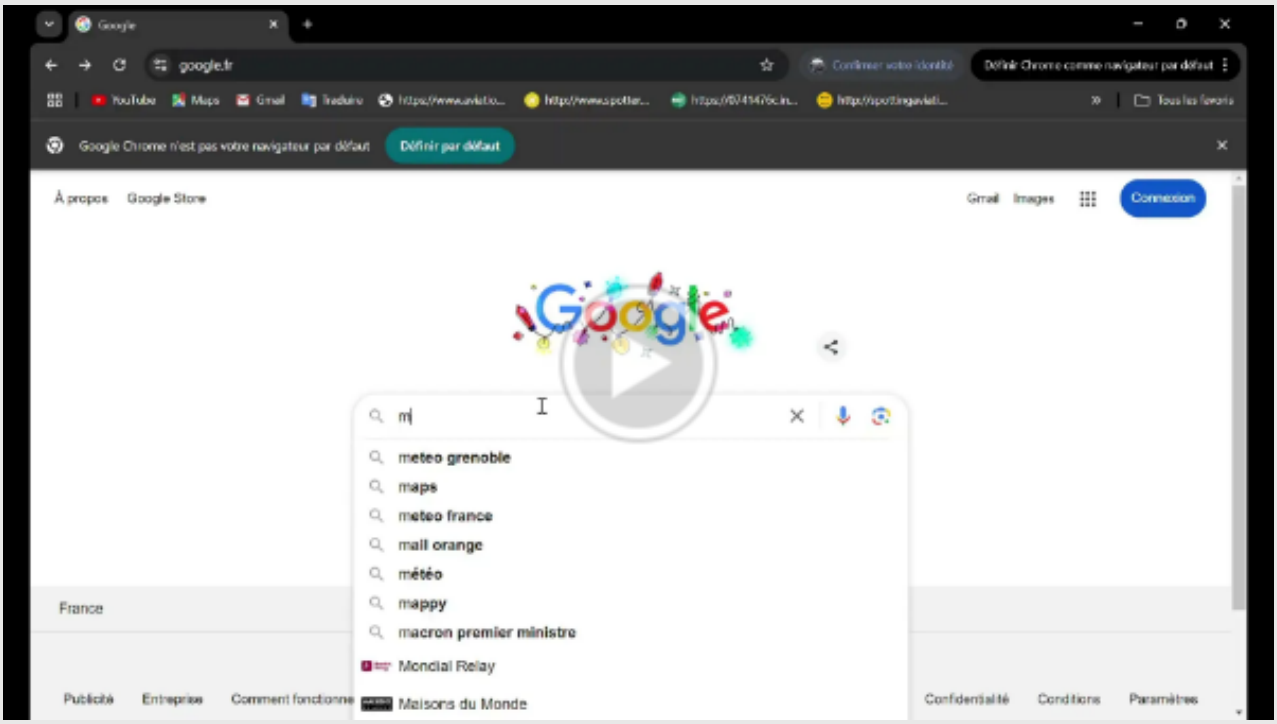
- Le pied de page : nous revenons dans l'espace dédié aux informations relatives au département de l'Isère et ses musées. Nous y retrouvons un bouton d'inscription à la newsletter culturelle des onze musées. Trois boutons sous formes de logos pour les réseaux sociaux, ainsi que l'adresse postale de la direction de la culture et du patrimoine de l'Isère.

04 Chemins utilisateurs



Ci-dessus le chemin pour accéder aux horaires du musée, aux infos pratiques et aux informations pour se rendre au musée avec une carte, les trajets en transports en communs et les coordonnées GPS.

04 Suite chemins utilisateurs



Ci-dessus, le chemin pour accéder aux actualités, aux expositions en cours et à l'agenda du musée. On peut aussi y accéder grâce au bandeau en haut.

05 Publics cibles

Premier personnage : **MASTAING Marc**, 67 ans, homme - **Ressourceur**, ** **(néophyte)**
Marques Mastaing est un ancien artisan à la retraite.

Motivations de Marques à se rendre au musée :

Marc est attiré par l'histoire du bâtiment du musée qu'il trouve apaisant et propice à la réflexion. Il recherche une atmosphère calme.
Son intérêt pour les métiers anciens, comme la charpente, le pousse à visiter le musée pour découvrir l'architecture du bâtiment et les expositions liées à l'artisanat et aux métiers du passé.

Besoins pour utiliser le site internet :

Marc a besoin d'un site clair, facile à naviguer, avec des informations simples sur les expositions et les horaires.
Il veut en savoir plus sur l'histoire du musée et sa transformation. Il aime l'aspect historique et architectural.
Il a besoin de descriptions simples, de vidéos ou de visites virtuelles guidées pour mieux comprendre les collections sans se perdre dans la technologie.

En résumé il recherche une expérience apaisante, enrichissante, tout en étant débutant dans l'usage du web.

05 Suite Publics Cibles

Second personnage : **TABLETTI Aya**, 34 ans, femme - ***Professionnelle ou amatrice avertie,*** ****** (technique)**
Aya Tabletti est diplômée d'un Master d'histoire médiévale.

Motivations d'Aya à se rendre au musée :

Aya visite le musée pour approfondir ses connaissances sur l'histoire du Dauphiné et enrichir ses recherches professionnelles.
Elle est attirée par les expositions temporaires sur des thématiques précises, tel que le moyen-âge.
Elle apprécie la matérialité des objets historiques.

Besoins pour utiliser le site internet :

Aya a besoin de trouver facilement les détails sur les expositions en cours, les horaires, et la possibilité de réserver en ligne.
Le site doit proposer des ressources documentaires utiles pour ses projets professionnels (articles, bibliographies, etc.).
Elle recherche des vidéos ou des interviews pour approfondir son expérience de visite.

05 Suite Publics Cibles

Troisième personnage : **PÉDONCULE Gwendoline**, 17 ans, adolescente - ***Explorateur*, ***** (spécialiste)**
Gwendoline Pédoncule est lycéenne et souhaite faire un BTS tourisme.

Motivations de Gwendoline à se rendre au musée :

Elle cherche avant tout à explorer le contenu des expositions. Elle est intéressée par ce qui peut élargir ses connaissances, notamment en lien avec l'histoire locale et la culture.
En tant que future étudiante en tourisme, elle veut découvrir comment le musée peut être mis en valeur pour les futurs visiteurs. Elle veut aussi comprendre le lien entre le musée et la ville de Grenoble.

Besoins pour utiliser le site internet :

Elle recherche un site dynamique avec des informations complètes sur les expositions, des anecdotes et des éléments captivants qui attirent son attention. Elle souhaite une navigation fluide, avec des éléments visuels attractifs placés de façon ergonomique pour mieux comprendre les œuvres et l'histoire du musée. Elle a besoin d'un accès facile à des informations pratiques, comme les horaires, les tarifs étudiants, et les possibilités de réserver des visites ou des activités liées au tourisme.
Cela reflète son profil d'exploratrice, curieuse et proactive, qui cherche une expérience instructive.

06 Conclusion

Verticalité

Le site du Musée dauphinois est trop vertical, ce qui signifie qu'il faut beaucoup défiler pour accéder aux informations essentielles.

Le contenu est organisé sur une seule colonne, allongeant la page et rendant la navigation compliquée.
Le défilement est donc long, ce qui peut créer de la fatigue chez l'utilisateur et le désintéresser.

Solutions potentielles :
Nous proposons de réduire la longueur en affichant des résumés avec des boutons "En savoir plus".
Le contenu pourrait être organisés en plusieurs pages ou onglets interactifs pour mieux organiser les informations.

Concernant nos personnages, Marc MASTAING pourrait par exemple, avoir des difficultés à accéder au site et à être perdu à devoir descendre autant pour visualiser tout le site, cela pourrait le démotiver et le faire quitter le site.

Par exemple, le site du musée des confluences ci-dessous est beaucoup plus agréable et moins long verticalement. Les utilisateurs doivent moins naviguer pour accéder aux informations.

06 Suite conclusion

Structure

Actuellement, les sections sont dispersées.
Même si les menus sont assez claires, il y a trop de sous-menus ce qui crée de la confusion et une perte d'intérêt pour l'utilisateur. Nous sommes surpris par le nombre et cela prend beaucoup de place sur l'écran.

Solutions potentielles :

Concernant l'utilisation de place on pourrait avoir une page d'accueil plus engageante avec une exposition en cours ou une illustration plus vivante car ici avec la photo du musée, cela n'en donne pas envie d'en voir plus.

On pourrait réduire les blocs de texte longs , ajouter des marges plus généreuses.

Notre personnage Aya pourrait ne pas aimer le site du musée dauphinois car il est mal organisé et pas clair, or elle a besoin de trouver facilement les détails sur les expositions en cours.

Encore une fois, le musée des confluences illustre bien ce qu'il serait bien pour le site, des sous-menus clairs, un intérêt grandissant, des sections organisées, nous avons envie de rester.

Support visuel/animation

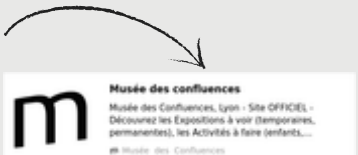
Actuellement, nous trouvons que le site manque de supports visuels variés ce qui le rend moins attractif au yeux des personnes visitant le site, encore une fois cela engrange une perte d'intérêt et donc d'engagement.

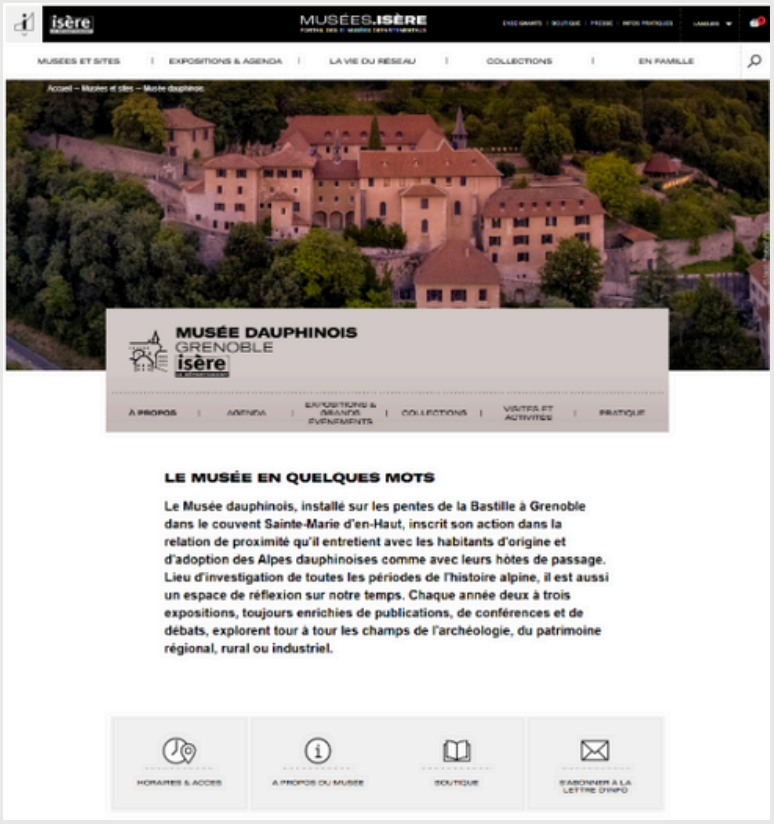
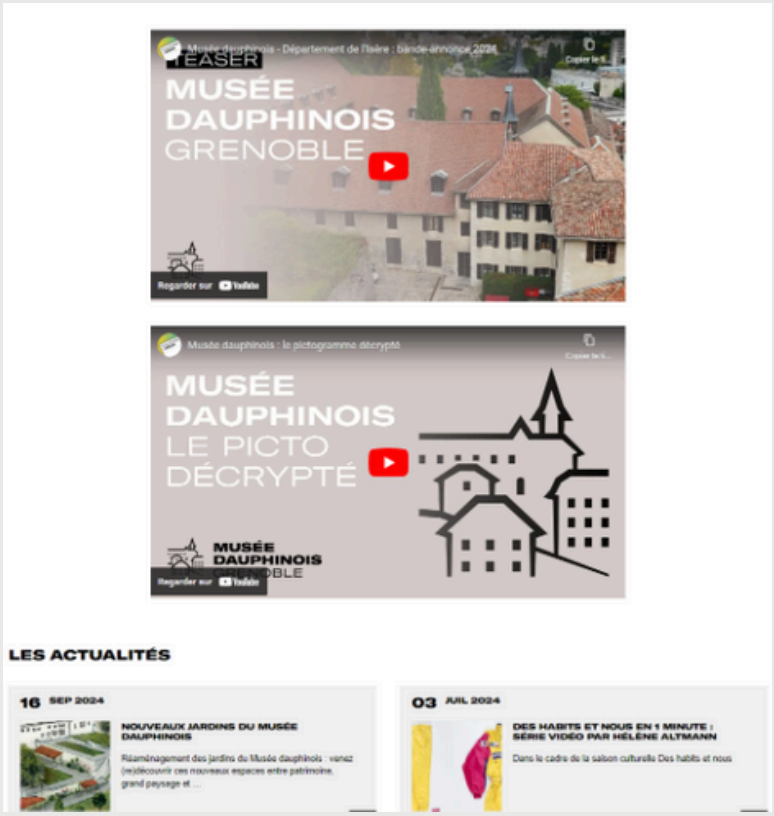
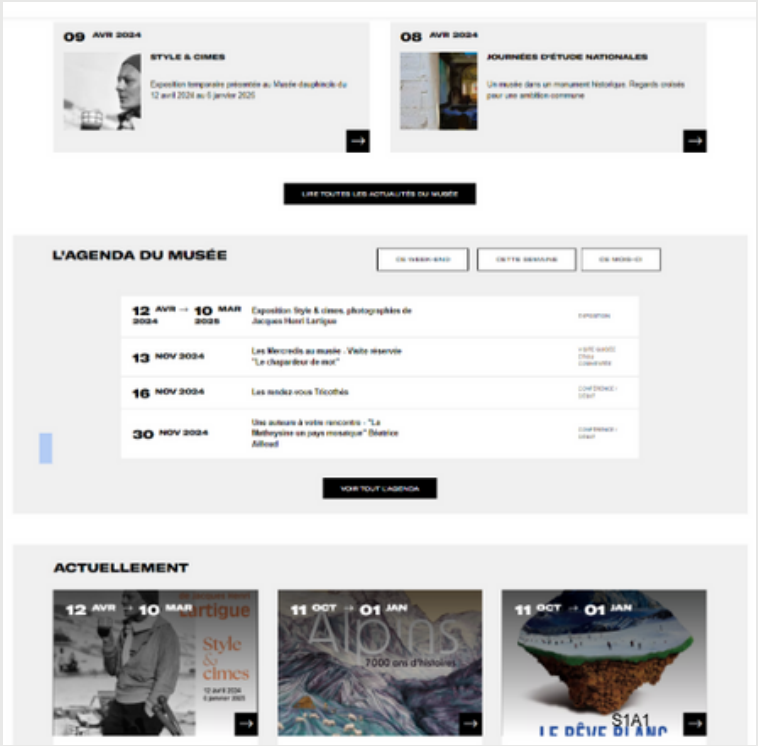
Solutions potentielles :

On pourrait créer des galeries interactives pour les expositions, intégrer un diaporama automatique sur la page d'accueil pour présenter les temps forts, ou encore proposer des cartes interactives du musée pour faciliter la préparation de la visite.

Il pourrait aussi avoir des transitions douces au survol des menus et des boutons et enfin intégrer une visite virtuelle à 360° avec des points cliquables pour découvrir les objets phares.
Ces améliorations plairait beaucoup à Gwendoline qui recherche un site attractif, dynamique avec une navigation fluide. Les éléments attractifs comme les exemples cités au dessus lui permettrait de mieux comprendre les œuvres et l'histoire du musée.

Le site du musée des confluences regroupent toutes ces améliorations avec support attractif et toujours en mouvement sur la page d'accueil, des transitions douces ou encore des supports interactifs.



07 Annexes

CAPTURES D'ÉCRAN SITE consulté le 12/11/2024