



HAL
open science

Valoriser un fonds d'archives audiovisuelles grâce à un site web : le cas de la RTBF

Tiffany Tallec

► To cite this version:

Tiffany Tallec. Valoriser un fonds d'archives audiovisuelles grâce à un site web : le cas de la RTBF. Sciences de l'information et de la communication. 2007. dumas-01699080

HAL Id: dumas-01699080

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01699080>

Submitted on 2 Feb 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Tiffany TALLEC

MASTER 2 ICD option GIDE

(Gestion de l'Information et de la Documentation en Entreprise)

RAPPORT DE STAGE

Mission effectuée du 2 avril au 28 septembre 2007

à

La Radio Télévision belge de la Communauté française (RTBF)
Bruxelles (Belgique)

**VALORISER UN FONDS D'ARCHIVES AUDIOVISUELLES
GRÂCE À UN SITE WEB : LE CAS DE LA RTBF**

Sous la direction de :

M. COTTE (responsable universitaire)

M. BAYOT (tuteur professionnel)

Soutenu le 25 septembre 2007 à l'UFR IDIST
Université Charles de Gaulle, Lille 3 (Campus Pont de Bois)
BP 60 149, 59 653 Villeneuve d'Ascq Cedex

Année Universitaire 2006-2007

Tiffany TALLEC

MASTER 2 ICD option GIDE

(Gestion de l'Information et de la Documentation en Entreprise)

RAPPORT DE STAGE

Mission effectuée du 2 avril au 28 septembre 2007

à

La Radio Télévision belge de la Communauté française (RTBF)
Bruxelles (Belgique)

**VALORISER UN FONDS D'ARCHIVES AUDIOVISUELLES
GRÂCE À UN SITE WEB : LE CAS DE LA RTBF**

Sous la direction de :

M. COTTE (responsable universitaire)

M. BAYOT (tuteur professionnel)

Soutenu le 25 septembre 2007 à l'UFR IDIST
Université Charles de Gaulle, Lille 3 (Campus Pont de Bois)
BP 60 149, 59 653 Villeneuve d'Ascq Cedex

Année Universitaire 2006-2007

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier Monsieur BAYOT, mon maître de stage, d'avoir accepté ma venue au sein du service IMADOC. Son aide a été précieuse lors de la réalisation de ma mission.

Merci à toute l'équipe du service IMADOC pour son accueil chaleureux et pour m'avoir fait découvrir le milieu des archives audiovisuelles et sonores.

Merci à Mademoiselle NUTTENS, archiviste au service IMADOC, de m'avoir accompagné durant ces six mois de stage. Son regard extérieur face à ma mission ainsi que ses remarques constructives m'ont permis d'enrichir mon travail.

Merci aux personnes rencontrées durant mes entretiens, à savoir Madame METZGER et Messieurs CAUFRIEZ, DAVID, FALYS, ROUSSEAU et VERDONCK, de m'avoir donné un peu de leur temps et fait partager leur expérience.

Merci enfin à Monsieur COTTE, mon tuteur de mémoire, d'avoir su me guider dans certains de mes choix. Sa présence m'a été d'une aide précieuse.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	7
1. CONTEXTE ET PRÉSENTATION DE LA MISSION	9
1.1. La RTBF	9
1.1.1. Origine et présentation de l'entreprise	9
1.1.2. Diversification et activités	11
1.1.3. Imadoc, le service des archives audiovisuelles	13
1.2. Les archives audiovisuelles de la RTBF	14
1.2.1. De la conservation à la restauration	14
1.2.2. Le traitement documentaire	17
1.2.3. La diffusion et la transmission	18
1.3. Le projet numérisation : contrat de gestion 2007-2011	20
1.3.1. Les enjeux de la réorganisation de la chaîne de production	21
1.3.2. La numérisation des archives audiovisuelles : une volonté de sauvegarde du patrimoine	22
1.3.3. La valorisation des archives audiovisuelles ou comment satisfaire le grand public	26
2. ORGANISER ET EXPLOITER LES ARCHIVES AUDIOVISUELLES SUR INTERNET	29
2.1. Analyse des besoins et benchmark	29
2.1.1. Analyse des besoins	29
2.1.2. Étude comparative des sites web d'archives audiovisuelles	31
2.1.3. Analyse de la création d'un site web à la RTBF	34
2.2. Choisir et organiser les archives audiovisuelles pour le web	35
2.2.1. Le choix des contenus et le problème du droit d'auteur	35
2.2.2. La normalisation des contenus audiovisuels pour le web	37
2.2.3. Les informations textuelles : entre documentation et contextualisation	39
2.3. Le développement du site web	41
2.3.1. Mise en place de l'architecture de l'information	41
2.3.2. Préconisations ergonomiques et création d'une maquette	43
2.3.3. La pérennisation du site : les moyens humains et financiers nécessaires	46
3. ENJEUX ET PERSPECTIVES POUR LE SITE WEB : UNE VISIBILITÉ ACCRUE ET UN ACCÈS PERSONNALISÉ POUR TOUS	49
3.1. Optimiser le référencement du site web	49
3.1.1. Pourquoi référencer un site web ?	49
3.1.2. Les différents types de référencement : lequel choisir pour le site web des archives ?	50
3.1.3. Indexer les vidéos en ligne, le nouveau défi des moteurs de recherche	52
3.2. Développer l'accessibilité des sites web	54
3.2.1. Pourquoi rendre un site accessible ?	54
3.2.2. La législation et les difficultés à évaluer l'accessibilité	55
3.2.3. Les points clés de l'accessibilité pour un site web d'archives audiovisuelles	57
3.3. Le développement des services personnalisés en ligne : la fin des mass média ?	59
3.3.1. Des services pour fidéliser et partager	59

3.3.2. Les nouveaux supports de diffusion à conquérir	61
3.3.3. De nouvelles perspectives pour les services de vidéos en ligne	63
CONCLUSION	67
BIBLIOGRAPHIE	69

INTRODUCTION

La mémoire audiovisuelle de ces cinquante dernières années est en train de disparaître. Les films et bandes magnétiques sont des supports fragiles qui se désagrègent peu à peu, privant la population mondiale d'un pan de son histoire. Face à ce constat alarmant, la RTBF (Radio Télévision belge de la Communauté française) a décidé de réagir et de protéger ses archives. Pour cela, elle a initié un plan de sauvegarde qui devrait se dérouler en plusieurs étapes et sur plusieurs années consécutives. Dans un premier temps, les collections d'archives audiovisuelles que l'entreprise possède depuis 1953 seront numérisées. Ensuite, pour valoriser le travail effectué et permettre au grand public d'y accéder, les vidéos seront mises en ligne sur Internet via un site web entièrement dédié à cela.

Pour réfléchir au développement de cette seconde étape, la RTBF m'a proposé un stage de six mois dans le service IMADOC, en charge des archives audiovisuelles. Il s'agissait pour moi de réaliser une analyse des besoins, de faire un benchmark des projets comparables faits à l'étranger et de rédiger des préconisations pour la création du site web.

Mais concrètement, comment valoriser des archives audiovisuelles grâce à un site web ? Que proposer au public pour l'intéresser à ce type de documents si particulier ? Face aux nouveaux services de vidéos en ligne, comment capter son attention et le fidéliser ?

Pour tenter de répondre à cela, nous verrons dans un premier temps comment est organisé le service IMADOC et comment va se dérouler le projet de numérisation au sein de la RTBF.

Puis nous observerons l'analyse, le choix des contenus et l'organisation de l'information qui ont été envisagés pour la mise en place du site web des archives audiovisuelles.

Enfin, nous nous attarderons sur les enjeux et perspectives d'avenir de ce site web, en portant une attention toute particulière à l'accessibilité, au référencement et au développement des services personnalisés en ligne.

1. CONTEXTE ET PRÉSENTATION DE LA MISSION

1.1. La RTBF

1.1.1. *Origine et présentation de l'entreprise*

La RTBF (Radio Télévision belge de la Communauté française) est une entreprise publique autonome à caractère culturel, financée en partie par le Ministère de la Culture et de l'Audiovisuel de la Communauté française de Belgique.

Créée le 18 juin 1930 sous le nom d'Institut National de la Radiodiffusion (INR), elle avait initialement pour mission, l'usage et le développement des trois canaux de radiodiffusion qui avaient été attribués à la Belgique. Après être devenue en 1960 la Radio Télévision Belge (RTB), la création de trois communautés linguistiques distinctes en Belgique et le développement de la télévision vont provoquer de nouveaux bouleversements dans les années 70. En effet, la RTBF deviendra officiellement en 1977, la Radio et la Télévision belge de la Communauté française, en charge des contenus francophones uniquement. Avec l'ouverture du marché à la concurrence au début des années 1980, l'entreprise est contrainte de se développer. Aujourd'hui, elle gère trois chaînes de télévision, six stations de radio, propose des grilles de programme, produit ses propres émissions, dont le journal TV, et les diffuse auprès de 4,5 millions de téléspectateurs et auditeurs¹. Elle s'est également associée ou a pris des participations dans d'autres entreprises pour développer, entre autre, sa notoriété comme nous le verrons dans la partie 1.1.2. Enfin, elle possède une filiale : la Régie Média Belge qui gère la promotion et la publicité.

Ce qui caractérise le secteur des médias en Belgique et qui peut paraître surprenant au premier abord, c'est la séparation de la création et de la diffusion des contenus, établie selon des critères communautaires. Ainsi chaque communauté possède ses propres radiodiffuseurs publics, à savoir la VRT (Vlaamse Radio- en Televisieomroep) pour la communauté néerlandophone et la BRF (Belgischer RundFunk) pour la communauté germanophone. Chacun est subventionné par sa propre communauté mais tous ont une mission de service public. Pour la petite anecdote, il faut savoir que ces trois entreprises se partagent les locaux Reyers à Bruxelles et que les étages du bâtiment dans lequel j'ai effectué mon stage étaient divisés en deux : la partie de droite appartenant à la RTBF et celle de gauche à la VRT.

¹ ETATS GÉNÉRAUX DE LA CULTURE. *Données chiffrées audiovisuel*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.forumculture.be/chiffres_audiovisuel.htm> (page consultée le 5 août 2007)

Le siège de la RTBF se situe à Bruxelles mais l'entreprise possède en plus quatre sites de production sur le territoire francophone: un à Namur, un à Liège, un à Mons et un à Charleroi. Sur l'ensemble de ces sites sont répartis plus de 2100 employés, lesquels sont encore regroupés sous 6 grandes directions : la direction de la télévision, de la radio, des infrastructures, de l'administration générale, des services généraux et des ressources humaines. Avec plus de 50% des effectifs, la direction de la télévision reste la plus importante dans l'entreprise et il faut signaler que le service IMADOC dans lequel j'ai effectué mon stage, est rattaché à celle-là.

Dirigée par un conseil d'administration, lui-même choisi par le Conseil de la Communauté française, l'entreprise publique fonctionne en respectant les « minorités démocratiques ». En effet, pour éviter que tous les membres du conseil d'administration appartiennent à la même classe politique et que par conséquent la diversité ne soit pas assurée, il a été décidé que le conseil d'administration serait constitué dans les mêmes proportions que les députés du Parlement de la Communauté française. L'actuel administrateur général de la RTBF, Jean-Paul PHILIPPOT, a quant à lui été mandaté pour une période de six ans, durant laquelle son rôle est de s'assurer que les missions de l'entreprise et le contrat de gestion soient respectés (cf. partie 1.3).

La RTBF s'est engagée, à travers son contrat de gestion, à suivre les missions suivantes :

- « *promouvoir le développement culturel, être une source d'éducation permanente et offrir des divertissements attractifs* »².
- proposer à tous, une information claire, objective et de qualité.
- s'adresser à tous les publics sans aucune discrimination. Le public est au cœur des missions de l'entreprise.
- proposer des programmes adaptés aux enfants et adolescents.
- mettre en valeur le patrimoine de la Communauté française de Belgique.

Pour parvenir à réaliser ses missions, la RTBF reçoit chaque année un financement du Ministère de la Culture et de l'Audiovisuel de l'ordre de 187,5 millions d'euros et depuis 1997 grâce à son statut d'entreprise publique autonome, elle est autorisée à recevoir des financements privés (elle peut ainsi utiliser la publicité). Son chiffre d'affaire annuel s'élève à de plus de 96 millions d'euros ce qui lui permet de développer de nouvelles activités et de proposer toujours plus de programmes culturels, informatifs et éducatifs.

² RTBF. *Nos missions, nos valeurs*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.rtbf.be/corporate/historique/ARTICLEXML_014549> (page consultée le 5 août 2007)

1.1.2. Diversification et activités

Avec le développement des médias, la libération du marché de la télévision et de la radiodiffusion au début des années 1980, la RTBF a été contrainte pour survivre d'adapter ses activités et de se diversifier. Même si ses trois activités principales restent la diffusion, la production et la vente de ses programmes, voyons comment celles-ci se présentent aujourd'hui.

Il est révolu le temps où la RTBF ne possédait qu'une seule fréquence d'ondes et où la diffusion des programmes radiophoniques ne se faisait qu'entre 17h et 22h30. Aujourd'hui, l'entreprise diffuse ses programmes sur six stations de radio, chacune proposant une thématique propre et s'adressant à un public particulier :

- la Première : station généraliste proposant exclusivement des programmes informatifs.
- Musiq' 3 : station musicale diffusant de la musique classique.
- Vivacité : station qui se veut proche des auditeurs avec des décrochages locaux faits dans les principales villes francophones.
- Classic 21 : station musicale diffusant de la musique à tendance rock.
- Pure FM : station musicale dédiée à un public jeune et urbain.
- RTBF international : station pour l'Afrique centrale et l'Europe.

Depuis 2002, les différentes stations peuvent être écoutées en direct depuis leurs sites web respectifs.

La télévision est le second média de diffusion de la , qui a lancé sur le marché sa première chaîne en 1953, puis une seconde en 1977. Aujourd'hui respectivement appelées « la Une » et « la Deux », ces chaînes généralistes proposent une programmation composée à 50% de productions et coproductions de la RTBF.

Pour toucher des publics plus larges et pour promouvoir la culture francophone à l'étranger, la RTBF diffuse également ses programmes via RTBF Sat (chaîne disponible en Europe via le satellite) et collabore depuis 2006 avec la Communauté française de Belgique et ARTE, à ARTE Belgique. Il faut noter que cette volonté d'ouverture n'est pas nouvelle, puisque la RTBF a déjà participé à nombreux projets européens dans les années 80-90 (TV5 et Euronews) et continue de le faire encore aujourd'hui.

Consciente que la présence de l'entreprise sur Internet est essentielle pour développer ses activités, la RTBF s'est dotée depuis 2001 d'un site web d'informations, sur lequel les internautes peuvent trouver les dépêches de l'agence Belga. Elle a également mis en place un site web pour chacune de ses chaînes de télévision et stations de radio.

Via les sites de ces stations de radio, un système de podcasting thématique, multi canal est offert aux internautes. Chacun peut créer sa propre radio en reprenant, les contenus des six stations de la RTBF. Au niveau des sites web des chaînes de télévision, c'est le site de « la Une » qui innove, avec la mise en ligne des journaux télévisés des trois derniers jours. En plus d'une navigation par chapitre comme cela se fait sur un DVD, une version pour les personnes malentendantes est disponible depuis août 2007.

Enfin, la RTBF travaille actuellement sur la diffusion de certains de ses programmes sur les téléphones portables. Ce marché qui cible un public jeune, se mettra en place progressivement avec la réorganisation de la chaîne de production (cf. partie 1.3.1).

En ce qui concerne la production de ses programmes télévisés ou sonores, la RTBF respecte son contrat de gestion et sa mission de service public. En effet, sont mises en avant les émissions d'information, de débat comme « Mise au point » ou « Question à la une », les émissions pour la jeunesse comme « les Niouzz » (journal télévisé pour les enfants), le divertissement avec « Bonnie and Clyde » et de nombreux documentaires culturels. Si les fictions créées et produites par la RTBF avaient disparu depuis quelques années des écrans de télévision, on assiste en 2007 à leur grand retour avec des séries comme « Melting pot café » ou « Septième Ciel Belgique ». Il faut cependant noter un léger bémol dans le respect du contrat de gestion de la RTBF puisqu'au printemps 2007, l'entreprise a cédé aux affres de la télé-réalité. Elle a produit « Y a pas pire conducteur », une émission qui suivait des personnes dangereuses en voiture. On peut se demander où était la notion d'information ou de culture dans un tel programme.

Après avoir vu un panorama des activités de diffusion et de production de la RTBF, arrêtons-nous enfin sur son activité de vente auprès des professionnels et des particuliers. Les droits de diffusion des programmes produits ou coproduits par la RTBF, sont vendus à des chaînes de télévision étrangères, des éditeurs, des musées... pour une durée et un espace déterminés. Ce sont essentiellement des demandes de plans, d'images de bâtisseurs, des archives de jazz... qui sont faites au service des ventes.

En ce qui concerne les particuliers, deux choix s'offrent à eux. Tout d'abord, ils peuvent acheter via le site web « Boutique RTBF », les CD musicaux et les DVD des programmes qu'elle produit. L'offre est assez importante et les particuliers ont également accès à des émissions non produites par la RTBF. La seconde solution proposée, c'est la Video On Demand (VOD). La RTBF, en association avec le fournisseur « tripe play » (télévision, Internet, téléphone) Belgacom TV, propose près de 700 heures de programmes, à la vente ou à la location pour 48 heures. Même si pour le moment le catalogue reste limité, et que la VOD est un modèle économique encore peu rentable (le chiffre d'affaire du

service depuis son lancement en septembre 2006 est de 770 euros), le potentiel d'acheteurs est important puisque Belgacom TV compte plus de 150 000 abonnés et que la numérisation de la production de la RTBF devrait permettre de développer l'offre.

Enfin, la RTBF possède une régie de média (RMB) qui lui permet de trouver des acheteurs pour ses espaces publicitaires. Cette régie l'aide à gérer les revenus provenant de la publicité.

1.1.3. Imadoc, le service des archives audiovisuelles

Durant les six mois de mon stage à la RTBF, j'ai intégré l'équipe du service des archives audiovisuelles : IMADOC. Ce service, rattaché à la direction de la production télévisée, s'inscrit au bout de la chaîne de production. En effet, les missions qui lui incombent ne peuvent pour le moment être faites en amont, mais cela devrait changer avec la réorganisation de la chaîne de production comme nous le verrons dans la partie 1.3.1. Ces missions sont les suivantes :

- le catalogage et l'indexation des programmes produits et coproduits par la RTBF pour faciliter les recherches.
- la recherche d'images d'archives pour les besoins de la production de la RTBF. Cela concerne tout particulièrement les journalistes de l'information.
- la sauvegarde des supports obsolètes, ce qui passe par un travail de restauration et de numérisation, dans la limite des moyens financiers et humains.
- la valorisation des archives à travers les émissions mais aussi les partenariats culturels.

La dernière mission a été la clé de voûte de mon stage comme nous le verrons au fil de ce mémoire.

Depuis 2005, le service est dirigé par Stéphane BAYOT, lequel a sous ses ordres 55 personnes ayant des compétences diverses. On retrouve ainsi des monteurs de film, des archivistes télé et radio, des personnes en charge de la restauration et de la recopie des bandes, des techniciens chargés d'enregistrer les directs, le témoin d'antenne (enregistrement sur VHS de ce qui passe sur les chaînes TV)...

Les archivistes travaillent depuis 1993 sur un logiciel documentaire appelé MISTRAL, qui ne possède pas de fonctionnalités avancées comme la GED et est obsolète par rapport aux besoins actuels. Néanmoins, il dispose de champs adaptés au milieu de l'audiovisuel et à la gestion des archives. Avec le développement de la numérisation de la production, un nouveau logiciel devrait être mis en place d'ici janvier 2008 et une migration des données devrait alors être faite.

En attendant, l'organisation du travail des archivistes au sein d'IMADOC se fait de la manière suivante. Chaque jour de la semaine, un archiviste est désigné comme étant « d'archivage ». Il va devoir indexer toutes les émissions produites par la RTBF et diffusées tout au long de la journée sur la Une et la Deux (les émissions sur RTBF Sat sont des rediffusions et celles d'ARTE Belgique sont rediffusées sur la Une et indexées à ce moment là). En général, l'archiviste a environ quatre jours pour indexer ces contenus.

Pour répondre aux demandes de recherches d'images en interne, un archiviste est désigné chaque jour pour faire « une permanence ». Les demandes externes sont elles faites exclusivement par une personne chargée de cela. Elles sont soigneusement étudiées et une réponse positive est donnée uniquement pour des expositions, des projets culturels... Les demandes à titre personnel sont rejetées, la RTBF n'offrant plus ce service.

Lorsque les archivistes ont terminé leur « archivage » ils saisissent dans la base de données MISTRAL, les anciennes productions de la RTBF, qui sont encore indexées sur des fiches papier.

En plus du travail fait pour les usagers en interne, les archivistes participent à des projets européens comme « Birth » ou « Video Active »³. Il s'agit pour eux de travailler sur une thématique, de trouver des archives audiovisuelles correspondantes (par exemple la naissance de la télévision en Europe), pour ensuite les mettre en commun avec d'autres partenaires européens et les diffuser à plus grande échelle via un site web.

À la vue de tout ceci, on comprend combien le service IMADOC est important et utile, à la fois pour créer de nouveaux programmes et pour sauvegarder le patrimoine de la Communauté française de Belgique.

1.2. Les archives audiovisuelles de la RTBF

1.2.1. De la conservation à la restauration

Depuis sa création en 1920, la RTBF conserve précieusement toutes les émissions qu'elle a produites ou coproduites au sein de ses locaux. Dans le cadre de ma mission de stage, ces archives occupent une place très importante car elles sont la matière première devant être numérisée, pour ensuite être valorisée via le site web sur lequel j'ai dû réfléchir. Nous allons donc voir comment ces documents sont conservés, restaurés puis traités au niveau intellectuel, avant d'être diffusés en interne et en externe.

³ VIDEO ACTIVE. *Video Active : creating access to Europe's television heritage*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://videoactive.wordpress.com/>> (page consultée le 9 mai 2007)

Au cours du vingtième siècle, les outils et supports d'enregistrement des contenus audiovisuels et sonores, ont rapidement évolué. La RTBF se retrouve aujourd'hui avec pas moins de six supports différents pour ses archives audiovisuelles, ce qui lui pose des problèmes pour son projet de numérisation. Voici comment celles-ci sont réparties au sein de l'entreprise :

	Nombre de supports	Nombre d'heures	Nombre d'heures en production propre
Film	62000	40000	11105
Bande 1 pouce	24080	24080	11560
U-matic	12746	8497	6982
Beta SP	49282	36074	27253
Beta digital	56963	59963	30085
Dvc pro	18862	18862	
Total	226933	187476	86985

Au 30 avril 2007, on recensait plus de 187000 heures d'archives télévisées et 107000 heures d'archives radio. Sur les 187000 heures de télévision, seules 87000 heures sont des productions ou coproductions de la RTBF, tandis que pour la radio, la quasi totalité des émissions diffusées sont des productions propres à l'entreprise. Désormais, pour une question de place, la RTBF archive uniquement ses productions et les stocke dans quatre pièces contenant chacune entre 30 et 50 compactus. Ces réserves sont équipées de systèmes de régulation de la température allant de 16 à 17 °C. Leur taux d'hygrométrie relative est de 30%, les lumières ne dépassent pas les 350 à 400 lux et un système de sécurité, qui malheureusement pourrait s'avérer inefficace en cas d'incendie ou d'inondation (aucun système d'étouffement des incendies par aspiration de l'air ambiant) a aussi été mis en place. Le stockage physique des archives audiovisuelles est fait à partir d'une classification propre à la RTBF. Prenons par exemple la cote 62.70/304 :

- le numéro 62 correspond au secteur auquel est rattachée l'archive. Ici c'est une séquence qui a été faite par le secteur divertissement.
- le numéro 70 correspond à l'année de production de l'émission
- le numéro 304 indique ici qu'il s'agit de la 304^{ème} émission produite durant l'année en cours.

Le rangement des cassettes et bobines ne se fait pas par secteur mais selon l'ordre d'arrivée, ce qui offre finalement un classement chronologique.

En ce qui concerne la diversité de ses supports, la RTBF n'est pas un cas isolé puisque même les archives de l'INA étaient stockées sur une grande variété de bandes⁴. A la RTBF, tous les choix faits en ce qui concerne les changements de supports peuvent être

⁴ AMBLARD, Marie-Claire. La numérisation des archives de l'INA. In *Bulletin des bibliothèques de France*, avril-mai 2007, vol 52, n°2, p.41-43

justifiés. Ainsi, de 1953 jusqu'au début des années 1970, les émissions étaient enregistrées sur des bandes 16mm car c'était le seul support existant. En 1977 la RTBF utilise l'U-matic pour ses reportages car celui-ci facilite les montages et est plus léger. Dix ans plus tard, c'est la Beta SP (analogique) qui succède à l'U-matic, tandis que la bande 1 pouce vient remplacer la bande 2 pouces toujours pour des raisons de transport plus aisé. Enfin, au milieu des années 90, le choix de la Beta digital a été fait pour amorcer le processus de numérisation. Aujourd'hui, c'est le support qui est toujours utilisé pour la production et la conservation, exception faite des journaux télévisés qui sont enregistrés sur DVCPro (petits supports permettant d'intégrer des métadonnées et permettant de couvrir les applications Haute Définition).

Au fur et à mesure de ces changements, pour ne pas perdre son patrimoine, la RTBF a dû effectuer des reprises (le fait de recopier les contenus sur de nouveaux supports). En effet, avec le temps, les bandes se détérioraient, certains appareils de lecture tombaient en panne, il était devenu délicat de trouver des pièces de rechange et les personnes possédant le savoir-faire associé, étaient bien souvent parties à la retraite. Depuis 1998, l'entreprise a donc recopié sur Beta digital la quasi-totalité de ses archives 2 pouces et continue aujourd'hui ce travail pour les U-matic. Avec l'arrivée de la numérisation, on pourrait penser que ce système de reprise ne sera fera plus, une fois toutes les archives numérisées, or ce n'est pas le cas comme nous le verrons dans la partie 1.3.2.

Comme nous pouvons le constater, la RTBF met un point d'honneur à conserver ses archives audiovisuelles dans de bonnes conditions, cependant quoi qu'elle fasse, le support magnétique est amené à disparaître physiquement d'ici 10 à 20 ans⁵. Pour retarder cette issue fatale et permettre un travail de numérisation correct, les archives les plus endommagées sont restaurées.

Les films composés de diacétate ou tridiacétate de cellulose, sont touchés par le syndrome du vinaigre, un mal qui a pour conséquence la transformation des couleurs, la disparition du son, la dégradation physique de la bande... Un film atteint est facilement repérable car il dégage une forte odeur de vinaigre et devient visqueux. Selon une estimation faite en avril 2007, 12% de ceux que possède de la RTBF seraient touchés par ce syndrome. Pour retarder leur disparition, il n'existe pas d'autre solution que la numérisation, mais avant cela il faut les restaurer.

La restauration des films 16mm, travail qui demande beaucoup de temps, de patience et de minutie, se fait en plusieurs étapes. Tout d'abord, les bandes sont soigneusement nettoyées à l'aide d'un produit dégraissant fait à base d'alcool isopropylique et de benzine désaromatisée. Ensuite, le film est placé sur une table de montage à partir de

⁵ Selon une étude réalisée par la société Kane pour la RTBF en mars 2007

laquelle il est plus simple de repérer les images trop abîmées, les rayures et les problèmes sonores. Les images ou les sons trop endommagés sont retirés du film, remplacés par des images noires et les parties sont recollées entre elles à l'aide d'un simple morceau de papier collant. Si jamais le restaurateur observe un décalage entre l'image et la bande son, il peut le corriger en modifiant la vitesse des têtes de lecture et ainsi les synchroniser. Pour les rayures, la correction des couleurs et les grésillements, rien ne peut être fait à ce stade de la restauration : ce sont des modifications apportées lors du passage au télécinéma pour la numérisation (cf. partie 1.3.2).

Maintenant que nous avons vu comment sont conservées et restaurées les archives audiovisuelles de la RTBF, attardons-nous sur leur traitement documentaire, une étape clé facilitant la recherche et la diffusion.

1.2.2. Le traitement documentaire

Pour retrouver rapidement et facilement des séquences vidéo à la RTBF, journalistes, créateurs d'émissions, documentaristes... sont dépendants du traitement intellectuel effectué par les archivistes du service IMADOC. Voyons comment s'organise le travail de ceux-ci et quelles questions il soulève.

Tout d'abord, comme nous l'avons vu précédemment, les archivistes travaillent avec le logiciel documentaire MISTRAL, lequel leur permet de saisir une notice par programme ou par séquence diffusée (un reportage au sein du journal télévisé est une séquence, tandis que le journal télévisé dans son intégralité est un programme). Chaque notice est composée de champs :

- juridiques (droits, année de production)
- temporels (time code de début et de fin de séquence, la date de diffusion, durée)
- descriptifs (champ matière, candidat matière, lieu, personne, résumé, titre séquence)
- informatifs (nom réalisateur, présentateur, titre, format, support)

qui permettent de décrire précisément les informations contenues dans une archive.

En cas de recherche, tous les champs sont interrogeables mais étant donné l'obsolescence du logiciel, les archivistes ne peuvent afficher que 250 résultats. Cela les oblige à effectuer des recherches multicritères à l'aide de plusieurs requêtes, qu'il faut ensuite coupler avec des opérateurs booléens. Ce travail long et méthodique reste encore l'apanage des archivistes qui sont également chargés de fournir les cassettes lorsque l'on leur demande.

Pour normaliser la saisie et aider à la recherche, un thésaurus a été développé en interne sur les champs matières, personnes et lieux. Un documentaliste est chargé de contrôler les candidats-matières et personnes, ainsi que de valider ceux proposés par ses collègues.

Ce thésaurus est aussi une alternative aux problèmes de normalisation qui se posent dans le champ description. En effet, le service IMADOC est composé de onze archivistes ayant chacun une façon de cataloguer. Comme aucune procédure de saisie n'a été mise en place pour ce champ, certaines personnes vont par exemple écrire le mot « interview » dans son intégralité, tandis que d'autres l'écriront « itw ». Cela va poser un problème de silence en cas de recherche sur ce champ et sur ce terme.

Il faut cependant relativiser et comprendre qu'il n'est pas simple de normaliser la description d'images animées. Les documentalistes sont dépendants des images et même si certains automatismes peuvent être prévus ou des champs spécifiques créés dans la base de données (par exemple un champ « plan » avec une liste d'aide à la saisie reprenant les différents plans), la perception de chacun diffère et il n'est pas facile d'être objectif face à certaines images.

Avec le développement des projets comme « Quaero » (projet franco-allemand) ou « Blinkx », qui visent à mettre en place des systèmes de traitement automatique du langage et de l'image, on peut penser que ces problèmes liés au traitement intellectuel, n'auront plus lieu d'être d'ici quelques années. En effet, le moteur de recherche Blinkx serait déjà capable grâce, à un système de reconnaissance automatique de la parole, d'indexer les bandes sonores des vidéos⁶ et ses concepteurs travailleraient actuellement sur la reconnaissance des images. Mais alors, si ces projets encore balbutiants aboutissent, que deviendront les archivistes ? Disparaîtront-ils au profit des machines ou deviendront-ils les garants d'une indexation correcte ?

Une chose est certaine, leur façon de cataloguer évoluera et leur métier sera peut être plus axé sur la diffusion de l'information.

1.2.3. La diffusion et la transmission

Les archives audiovisuelles de la RTBF n'ont pas vocation à rester enfermées dans un placard, sans ne jamais être diffusées. La diffusion des archives est quelque chose d'importante à la fois pour le service IMADOC et pour la RTBF, qui a ajouté la mission de conservation et de diffusion du patrimoine à son contrat de gestion.

⁶ CAROU, Alain. Archiver la vidéo sur le web ? Des documents ? Quels documents ? In *Bulletin des bibliothèques de France*, avril-mai 2007, vol 52, n°2, p.56-60

Tout d'abord, les archives audiovisuelles sont essentiellement transmises et réutilisées en interne. Elles intéressent les journalistes, les créateurs d'émissions... car elles permettent d'illustrer leurs propos que ce soit dans les journaux télévisés ou dans les émissions ponctuelles. Il y a même des émissions entièrement consacrées aux archives comme « Ma Télé Bien Aimée » ou « Zoom Arrière ». La transmission des archives passe par les archivistes chargés de rechercher les images demandées.

Les demandes externes, sont uniquement réalisées sous certaines conditions. Il n'est pas possible au public de réclamer une copie à titre privé. La RTBF a offert ce service jusqu'en 2003, mais devant le nombre grandissant de sollicitations, elle a dû arrêter. Ce refus de diffusion à titre privé ennuie grandement les historiens et les chercheurs qui demandent dans une interview donnée à la Libre Belgique le 7 juillet 2006⁷ « *à quand une banque de données exhaustive dressant la liste des centres de conservation des archives audiovisuelles en Belgique ainsi que l'inventaire de leur fonds ? A quand la visualisation des archives à prix démocratiques, offrant la possibilité à tous les chercheurs de travailler sur le support audiovisuel* ». Il leur est bien évidemment possible de venir consulter les archives dans l'une des quatre salles de projection, chacune équipée de lecteurs adaptés au support dont dispose la RTBF, mais ils ne peuvent pas les emmener chez eux. Pour un tel public, un site d'archives audiovisuelles serait le bienvenu.

Les sollicitations externes que le service IMADOC accepte sont celles, des musées, des artistes et des structures culturelles qui souhaitent intégrer des séquences d'archives dans leurs expositions ou spectacles. Ainsi, la RTBF a participé aux expositions « Made in Belgium », « Dieux mode d'emploi » (qui s'est déroulée à Bruxelles cette année), ou encore à l'exposition « Georges Simenon » en 2003. Le service fait également des copies pour les universités et les hautes écoles qui en font la demande.

Enfin, une diffusion des archives auprès du grand public a aussi été mise en place avec l'édition sur support DVD de certaines émissions et la vente en ligne via la VOD (Video On Demand). Comme à la RTBF tout ce qui a déjà été diffusé une fois à l'antenne est considéré comme une archive, on retrouve dans le catalogue des produits, des émissions très récentes comme « Le Beau vélo de RAVel 2007 », mais aussi des reportages plus anciens comme « Béjart ! Vous avez dit Béjart ? ». Cette infime sélection d'archives, couplée à la vente des productions RTBF auprès de producteurs et de chaînes de

⁷ GILLET, Florence, ROCHET, Bénédicte, ROEKENS, Anne. *Patrimoine audiovisuel en péril*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.lalibre.be/article.phtml?id=11&subid=118&art_id=303355> (page consultée le 9 mai 2007)

télévision, offre une seconde vie aux images qui peuvent être diffusées auprès d'un large public francophone.

Si la RTBF n'exploite pas encore beaucoup les nouveaux médias pour diffuser ses archives audiovisuelles, avec la mise en place d'un site web dédié, cela ne saurait tarder. Les archives pourront alors réellement être valorisées (actuellement, elles sont diffusées, il n'y a pas de réelle valeur ajoutée comme c'est le cas avec une valorisation) et une partie de la collection pourra être proposée au public. Avec son site, la RTBF va ouvrir son patrimoine comme l'exige le contrat de gestion 2007-2011 qu'elle a passé avec la Communauté française de Belgique.

1.3. Le projet numérisation : contrat de gestion 2007-2011

En octobre dernier, la RTBF a passé un contrat de gestion, avec la Communauté française de Belgique, qui présente les projets sur lesquels l'entreprise doit travailler entre 2007 et 2011 afin de respecter sa mission de service public, mais aussi pour rester compétitif sur le marché de l'audiovisuel. La numérisation prend une place importante dans ce plan de gestion, à tel point qu'un chapitre entier concerne celle des archives audiovisuelles que la RTBF a en sa possession depuis 1953. L'article 14 du chapitre 3 stipule donc ceci :

« Dans un objectif de sauvegarde et de valorisation du patrimoine audiovisuel, en collaboration avec la Communauté française et avec tous partenaires publics ou privés intéressés, la RTBF développe un plan stratégique de conservation, de numérisation et de valorisation de ses archives, tant en radio qu'en télévision, qui tienne compte en priorité des menaces qui pèsent sur ce patrimoine.

Ce plan tiendra compte des priorités et des menaces de destruction et devra intégrer des objectifs chiffrés de numérisation d'archives.

La RTBF veille à conserver en toute hypothèse le droit d'exploiter librement et gratuitement, sans limite de temps et de lieu, ses archives pour ses besoins propres de production et de diffusion. Les archives numérisées peuvent être gracieusement mises à disposition à des fins éducatives ou scientifiques.

Un projet de plan sera proposé par le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF au plus tard le 1er septembre 2007 ».

Voyons quels enjeux politiques et stratégiques se cachent derrière ce contrat de gestion et comment la RTBF compte mettre en œuvre les différents projets en rapport avec la numérisation.

1.3.1. Les enjeux de la réorganisation de la chaîne de production

La numérisation de la production télévisée de la RTBF accuse un retard de près de 10 ans sur les chaînes de télévision américaine (depuis avril 1997 les États-Unis se sont lancés dans un processus de numérisation généralisée, sous la direction de la Federal Communication Commission). Si en radio le processus fonctionne depuis 2002, c'est seulement à partir de l'automne 2008 que les premières productions numériques feront leur apparition sur les chaînes de télévision de la RTBF. Ce changement aura des répercussions sur la chaîne de production mais également sur la gestion des antennes, des droits de diffusion, des conduites des journaux... Le travail des employés va s'en trouver lui aussi bouleversé. Pour comprendre la finalité de cette opération, voyons pourquoi la RTBF a souhaité opérer ces changements et quelles seront les conséquences sur la gestion des archives.

Si la RTBF veut numériser sa production TV aujourd'hui, c'est tout d'abord pour des raisons économiques. En effet, depuis l'apparition des nouveaux médias et la multiplication des services qui les accompagnent (le haut débit, la télévision sur téléphone portable, le broadcasting, la VOD...), il est intéressant pour une entreprise de pouvoir se diversifier et de proposer un contenu sur différentes plateformes et sous différents formats. Ce principe appelé cross-média, *« permet de tirer avantage de différents médias au moyen d'un système de diffusion combinant le hertzien, le satellite, la téléphonie, le haut débit... et ainsi de multiplier ses revenus et d'augmenter la fidélisation de son public »*⁸. La RAI est un excellent exemple de cross média car elle propose à ses téléspectateurs des contenus gratuits en ligne (Rai Click), de la VOD, des télévisions thématiques en ligne (Rai Tric & Trac pour les enfants), des sites web satellites pour les programmes importants et une offre de télévision sur les téléphones portables appelée « Rai con te ».

La RTBF, qui a développé son offre radio lorsqu'elle a numérisé sa chaîne de production en 2002, propose aujourd'hui d'écouter ses stations en direct, de s'abonner à des podcasts thématiques et de retrouver les piges (le déroulement par écrit de ce qui a été dit à l'antenne) de certaines émissions en ligne.

La seconde raison pour laquelle l'entreprise souhaite numériser sa production est à la fois d'ordre technique et stratégique. Pour gérer son antenne, la RTBF utilise des logiciels différents qui ne sont pas reliés entre eux. Les services de vente, de gestion des droits de diffusion, les scripts... vivent en autarcie et un même travail est souvent fait plusieurs fois au lieu d'être partagé entre les personnes qui en ont besoin. Avec le nouveau logiciel d'antenne « What's on », les données en rapport avec la production TV seront partagées

⁸ AGNOLA, Michel, LE CHAMPION, Rémy. *La télévision sur Internet*. Paris : PUF, 2003. 127 p

et saisies par les personnes compétentes. On va assister à un recentrage des savoir-faire et à une évolution des métiers comme ce fut le cas en 2002 avec la numérisation de la production radio. Ce changement a profondément modifié le métier des archivistes radio : chargés de récupérer les piges des journalistes, de les vérifier et de les lier au document sonore, aujourd'hui ils n'indexent plus en écoutant les émissions, mais réutilisent ce qui a déjà été saisi.

Pour les archivistes audiovisuels, l'utilisation du logiciel de gestion d'antenne « What's on » va aussi avoir des conséquences sur leur travail. Ils saisiront toujours leurs notices dans une base de données GED propre aux archives, mais ils se concentreront uniquement sur l'indexation et la description des séquences vidéo. Les informations sur les droits de diffusion, la durée, les noms des réalisateurs... proviendront des services en charge de cela. Les notices des archives, qui étaient jusqu'alors principalement utilisées par les archivistes pour leurs recherches, pourront être réexploitées et complétées par d'autres services, comme celui des ventes de programmes ou du télétexte. Comme toutes les nouvelles productions seront numérisées et que chaque séquence ou programme sera accompagné de sa notice, il sera plus simple de mettre en ligne des contenus sur le site web des archives audiovisuelles.

Finalement, le service IMADOC ne sera plus placé en bout de chaîne de production mais fera partie intégrante du nouveau cycle de vie des programmes. Les archivistes, moins pris par leur travail d'archivage, pourront se consacrer à d'autres activités (participation aux projets extérieurs comme les projets européens) à condition de ne pas se heurter à des résistances aux changements.

1.3.2. La numérisation des archives audiovisuelles : une volonté de sauvegarde du patrimoine

*« Le patrimoine audiovisuel mondial, garant de l'identité culturelle des peuples, est en péril. 200 millions d'heures de programmes audio et vidéo sont menacées de mort à très brève échéance, en particulier dans les pays en voie de développement »*⁹. Cette phrase, prononcée lors de la 27^{ème} conférence annuelle de la FIAT (Fédération Internationale des Archives de Télévision) en 2004, illustre parfaitement le problème crucial de la sauvegarde des archives audiovisuelles aujourd'hui.

Comme de nombreux télédiffuseurs, la RTBF n'est pas épargnée par ce problème, mais pour tenter d'y remédier, elle travaille sur un plan de numérisation qui devrait être mis en place avant fin 2007, si les financements le permettent.

⁹ UNESCO. *Appel international pour la sauvegarde du patrimoine audiovisuel mondial*, 2005 [en ligne]. Disponible sur : <http://portal.unesco.org/ci/fr/ev.php-URL_ID=17859&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html> (page visitée le 9 mai 2007)

Voyons plus précisément qu'elles sont les raisons qui poussent l'entreprise à numériser ses archives et comment ce travail va se dérouler.

Jusqu'au début des années 1980, la RTBF avait le monopole de la diffusion télévisée et radiophonique francophone en Belgique. De cette période, elle conserve des émissions rares illustrant les moments importants de l'histoire, de l'économie et de la culture belge. Consciente de l'importance de cette collection, la Communauté française de Belgique a demandé à l'entreprise, à travers son contrat de gestion 2007-2011, de développer une stratégie pour conserver et sauvegarder les archives. La chaîne de numérisation qui sera mise en place servira donc dans un premier temps à la sauvegarde du patrimoine, avec un traitement prioritaire pour les archives atteintes du syndrome du vinaigre.

Dans un second temps, elle va permettre un accès plus simple aux archives audiovisuelles. Actuellement, pour les visionner, les utilisateurs sont obligés de se rendre dans les salles de vision où des outils de lecture sont mis à leur disposition. La RTBF possède des lecteurs de Beta SP, de DVCPPro, des magnétoscopes pour les VHS... mais ils sont pour la plupart vétustes, ils tombent souvent en panne et à terme ils ne pourront plus être réparés, les pièces de rechange n'étant plus fabriquées. Grâce à la numérisation, les archives seront disponibles sous différents formats et pourront être lues à partir d'un simple ordinateur.

Diffuser et promouvoir auprès du grand public les archives audiovisuelles n'est peut être pas un besoin qui justifie leur numérisation. Néanmoins, c'est un argument qui a été pris en compte lors de la réflexion sur la création du site web des archives (cf. partie 1.3.3) et qui a une influence sur l'image que l'entreprise veut donner à son public.

Pour terminer, numériser la totalité ou une partie de ses collections va permettre à la RTBF de gagner de la place dans ses réserves. Même si les bandes ne sont enregistrées que sur Beta numérique pour être transcodées ultérieurement, la place dégagée permettra une autre exploitation des locaux. Pourquoi ne pas les sécuriser afin d'installer les serveurs de stockage des archives ?

Venons en à présent à la chaîne de numérisation que les archives devront suivre pour être sauvegardées et valorisées. Comme je le signalais précédemment, la RTBF n'a pas encore choisi si l'intégralité de ses archives serait numérisée. Comme c'est la Communauté française de Belgique qui doit financer le projet et que sa décision ne sera connue que début septembre 2007, la RTBF se contente pour le moment de copier les archives nécessaires aux projets européens (« Birth », « Video Active »), aux

commémorations importantes (les cinquante ans de l'exposition 58) et effectuée des reprises. Nous sommes bien loin de l'exemple de l'INA, qui depuis 1999 prélève 5% de la redevance télévisuelle perçue (soit un total de 5,7 millions d'euros jusqu'en 2003), afin de numériser l'intégralité de ses fonds d'ici 2015.

La chaîne de numérisation à la RTBF se décompose en 5 phases :

- La restauration et le nettoyage des bandes, étape que nous avons vu partie 1.2.1.
- Le passage des bandes au télécinéma, machine qui permet de transférer un film, sur un support digital (Beta numérique, DV) ou analogique (VHS, Beta SP). Une console de traitement des images permet en plus de corriger les couleurs, de réduire les bruits et de supprimer les éventuelles rayures et poussières.
- L'acquisition des archives en haute résolution avec un encodage à 50Mbits/s. Elles seront réutilisées pour la production.
- Le stockage sur les serveurs d'archives profondes de la RTBF
- L'éventuel encodage vers d'autres formats, en basse résolution pour d'autres utilisations et d'autres plateformes (par exemple le format MPEG 4 pour que les archives audiovisuelles soient consultables en streaming sur un site web). Un serveur de stockage est dédié à cela.

Pour que cette explication soit plus claire, voici un schéma illustrant la chaîne de numérisation à la RTBF.



Cette numérisation va permettre à la RTBF de conserver plus longtemps ses archives audiovisuelles, mais il faut se rendre compte que cette solution n'est pas éternelle. Aujourd'hui, il n'existe pas de support et de format pérennes. De ce fait pour être sûr de pouvoir continuer à visionner les vidéos, il faut les faire migrer tous les 5 à 10 ans vers d'autres supports et formats. Cette migration « numérique à numérique » est moins longue et onéreuse qu'une migration « argentique (ou analogique) à numérique », mais elle reste fastidieuse. Pour l'exemple, il faut savoir que l'INA a fait migrer sur un autre support, 6 ans d'archives numérisées en seulement 5 mois¹⁰.

¹⁰ AMBLARD, Marie-Claire. La numérisation des archives de l'INA. In *Bulletin des bibliothèques de France*, avril-mai 2007, vol 52, n°2, p.41-43

1.3.3. La valorisation des archives audiovisuelles ou comment satisfaire le grand public

Ces dernières années, les images d'archives ont envahi nos écrans. Que ce soit dans les émissions de télévision (« Ma télé bien aimée » en Belgique, « Madame, monsieur bonsoir » en France et « Vu à la télé » en Suisse Romande), sur Internet (site web « Archives pour tous » de l'INA, « Les archives de la TSR », « Rai Teche ») ou bien dans les soirées des « adulescents », les archives audiovisuelles plaisent au public et il en redemande.

A la RTBF, entre 1999 et 2003, sur plus de 68 200 séquences passées à l'antenne, 10 484 comportaient ou avaient été faites avec des images d'archives. Ces dernières, surtout diffusées dans des émissions régulières comme le journal télévisé ou le magazine « Au quotidien », sont aussi utilisées pour des programmes exceptionnels comme celui des 50 ans du journal télévisé en novembre 2006. Avec 23,9% de part de marché, cette émission spéciale prouve l'attachement du public pour les images d'archives.

Face à ce constat, la RTBF a décidé de valoriser ses archives audiovisuelles à travers un site web comme ont pu le faire auparavant des télédiffuseurs comme Radio Canada ou la TSR.. C'est dans ce cadre très précis que ma mission de stage prend place.

En effet, Stéphane BAYOT, le responsable du service IMADOC, m'a proposé de mener une réflexion et de rédiger des préconisations pour la création de ce site web. Il ne s'agissait pas pour moi de le concevoir techniquement, mais plutôt de penser aux besoins des utilisateurs, aux contenus à mettre en ligne, à l'architecture de l'information, à l'ergonomie... Comme la mise en place de ce nouveau média est dépendante des financements qui seront attribués à la RTBF en septembre, mon travail ne sera peut-être pas utile dans l'immédiat, néanmoins il pourra servir de base pour un développement futur.

Pendant six mois, j'ai organisé ma mission de stage en prenant compte des besoins de l'entreprise et des attentes du public. Il s'agissait pour moi de réfléchir de quelles manières valoriser des contenus ayant un intérêt pédagogique, ludique ou nostalgique pour les utilisateurs, via un site web. Voici comment s'est décomposé mon travail :

- analyse des besoins de la RTBF.
- benchmark des sites web d'archives audiovisuelles proposés à l'étranger.
- choix des contenus à mettre en ligne en prenant en compte les attentes des utilisateurs.
- mise en place d'une politique de sélection des archives.
- développement de l'architecture de l'information du site web.
- rédaction du cahier des charges fonctionnel.

- création d'une maquette papier mettant en avant des critères ergonomiques et d'usabilité.
- estimation budgétaire et ressources humaines nécessaires pour la création du site web. Réflexion sur la place des archivistes dans ce projet.

Voyons comment se sont déroulées ces différentes étapes et quel questionnement soulève un tel projet.

2. ORGANISER ET EXPLOITER LES ARCHIVES AUDIOVISUELLES SUR INTERNET

2.1. Analyse des besoins et benchmark

2.1.1. Analyse des besoins

La mission de stage qui m'a été confiée par la RTBF, entre dans le cadre du projet numérisation, sauvegarde et valorisation des archives audiovisuelles (cf. partie 1.3). Afin de m'intégrer rapidement dans ce projet et de comprendre ce qu'on attendait de moi, je suis allée à la rencontre de personnes travaillant avec les archives. Il me semblait important d'avoir une vue globale sur le projet de numérisation, de savoir ce que l'entreprise souhaitait mettre en place et de connaître les services potentiellement impliqués.

Pour ce faire j'ai choisi de réaliser des entretiens individuels auprès :

- du responsable des sites web de la RTBF, Monsieur VERDONCK
- du chef de projet numérisation, sauvegarde et valorisation des archives, Monsieur CAUFRIEZ
- du responsable des archives TV et radio, Monsieur BAYOT
- du responsable du service diversification, Monsieur DAVID
- de la responsable du service des ventes de programme, Madame METZGER

À partir d'un guide préalablement rédigé, j'ai abordé avec ces personnes les thèmes suivants :

- l'historique du projet numérisation
- les contenus devant être valorisés
- les besoins de la RTBF pour son site web
- les moyens mis à disposition du projet

Pour que les discussions soient plus constructives et que je puisse récupérer un maximum d'informations, j'ai adapté le guide d'entretien selon le travail des personnes interrogées. Par exemple, lors de ma rencontre avec le responsable du service diversification, j'ai insisté sur les médias à conquérir, sur le développement de la VOD, tandis qu'avec le responsable des sites web de la RTBF je me suis davantage attardée sur la conception des sites, l'ergonomie, le référencement...

Comme je ne connaissais pas toutes les personnes et les services susceptibles de m'aider, je terminais invariablement mes entretiens en demandant à la personne interrogée, de m'orienter et de m'aider à obtenir un rendez-vous auprès d'une autre. Ce système a plutôt bien fonctionné puisque j'ai pu rencontrer sans aucune difficulté tous les responsables des services qui m'intéressaient.

De ces différentes entrevues, j'ai pu dégager des axes de réflexion et je me suis fait une idée plus précise, des besoins de la RTBF pour son site web des archives audiovisuelles. Voici comment on pourrait résumer ceux-ci.

Le site doit être une vitrine de la RTBF et de son histoire. Il doit mettre en avant des images d'archives tout en les contextualisant. Il s'agit de guider les visiteurs et de leur proposer des informations supplémentaires sur le sujet, la période...

Le site doit s'adresser à tous les publics et adapter ses services en fonction de chacun. Il faut pour cela, choisir des contenus variés et ne pas se contenter de développer qu'une seule thématique.

Les contenus du site doivent être à la fois informatifs, ludiques et pédagogiques. Comme il n'est pas possible de diffuser sur le site, l'intégralité de la collection des archives de la RTBF, une sélection des extraits devra être effectuée au préalable. Pour des questions juridiques, elle devra favoriser en priorité les vidéos libres de droits. Il faudra également faire en sorte que ces archives ne puissent pas être téléchargées.

Le rubricage et l'architecture de l'information qui seront mis en place doivent aider les visiteurs à trouver ce qu'ils recherchent. Il est nécessaire de multiplier les entrées sur le site pour que chacun accède vraiment à ce dont il a envie.

Pour respecter ses missions de service public (en particulier l'information et la pédagogie), la RTBF doit proposer sur son site un espace éducatif. La mise en place d'une rubrique pour les élèves et professeurs pourrait influencer le Ministère de la Communauté française de Belgique pour l'obtention de financements.

En plus de cela, il faut parvenir à concevoir un site qui donne envie au public de revenir. Cette fidélisation pourrait passer par une mise à jour régulière des contenus et une multiplication des services interactifs.

Même si la publicité peut être rédhibitoire pour la fidélisation, la RTBF veut pouvoir insérer des bannières et autres pop-up sur son site web des archives. En effet, l'entreprise tire une partie de son financement de ses revenus publicitaires. Pour que les visiteurs ne soient pas trop dérangés, un effort pourra néanmoins être fait en ne proposant que des publicités en rapport avec la thématique principale du site.

Le dernier besoin évoqué par les personnes interviewées concerne l'ambiance générale et l'aspect du site. Je leur ai demandé de quel site d'archives devait se rapprocher celui de la RTBF pour les satisfaire. Tous ont été unanimes sur ce point : le site de l'INA est un modèle, à la fois au niveau de son architecture, de ses possibilités de recherche et de la mise en valeur de ses contenus. Bien évidemment, ils ont conscience que selon les financements qu'obtiendra la RTBF, l'entreprise ne pourra pas forcément se permettre la

création d'un tel site. C'est donc celui de la TSR qui est arrivé en seconde position, car il reste à la fois simple mais tout aussi intéressant au niveau de son architecture et de la contextualisation de ses archives.

En plus de tous ces besoins généraux, le responsable de la diversification à la RTBF, s'est interrogé sur la vente des archives en ligne. En effet, selon lui pour rémunérer les ayants droit et développer la visibilité du site, il est nécessaire de faire payer les visiteurs souhaitant voir un extrait dans son intégralité. Cette logique de profit n'étant pas acceptée par tous (elle paraît contraire aux missions de la RTBF qui se doit d'informer le public sans aucune contrepartie financière), on m'a finalement conseillé de ne pas m'en préoccuper. Malgré tout, il me semblait important de l'évoquer pour comprendre combien il est délicat de trouver un modèle économique viable pour un site de vidéos en ligne.

2.1.2. Étude comparative des sites web d'archives audiovisuelles

Une fois les besoins de la RTBF correctement établis, j'ai réalisé une étude comparative des différents sites présents sur Internet, qui proposent de visualiser des archives audiovisuelles en ligne. À partir de ce benchmark, il s'agissait de savoir comment les services d'archives audiovisuelles étrangers avaient réussi leur passage sur le web, mais aussi d'identifier « les bonnes pratiques » pouvant être réexploitées par la RTBF.

Pour réaliser cette étude, j'ai choisi de travailler sur un corpus de sept sites, mêlant à la fois des télédiffuseurs (la Télévision Suisse Romande, Radio Canada, la Rai, la BBC), des instituts (l'INA), des professionnels de la vente d'images (ITN Source) et des plateformes de Video On Demand (Vodéo). Le fait d'étudier des sites ayant des finalités différentes, m'a permis de voir ce qui pourrait être réutilisé même pour un site d'archives audiovisuelles.

J'ai ensuite conçu une grille d'analyse (cf. annexe n°1 page 6) en fonction de ce que je souhaitais observer pour mener à bien ma mission de stage et de la particularité des contenus proposés. Ainsi, en plus des critères « classiques » généralement étudiés pour tous les sites (nom de l'auteur, date de mise à jour, langue...), je me suis attardée sur :

- le contenu (format vidéo et transparence, minutage des extraits, mode de présentation...).
- la navigation et le rubricage (principe de navigation, indications visuelle ou textuelle pour le repérage...)
- l'ergonomie et l'accessibilité (charte graphique, surcharge cognitive)
- le référencement (contenu des balises « méta », validation par le w3c...)
- la fréquentation (j'ai pu obtenir des chiffres grâce au site Alexa.com qui diffuse des informations sur la fréquentation, sur le nombre de liens entrants...)

J'ai également inséré des copies d'écran (cf. annexe n°1 page 18) pour faciliter la lecture des grilles d'analyse.

Voici pour chacun des sites étudiés, quelques uns des points qui ont retenu mon attention. Un tableau récapitulatif est également disponible en annexe (cf. annexe n°1 page 118).

Tout d'abord, le site des archives de la TSR propose des contenus contextualisés. En plus d'offrir des archives gratuites pouvant durer jusqu'à 120 minutes, il donne des informations supplémentaires sur l'émission, le contexte historique de l'époque et pointe vers des extraits traitant du même thème. Son rubriquage est classique, mais pour un public qui navigue sans but précis, il propose également des rubriques insolites, polémiques ou très spécialisées (par exemple la rubrique « pour les femmes »). Pour créer un lien avec ses visiteurs, le site se compose d'un blog rédigé par les archivistes (cf. annexe n°1 page 67) et d'une rubrique « inconnu à ce jour » dans laquelle le public peut laisser un commentaire s'il reconnaît certaines personnes, dans les vidéos d'archives.

Le site suivant, celui des archives de Radio Canada, est respectueux des standards du web et est accessible. En effet, les vidéos sont lisibles quelque soit le système d'exploitation de l'utilisateur et le site a atteint le premier niveau d'accessibilité selon le WAI (cf. partie 3.2.3). En plus de cela, il propose une éphéméride d'archives (cf. annexe n°1 page 56) et permet au public de se créer un espace personnel, dans lequel il peut stocker ses archives favorites. Enfin, Radio Canada, propose en collaboration avec le Ministère de l'Éducation, une rubrique « pour les profs » (cf. annexe n°1 page 54), dans laquelle ces derniers peuvent trouver des idées pour monter leurs cours à partir d'images d'archives.

Venons-en à présent au site des archives de la RAI, qui ne présente malheureusement aucune fonctionnalité intéressante. Néanmoins un nouveau service en ligne permettra prochainement aux internautes de télécharger gratuitement des archives audiovisuelles sous différents formats, pouvant ensuite être lues sur différents média (télévision, téléphone portable...).

Le site des archives de la BBC ne peut être vu en dehors du Royaume-Uni. Toutes les archives disponibles sur ce site sont sous Licence Creative Commons (la BBC a réussi à libérer les droits d'auteurs pour une utilisation au Royaume-Uni) ce qui impose le respect de certaines règles. Même si je n'ai pas pu me rendre compte de l'ergonomie et de

l'architecture du site, le fait de pouvoir télécharger et réutiliser les archives me semblait suffisamment intéressant pour être signalé.

Le site « archives pour tous » de l'INA est celui qui propose la plus grande collection d'archives en ligne. En effet, le public peut avoir accès à plus de 10 000 heures d'images contextualisées et cataloguées. Chaque extrait est indexé avec plusieurs mots-clés, lesquels permettent de « rebondir » vers d'autres vidéos traitant du même sujet (cf. annexe n°1 page 20). La recherche sur le site peut se faire via une arborescence très pointue ou bien par le moteur de recherche (cf. annexe n°1 page 21). La rubrique « parcours surprise » permet de visionner des vidéos de manière aléatoire et les internautes peuvent avoir accès au journal télévisé de leur naissance. Un effort a également été fait pour les élèves qui peuvent visionner des archives par âges et par enseignements (cf. annexe n°1 page 24). Malgré ces multiples fonctionnalités, toutes les archives de l'INA ne sont pas gratuites. Pour voir un extrait dans son intégralité, il faut payer une somme allant de 1 à 12 euros et les vidéos sont protégées par un système de DRM (Digital Right Management).

ITN Source est, lui aussi un site proposant des images d'archives payantes, mais celles-ci sont uniquement destinées aux professionnels des médias. Le moteur de recherche des vidéos est intéressant car il permet aux utilisateurs de faire des recherches multicritères simplement. Les opérateurs booléens sont ainsi « cachés » et le choix d'une période se fait via une frise (cf. annexe n°1 page 99). Les vidéos sont toutes cataloguées et décrites très précisément (description au plan près) mais elles ne sont nullement contextualisées (cf. annexe n°1 page 86).

Enfin, pour terminer, le site de vidéos à la demande, Vodéo propose des rubriques pour les moins originales, qui pourraient être adaptées à un site web d'archives audiovisuelles. En effet, la rubrique « pause déjeuner » donne accès à des vidéos de courte durée tandis que la rubrique « top des ventes » permet aux visiteurs d'atteindre les vidéos les plus vendues de la semaine. Le site est aussi très ergonomique avec une couleur attribuée pour chaque rubrique et des icônes facilitant la compréhension (cf. annexe n°1 page 113).

Ce panorama des moyens mis en œuvre pour valoriser des archives audiovisuelles via un site web, a été fort utile pour la suite de ma mission de stage. Il m'a permis de comprendre quels services il serait judicieux de mettre en place, il m'a donné des pistes de réflexions pour mon architecture de l'information et surtout il m'a permis de mieux cerner les besoins du public.

Bien entendu, pour réaliser des sites aussi complets que ceux étudiés, il faut avoir des financements conséquents et une cellule de création de site web assez importante. Comme la RTBF souhaite créer son site d'archives audiovisuelles uniquement avec ses moyens internes, je suis allée m'informer de la façon dont les différents sites de l'entreprise étaient construits.

2.1.3. Analyse de la création d'un site web à la RTBF

La RTBF est une entreprise très présente sur le web. Avec ses 16 sites entièrement conçus en interne, elle propose aux internautes différents services et fonctionnalités comme des flux RSS, des podcasts...

A la suite de mon benchmark, je me suis intéressée à la chaîne de création de ces sites web. Je voulais être sûre que celui des archives audiovisuelles pourrait être développé en interne quelque soit les fonctionnalités que je souhaitais lui apporter. Comme je ne savais pas encore avec précision quelles seraient les rubriques proposées ni comment seraient organisées les fiches des archives, je me suis plutôt attardée, sur la mise en ligne automatique des contenus.

Le développement d'un site à la RTBF demande généralement 3 à 6 mois. Durant cette période, webmasters, graphistes, electronic content manager (ECM), travaillent en étroite collaboration et en plusieurs étapes. Dans un premier temps, ils commencent par rédiger un cahier des charges technique qui récapitule toutes les fonctionnalités devant être présentes sur les pages du site. Après cette première étape qui peut parfois s'avérer assez longue (le cahier des charges est révisé plusieurs fois avant d'être validé), la création technique débute à l'aide du logiciel « Stellent ».

Acquis en 2002 par la RTBF, ce logiciel de Web Content Management (WCM) a révolutionné la façon de gérer les sites web dans l'entreprise. Si auparavant seuls les webmasters étaient habilités à mettre en ligne les textes que les journalistes leur envoyaient, aujourd'hui, ce sont directement les équipes des émissions de radio et de télévision qui publient les leur. Pour ce faire, ils ont à leur disposition un formulaire de saisie à partir duquel ils peuvent entrer des informations ayant une durée de vie limitée, comme par exemple des dates de concerts, des rendez-vous... Ils peuvent également y ajouter les dates extrêmes pour la mise en ligne et la suppression des textes. Cette automatisation permet de prévoir à l'avance les mises à jour des sites web et serait fort utile pour le site web des archives audiovisuelles, qui doit proposer de nouvelles vidéos régulièrement.

Les informations textuelles « fixes », comme par exemple le titre d'une émission, le nom de son présentateur, son descriptif général, son horaire... ne sont plus saisies

ponctuellement mais extraites directement depuis la base de données de gestion de l'antenne. Ce système, qui évite la ressaisie et permet donc de gagner du temps, pourra être utilisé pour le site des archives. Il suffira pour cela d'utiliser la base de données MISTRAL (ou la nouvelle base de données GED en cours de création) et d'extraire le contenu des champs souhaités.

La mise en ligne des contenus multimédia et des podcasts est identique à celle des informations textuelles « fixes » sauf que des dates extrêmes ont été ajoutées et qu'un habillage (découpage en séquence, intégration des génériques...) a été fait en amont dans le logiciel Nétia (gestion de l'antenne radio).

Une fois ces contenus récupérés, il s'agit de les mettre en forme sur les pages des sites web. Pour cela, un graphiste et un webmaster en charge des feuilles de styles travaillent ensemble. Ils créent une charte graphique, développent l'ergonomie du site et organisent les contenus. Ils laissent de la place pour les bannières publicitaires qui seront insérées par la suite.

Cette étape terminée, le site est testé en interne, référencé, puis mis en ligne. Aucun test auprès des utilisateurs n'est effectué ce qui est quelque peu dommage car les sites de la RTBF ne sont pas toujours très simples à prendre en main.

Au final, d'après les développeurs web de la RTBF, créer un site web dynamique pour des archives audiovisuelles semble tout à fait concevable. L'entreprise possède les compétences et le matériel en interne pour cela. Il suffit ensuite que la base de données auprès de laquelle seront récupérés les contenus (informations textuelles et vidéos), soit bien conçue, avec des champs adaptés pour la diffusion sur Internet. Il faudra donc veiller à ce que les personnes chargées de la création de la nouvelle base de données GED pour le service IMADOC aient pris en considération cela.

2.2. Choisir et organiser les archives audiovisuelles pour le web

2.2.1. Le choix des contenus et le problème du droit d'auteur

Pour des questions de numérisation, de stockage et de protection du droit d'auteur, la RTBF ne pourra pas mettre en ligne l'intégralité de sa collection d'archives audiovisuelles. Afin de choisir les programmes pouvant être numérisés puis mis en ligne, il m'a été demandé de rédiger une politique de sélection. N'ayant pas grandi avec les programmes télévisés de la RTBF et ne connaissant pas très bien le fonds de l'entreprise, ce travail n'a pas été aisé.

Pour commencer, j'ai donc proposé de réutiliser les séquences d'archives ayant déjà été utilisées pour le projet européen « Birth ». En effet, en 2002 le service IMADOC avait numérisé près de 200 séquences appartenant à la RTBF et ayant pour thème la naissance de la télévision. Pour des raisons économiques et comme les droits de diffusions ont déjà été libérés, pourquoi ne pas réutiliser ces extraits ?

Ensuite, pour faciliter la mise à jour du site, j'ai envisagé la création annuelle d'un calendrier des événements. Il reprendrait toutes les dates anniversaires, les événements importants et le service IMADOC pourrait alors choisir les vidéos à mettre en ligne en fonction de celui-ci. Ce calendrier pourrait profiter à d'autres services et permettrait un gain de temps important.

Une idée similaire consisterait à préparer des « biographies » de personnalités, qui à la vue de leur âge, d'une éventuelle maladie..., risquent de décéder durant l'année. Les journalistes préparent déjà cette « nécrologie » pour le journal télévisé, il est donc tout à fait possible de la réutiliser pour le site web des archives. Grâce à cela le site pourra proposer des images d'archives en lien avec l'actualité même si celle-ci est inattendue.

Ensuite, comme les archivistes d'IMADOC sont, les personnes qui connaissent le mieux le fonds de la RTBF, il serait intéressant de mettre en place avec eux, un groupe de travail mensuel pour choisir les contenus. Chacun ayant des goûts qui lui sont propres, ils constitueraient un petit panel capable de définir avec précision les programmes intéressants.

Enfin, le public devrait être lui aussi concerné par le choix des contenus. Étant donné que le site des archives audiovisuelles s'adresse à lui, il est essentiel de savoir ce qui lui plait, ce qu'il aimerait revoir... La RAI proposait ainsi aux internautes de voter entre quatre thèmes, pour l'ajout de nouveaux contenus (cf. annexe n°1 page 30). Pourquoi ne pas faire la même chose ?

Ce travail de sélection, qui sera attribué à un archiviste, demandera également qu'on apporte une attention toute particulière aux droits d'auteurs et de diffusion. Lorsqu'on souhaite diffuser des vidéos en ligne, il faut prendre certaines précautions juridiques.

Pour que la RTBF n'ait pas de problèmes, elle devra proposer sur Internet, uniquement des émissions et des programmes dont elle est le producteur. En effet, en Belgique dans la loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins, chapitre 1 section 4 article 18¹¹, il est stipulé que *« les auteurs d'une oeuvre audiovisuelle ainsi que les auteurs d'un élément créatif licitement intégré ou utilisé dans une oeuvre audiovisuelle, à l'exception des auteurs de compositions musicales, cèdent aux producteurs le droit exclusif de*

¹¹LOI WET. JUSTEL : *législation consolidée, 2007* [en ligne]. Disponible sur : <http://www.juridat.be/cgi_loi/loi_a.pl?language=fr&caller=list&cn=1994063035&la=f&fromtab=loi&sql=dt='loi'&tri=dd+as+rank&rech=1&numero=1> (page visitée le 5 août 2007)

l'exploitation audiovisuelle de l'oeuvre, y compris les droits nécessaires à cette exploitation tels que le droit d'ajouter des sous-titres ou de doubler l'oeuvre ». De ce fait, les émissions dont la RTBF est le producteur peuvent être librement utilisées pour le site web. Il faudra simplement veiller aux musiques qui les accompagnent, et au besoin, s'acquérir des droits nécessaires à leur diffusion sur Internet.

Pour les coproductions de la RTBF, l'entreprise devra vérifier au cas par cas et trouver un compromis avec le coproducteur ou ses ayants droit. Si des contrats de diffusions avaient déjà été signés lors de la création des programmes, il faudra vérifier que leur mise en ligne sur Internet soit autorisée. Pour des émissions des années 60, je ne pense pas que ce sera le cas !

Pour éviter des plaintes, il sera aussi nécessaire de faire attention aux droits à l'image. Selon l'article 10 de la loi du 30 juin 1994 relative au droit d'auteur et aux droits voisins « *Ni l'auteur, ni le propriétaire d'un portrait, ni tout autre possesseur ou détenteur d'un portrait n'a le droit de le reproduire ou de le communiquer au public sans l'assentiment de la personne représentée ou celui de ses ayants droit pendant vingt ans à partir de son décès* ». Il faut cependant préciser que pour invoquer ce droit à l'image, la personne doit être identifiable et qu'elle ne doit pas être de dos, ni dans une foule.

En France, le service en charge des droits d'auteurs à l'INA vérifie toutes les archives à la recherche de monuments, de décors... soumis au droit d'auteur¹². Ensuite il fait en sorte d'obtenir les autorisations nécessaires pour la diffusion des archives sur Internet. En cas de doute, l'Institut de l'audiovisuel préférera ne pas mettre en ligne une vidéo plutôt que de risquer un procès. À la RTBF, ce principe de précaution devra lui aussi être respecté.

2.2.2. La normalisation des contenus audiovisuels pour le web

En plus de poser des problèmes au niveau des droits d'auteurs, la diffusion de vidéos sur Internet demande une vraie réflexion sur la normalisation, les formats et le matériel. Pour que tous les internautes puissent visionner les archives audiovisuelles de la RTBF, j'ai du envisager durant mon stage, les précautions techniques et normatives à prendre avant leur mise en ligne.

Tout d'abord pour des raisons éditoriales, de fidélisation et de stockage, il n'est pas possible pour l'entreprise de proposer des extraits d'archives trop longs sur son site web. En effet, « *aujourd'hui pas question de mettre en ligne des séries qui dépassent quelques*

¹² CLUBIC.COM. *Quand l'INA fait ses premiers pas sur le web*, 2005 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.clubic.com/article-34863-8-quand-l-ina-fait-ses-premiers-pas-sur-le-web.html>> (page consultée le 5 août 2007)

minutes de peur de laisser l'internaute »¹³ et « *d'un point de vue éditorial, les contenus du petit écran n'ont pas été adaptés pour le web* »¹⁴. Internet est un média d'immédiateté, qui doit diffuser des vidéos courtes, rapidement téléchargeables et qui ne fatiguent pas le visiteur même si elles sont regardées dans une petite fenêtre. Lors de mon benchmark, j'ai étudié la durée moyenne des vidéos proposées sur les sites d'archives audiovisuelles. Le plus souvent, elles durent entre 30 secondes et 10 minutes et à l'INA, si l'internaute veut voir un extrait dans son intégralité, il doit l'acheter. Pour faciliter le travail de la RTBF, j'ai proposé que les séquences n'excèdent pas 10 minutes sauf exceptions. Lorsque le stockage sera moins onéreux, qu'il permettra la diffusion de vidéos dans de meilleures qualités et résolutions, il sera peut être possible de capter plus longuement l'attention de l'internaute et donc de lui proposer des extraits plus longs.

Selon une étude réalisée par Comscore en juin 2007¹⁵, plus de 79% de la population française ayant Internet regarde des vidéos en streaming. Les français passeraient 13% de leur temps sur Internet, à visionner des vidéos.

Face à ces chiffres et pour contenter un maximum d'internautes, il est important de prendre des précautions en ce qui concerne le format de compression des vidéos, pour que leur diffusion puisse se faire en streaming. Si pour les DVD ou la télévision terrestre numérique, c'est le mpeg2 qui est utilisé car il offre une meilleure qualité d'image (débit allant de 2 à 50Mbit/s), pour la diffusion sur Internet, c'est plutôt le mpeg4 qu'on choisira. En effet, ce format conçu pour une compression bas débit (2Mbits/s au maximum) est adapté aux nouveaux médias et en particulier à la diffusion de vidéos sur Internet. Le mpeg4 et ses extensions (par exemple le « .avi ») peuvent être lus par différents lecteurs vidéo comme Quicktime, Realmedia Player ou encore Windows média Player. En choisissant ce format, la RTBF pourra offrir la possibilité aux internautes de visionner les images d'archives avec leur lecteur favori comme le font déjà la RAI et la TSR (cf. annexe n°1 page 29 et 61).

La qualité du visionnage des archives audiovisuelles doit aussi être pensée. Il faut que les visiteurs puissent lire les vidéos sans saccade et ce, quelque soit leur connexion Internet. Pour cela, il est nécessaire que le débit de données envoyées (bitrate) soit inférieur à celui de la réception (download speed). Prenons un exemple : en considérant que le débit minimum des connexions Internet aujourd'hui est de 1Mbit/s, les vidéos devront être encodées au maximum à 125Ko/s (1Mbit/8 = 125Ko) pour rester fluides. Pour ne pas

¹³KRESSMAN, Marion. À la recherche de l'internaute fidèle. In *Les dossiers de l'audiovisuel*. juillet-août 2000, n°92, p.16-17

¹⁴ AGNOLA, Michel, LE CHAMPION, Rémy. *La télévision sur Internet*. Paris : PUF, 2003. p.90

¹⁵ COMSCORE. *Press release : Internet Users in France Spend 13 Percent of Their Time Online Streaming Videos, 2007* [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1488>> (page visitée le 5 août 2007)

léser les utilisateurs ayant une meilleure connexion Internet, il serait bon de leur proposer différents débits comme le fait la TSR (cf. annexe n°1 page 61)

Le dernier point auquel je me suis intéressée et dont la RTBF devra tenir compte lors du lancement de son site web concerne la protection physique des archives. Comme l'entreprise ne souhaite pas que ses images d'archives puissent être piratées ou récupérées sans son autorisation par d'autres sites, elle devra pour éviter cela, développer un système de Digital Right Management (DRM). Il en existe plusieurs qui peuvent être mis en place selon les besoins de la RTBF. Par exemple, si les droits de diffusion des archives ne sont prévus que pour certains pays, il est possible de limiter l'accès aux vidéos par zones géographiques. La BBC a par exemple choisi cette solution pour respecter les conditions de sa Licence Creative Commons (cf. annexe n°1 page 76). L'INA a préféré mettre en place un système de tatouage et de cryptage sur ses archives pour identifier les acheteurs qui les proposeraient éventuellement sur un réseau de peer to peer. Cette solution est plutôt adaptée pour la vente.

Après m'être entretenue avec le responsable du service Internet, mettre en place de tels systèmes n'est pas possible à la RTBF pour des questions de moyens. De plus, selon lui, comme il y aura toujours des personnes capables de déjouer les systèmes de sécurité, un DRM n'est pas fiable. Il ne faut pas oublier que le fait de proposer des vidéos en streaming est déjà un moyen de bloquer le piratage. En effet, un grand nombre de personnes pensent qu'elles ne peuvent être lues qu'en ligne alors qu'il est tout à fait possible de les récupérer dans les fichiers temporaires du navigateur.

2.2.3. Les informations textuelles : entre documentation et contextualisation

Lorsqu'on souhaite valoriser des archives audiovisuelles via un site web, la mise en ligne de contenus multimédia ne suffit pas. L'idée de valorisation suppose un ajout d'informations, qui permet au public auquel on s'adresse d'en apprendre plus sur l'extrait vidéo.

Lors de mon benchmark, j'ai ainsi pu remarquer que les sites pour professionnels (ITN Source) proposaient des informations documentaires très spécialisées avec une description très poussée des images. Les sites grand public comme celui de l'INA et de la TSR, misaient quant à eux, sur un contenu éditorial permettant de contextualiser les vidéos.

Face à ce constat, je me suis interrogée sur les informations textuelles devant accompagner les archives audiovisuelles. Valait-il mieux récupérer celles rédigées par les archivistes dans le cadre de leur travail d'indexation ou bien en rédiger de nouvelles spécialement pour le site web ?

Durant mon analyse des besoins, aux yeux des personnes interrogées, la contextualisation des vidéos pour le site web des archives de la RTBF semblait primordiale. Les archivistes du service IMADOC, travaillant toute l'année à la description de ces archives, j'ai initialement pensé pouvoir réutiliser ces informations saisies dans la base de données MISTRAL. Malheureusement, je me suis rapidement rendue compte qu'elles ne convenaient pas à la contextualisation. En effet, le champ « description » apporte certes des informations sur le contenu de la vidéo, mais celles-ci sont écrites dans un style beaucoup trop descriptif. Parfaites pour un usage documentaire (recherche, publication d'un guide), elles ne le sont pas pour informer ou instruire le grand public.

Pour parvenir à cela, avec son site d'archives audiovisuelles, la RTBF va devoir utiliser les compétences d'un journaliste, d'un chargé éditorial ou d'un rédacteur web. Selon moi, ce dernier sera plus à même de reprendre les données issues de l'indexation des archivistes afin de les adapter au public mais également au média.

La lecture sur Internet reste quelque chose de difficile. Selon une étude de Jacob NIELSEN, spécialiste de l'usabilité des sites web¹⁶, la lecture à l'écran est environ 25% plus lente que celle sur papier, ce qui a une incidence sur notre temps et notre capacité de concentration. Pour être sûrs d'être lus, les journalistes écrivant pour le web sont aujourd'hui obligés d'adapter leurs textes. Lors de la table ronde du 9 février 2007 à l'Université de Lille 3, intitulée « Existe-t-il une écriture électronique ? », le débat a ainsi montré qu'il est indispensable de respecter quelques règles d'écriture pour le web. Pour Jean-Marc HARDY, l'un des intervenants également rédacteur du site « *redacteur.be* »¹⁷, il faut parvenir à adapter les règles journalistiques de base (technique de la pyramide inversée, la règles des cinq « w ») avec les nouvelles offertes par Internet. Par exemple, au lieu d'écrire un texte trop long qu'un internaute risque de ne pas lire dans son intégralité, il vaut mieux être concis et intégrer des liens hypertextes renvoyant vers d'autres écrits. Pour Sébastien BILLARD, également présent lors de la table ronde et spécialiste en référencement¹⁸, dans notre société tout doit pouvoir être lu rapidement. Il faut donc aller droit au but pour que le lecteur n'ait pas l'impression de perdre son temps.

Un rédacteur web me paraît avoir les compétences nécessaires à la fois pour adapter ses écrits au web mais aussi pour réaliser cette tâche de contextualisation si chère à la RTBF.

¹⁶ NIELSEN, Jakob, SCHEMENAUR, PJ, FOX, Jonathan. *Writing for the web*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.sun.com/980713/webwriting/wftw9.html>> (page consultée le 9 mai 2007)

¹⁷ HARDY, Jean-Marc. *Redaction.be*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.redaction.be>> (page consultée le 9 mai 2007)

¹⁸ BILLARD, Sébastien. *Référencement, design et Cie*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://s.billard.free.fr/referencement/>> (page consultée le 9 mai 2007)

Néanmoins, la contextualisation ne fait pas tout, dans un site web d'archives. Un minimum d'informations documentaires comme la date de diffusion, le nom du producteur, doivent être aussi proposées, pour faciliter l'identification et la recherche des archives. Sur le site des archives de la TSR ou celui de Radio Canada, on retrouve des informations comme le nom des animateurs, la durée (cf. annexe n°1 page 69 et 44) rattachées à chaque extrait vidéo en plus des textes facilitant la contextualisation. Pour cette partie du travail, ce sont les données entrées dans la base MISTRAL qui seront récupérées.

Au final, c'est un savant mélange d'informations contextualisantes et documentaires qui sera proposé sur le site des archives audiovisuelles de la RTBF et qui demandera la participation d'un rédacteur web et des archivistes.

2.3. Le développement du site web

2.3.1. Mise en place de l'architecture de l'information

Après avoir défini quels sont les contenus devant être présentés sur le site web des archives audiovisuelles de la RTBF, il est important de les organiser de manière à ce que tous les publics envisagés puissent y accéder facilement. Il s'agissait donc pour moi de réfléchir à l'architecture de l'information et au rubricage du site.

« *L'architecture de l'information est la structure d'organisation sous-jacente à un système de contenu* »¹⁹. Le système de contenu sur lequel je me suis penchée durant mon stage est le site web des archives de la RTBF. Pour parvenir à développer correctement son architecture de l'information, j'ai travaillé à partir de la méthode dite du tri des cartes. Cette méthode, qui se déroule en deux temps, consiste tout d'abord à lister les contenus envisagés pour le site, puis à les regrouper sous différentes catégories qui seront ensuite labélisées (nommées). Comme il est vivement recommandé d'effectuer ce travail à plusieurs, j'ai demandé aux archivistes du service IMADOC de réfléchir avec moi à cette organisation. Pour que celle-ci corresponde aux besoins de la RTBF, nous n'avons pas perdu de vue que le site s'adresserait à un public varié et que son contenu, que l'on qualifier d'original, laissait présager des rubriques incontournables. Voici donc ce que j'ai pu retirer de cette réflexion.

Tout d'abord une organisation thématique des contenus est apparue comme indispensable. Comme le site s'adresse à des personnes sachant précisément ce qu'elles recherchent, elles doivent pouvoir trouver rapidement les archives qui les intéressent.

¹⁹ ERGOLAB. *Architecture de l'information*, 2004 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.ergolab.net/articles/architecture-information.html>> (page consultée le 5 août 2007)

Proposer un regroupement par collections nous a semblé être une bonne idée, afin que les internautes nostalgiques puissent revoir entièrement les programmes qui les ont marqués. Ce regroupement est aussi l'occasion de mettre en avant les émissions phares de la RTBF.

Nous avons regroupé les contenus en rapport avec l'histoire de la Belgique, son folklore, ses traditions... dans une catégorie intitulée « découvrir la Belgique ». Cet ensemble d'archives pourra intéresser les internautes étrangers.

Les archives traitant d'un sujet pédagogique ou en rapport avec les programmes scolaires en Belgique ont été rassemblées dans une catégorie appelée « bancs d'école ». Elle s'adressera essentiellement aux élèves et aux professeurs.

Enfin les contenus insolites, ne pouvant être classés dans les catégories précédentes, ils ont été réunis dans celle appelée « focus ».

À partir de cette architecture (qui permet le classement d'un contenu dans plusieurs catégories) et de l'analyse des sites web étrangers d'archives audiovisuelles, j'ai pu réfléchir à un rubricage complet que j'ai présenté à la RTBF sous la forme d'un cahier des charges et d'un plan de site (cf. annexe n°2 page 132 et 161). Voici de quelles rubriques sera composé le site :

- « thèmes » qui se divise en sous-catégories (« histoire », « vie quotidienne », « sport »...).
- « collections » qui présentera les programmes phares de la RTBF comme « Strip Tease », « Féminin présent » ... dans leur intégralité.
- « focus » qui se divise en sous-catégories (« insolite », « on en parle encore... »). Le nom de la rubrique a été choisi pour attirer l'attention des visiteurs sur des archives particulières, inclassables.
- « découvrir la Belgique » qui se divise en sous-catégories (« monarchie », « le cœur de l'Europe », « Folklore et traditions »...). Grâce à des contenus centrés sur la Belgique, elle permet une découverte du pays, de sa culture...
- « bancs d'école » qui présentera des contenus pédagogiques destinés en priorité aux élèves et enseignants.
- « index » qui listera tous les contenus disponibles sur le site web.

En plus d'organiser les contenus de manière à ce que tous les publics puissent trouver les vidéos qu'ils souhaitent, j'ai proposé des rubriques plus interactives, essentielles pour fidéliser le public :

- « souvenez-vous » qui propose une éphéméride ainsi qu'une ligne du temps.
- « le blog des archives » qui sera rédigé par les archivistes du service IMADOC et qui présentera leur travail, leurs découvertes...

- « le projet archive » qui présentera avec des vidéos, des interviews, le travail de numérisation et de mise en valeur fait à la RTBF.
- « l'espace personnel » qui permettra aux visiteurs de sauvegarder leurs archives favorites.
- « abonnements » qui offre aux internautes la possibilité de s'abonner à une newsletter et à un flux RSS, afin d'être tenu informé des dernières mises à jour du site.

Enfin, les rubriques que l'on retrouve normalement sur tous les sites web ergonomiques et accessibles, seront aussi présentes sur le site des archives audiovisuelles de la RTBF :

- « FAQ » pour aider et informer les visiteurs en cas de problème sur le site.
- « contact » pour les questions diverses des internautes.
- « plan du site » présentant toutes les rubriques du site, pour aider les internautes perdus à se situer.
- « crédits et mentions légales » qui indique les textes juridiques, les noms des responsables du site...

Un moteur de recherche sera également mis en place pour faciliter l'accès direct aux vidéos.

Pour que ce rubricage permette aux visiteurs de se repérer facilement dans le site et que ces derniers puissent savoir à l'avance ce qui se cache derrière chaque rubrique, il a fallu trouver des noms informatifs et « parlants » à celles-ci. De plus, pour des questions d'accès simplifié à l'information, j'ai délibérément limité le nombre de sous-rubriques et donc la profondeur du site.

Finalement, le rubricage et l'architecture de l'information peuvent être considérés comme les colonnes vertébrales des sites web. Si elles ne sont pas bien pensées, le visiteur ne parviendra pas à trouver les informations qu'il recherche et ne reviendra plus sur le site. A long terme, si un tel phénomène survenait pour le site des archives de la RTBF, il faudrait reconsidérer son architecture et éventuellement utiliser à ce moment là, la méthode des personas²⁰ (méthode qui consiste à jouer des personnages types pour vérifier l'usabilité, l'ergonomie, l'architecture d'un site).

2.3.2. Préconisations ergonomiques et création d'une maquette

Pour organiser les contenus de manière originale, se démarquer de ses concurrents et attirer son public, le site web des archives audiovisuelles de la RTBF devra se doter d'une identité graphique bien à lui. Aujourd'hui, proposer des informations « brutes », aussi

²⁰ GOFFIN, Laurent. *Tout savoir sur les personas en quelques slides*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.gwix.net/web_gwix/article.asp?filID=367> (page consultée le 5 août 2007)

originales soient elles, ne suffit plus aux internautes. Il leur faut du spectacle, une charte graphique inédite, des performances artistiques ...

N'ayant pas les compétences nécessaires pour développer tout cela, je me suis contentée de faire des préconisations en matière d'ergonomie et de créer une maquette du site (cf. annexe n°5 page 166) qui organise à la fois les contenus, les informations de contextualisation et les grandes rubriques, vus précédemment. Dans un premier temps arrêtons-nous sur certains points qui me paraissent essentiels à l'ergonomie du site web des archives audiovisuelles.

Tout d'abord, le guidage me semble être primordial pour faciliter la navigation des internautes. En plus d'un rubricage qui se veut clair et présent sur toutes les pages, le site devra aussi proposer un fil d'Ariane (exemple : accueil>le projet archives) permettant au visiteur de revenir rapidement sur ses pas. Des titres devront être donnés à chacune des pages et si celles-ci sont trop longues, il faudra prévoir des aides pour revenir à leur sommet.

Au niveau des liens, ceux-ci devront être facilement reconnaissables. Il est préférable de garder une cohérence tout au long du site en leur attribuant des couleurs bien définies indiquant s'ils sont actifs, déjà visités ou survolés. Pour respecter les standards, il faudrait même qu'ils soient soulignés et écrits en bleu ou violet (lien visité). Il est également conseillé d'indiquer vers quoi le lien renvoie, plutôt que de rédiger un « cliquez ici », totalement dénué de sens et n'offrant aucune indication concrète à l'internaute.

Pour éviter les surcharges cognitives, il faut proposer au maximum sept informations sur la page d'accueil du site. Au-delà, l'internaute ne sera plus capable de les retenir.

Le site doit être homogène aussi bien au niveau de son écriture que de ses icônes, couleurs, tailles de polices... Pour cela, une feuille de style devra être créée comme pour tous les autres sites de la RTBF.

Il existe encore de nombreux points pour renforcer l'ergonomie d'un site web mais tous ne peuvent être mis en place sur celui des archives audiovisuelles de la RTBF. De plus, l'ergonomie va de pair avec l'architecture de l'information, l'accessibilité, la normalisation des langages, ce qui en fait un champ trop vaste que je ne peux pas totalement traiter dans ce mémoire. Les quelques idées que j'ai évoquées dans le cahier des charges (cf. annexe n°2 page 132) et dans le paragraphe précédent, donneront au moins des pistes de réflexion aux personnes qui développeront le site web.

Venons en à présent aux maquettes du site, qui ont été conçues à partir du logiciel de publication assistée par ordinateur, Indesign. Avec celles-ci, il ne s'agissait pas pour moi

de créer dans son intégralité le site web des archives audiovisuelles de la RTBF, mais plutôt de proposer une mise en page qui respecte à la fois l'ergonomie, les rubriques et la présentation des archives.

Pour la page d'accueil, (cf. annexe n°5 page 166) j'ai mis en avant les nouveautés du site, l'éphéméride qui changera tous les jours, et un dossier sur l'Exposition 58. Ce dossier sera modifié tous les mois ou tous les ans selon l'importance du sujet développé. La mise en forme est faite principalement à partir de cases qui lorsqu'on clique dessus, renvoient à la fiche intégrale de l'archive et à la vidéo (cf. annexe n°5 page 169).

Au sommet de chaque page, un menu déroulant horizontal donne accès aux différents sites de la RTBF, tandis qu'un autre menu permet la navigation dans le site. Ils sont tous deux présents quelque soit la page du site. Le moteur de recherche et l'accès à l'espace personnel sont aussi récurrents.

Enfin, pour développer l'interactivité et montrer aux internautes que le site s'adresse à eux, l'accès au blog et aux abonnements (flux RSS et newsletters) se fait sur la page d'accueil.

Qu'il passe par les rubriques ou le moteur de recherche pour trouver une vidéo, avant de pouvoir visionner celle-ci, l'internaute aura accès à une liste de résultats (cf. annexe n°5 page 167). Ceux-ci seront toujours présentés sous forme de bloc, avec :

- une image extraite de la vidéo
- le titre de l'extrait
- un petit résumé (information contextuelle)
- la date de diffusion (information documentaire)
- la durée de l'extrait (information documentaire)

Le public aura la possibilité de trier les résultats par date de diffusion, par titre... et il pourra naviguer entre les pages de résultats grâce à un système de flèches.

Les blocs sont entièrement cliquables et permettent d'accéder à la fiche complète de l'archive audiovisuelle.

Cette fiche (cf. annexe n°5 page 169), je l'ai conçue pour que les internautes puissent à la fois visionner la vidéo, obtenir des informations sur le contexte (contexte, émissions), des informations documentaires (nom du réalisateur, date de diffusion, durée, présentateur), des mots-clés (facilitent la navigation entre les archives traitant du même sujet), des liens externes mais surtout pour qu'ils puissent interagir avec le contenu. On retrouvera ainsi les commentaires et les notes laissées par les visiteurs, lesquels pourront également imprimer la fiche, envoyer la vidéo à des amis (partage des

informations) et la sauvegarder dans leur espace personnel. Tous ces petits plus aideront à fidéliser le public.

Pour parvenir à un tel résultat, il faudra que la base de données des archives qui remplacera MISTRAL, ait des champs adaptés. Si certains comme « date diffusion », « cast id » (personne ayant participé à la création de l'émission) pourront être récupérés pour le site web, il ne faudra pas oublier d'en ajouter d'autres pour gérer les résumés éditoriaux, les notes, les liens, les photos... (cf. annexe n°2 page 139). On peut se demander combien tout cela coûtera à l'entreprise.

2.3.3. La pérennisation du site : les moyens humains et financiers nécessaires

Pour développer son site web d'archives audiovisuelles, la RTBF va avoir besoin de moyens humains, matériels et financiers importants. Afin de se faire une idée des fonds nécessaires pour la mise en marche du site et sa maintenance pendant une année, j'ai réalisé un budget prévisionnel (cf. annexe n°4 page 164).

Tout d'abord au niveau de la conception du site, du développement des graphismes, il faudra compter près de 49 000 euros répartis de la façon suivante.

Opération	Prix (euros)
Développement du site	36 000
Graphisme	9200
Développement de la css	3200
Total	48 400

A cela vient s'ajouter un travail quotidien pour que le site soit mis à jour et reste attractif. Comme nous l'avons vu précédemment, les compétences d'un archiviste et d'un chargé éditorial sont indispensables. Il faut en effet gérer à la fois la saisie, la sélection des vidéos, la modération des commentaires... par conséquent l'embauche de deux personnes à temps plein ayant ces compétences, semble un minimum. De plus, comme le site pourra proposer des sites satellites, des pages promotionnelles, des informations ponctuelles qui ne sont pas insérées automatiquement, il serait souhaitable qu'un electronic content manager travaille à mi-temps sur le site et qu'un monteur s'occupe de l'habillage des vidéos. Au final, pour la mise en ligne des contenus, le site web des archives audiovisuelles de la RTBF aurait besoin de 3 équivalents temps plein.

Pour mettre en ligne les archives, il faudra aussi que l'entreprise s'assure d'avoir un espace de stockage suffisant sur ses serveurs d'hébergement. La RTBF héberge en effet tous ses sites. Si pour commencer son projet de valorisation, elle choisit de mettre en

ligne 250 heures d'archives vidéo avec une résolution à 4Mbits/s, il lui faudra prévoir environ 450 Go d'espace de stockage et une bande passante suffisante.

Au final pour la conception de son site web la RTBF aura besoin d'un budget de 58 400 euros auquel il faudra ajouter pour chaque année d'activité, le salaire de trois équivalents temps plein.

3. ENJEUX ET PERSPECTIVES POUR LE SITE WEB : UNE VISIBILITÉ ACCRUE ET UN ACCÈS PERSONNALISÉ POUR TOUS

3.1. Optimiser le référencement du site web

3.1.1. Pourquoi référencer un site web ?

Depuis l'avènement des moteurs de recherche, les responsables marketing, les chargés de communication et autres professionnels d'Internet répètent inlassablement qu'il est essentiel de référencer son site web. Pour comprendre en quoi cela consiste et pourquoi cette étape semble cruciale, arrêtons-nous un instant sur le sujet.

Apparu au milieu des années 90, en même temps que les premiers outils de recherche sur Internet, le référencement se définit à la fois comme un « *corps de techniques visant à optimiser la visibilité d'un site* »²¹ et « *une phase d'inscription [...] dans les bases de données des outils de recherche* »²².

Aujourd'hui, cette phase d'inscription, aussi appelée indexation, est faite automatiquement par les spiders des moteurs de recherche qui explorent le web afin de recenser les pages existantes. Il n'est donc plus indispensable de s'inscrire auprès d'eux, seuls les annuaires le demandent encore. Désormais, le référencement permet d'augmenter la visibilité d'un site et son positionnement.

Lorsque l'on sait qu'en août 2007, on estimait à plus de 128 millions le nombre de sites sur Internet²³ et que les internautes « *ne consacrent plus que 0,2 seconde à 0,3 seconde aux derniers résultats* »²⁴ d'une page sur un moteur de recherche, on comprend que pour être vu et lu, un référencement bien fait est indispensable. Pour cela, il existe différentes solutions comme nous le verrons dans la partie suivante (cf. partie 3.1.2).

En plus d'améliorer le positionnement d'un site web, le référencement aide à développer le trafic de ce dernier. Un site bien référencé sera placé dans les premières pages de résultats d'un moteur de recherche. Cette visibilité accrue lui offre plus de chance d'être visité que celui placé en 11^{ème} page. Si en plus le contenu du site est intéressant, on peut

²¹ JOURNAL DU NET. *Référencement*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.journaldunet.com/encyclopedie/definition/303/45/21/referencement.shtml>> (page consultée le 5 août 2007)

²² DICO DU NET. *Référencement*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.dicodunet.com/definitions/commenter-92.htm>> (page consultée le 5 août 2007)

²³ NETCRAFT. *August 2007 : Web server survey*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <http://news.netcraft.com/archives/2007/08/06/august_2007_web_server_survey.html> (page consultée le 5 août 2007)

²⁴ BERANGER, Anne-Laure. *Comment les internautes lisent les résultats de recherche, 2007* [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.journaldunet.com/diaporama/070329-net-lecture-resultats-moteur-recherche/2.shtml>> (page consultée le 5 août 2007)

espérer fidéliser l'internaute. Si le trafic peut paraître sans importance pour certains sites, pour d'autres il est capital. Prenons l'exemple d'un site d'e-commerce, le trafic représente pour lui des acheteurs potentiels. Pour un site personnel ou un blog, il illustre d'une certaine manière, une reconnaissance sociale, professionnelle... Bien évidemment, le fait d'être visité ne prouve pas forcément que le site est lu mais on peut néanmoins l'imaginer. Un trafic important sur le site des archives audiovisuelles de la RTBF permettrait de justifier les dépenses faites pour sa création et ses mises à jour. On peut aussi envisager que ce soit un argument de poids dans le cas d'une demande de budget plus important pour développer le site.

Si le référencement permet à un site d'être visible et bien positionné dans les résultats des moteurs de recherche, il sert aussi à promouvoir ce dernier même si les internautes ne le visitent pas. À long terme, l'exposition à une marque, à une information... a le même effet qu'une publicité : les internautes risquent de céder à la curiosité et de visiter le site. C'est un moyen promotionnel non intrusif contrairement au spam.

Finalement, aujourd'hui les techniques de référencement sont principalement faites dans un but de promotion, de mise en valeur et de marketing.

3.1.2. Les différents types de référencement : lequel choisir pour le site web des archives ?

Pour bien référencer un site web et faire en sorte qu'il soit visible, il est possible d'utiliser un ensemble de méthodes mêlant à la fois la technique (optimisation du site, choix des balises, normalisation...) et le marketing (choix des mots-clés selon les besoins des visiteurs, optimisation des contenus...). En plus de cela, il existe différents types de référencement, chacun ayant ses spécificités et étant adapté à certains sites ou types de contenus.

Voyons comment chacun se présente et lequel permettrait au site des archives audiovisuelles de la RTBF d'être visible et bien positionné sur les outils de recherche généralistes.

Tout d'abord, il existe le référencement naturel qui consiste à optimiser les pages de son site web à partir des métadonnées « keyword », « author »..., en développant les liens, le contenu, en respectant les normes du w3c... Toutes ces manipulations peuvent être faites par un professionnel (trafic manager, search engine officer) ou par le créateur du site lui-même. Aucune transaction financière n'intervient entre le responsable du site web et les moteurs de recherche ou annuaires. Comme le référencement naturel ne fait pas intervenir de publicité, il a également un impact positif sur l'image de l'entreprise, de la

marque ou de l'association, que le site met en avant. Même si les résultats de ce référencement ne sont pas immédiats, il permet une visibilité du site sur le long terme. Il n'est donc pas adapté à un contenu ponctuel ou marketing qui a souvent une durée limitée dans le temps et qui doit toucher rapidement les internautes.

Le second type de référencement appelé référencement payant consiste « à payer le moteur de recherche pour une offre commerciale, proposant la garantie d'indexation mais pas la garantie de positionnement »²⁵. Les index des moteurs sont mis à jour plus rapidement (entre 2 et 5 jours) et cette méthode est surtout utilisée par les sites de e-commerce pour référencer tous leurs produits. Le référencement payant est également pratique pour les pages web ayant des adresses étranges (avec de nombreux signes de ponctuation, des suites de lettre n'ayant aucun sens...), car les spiders des moteurs de recherche ne les prennent pas en compte, croyant avoir à faire à du spam.

Le positionnement publicitaire ou liens sponsorisés est le dernier type de référencement existant. Son fonctionnement repose sur un système de mise aux enchères de mots-clés. Les créateurs de sites web choisissent combien ils sont prêts à payer le clic par mot-clé et sont placés dans la liste des résultats des moteurs de recherche, en fonction des enchères que d'autres sites ont mis sur le même mot-clé. Le site qui aura fait la meilleure offre sera classé en tête des liens sponsorisés. Ceux-ci sont facilement repérables sur les pages de résultats des moteurs de recherche, car ils sont inscrits sur un fond de couleur, au-dessus et à droite des résultats dits « classiques ». Le site qui choisit ce système de référencement, doit payer à chaque clic d'un internaute le prix qu'il a fixé, lequel est généralement compris entre 0,20 et 0.80 cents²⁶.

L'avantage avec les liens sponsorisés, c'est qu'ils offrent une visibilité immédiate, un positionnement optimal et qu'ils captent en moyenne 10 à 13% des clics effectués sur une recherche²⁷. Bien évidemment les inconvénients budgétaires ne sont pas négligeables. Si le créateur du site n'a pas prévu suffisamment d'argent pour sa campagne, son site va immédiatement disparaître de la liste des liens sponsorisés et s'il souhaite être visible longtemps, sur plusieurs moteurs de recherche, ce système risque rapidement de lui revenir cher.

²⁵ ABONDANCE. *Quelle différence y a-t-il entre "référencement naturel", "référencement payant" et "liens sponsorisés"*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://docs.abondance.com/question93.html>> (page consultée le 5 août 2007)

²⁶ et ²⁶ KARAYAN, Raphaële. *Liens sponsorisés : comment ça marche ?*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.journaldunet.com/0607/060712-qr-liensponso.shtml>> (page consultée le 5 août 2007)

²⁷ BILLARD, Sébastien. *Etude sur la complémentarité entre référencement naturel et liens sponsorisés*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://s.billard.free.fr/referencement/?q=liens+sponsoris%E9s>> (page consultée le 5 août 2007)

Face à ces différentes possibilités, il n'est pas simple de choisir celle qui sera bénéfique au site web des archives audiovisuelles de la RTBF. Bien sûr, comme l'entreprise est publique et qu'elle ne propose pas un produit mais des informations culturelles à travers les archives, il est déconseillé d'utiliser un référencement payant.

Pour Sébastien BILLARD, auteur du blog « Référencement, Design et Cie », utiliser à la fois un référencement naturel et les liens sponsorisés c'est l'idéal, car « *ils se complètent, chacun ayant les défauts de ses qualités* »²⁸. Un site bien positionné dans les résultats naturels et les liens commerciaux, montre en à la fois qu'il est populaire et qu'il a de l'argent. Pour les internautes, c'est un indicateur de confiance. Olivier ANDRIEU, spécialiste des outils de recherche et créateur du site Abondance, pense que c'est une utopie de ne faire que du référencement payant si on a une réelle ambition sur le web²⁹.

Leurs positions peuvent effectivement se défendre pour des sites commerciaux, mais pour le site des archives audiovisuelles de la RTBF, utiliser les liens sponsorisés ne semble pas nécessaire, aussi bien pour des raisons de budget que d'image. Un référencement naturel avec des mots-clés comme « archives », « télévision » et « RTBF » devrait être suffisant pour bénéficier un bon positionnement.

3.1.3. Indexer les vidéos en ligne, le nouveau défi des moteurs de recherche

L'indexation des contenus vidéo est devenu un enjeu majeur pour les moteurs de recherche. Si indexer du texte ne pose plus de problème aujourd'hui, il n'est pas encore évident de faire la même chose avec des images et du son.

Comme le site des archives audiovisuelles de la RTBF va mettre en ligne de nombreuses vidéos, voyons comment il faudra procéder dans l'immédiat pour que celles-ci soient indexées par les moteurs de recherche, et comment cela risque d'évoluer dans quelques années.

Aujourd'hui, pour qu'une vidéo soit correctement indexée par un moteur de recherche, il n'y a guère d'autre solution que de l'accompagner de textes. En effet, des algorithmes capables de comprendre le contenu des vidéos n'ont pas encore été développés. Pour contourner ce problème, il suffit donc d'habiller les extraits de résumés, mots-clés, titres... bref, de tout ce qu'un moteur de recherche est capable de comprendre et d'indexer.

Dans le cas des archives audiovisuelles de la RTBF, prendre ces précautions ne sera pas nécessaire car des textes servant à la contextualisation et des informations documentaires accompagneront chacune des vidéos.

²⁸ ANDRIEU Olivier. *Référencement et moteur de recherche : toute l'info et l'actu sur le référencement avec Abondance*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.abondance.com/>> (page consultée le 5 août 2007)

Pour être plus facilement indexé, il est aussi possible de réaliser des partenariats avec des moteurs de recherche spécialisés. C'est ce qu'a fait par exemple l'INA avec Yahoo Vidéo, lors du lancement de son site « archives pour tous ». Les internautes peuvent rechercher à partir de ce moteur des archives puis les visionner sur le site producteur. L'indexation se fait toujours grâce au texte mais elle est réalisée exclusivement par Yahoo Vidéo.

Venons-en à présent aux évolutions sur lesquelles travaillent désormais les moteurs de recherche. Plusieurs technologies sont à l'étude et certaines ont déjà été mises en place sur le marché. Tout d'abord, pour indexer les vidéos, il est envisageable de recourir à la reconnaissance vocale. La bande son est transformée en texte (« speech to text »), lequel est ensuite indexé par le moteur. Ce système permet aux internautes de rechercher dans une vidéo une expression et d'accéder directement au passage où celle-ci a été prononcée. Le moteur américain Blinkx fonctionne sur ce principe mais il n'indexe pour le moment que les contenus proposés en ligne par les chaînes de télévision Fox news, CNN, BBC News... Si ce système peut paraître à première vue intéressant, on peut se demander néanmoins s'il est vraiment adapté pour l'indexation de tous les types de vidéo. Dans le cas par exemple d'une retransmission sportive où les commentaires sonores des présentateurs sont moins importants que les images, l'indexation ne sera pas pertinente. Il lui manquera des informations clés tandis que d'autres n'auront pas forcément de rapport direct avec la vidéo. Ce cas de figure peut aussi se produire avec un documentaire ou des archives audiovisuelles proposant une bande son musicale.

Pour que cette technologie soit performante quelque soit le genre de vidéos, il faudrait la coupler à une reconnaissance d'images. La société LTU technologies en est capable ; elle a créé un système de reconnaissance d'images qui fonctionne par rapprochement visuel. Le logiciel va comparer les images vidéo avec celles présentes dans un dictionnaire conçu au préalable. Si les images des vidéos se rapprochent de celles de la base, aussi bien au niveau de l'environnement visuel, que des personnes..., elles pourront être classées et indexées selon les mêmes critères. Un système d'apprentissage automatique est attaché à ce système pour que la base évolue.

Pour le moment, ce logiciel de reconnaissance est utilisé par les forces de l'ordre, la défense et des entreprises privées comme Bizrate, un comparateur de prix qui recherche les articles par similarités visuelles. Il participe également à un important projet en rapport avec les moteurs de recherche et l'indexation : Quaero.

Quaero est un projet franco-allemand lancé en 2006, qui a pour objectif de « proposer une panoplie de techniques de transcription, d'indexation et de traduction automatique

de documents audiovisuels multilingues ainsi que la reconnaissance et l'indexation d'images pour la gestion du fonds du patrimoine audiovisuel »³⁰. Pour cela, il utilise différentes briques logicielles comme celles de LTU et de Vectsys (système de reconnaissance vocale, concurrent de Blinkx), afin de développer un moteur de recherche qui indexerait en priorité les archives audiovisuelles. Quaero n'a pas encore été lancé sur le marché, mais il représente ce que tous les outils de recherche souhaitent atteindre : l'indexation des informations sur Internet, tout média confondu.

Si le site des archives de la RTBF pouvait être indexé avec de tels outils, la visibilité des vidéos serait plus importante et leur valorisation d'autant plus réussie.

3.2. Développer l'accessibilité des sites web

3.2.1. Pourquoi rendre un site accessible ?

L'un des grands défis du web aujourd'hui, est de pouvoir le rendre accessible à des personnes ayant des besoins particuliers à la fois en termes d'interface et de contenu. Définie par Tim BERNERS-LEE, directeur du w3c, comme étant le fait de «mettre le Web et ses services à la disposition de tous les individus, quel que soit leur matériel ou logiciel, leur infrastructure réseau, leur langue maternelle, leur culture, leur localisation géographique, ou leurs aptitudes physiques ou mentales»³¹, l'accessibilité touche aujourd'hui en France plus de 12 millions de personnes. Voyons pourquoi il est si important que cette notion soit l'affaire de tous les développeurs web.

Tout d'abord, l'accessibilité concerne un public extrêmement large, composé à la fois de personnes handicapées et de personnes valides. En effet, si les handicaps visuels, auditifs, moteurs et cognitifs sont considérés comme des facteurs bloquants pour un accès aisé à l'information, l'évolution rapide des outils informatiques l'est tout autant. Un ordinateur de bureau est considéré comme étant vétuste après seulement quelques années d'utilisation. Si une personne utilise un écran avec une résolution maximale de 640*480 ou une carte graphique 3DFX, elle ne pourra pas atteindre les nouveaux sites demandant trop de ressources et n'ayant pas été conçus pour être accessibles. Les utilisateurs n'ayant pas accès au haut débit, les personnes âgées ou celles ayant peu de compétences informatiques se retrouvent aussi face à ce type de problèmes.

³⁰ REPITON, Isabelle. Quaero, moteur du futur. In *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, mars-avril 2006, n°9, p.60

³¹ ACCESSIWEB. *Label AccessiWeb*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.accessiweb.org/fr/Label_Accessibilite/> (page consultée le 5 août 2007)

L'accessibilité oblige également au respect des normes et standards du web, ce qui a pour conséquences :

- une maintenance simplifiée des sites car le code source est plus clair et le fond est séparé de la forme (html et css).
- une amélioration de l'interopérabilité. Le contenu du site est visible quels que soient le navigateur et le système d'exploitation de l'utilisateur.
- un meilleur référencement puisque les moteurs de recherche interprètent mieux un code normalisé.

Même si toutes ces opérations ont un coût conséquent lors de leur mise en place (audit, refonte du site, formation du personnel), à long terme, une entreprise peut espérer faire de réelles économies au niveau de la maintenance. Le temps que les développeurs de site web gagneront dans la mise à jour pourra être utilisé pour d'autres projets. Idem en ce qui concerne le référencement.

Face à tous ces avantages réels ou potentiels, on est en droit de se demander pourquoi en 2003, aucun des 30 sites publics étudiés par l'association BrailleNet³² n'a atteint le niveau A du WCAG. Pour Christian HEILMANN, consultant en accessibilité, le fait que personne ne se plaigne n'incite pas les entreprises à prendre les dispositions nécessaires sur leurs sites. A ce jour, un seul procès a été remporté pour discrimination (plainte déposée contre le Comité d'Organisation des Jeux Olympiques de Sidney)³³. On peut donc comprendre que les dirigeants ne se sentent ni concernés, ni inquiétés par ces problèmes.

Cependant, la législation est en train de se durcir en France et en Europe, ce qui risque de rapidement faire évoluer les mentalités.

3.2.2. La législation et les difficultés à évaluer l'accessibilité

Le 12 février 2005, l'Assemblée Nationale a adopté la loi pour « l'Égalité des droits et des chances », dans laquelle l'article 47 indique que « *les services de communication publique en ligne des services de l'État, des collectivités territoriales et des établissements publics qui en dépendent doivent être accessibles aux personnes handicapées* ». Si auparavant, rendre son site accessible était avant tout un choix citoyen, à partir d'aujourd'hui les services publics français ont trois ans pour se mettre en conformité.

³² BRAILLENET. *Des sites Web français de la vie quotidienne sont inaccessibles aux personnes handicapées, 2003* [en ligne]. Disponible sur : <http://brailletnet.org/eval_30sites_France_10sept2003.htm> (page consultée le 5 août 2007)

³³ HEILMANN, Christian. *10 raisons expliquant pourquoi les clients n'ont que faire de l'accessibilité, 2007* [en ligne]. Disponible sur : <<http://pompage.net/pompe/10-raisons/>> (page consultée le 5 août 2007)

Cette loi française n'est pas la première du genre car depuis une dizaine d'années de nombreuses initiatives internationales se sont développées pour favoriser l'accessibilité numérique³⁴. Au Royaume Uni, une loi contre la discrimination (Disability Discrimination Act) impose depuis 1995, que les sites publics et commerciaux fournissant des marchandises ou un service, soient accessibles. En Allemagne la loi du 1^{er} mai 2002 exige que tous les sites des organismes publics et les sites fédéraux soient entièrement accessibles. Au niveau européen, le 13 juin 2002 le Parlement a adopté une résolution visant à rendre obligatoire l'accessibilité des sites web publics de l'Union Européenne et une réflexion s'est engagée pour l'harmonisation des législations dans les différents pays membres (plan e-Europe).

En ce qui concerne la Belgique, il n'existe pour le moment aucune obligation légale pour l'accessibilité des sites web. Cependant en 2003, le gouvernement wallon a adopté une mesure visant à rendre accessibles tous les sites de la Région Wallonne. N'étant pas financée par la Région Wallonne, la RTBF n'est pas soumise à cette mesure, néanmoins durant mon stage la question de l'accès à l'information pour tous a été soulevée. Si pour des raisons budgétaires, il n'est actuellement pas possible de travailler sur l'accessibilité des différents sites web de l'entreprise, des efforts ont été faits pour la diffusion des journaux télévisés. Depuis le mois d'août 2007 les interventions en direct des correspondants étrangers sont retranscrites en temps réel par trois scriptes, pour le télétexte. Les nouveaux journaux sont donc intégralement sous-titrés, ce qui pourra être réexploité plus tard pour le site web des archives audiovisuelles.

Le problème aujourd'hui avec ces différentes lois, ce sont les recommandations qui doivent les accompagner. Contrairement au langage html, qui est une norme dont la structure peut être validée grâce au « Html Validator » du w3c, l'évaluation de l'accessibilité d'une page web n'est pas une opération automatique offrant une réponse positive ou négative. Pour tenter de cadrer tout cela, le w3c a lancé depuis 1997 la « Web Accessibility Initiative » (WAI) qui travaille pour la promotion de l'accessibilité sur Internet et qui a rédigé des recommandations internationales regroupées dans le Web Content Accessibility Guidelines (WCAG). Ces recommandations, au nombre de quatorze, doivent être suivies le plus scrupuleusement possible par les webmasters pour que leurs sites web obtiennent un niveau de conformité (ou label) allant de A ou AAA. D'autres niveaux de conformité ont également été mis en place à partir du WCAG par des organismes nationaux spécialisés dans les problèmes d'handicap, mais le label de référence au niveau mondial reste celui du w3c, reconnaissable par ce logo :

³⁴ AFCHAIN, Alexandre, LANCERAUX, Julien. *Créer des sites web accessibles à tous*. Saint Gilles : Liaisons, 2003. p.29

Malgré tous ces efforts, aujourd'hui il est encore délicat de déterminer si un site web est accessible et plus encore de lui attribuer un label. Les outils d'évaluation sont des supports utiles, certaines recommandations comme celle préconisant l'utilisation des technologies du W3C peuvent être vérifiées concrètement, mais le jugement de l'homme reste peu fiable et peut venir fausser ce travail. De plus, il semble évident à la vue des recommandations établies, que tous les sites web présents sur Internet ne peuvent pas être accessibles. Il faut que le contenu du site se prête à cela et comme les coûts de mises en œuvre sont relativement élevés (acquisition des logiciels, des compétences nécessaires...), le besoin doit être justifié. Pour la RTBF, c'est le cas : l'accès à l'histoire, à un patrimoine unique, à l'éducation, doit être possible pour tous.

3.2.3. Les points clés de l'accessibilité pour un site web d'archives audiovisuelles

Avec leur contenu essentiellement composé d'extraits vidéo et sonores, les sites d'archives audiovisuelles, pour être considérés comme accessibles auprès du WAI, doivent suivre tout particulièrement la recommandation numéro un du WCAG. Voyons comment celle-ci se présente, comment la RTBF pourrait l'appliquer à long terme et si les sites d'archives étrangers ont respecté cela.

La recommandation à suivre pour un site web d'archives audiovisuelles, est la numéro un du WCAG qui stipule que les sites proposant des vidéos ou des extraits sonores, doivent fournir des alternatives équivalentes à ces contenus.

En effet, prenons le cas d'un étudiant malentendant souhaitant travailler à partir d'une présentation vidéo de l'exposition 68 ou bien du discours de Lumumba face au Roi Baudouin en 1960. Comment fera-t-il pour être autonome et retirer les informations dont il a besoin si aucun support complémentaire n'a été prévu par le concepteur du site web ? L'une des solutions pour parer à ce problème, c'est la retranscription du contenu sonore sur un fichier téléchargeable et l'intégration de sous-titres dans la vidéo. Comme je l'ai signalé précédemment, pour des raisons de coûts, la RTBF ne peut pas mettre en place un tel système pour son site d'archives audiovisuelles. À terme, seuls les journaux TV diffusés après août 2007 pourront être considérés comme des contenus accessibles pour un public de malentendants.

Pour une personne malvoyante les alternatives à mettre en place sont tout autres, ne serait ce déjà qu'au niveau du lancement de l'extrait vidéo ou sonore. Même si la personne possède un synthétiseur vocal, il sera délicat pour elle de trouver le bouton de lecture. Il faut donc lui proposer des raccourcis claviers, mettre en place des indicateurs

sonores et éventuellement faire en sorte, que le lancement de l'extrait se fasse dans un lecteur non imbriqué sur les pages pour qu'il soit justement lisible avec son synthétiseur vocal ? Pour la visualisation, des solutions d'agrandissement de l'image, de modification des couleurs peuvent être envisagées. Il serait possible de proposer des extraits en audiovison (« *procédé qui consiste à décrire l'environnement, les costumes, les lumières, les mouvements, les expressions corporelles et tous les aspects d'un spectacle qui sont, par définition, inaccessibles aux déficients visuels* »³⁵) mais les coûts, le temps et les besoins en traducteurs pour un tel développement seraient certainement prohibitifs

Pour les personnes ayant des déficiences cognitives, la vidéo est également un obstacle mais dans une toute autre mesure. Si pour les éventuels problèmes de compréhension des contenus il n'y a pas beaucoup de solutions à apporter, les développeurs web doivent cependant faire en sorte de ne pas bloquer l'utilisateur dans sa réflexion ou ses actions et ce, en respectant les normes, les codes visuels et en utilisant un langage clair. Pour le lancement des extraits vidéo ou sonores, il faut mettre en place une barre de navigation classique faisant appel aux schémas cognitifs appris. Un lancement automatique pourrait aussi être envisagé.

Enfin, pour les personnes ayant un handicap moteur, c'est l'accès au contenu visuel ou sonore qui doit être facilité. Pour cela, des périphériques et des solutions comme le clavier digital ou l'eyes tracking... sont disponibles. Le travail d'un webmaster consistera alors à vérifier et à faire en sorte que le site web soit compatible avec ces outils. Il devra aussi penser à une navigation simplifiée ne demandant pas trop de manipulation à l'aide du clavier ou de la souris. Après, une modification des contenus multimédia n'est pas vraiment possible pour ce type d'handicap.

Si pour chaque type d'handicap, il existe une solution à mettre en œuvre, il ne faut cependant pas oublier que l'accessibilité est une démarche globale et qu'elle ne concerne pas uniquement les personnes handicapées. Un ensemble important de publics est lui aussi « empêché », que ce soit pour des raisons technologiques, d'âge... L'adaptation d'un site d'archives pour cette catégorie de personnes passera entre autres par :

- la possibilité de visionner une vidéo en basse résolution. Il faut donc laisser au visiteur plusieurs choix possibles au niveau de la qualité, avant la lecture d'un extrait vidéo. Le site des archives de la TSR exploite très bien ce système en proposant pas moins de 3 types de résolutions différentes.

³⁵ ASSOCIATION VALENTIN HAUY. *L'audiovision*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.avh.asso.fr/index.php?module=3&nameRub=audiovision&opt=4>> (page consultée le 5 août 2007)

- une proposition de contenus simples et compréhensibles, même pour des personnes ayant des connaissances limitées en informatique (suppression des termes trop techniques, choix d'un langage naturel adapté...)

Après ce rapide panorama de toutes les solutions pouvant être mises en œuvre pour l'accessibilité d'un site web d'archives audiovisuelles, il peut sembler délicat de les intégrer. Cependant, il faut savoir que cela a déjà été entrepris notamment par Radio Canada, le radiodiffuseur public national au Canada. En effet, son site d'archives audiovisuelles suit une politique d'accessibilité qui lui a permis d'obtenir le premier niveau du WAI. Même si on ne trouve pas encore de retranscription intégrale des extraits, il est possible d'agrandir la taille des textes, de modifier la couleur de fond du site, des raccourcis claviers sont disponibles, des éléments graphiques peuvent être supprimés pour éviter une surcharge cognitive... Cette initiative se devait d'être soulignée car durant mon analyse des différents sites d'archives audiovisuelles, sur un corpus de huit sites, c'est le seul qui était accessible et labellisé.

Même si actuellement la RTBF ne souhaite pas labéliser son site web des archives, il me semblait important de faire un point sur ce sujet et d'évoquer les différents critères dont il faudra tenir compte pour un éventuel développement. Celui-ci devrait sans doute intervenir rapidement si la RTBF veut tenir ses engagements, surtout lorsque l'on sait que l'une de ses missions est de « *s'adresser à tous les publics y compris aux minorités, quelles que soient leurs appartenances sociales, culturelles, politiques ou religieuses* »³⁶.

3.3. Le développement des services personnalisés en ligne : la fin des mass média ?

Avec l'apparition du web 2.0 et des services personnalisés en ligne, on entend de plus en plus souvent parler de la fin des mass média. Voyons dans cette partie ce qu'il en est réellement et en quoi cela concerne les archives audiovisuelles de la RTBF.

3.3.1. Des services pour fidéliser et partager

Pour attirer le public et le fidéliser, il est important de lui offrir en plus des vidéos d'archives, des services à forte valeur ajoutée. Voyons lesquels ont été envisagés pour le site web des archives audiovisuelles de la RTBF, pourquoi et quelles conséquences ils risquent d'avoir sur les internautes.

³⁶ RTBF. *Nos missions, nos valeurs*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.rtbf.be/corporate/historique/ARTICLEXML_014549> (page consultée le 5 août 2007)

Le premier service que la RTBF souhaite offrir au public, c'est la possibilité de laisser des commentaires, des avis sur chacune des vidéos et de les faire partager aux autres. Pour Jean Louis MISSIKA³⁷, la télévision en ligne, et à plus forte raison la vidéo, va provoquer un repli des personnes sur elles-même et la fin des échanges autour de ce qu'elles ont vu. Chacun regarde les vidéos de son côté. Il n'y plus cette notion de rassemblement collectif, même à distance, autour d'une émission. C'est pour tenter de conserver un semblant de contact que nous avons choisi de laisser aux internautes la possibilité d'envoyer un commentaire sur ce qu'ils ont vu.

Pour lier le visiteur au projet de valorisation et de numérisation de ses archives, la RTBF, a pensé mettre en place un blog, qui serait tenu par les personnes participant au projet. Pour le public, c'est un service qui va lui permettre de découvrir le travail des archivistes, des restaurateurs... mais c'est également un moyen de s'intégrer à une communauté. L'internaute n'est plus seul dans sa découverte des archives, il suit le travail des personnes, comprend leur choix, il échange des points de vue... Aujourd'hui sur Internet, les blogs sont devenus des sources d'informations à part entière, avec des rédacteurs qui restent accessibles. Ces rédacteurs sont les « nouvelles stars » d'Internet avec lesquelles les internautes veulent partager des conversations, des connaissances... un peu de leur quotidien. Leur influence est considérable que ce soit sur la mode, les nouvelles technologies, la politique et les regroupements de blogueurs qui sont en train de se développer risquent bien de continuer à alimenter ce phénomène. Avec un blog, la RTBF peut espérer étendre son influence dans le milieu des archives et pourquoi pas développer une communauté.

Veiller les sites pour être tenu informé des dernières nouveautés, demandait auparavant beaucoup de temps et n'aboutissait pas toujours au résultat escompté. Pour tenir le public informé, nous avons choisi de lui proposer des flux RSS thématiques ainsi qu'une newsletter hebdomadaire. Certes, les flux RSS ont tendance à réduire le trafic des sites web, mais les internautes qui s'y abonnent sont souvent des passionnés qui finissent par être fidélisés. La newsletter, elle, s'adresse à un public ayant moins besoin d'informations fraîches, mais on peut la aussi la considérer comme une forme de promotion qui agit sur l'internaute pour lui signifier que le site existe et qu'il est toujours actif. Cette preuve de vitalité est bénéfique et peut jouer sur la fidélisation du public.

Avec un site d'archives audiovisuelles et malgré tous ces services, il reste difficile de fidéliser le public et de partager des informations avec ce dernier. La télévision parvient à réaliser cela car elle offre une grille de programmes que le public ne peut que suivre.

³⁷ MISSIKA, Jean-Louis. La fin de la télévision. Paris : Seuil, La République des Idées, 2006. 108 p.

Avec un site de vidéos en ligne, cette contrainte n'existe plus. Le visiteur est livré à lui-même et s'il n'est pas un minimum guidé ou si on ne lui propose pas de services interactifs, il ne reviendra pas. Pour tenter de le fidéliser, nous avons pensé mettre en place des rendez-vous récurrents comme l'éphéméride (rubrique « souvenez-vous »). Ce point fixe pourrait servir de repère aux personnes perdues sans grille de programmes.

Malgré tous les services mis à leur disposition, on peut se demander si les internautes feront réellement l'effort d'y participer. Les médias que l'on pourrait qualifier d'actifs sont encore peu utilisés (seule la classe des 15-25 ans semble avoir désertée la télévision au profit de la vidéo sur Internet³⁸) et ont connu de nombreux échecs par le passé. Ainsi en 1990, une société québécoise offrait la possibilité à ses téléspectateurs, de regarder à la télévision un concert des Rolling Stones sous différents angles de caméra et de choisir leur angle préféré³⁹. Ce service n'a pas eu le succès escompté et s'est soldé par un échec.

On remarque également que le web comme média participatif n'est pas encore une réalité. D'après une étude réalisée par le cabinet Forrester en avril 2007⁴⁰, seulement 19% des internautes disent laisser des commentaires, 15% utilisent des flux RSS et 52% déclarent participer à aucune de ces activités. La majorité des personnes restent encore passives.

Créer un site avec de nombreux services pour fidéliser et permettre aux visiteurs de partager ne sera pas suffisant. La conquête de nouveaux supports de diffusion devrait peut être permettre d'atteindre ces objectifs.

3.3.2. Les nouveaux supports de diffusion à conquérir

L'accès à des vidéos n'est plus aujourd'hui circonscrit à une plateforme en particulier. Grâce au développement de la technique et l'avènement du numérique, il est possible de visionner des films, des documentaires, des clips... depuis de nombreux supports personnels. Le but avoué de cela, est de pouvoir toucher un public de plus en plus important mais aussi de plus en plus individualiste, et de lui offrir la possibilité, où qu'il soit, d'avoir un accès à l'information.

Voyons quels nouveaux supports et médias pourraient être utilisés pour valoriser les archives audiovisuelles de la RTBF, en plus de son site web.

³⁸ MISSIKA, Jean-Louis. *La fin de la télévision*. Paris : Seuil, La République des Idées, 2006. 108 p.

³⁹ GAILLAUD, Lionel. La télévision ou ma télévision. In *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, mars-avril 2006, n°9, p.56

⁴⁰ ERTZSCHEID, Olivier. *Échelle participative*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <http://affordance.typepad.com/mon_weblog/2007/04/echelle_partici.html> (page consultée le 5 août 2007)

Tout d'abord, la téléphonie mobile pourrait être un média adapté aux archives audiovisuelles. La télévision est d'ores et déjà disponible via ce canal et un festival du film, réalisé avec téléphones mobiles est organisé depuis deux ans⁴¹. Les offres se développent de plus en plus mais les coûts restent prohibitifs. Par l'exemple, un abonnement mensuel à la télévision mobile chez l'opérateur Orange en France, coûte entre 6 et 12€ selon les options choisies, sans compter les frais de connexion facturés à la minute. Il faut ajouter à cela l'achat d'un matériel adapté, que tout le monde ne peut pas s'offrir. La vidéo sur téléphone portable n'est donc pas destinée dans l'immédiat au grand public, mais la RTBF peut espérer à terme toucher un public jeune, adepte des nouvelles technologies et qui aime être informé, divertie, où qu'il soit. Comme son produit est déjà adapté aux contraintes du média en ce qui concerne la durée des extraits vidéos (pour éviter que leur visionnage coûte trop cher et pour des raisons ergonomiques, il est préférable de ne proposer que de courts extraits), il ne lui reste plus qu'à l'encoder au format approprié c'est-à-dire le 3G.

Avec un tel service, la RTBF suivrait les pas de son illustre aîné l'INA, qui avait proposé lors du lancement de son site « archives pour tous », un service de téléchargement, de phrases célèbres, pour téléphones portables.

Pour suivre cette idée de mobilité et d'accès aux vidéos depuis n'importe quel lieu, pourquoi ne pas proposer un service de téléchargement des vidéos pour lecteurs portables. Cette solution qui est basée sur un système de Video On Demand, permettrait aux détenteurs de lecteurs portables (Ipod Video, Archos) de regarder les archives audiovisuelles de la RTBF depuis de multiples endroits.

Même si un tel projet pouvait valoriser les archives de la RTBF, il renforcerait aussi le sentiment d'individualisme qui se développe avec les nouveaux services de vidéo en ligne. Les extraits ne pourraient être regardés que par une seule personne (c'est le principe même des lecteurs mp3 et vidéo) et au niveau technique, il faudrait les encoder sous différents formats car tous les lecteurs ne lisent pas le même. Enfin, un tel développement demanderait des financements importants qui ne seraient pas forcément rentables face au public potentiel et à l'acquisition des droits de diffusions.

D'autres supports pourraient être utilisés pour valoriser les archives audiovisuelles de la RTBF. La Rai développe actuellement un projet nommé « Matrix » qui permettra à terme, le téléchargement gratuit d'archives audiovisuelles et sonores, pouvant être lues sur différents supports.

Mais est-ce vraiment là une bonne solution de que multiplier les supports de diffusion pour un tel contenu ? Les archives audiovisuelles rencontreront-elles leur public via ces

⁴¹ MOBILE FILM FESTIVAL, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://mobile-film-festival.france2.fr>> (page consultée le 5 août 2007)

nouveaux médias ? Quand on sait qu'en 2006 chez l'opérateur de téléphonie mobile Orange, ce sont M6, RTL9 et les chaînes musicales qui ont été les plus regardées,⁴² on peut en douter.

3.3.3. De nouvelles perspectives pour les services de vidéos en ligne

La vidéo est devenue en l'espace de quelques années, un contenu incontournable sur Internet. Trois services de vidéo en ligne ont tout particulièrement retenu mon attention car ils illustrent selon moi, ce que sera la télévision de demain et risquent d'être des concurrents sérieux au site des archives audiovisuelles de la RTBF.

Penchons-nous donc sur les web TV, la Vidéo On Demand et sur les plateformes de partage de vidéos afin de comprendre pourquoi certains les considèrent comme les responsables de la future disparition de la télévision traditionnelle.

Les web TV sont des télévisions en ligne hyperspécialisées, qui s'adressent à un public particulier et souvent restreint, aussi appelé niche. Contrairement à la télévision traditionnelle, elles sont souvent réalisées par des amateurs car le matériel nécessaire à la production, diffusion et promotion des contenus, n'est plus réservé qu'aux professionnels. Les web TV proposent toujours une grille de programmes comme les chaînes de télévision généraliste, mais il est possible la plupart du temps de revoir une émission en différé.

Aujourd'hui, ces web TV sont concurrencées par les plateformes de partage de vidéos comme Youtube, Dailymotion, Google Vidéo, Wat..., qui illustrent parfaitement la disparition de la frontière qui existait entre les professionnels de l'image et les amateurs. Pour Jean Louis MISSIKA, ce qui différenciait ces deux groupes c'était la diffusion : l'une était faite à grande échelle, l'autre restait confidentielle. Il n'y a pas que dans le milieu de la vidéo que l'on assiste à un effacement de cette frontière entre professionnels et amateurs. Grâce à Internet, le journalisme participatif se développe et des sites comme « Agora Vox » ou « Come4news » possèdent chacun une communauté active de plus en plus importante.

Comme les annonceurs n'arrivent plus à toucher le public voulu à travers des spots publicitaires télévisés, on assiste également à une réallocation des budgets vers les médias de niche et les plateformes de partage de vidéos. Avec plus de 63 millions de visiteurs uniques recensés par mois (étude d'octobre 2006)⁴³, Youtube est le leader sur

⁴² GUILLEMIN Christophe. *La vidéo sur mobile en tête des usages de la téléphonie 3G*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.zdnet.fr/actualites/telecoms/0,39040748,39302139,00.htm>> (page consultée le 5 août 2007)

⁴³ COMSCORE. *ComScore Data Confirms Reports of 100 Million Worldwide Daily Video Streams from YouTube.com in July 2006*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1023>> (page consultée le 5 août 2007)

ce marché et est devenu en l'espace de 2 ans le diffuseur idéal. Des spots publicitaires que les internautes ne peuvent pas passer (pas d'avance rapide possible), sont désormais placés avant le lancement des vidéos. On estime que d'ici 2008, 10% des budgets publicitaires iront à Internet contre seulement 3% en 2005⁴⁴.

Les plateformes de partage de vidéos rencontrent néanmoins des problèmes au niveau des droits d'auteurs. Initialement, elles n'étaient pas prévues pour diffuser des contenus soumis aux droits d'auteurs et aux droits voisins, mais les internautes en ont détourné l'usage comme cela arrive fréquemment avec les médias (par exemple les gramophones que l'on pensait utiliser comme outils d'enregistrement, ont servi uniquement à écouter de la musique). Actuellement, comme les différentes plateformes n'ont pas encore mis au point des systèmes de protection (DRM) efficaces, elles suppriment autant que possible les vidéos sous licence et bannissent les internautes les ayant mis en ligne. Elles invitent également les visiteurs eux-même, à signaler tout abus rencontré.

Le dernier service de vidéos en ligne qui se développe sur Internet aujourd'hui, c'est la Video On Demand plus communément appelée VOD. Son principe repose sur la location ou la vente de vidéos en ligne. Si sa mise en marche reste encore laborieuse, car les utilisateurs ont encore le réflexe de la location dans les vidéoclubs ou bien celui du piratage, les grands groupes de médias investissent néanmoins de grosses sommes d'argent dans ce service. Ils pensent y avoir trouvé la relève de la télévision traditionnelle. Cependant, ils ne parviennent pas à développer un modèle économique viable qui les contenterait ainsi que les utilisateurs. On recense ainsi des offres payantes à l'acte ou forfaitaires (les coûts varient généralement entre 1 et 15 euros selon si c'est une location pour 48 heures ou une vente), des offres financées par la publicité (modèle choisit par M6 et Allociné) et des offres gratuites (Rai Click en Italie). Comme les utilisateurs paient déjà leur abonnement triple play, ils ne veulent pas déboursier quelque chose en plus pour accéder aux vidéos, sur les plateformes de VOD de leur fournisseur d'accès à Internet. Si cette tendance persiste, c'est la VOD financée par la publicité qui risque de s'imposer. C'est ce modèle que devra alors choisir la RTBF si elle souhaite toujours proposer ses archives dans leur intégralité (cf. partie 2.1.1).

Si on se réfère aux trois âges de la télévision de Jean Louis MISSIKA, la post télévision (âge d'or de la télé-réalité), semble avoir cédé sa place à la télévision personnelle, tout du moins auprès des 15-25 ans. Ces derniers n'ont plus seulement envie d'apparaître dans le petit écran, de participer à une émission... ils veulent désormais créer leur propre télévision avec les moyens mis à leur disposition. Les plateformes de partage de vidéos

⁴⁴ MISSIKA, Jean-Louis. *La fin de la télévision*. Paris : Seuil, La République des Idées, 2006. p.61

leur fournissent un espace de diffusion, pour les programmes qu'ils produisent eux-même, avec leur propre matériel. Leur but est évidemment de partager leurs créations mais certains espèrent aussi devenir connus, comme les participants aux émissions de TV réalité, diffusées sur la télévision traditionnelle.

Les téléspectateurs ont également envie de composer leur grille de programmes, de regarder ce qu'ils veulent, quand ils le veulent. On assiste à un retour à l'individualisme qui semble inquiétant pour certains chercheurs. Avec la télévision traditionnelle, tout le monde regarde en même temps plus ou moins la même chose. Les grilles de programmes sont fixes, les rendez-vous devant le poste de télévision, comme la trilogie du samedi soir sur M6, « rassemblent » devant le petit écran les téléspectateurs, même s'ils sont physiquement éloignés les uns des autres. Le lundi matin, les échanges à la machine à café tournent autour de ce qu'ils ont vu, de l'intrigue du dernier épisode des « Sopranos »... un véritable dialogue se crée.

Pour Dominique WOLTON, ces échanges entre individus risquent de disparaître avec les nouveaux services de vidéos en ligne. *« Ce fantasme du « one to one » présenté comme un progrès correspond en réalité au degré zéro de toute société, puisque toute société cherche au contraire à dépasser l'égoïsme du « one to one ».[...] Sa généralisation serait même une régression par rapport à l'histoire politique qui depuis des siècles essaie d'éviter, notamment en démocratie, le repli des individus sur eux-même »*⁴⁵.

Ce problème est également dû au piratage vidéo qui prend des proportions de plus en plus importantes. Dans son dernier numéro hors-série, consacré aux séries télévisées, le magazine Technikart⁴⁶ explique que désormais il n'est plus possible de parler de séries TV avec des amis car plus personne ne les regarde au même moment. Quelqu'un risque de dévoiler la fin de la saison 3 de « Docteur House », alors que le reste du groupe ne l'a pas encore vu. Le fait est, que l'offre est trop importante et qu'à cause du piratage chacun visionne à son rythme la série qui l'intéresse.

Pour éviter ce problème de non communication tout en préservant le choix dont disposent les téléspectateurs, des solutions sont en train d'émerger. Je pense en particulier à « Joost », une plateforme de télévision interactive et gratuite sur Internet, qui offre plus de 150 chaînes thématiques avec des émissions disponibles en peer to peer. Les internautes peuvent les regarder quand ils le souhaitent, dans n'importe quel ordre et à tout moment. Il n'y a pas de grille de programmes mais lorsque plusieurs internautes visionnent simultanément une vidéo, il leur est possible de chatter entre eux

⁴⁵ WOLTON, Dominique. *Internet et après ? : une théorie critique des nouveaux médias*. Paris : Flammarion, 2003. p.202

⁴⁶ BORIES, Pascal. « Ne dis rien je regarde ». In *Technikart*. Juillet 2007, hors-série, p.70-75

et de laisser un commentaire à son sujet. Un lien social se crée alors, même si le public se trouve aux quatre coins du globe.

Finalement, les différents services de vidéos en ligne ne doivent pas être vus comme les concurrents du site web des archives audiovisuelles de la RTBF. Au contraire, les nouveaux concepts et fonctionnalités qu'ils développent pourraient être repris par ce dernier, ce qui lui permettrait de diffuser ses archives plus largement et de toucher un nouveau public.

CONCLUSION

Après avoir réfléchi pendant six mois, à la meilleure façon de valoriser les archives audiovisuelles de la RTBF via un site web, je suis finalement parvenue à la conclusion suivante. Chaque média doit diffuser des contenus qui lui sont adaptés s'il veut fidéliser et intéresser son public.

La question qui se pose à présent, est de savoir si le public ciblé par la RTBF est prêt à visionner des archives audiovisuelles sans avoir besoin d'être guidé dans sa démarche.

La télévision permet un accès simple et continu aux contenus. Tout a été pensé pour que les informations parviennent directement au téléspectateur, sans que ce dernier ait besoin de faire quoi que ce soit. Dans le cas des émissions d'archives, le public ne peut pas choisir ce qu'il veut visionner, il est totalement dépendant d'une programmation qui a été faite sans qu'il soit consulté.

Avec Internet, l'accès aux images vidéo demande une véritable démarche de la part de l'utilisateur. Selon ses besoins et ses centres d'intérêt, il peut aller chercher seul ce qu'il veut visionner, plus rien ne lui est imposé. On ne lui amène plus les contenus, il va les récupérer lui-même (méthode du pull) parmi les différents services de vidéos en ligne disponibles sur Internet.

Si la RTBF souhaite toucher un large public avec son site d'archives audiovisuelles, elle ne peut pas laisser les internautes livrés à eux-même. Ils sont encore trop nombreux à apprécier le confort et la passivité qui ont été instaurés par les médias de masse. L'INA et la TSR ont d'ailleurs bien compris cela puisqu'ils offrent aux visiteurs des pages d'accueil fournies, des parcours vidéo prédéfinis et des services pré-formatés.

Développer de nouveaux services personnalisés et hyperspécialisés est certes une nécessité car un public de plus en plus important en fait la demande, mais il faut aussi penser que ces innovations ne toucheront pas dans l'immédiat l'ensemble de la population. Il peut se passer du temps avant qu'elles arrivent à s'imposer (c'est le cas par exemple de la VOD).

La RTBF devra ainsi prendre en compte cette réalité si elle veut que son site web d'archives audiovisuelles parvienne à intéresser et fidéliser tous les publics envisagés.

BIBLIOGRAPHIE

Sauvegarde et valorisation des archives audiovisuelles

Articles de périodique

AMBLARD, Marie-Claire. La numérisation des archives de l'INA. In *Bulletin des bibliothèques de France*, avril-mai 2007, vol 52, n°2, p.41-43

Le point sur le plan de sauvegarde des archives audiovisuelles de l'INA, avec des explications sur les supports, les formats, le stockage et le site pour les professionnels, Inamédia.

BACHIMONT, Bruno. Les enjeux de la recherche à l'Institut National de l'Audiovisuel. In *Culture et recherche*, avril-mai-juin 2005, n°105, p.7-8

Présentation des projets sur lesquels travaille l'INA, allant de la préservation à l'exploitation des archives.

HOOG, Emmanuel. Une mémoire audiovisuelle qui s'estompe en silence. In *Le monde diplomatique*, octobre 2004, n°607, p.26-27

Le point sur l'alerte lancée par l'INA en ce qui concerne la sauvegarde des archives audiovisuelles dans le monde. Les efforts financiers, le déficit en formations et le problème de la conservation sont abordés.

Articles en ligne

BARBIER, Marie. *Télé Narcisse*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.humanite.fr/recherche.html?motcles=t%C3%A9l%C3%A9+narcisse>> (page consultée le 9 mai 2007)

Le point sur l'engouement des téléspectateurs, pour les émissions télévisées construites à partir d'archives. Des informations sur les coûts de production de ces programmes sont également fournies.

GILLET, Florence, ROCHET, Bénédicte, ROEKENS, Anne. *Patrimoine audiovisuel en péril*, 2006 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.lalibre.be/article.phtml?id=11&subid=118&art_id=303355> (page consultée le 9 mai 2007)

La grogne des chercheurs et des historiens belges, qui regrettent de ne pas avoir accès au patrimoine audiovisuel et qui demandent que des mesures concrètes soient prises pour remédier à cela.

HAIK, Stéphane. *Gros plan sur la numérisation des archives de l'INA*, 2005 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.zdnet.fr/actualites/informatique/0,39040745,39267415,00.htm>> (page consultée le 9 mai 2007)

Le point sur le travail réalisé par l'INA au niveau de ses archives audiovisuelles. Une attention toute particulière est accordée aux formats de compression choisis ainsi qu'à l'intérêt d'un tel projet.

Sites web

FIAT. *Fédération internationale des archives de télévision, 2007* [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.fiatifta.org/>> (page consultée le 9 mai 2007)

Site de la Fédération Internationale des Archives de Télévision. Il s'agit d'une association de professionnels, qui travaille sur la valorisation, les standards, la gestion des archives...

PRESTOSPACE. *PrestoSpace : Preservation towards storage and access Standardised Practices for Audiovisual Contents in Europe, 2007* [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.prestospace.org/>> (page consultée le 9 mai 2007)

Présentation du projet européen PrestoSpace, qui a pour but la création d'outils et de normes, pouvant être réutilisés par tous les pays d'Europe, pour la gestion des archives audiovisuelles.

VIDEO ACTIVE. *Video Active : creating access to Europe's television heritage, 2007* [en ligne]. Disponible sur : <<http://videoactive.wordpress.com/>> (page consultée le 9 mai 2007)

Projet européen auquel participe la RTBF, qui a pour but de valoriser des archives audiovisuelles ayant pour thème l'histoire de l'Europe vue à travers la télévision et l'histoire de la télévision à travers l'Europe.

L'indexation des contenus vidéo

Articles de périodique

ANDRIEU, Olivier. *Une première génération d'outils de recherche vidéo.* In *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, mars-avril 2006, n°9, p.24-25

Présentation des nouveaux moteurs de recherche de vidéos, qui misent sur l'indexation des contenus grâce à la reconnaissance des images, des bandes sonores...

BOUTEILLER, Jérôme. *LTU : identifier une image.* In *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, mars-avril 2006, n°9, p.31

Présentation du travail fait par la société LTU technologie sur les systèmes de reconnaissance d'images qui, à terme, pourra être intégré dans un moteur de recherche de vidéos.

BOUTEILLER, Jérôme. *Exalead : du texte à l'image.* In *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, mars-avril 2006, n°9, p.32

Présentation des projets du moteur de recherche Exalead sur l'indexation des contenus vidéo et les questions de stockage que cela pose.

CAROU, Alain. Archiver la vidéo sur le web ? Des documents ? Quels documents ? In *Bulletin des bibliothèques de France*, avril-mai 2007, vol 52, n°2, p.56-60

Le point sur les différents modèles économiques de vente de vidéos en ligne. Sont présentées les difficultés techniques, juridiques... auxquelles font face les diffuseurs.

REPITON, Isabelle. Quaero, moteur du futur. In *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, mars-avril 2006, n°9, p.60-62

Présentation du projet franco-allemand Quaero, qui à terme, devrait déboucher sur un moteur de recherche capable d'indexer n'importe quel contenu sur Internet.

La télévision et les nouveaux médias

Articles de périodique

GAILLAUD, Lionel. La télévision ou ma télévision. In *Les nouveaux dossiers de l'audiovisuel*, mars-avril 2006, n°9, p.55-56

Le point sur la télévision et les bouleversements provoqués par l'apparition des web TV, au niveau des publics, des formats...

TOURNAYE, Guy. TV-Internet : convergence ou cannibalisation. In *Les dossiers de l'audiovisuel*, juillet-août 2000, n°92, p.25-27

Le point sur les mutations de la télévision et sur les chaînes de production, avec l'idée que les contenus doivent être adaptés au média.

Ouvrages

AGNOLA, Michel, LE CHAMPION, Rémy. *La télévision sur Internet.* Paris : PUF, 2003. 127 p.

Le point sur les enjeux de la télévision sur Internet, avec une présentation des formes que peut prendre ce nouveau média.

MISSIKA, Jean-Louis. *La fin de la télévision.* Paris : Seuil, La République des Idées, 2006. 108 p.

Les changements subits par la télévision à travers les âges, à la fois au niveau de ses contenus, des journaux télévisés... Sa disparition future est également envisagée.

WOLTON, Dominique. *Internet et après ? : une théorie critique des nouveaux médias.* Paris : Flammarion, 2003. 240 p.

Le point sur les enjeux de la communication à travers les nouveaux médias et la place qu'ils occupent dans les relations entre les individus.

Accessibilité des sites web

Articles en ligne

HEILMANN, Christian. *10 raisons expliquant pourquoi les clients n'ont que faire de l'accessibilité*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://pompage.net/pompe/10-raisons/>> (page consultée le 5 août 2007)

Site web

ACCESSIWEB. *Label AccessiWeb*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <http://www.accessiweb.org/fr/Label_Accessibilite/> (page consultée le 5 août 2007)

Présentation du label AccessiWeb, utilisé pour définir le degré d'accessibilité d'un site web.

BRAILLENET. *Des sites web français de la vie quotidienne sont inaccessibles aux personnes handicapées*, 2003 [en ligne]. Disponible sur : <http://brailenet.org/eval_30sites_France_10sept2003.htm> (page consultée le 5 août 2007)

Le point sur une étude réalisée en 2003 sur l'accessibilité des sites web fréquemment utilisés par les français. Des chiffres clés et des remarques sur trente sites sont disponibles.

Ouvrage

AFCHAIN, Alexandre, LANCERAUX, Julien. *Créer des sites web accessibles à tous*. Saint Gilles : Liaisons, 2003. 151 p.

Une présentation de l'accessibilité des sites web avec des informations sur la législation, des chiffres clés et des conseils pratiques pour créer un site accessible.

Référencement des sites web

Site web

ANDRIEU, Olivier. *Référencement et moteur de recherche : toute l'info et l'actu sur le référencement avec Abondance*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://www.abondance.com/>> (page consultée le 5 août 2007)

Portail d'informations sur le référencement, les moteurs de recherche et le trafic des sites web. Une méthodologie pour améliorer le positionnement de son site est disponible.

BILLARD Sébastien. *Référencement, Design et Cie*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : <<http://s.billard.free.fr/referencement/>> (page consultée le 5 août 2007)

Le blog d'un trafic manager, mettant en avant les nouveaux moteurs de recherche et des techniques de référencement, le plus souvent adaptées, pour optimiser son positionnement sous Google.

HARDY, Jean-Marc. *Rédaction.be : le site des spécialistes de l'information en ligne*, 2007 [en ligne]. Disponible sur : < <http://www.redaction.be/>> (page consultée le 5 août 2007)

Site d'un spécialiste de l'écriture électronique proposant des informations sur la manière de rédiger un texte pour le web et sur les habitudes des internautes.

RÉSUMÉ

Pour valoriser et partager son patrimoine audiovisuel auprès du grand public, la RTBF souhaite mettre en ligne ses archives grâce à un site web. Vous trouverez dans ce mémoire la réflexion menée pour répondre aux besoins du commanditaire, les préconisations faites en matière d'architecture de l'information, de choix des contenus, et enfin les perspectives de développement à long terme de ce site web.

MOTS-CLÉS

Archive audiovisuelle, numérisation, valorisation, site web, vidéo en ligne, mass média, vidéo à la demande, télévision

ABSTRACT

In order to promote and share its audiovisual heritage towards people, RTBF wish to put online its archives. You will find in this dissertation what I did to meet the sleeping partner's needs and the recommendations I made about information architecture, contents selection and website future development.

KEYWORDS

Audiovisual archive, digitize, promotion, website, online video, mass media, video on demand, television



Tiffany TALLEC

MASTER 2 ICD option GIDE

(Gestion de l'Information et de la Documentation en Entreprise)

RAPPORT DE STAGE

Mission effectuée du 2 avril au 28 septembre 2007

à

La Radio Télévision belge de la Communauté française (RTBF)
Bruxelles (Belgique)

**VALORISER UN FONDS D'ARCHIVES AUDIOVISUELLES
GRÂCE À UN SITE WEB : LE CAS DE LA RTBF**

LES ANNEXES

Sous la direction de :

M. COTTE (responsable universitaire)

M. BAYOT (tuteur professionnel)

Soutenu le 25 septembre 2007 à l'UFR IDIST
Université Charles de Gaulle, Lille 3 (Campus Pont de Bois)
BP 60 149, 59 653 Villeneuve d'Ascq Cedex

Année Universitaire 2006-2007

SOMMAIRE

<u>Annexe n° 1 : Analyse des sites</u>	<u>3</u>
<u>Annexe n° 2 : Cahier des charges du site web des archives</u>	<u>132</u>
<u>Annexe n° 3 : Politique de sélection des archives</u>	<u>162</u>
<u>Annexe n° 4 : Budget prévisionnel</u>	<u>164</u>
<u>Annexe n° 5 : Maquette du site web</u>	<u>166</u>

Analyse des sites web d'archives audiovisuelles

Grilles d'analyse
Illustrations
Tableau récapitulatif

SOMMAIRE

1. INA	5
1.1 Grille d'analyse	6
1.2 Illustrations	18
2. RAI	26
2.1 Grille d'analyse	27
2.2 Illustrations	36
3. RADIO CANADA	40
3.1 Grille d'analyse	41
3.2 Illustrations	51
4. TSR	58
4.1 Grille d'analyse	59
4.2 Illustrations	67
5. BBC	73
5.1 Grille d'analyse	74
6. ITN SOURCES	81
6.1 Grille d'analyse	82
6.2 Illustrations	97
7. VODÉO	100
7.1 Grille d'analyse	101
7.2 Illustrations	111
TABLEAU COMPARATIF	118
EXEMPLE DE NEWSLETTER	130
FLUX RSS DES ARCHIVES	131

Ina

Analyse du site web de l'Institut National de l'Audiovisuel

rtbf

www.rtbf.be

GRILLE D'ANALYSE INA

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Critères	Éléments de réponse
Adresse	http://www.ina.fr/archivespourtous/index.php
Auteur(s) du site (personne physique ou morale)	Editeur : INA Directeur de la publication : Emmanuel HOOG (président de l'INA). Hébergement : INA
Compétences et/ou fonctions de l'auteur	Sont-elles clairement données ? Oui sur la page « mentions légales » on apprend que Emmanuel HOOG est le président de l'INA.
Site de référence dans le domaine des archives audiovisuelles et sonores ?	Oui le projet archives de l'INA est reconnu dans le milieu de l'audiovisuel et pour ses actions pour la conservation des documents audiovisuels (l'appel de Paris).
Contact auteur(s)	Oui un formulaire est disponible sur la page « contact ». Une adresse physique et un numéro de téléphone sont également disponibles.
Publics ciblés	Le site est a destination : <ul style="list-style-type: none"> ➤ du grand public ➤ des professionnels de l'information et de l'image (le site inamediapro) ➤ du corps éducatif et des élèves. Des rubriques et sites spécifiques ont été pensés pour chaque public (cf. rubricage).
Langue(s)	Français uniquement
Accès au site	Gratuit et payant (espace payant identique à celui d'une plateforme de VOD).
	Accès par un site intermédiaire ? Possibilité de passer par le site de l'INA (http://www.ina.fr/) où sur la page d'accueil (au centre de la page, sur un fond de couleur bleue) on trouve un accès au site « Ina pour tous ». On peut aussi entrer sur le site directement depuis son adresse principale mais il faut reconnaître qu'elle n'est pas facilement mémorisable, ni très intuitive.
	Url du site intuitive ? On retrouve le mot « archives » et « INA » dans l'url ce qui facilite sa visibilité pour les moteurs de recherche. Cependant la longueur de l'url, sa composition... font qu'il n'est pas aisé de la retenir et de la saisir dans un navigateur.
Date de création du site	2005/04
Dernière mise à jour du site	La date de la dernière mise à jour du site n'est pas disponible, mais lorsque l'on regarde quotidiennement la page d'accueil du site, on peut s'apercevoir que les dossiers et vidéos mis en avant changent chaque jour.

Type de site	Informatif, éducatif (rubrique dédiée aux enseignants et aux élèves), ludique (espace de jeux et d'interaction avec l'utilisateur) et commercial (vente des vidéos).
Compatibilité avec les navigateurs et les systèmes d'exploitation	Compatible avec IE 6 et supérieur. Compatible avec Firefox 1.5, Maxthon, Mozilla 1.7, Safari 2, Camino 1.0. Compatible avec Windows. Linux et Mac aussi sauf en cas d'achat de certaines vidéos. Les systèmes d'exploitation et navigateurs compatibles sont tous indiqués dans la rubrique « aide ».
Buts du site	Découvrir, partager, explorer, voilà les buts du site de l'Ina. L'institution, suite à son plan de sauvegarde des médias, veut, à travers son site permettre à tous de découvrir voire de redécouvrir des moments forts de la télévision, des émissions cultes, des événements sportifs, la vie quotidienne dans les années 70... L'Ina veut partager ce patrimoine commun avec tous dans le respect des ayants droit, c'est pourquoi les médias sont, pour la plupart, payants. Les buts du site sont développés dans la rubrique « télécharger sur ina.fr » mais surtout sur le site de l'institution elle-même.
	Les buts affichés sont-ils les buts qui paraissent réellement poursuivis : oui

CONTENU

Questions	Éléments de réponse
Présentation du projet de numérisation	La présentation du projet de numérisation n'est pas faite sur le site des archives en ligne, mais sur le site de l'institution. En suivant le chemin « Ina>archives », une explication est donnée sur le traitement des archives à l'Ina. Malheureusement, la diffusion de celles-ci sur le site web n'est pas du tout expliquée, seules les étapes en amont le sont. Une petite explication sur le plan de sauvegarde, numérisation, commercialisation (SNC) est fournie. Pour obtenir plus d'informations sur le projet, un article de la revue BBF est disponible (revue n°2 tome 52, février 2007 : « Ina.fr archives pour tous »)
Présence de publicités sur le site ?	Aucune publicité. Le site et le projet de numérisation ont été financés par la redevance télévisuelle entre 1999 et 2003, à hauteur de 8%. Au final 5,9 millions d'euros auront été dépensés.
Technique	Temps de chargement des vidéos Selon taille du document, connexion Internet, trafic sur le site et sur le réseau. Test effectué le 06/06/2007 : Pour une vidéo de 1 min = 3 secondes de chargement Pour une vidéo de 5 min = 3 secondes de chargement Pour une vidéo de 10 min = 3 secondes de chargement Pour une vidéo de 30 min = 5 secondes de chargement

	<p>Formats utilisés, transparence des formats Numérisation selon la norme mpeg 1 pour le visionnage et mpeg 2 pour le broadcast (dvd). Les formats utilisés pour lire les médias sur le site sont : - le MPEG4 SP (mp4) pour les vidéos - le MPEG2 layer 3 (mp3) pour les extraits audio Les formats utilisés pour la vente et la location sont : - le MPEG4 ASP (.avi) pour les vidéos - le MPEG1 layer 3 (mp3) pour les documents audio. Toutes ces informations sont disponibles dans la FAQ du site.</p> <p>Qualité sonore et vidéo Qualité sonore pas toujours optimale : certaines vidéos n'ont pas de bande son ou celle-ci n'est disponible qu'au milieu de la vidéo. Qualité vidéo : le niveau de compression des vidéos est bon.</p>
Visionnage	<p>Minutage des sujets visibles en ligne En ligne, la durée maximum d'un sujet long (durée supérieure à 1 heure) est de 10 minutes. Si le visiteur veut le regarder dans son intégralité, il doit le louer ou l'acheter. Pour les extraits vidéos courts, l'extrait visionnable gratuitement a une durée égale à 1/3 de la durée totale. Seuls les sujets présentés dans les rubriques « rendez vous », « le journal de votre naissance » et les journaux sont visibles en ligne gratuitement et dans leur intégralité.</p> <p>Gratuité des sujets 80% des sujets sont visionnables gratuitement, en streaming et sur 1/4 de l'écran. Les extraits de moins de 10 minutes ne peuvent pas être loués mais uniquement achetés. Les médias posant problème au niveau des droits d'auteur sont payants (location de 48 heures ou achat). Une fois téléchargés, ils peuvent être vus en grand écran.</p> <p>Lecteurs vidéo et audio La lecture des extraits sur le site se fait grâce à Quicktime. Ce lecteur peut lire différents formats vidéo et audio mais surtout, il est compatible avec Windows, Linux et mac. Pour lire les médias achetés ou loués, l'Ina recommande dans sa rubrique « aide » différents lecteurs vidéo et audio. Dans le cas d'une location ou de l'achat d'un média sous DRM seul le lecteur divx 6 est compatible et il faut que les lecteurs de salon le soient aussi. Pour les autres vidéos il est important de télécharger un codec compatible divx.</p> <p>Débit vidéo Lecture des vidéos en streaming. Lecture des vidéos à 380 kbits/s Lecture des extraits sonores à 64 kbits/s</p>
Tarifs	<p>Prix de vente Aucune information sur les tarifs de vente pour les professionnels (Inamédia). Sur le site « archives pour tous » les prix varient de 1 à 3 euros pour une location et vont jusqu'à 12 euros pour la vente d'une vidéo. 46% du prix des documents achetés ou loués et protégés par le droit d'auteur sont reversés aux ayants droit.</p>

	<p>Moyen(s) de transaction proposé(s) Voir annexe</p>
Mode de présentation des fonds	<p>Chaque vidéo est accompagnée d'une fiche descriptive composée :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ D'une fiche d'analyse de la vidéo de type documentaire (description des séquences, indexation...) ➤ De liens internes renvoyant à des sujets en rapport avec celui visionné ➤ D'une zone intitulée « rebondir » proposant des mots-clés issus de la fiche d'analyse. Ces mots-clés sont cliquables et permettent d'accéder à des extraits traitant du même sujet. ➤ De liens permettant de naviguer entre les différents résultats de la requête ➤ De liens permettant l'achat ou la location immédiate de l'extrait. ➤ D'un lien permettant l'envoi de la page à ses contacts via un formulaire mail ➤ D'un lien permettant d'ajouter la vidéo à ses favoris. <p>Voir copies d'écran</p>
Transparence des formats	<p>Extensions des fichiers précisées : oui la dernière question de la FAQ donne ces informations.</p>
Interactivité et interaction avec les visiteurs	<p><i>Email</i> : un formulaire est disponible pour les visiteurs mais il est plutôt dédié aux problèmes techniques. De plus il n'est pas très avenant : « avez-vous pensé à consulter la FAQ et l'aide avant de nous consulter ? »...</p> <p><i>Envoyer</i> : les visiteurs peuvent envoyer une vidéo à leurs connaissances grâce au formulaire « envoyer à un ami ».</p> <p><i>Flux RSS</i> : pour tenir informé les visiteurs abonnés des nouveautés sur le site et des nouvelles vidéos mises en ligne.</p> <p><i>Newsletter</i> : possibilité de s'abonner à la newsletter de l'Ina</p> <p><i>Forum</i> : espace d'échange entre les visiteurs et avec les modérateurs à propos du site, des extraits proposés...</p> <p><i>Mes préférés</i> : espace de stockage que peut utiliser chaque visiteur ayant ouvert un espace personnel, pour conserver ses extraits préférés. Possibilité de créer plusieurs dossiers regroupant des extraits.</p> <p><i>Les préférés de</i> : les visiteurs peuvent proposer à l'Ina leurs favoris. Un choix est ensuite fait tous les mois et les favoris sélectionnés sont proposés dans cet espace. Sont aussi proposés les favoris de l'Ina et de célébrités.</p> <p><i>Le blog de profs</i> : blog dans la rubrique « après l'école » qui permet aux enseignants d'échanger entre eux et d'élaborer des cours avec des archives.</p> <p><i>Le quizz</i> : petit jeu interactif présenté sous forme d'un plateau. A destination des élèves, il permet de s'instruire tout en s'amusant et des cadeaux sont à gagner.</p> <p><i>Zone mémoire</i> : lors d'une visite, les extraits ayant été visionnés sont mémorisés dans une frise au sommet de page. Cet historique ne peut conserver que 11 extraits mais si le visiteur a ouvert un espace personnel, il peut le conserver dans ses favoris.</p>

	<p>Place accordée au visiteur Beaucoup d'interactivité avec les utilisateurs. Leurs avis sont principalement pris en compte à partir du forum. Une place importante est aussi accordée au visiteur avec l'espace personnel. Il ne faut cependant pas oublier que cet espace a aussi été créé pour la vente des vidéos ce qui lui ôte un côté interactif et lui donne un aspect plus commercial. Le visiteur intervient aussi directement dans le développement du site web et de certaines rubriques puisque ses favoris peuvent être mis à la disposition de tous = web 2.0.</p>
Types de contenu	<p>Contenus décrits par des documentalistes donc très précis au niveau des séquences, des personnes, lieux et des commentaires faits dans les extraits.</p> <p>Les contenus que l'on retrouve sur le site sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Actualités ➤ Emissions et événements sportifs ➤ Feuilletons ➤ Séries ➤ Grands entretiens ➤ Scènes de la vie quotidienne ➤ Documentaires ➤ Discours fondateurs. <p>Ce sont tous les contenus qui ont fait 60 ans de Tv et 70 ans de radio. L'Ina numérise tous ses fonds sans faire aucune sélection. Sur le site on ne trouve pas tous les médias numérisés mais on ne trouve aucune information quant à la sélection des documents devant être mis en ligne. Voir annexe</p>
Mise en valeur des contenus	<p>Présence et accès possible depuis la page d'accueil : oui Création de sites satellites : oui comme le site « chroniques d'un festival » (http://www.ina-festivaldecannes.com/) consacré aux images d'archives du festival de Cannes. Organisation selon des thèmes et l'actualité : oui</p>
Mise en ligne des contenus	<p>Fréquence de mise en ligne : quotidienne</p>
	<p>Automatisation de la mise en ligne (CMS ?) : aucune indication</p>
	<p>L'Ina dit mettre à disposition du grand public 10 000 heures de contenus soit plus de 100 000 émissions. Cela représente seulement 10% du fonds possédé par l'Ina. Sur Inamédiapro ce sont plus de 2 700 000 documents qui sont disponibles soit 300 000 heures de vidéo et de son. L'Ina compte augmenter son offre de 5000 heures de programmes supplémentaires chaque année. Voir annexe</p>

NAVIGATION ET RUBRICAGE

Questions	Éléments de réponse
Outils de recherche sur le site	<p><i>Plan du site</i> : non <i>Moteur de recherche intégré</i> : oui. Uniquement une recherche simple avec un critère maximum. La recherche avancée est disponible pour restreindre les résultats seulement après avoir effectué au préalable une recherche simple. <i>Index</i> : non</p>
Principe de navigation	<p>Rubricage multi-entrées et multi-sites (un lien en bas de page renvoie vers la page d'accueil de l'Ina) pour favoriser l'accès à l'information quelque soit le public et leurs recherches. Voir copies d'écran.</p>
	<p>Indications textuelles pour le repérage Présence sur chaque page, du titre principal de la rubrique. Liens changeant de couleur et se soulignant en cas de survol.</p> <p>Indications visuelles pour le repérage Une photo extraite de la vidéo pour chaque fiche. Rubriques, à gauche des pages, de différentes couleurs lorsqu'on les survole. Elles aident au repérage car elles sont reprises sur les pages. Sur les pages de résultats, survol de la souris visible grâce à un fond de couleur passant d'une couleur claire à une couleur plus foncée.</p>
	<p>Aide à la navigation <i>Plan du site</i> : non <i>Moteur de recherche</i> : oui <i>Fil d'Ariane</i> : non Guidage : oui une aide à la recherche dans le site très complète et avec des copies d'écran est disponible dans la rubrique « aide » FAQ : oui pour les questions aussi bien techniques, qu'en rapport avec la vente. Rubrique d'aide : oui pour la recherche</p>
Page d'accueil	Voir copies d'écran
Personnalisation	Aucune personnalisation possible. Seul l'espace personnel est personnalisable avec la création de plusieurs dossiers.
Visibilité du site sur le site « parrain »	Oui sur le site de l'Ina, le site « archives pour tous » est très visible car présent sur la page d'accueil.

ERGONOMIE ET ACCESSIBILITÉ

Questions	Éléments de réponse
Charte graphique	<p>Couleur : couleurs vives qui contrastent avec les couleurs des extraits vidéo. Couleur en rapport avec le logo de l'Ina.</p> <p>Logo : logo de l'Ina (dominante de bleu et carrés de toutes les couleurs). Les carrés peuvent rappeler une mire ou les pixels d'une image.</p> <p>Titraile : Rubrique de couleurs différentes avec le texte écrit en gris. Titre des rubriques présent sur chaque page en majuscule, de couleur noire. Titre des vidéos sur la page de résultat, en gras.</p> <p>Police : sans-serif, de type Arial. Taille : 10 pts.</p> <p>Css : 1 seule css (pas de css pour l'impression)</p> <p>Liens : de couleur blanc ou gris, ils deviennent noir en cas de survol et se soulignent. Lorsque l'on clique dessus, il garde cette couleur noire et le soulignement. Une fois visités, ils reviennent à leur forme initiale.</p>
Ergonomie	Site ergonomique : oui
Surcharge cognitive	Il est recommandé de ne pas dépasser 7 informations à la page pour que l'utilisateur les retienne. Sur la page d'accueil, on recense 5 ou 6 informations développées en profondeur dans le site.
Site disponible en plusieurs versions	Site contenant du JavaScript (menu en JavaScript ce qui peut poser problème aux personnes bloquant le JavaScript sur leur navigateur) Il est disponible en une seule version.
Site accessible	Non

RÉFÉRENCIEMENT

Questions	Éléments de réponse
Contenu des balises « méta »	<pre><meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1"> <meta name="Description" lang="fr" content="Découvrez ou redécouvrez ainsi près de 100 000 missions. Feuilletons, séries, grands entretiens, discours fondateurs, journaux télévisés, missions culturelles ou d'information, événements sportifs ou scénarios de la vie quotidienne... l'effervescence de plus d'un demi-siècle de mémoire, de création et d'émotion collectives."> <meta name="Keywords" lang="fr" content="institut, archives, vidéo, télévision, radio, audiovisuel, formation, recherche, études, publications"></pre>
Validation par le w3c	Pas d'indication
Ranking dans moteurs de recherche	Page rank au 6/06/2007 de 7/10

Attention on peut retrouver une même vidéo sous différentes rubriques. Une vidéo ne possède pas une thématique unique.

Rubriques	Sous rubriques	Sous sous rubrique	Nombre de vidéos
Explorer			
	Thème		
	Personnalité		
		Abbé Pierre	37
		Adjani Isabelle	35
		Amont Marcel	55
		Arafat Yasser	16
		Aragon Louis	32
		Zola Emile	44
		Yourcenar Marguerite	37
		Vitez Antoine	29
		Veil Simone	172
		Vartan Sylvie	36
		Varda Agnès	11
	Epoque		
		1920	47
		1930	64
		1940	1
		1950	38
		1960	95
		1970	247
		1980	392
		1990	664
		2000	133
	Programme		
		A bout portant	66
		Age tendre et tête de bois	24
		Apostrophe	696
		Architecture et géographie sacrée	12
		Au théâtre ce soir	30
		Bonne nuit les petits	204
		Carte sur table	64
		5 colonnes à la une	769
		Cité de la réussite 2006	40
		Emissions médicales	19
		L'heure de vérité	82
		La cuisine des mousquetaires	44
		La grande cocotte	51
		La république des présidents	6
		Le divan	30
		Le monde vivant	27
		Les 5 dernières minutes	58
		Les coulisses de l'exploit	294
		Les enquêtes du commissaire Maigret	51
		Les Shadocks	156

Rubriques et classement des archives sur le site

		Les 24 heures de la télé	15
		Mémoires de résistants	59
		Merci Bernard	246
		Mystères radio	30
		Pop deux	82
		Presse filmée	2991
		Quand le théâtre ouvre la voie	6
		Théâtre de la jeunesse	53
Découvrir			
	Bandes annonces		14
	Rendez-vous		1 seul "rendez vous" visionnable, celui de la semaine
	Parcours surprise		11 médias choisis de manière aléatoire à chaque nouvelle visite
	Journal de votre naissance		12052 journaux mais l'offre n'est pas encore complète
Partager			
	Forum thématique		311 discussions
	« Les préférés de »		126
Apprendre			
	Après les cours		219
	Aller plus loin		1013

Moyens de transaction et prix des vidéos

Moyens de transaction	Détails
Paiement à l'acte	Paiement par carte bancaire, conseillé en cas d'achats ponctuels. Carte Bleue, Visa, MasterCard, American Express autorisées.
Forfaits pré-payés	Achat de forfaits. 3 forfaits différents : 10 (« forfait découverte »), 20 (« forfait découverte ») et 50 euros (« forfait exploration »). Ils permettent d'économiser (2 euros offerts pour le forfait découverte et 5 euros pour le forfait exploration). Pas d'indication sur la durée de validité du crédit.
Forfait Internet Plus	Formule qui permet de payer par prélèvement direct, sur la facture du fournisseur d'accès. Les achats ne doivent pas dépasser les 15 euros et les FAI partenaires sont Alice, AOL, Neuf Cegetel, Club Internet et Wanadoo.

Tarifs pour une location de 48h

Durée	Actualités Informations	Documentaires Magazines	Divertissements Variété Fictions Sport Cinéma
0-10 min	non disponible	€ 1,00	1,50 €
10-30 min	non disponible	€ 1,50	1,50 €
30 min et plus	non disponible	€ 1,50	2,00 € (à partir)

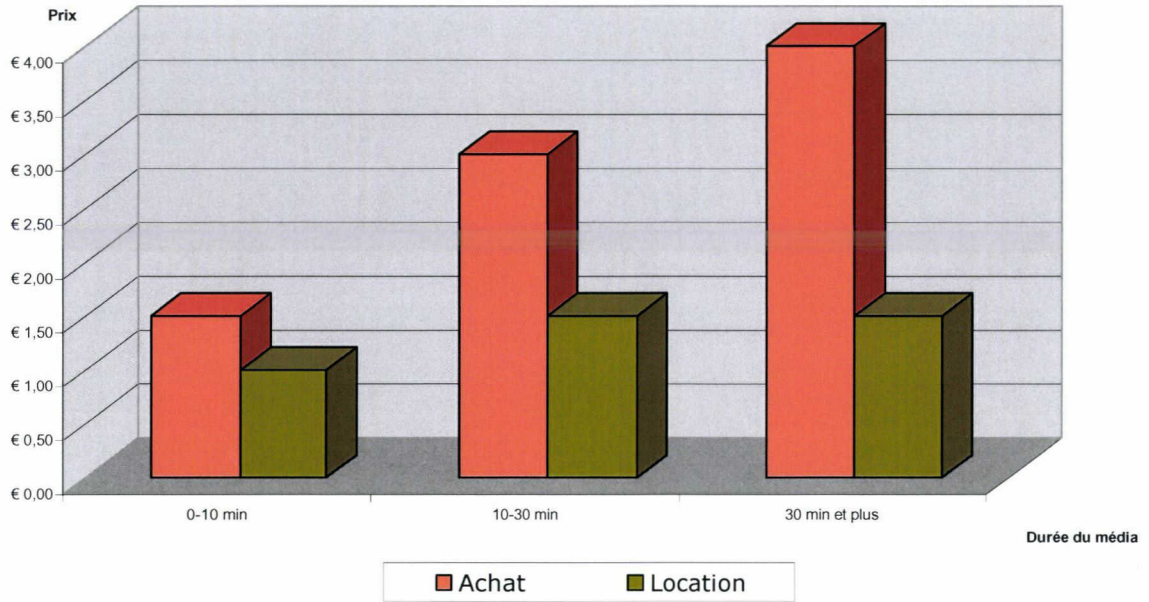
Tarifs pour un achat

Durée	Actualités Informations	Documentaires Magazines	Divertissements Variété Fictions Sport Cinéma
0-10 min	€ 1,00	€ 1,50	1,50 €
10-30 min	€ 3,00	€ 3,00	4,00 €
30 min et plus	€ 4,00	€ 4,00	6,00 € (à partir)

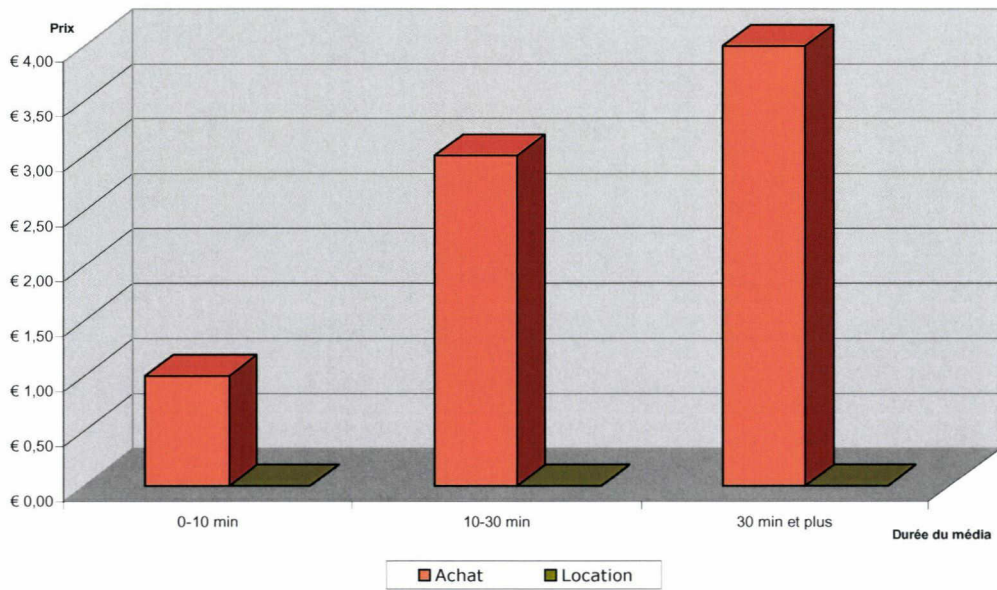
L'Ina ne propose pas de vente sur DVD, ce qui explique les prix toujours identiques (pas de frais de transfert sur Dvd ni d'envoi). Les utilisateurs sont invités à graver leurs sélections lors d'un achat. L'achat ne permet pas une diffusion grand public. Il doit rester dans le cadre privé et ne doit pas être utilisé à des fins lucratives.

46% du tarif sont reversés aux ayants droit.

Prix pour l'acquisition d'un média de type documentaire



Prix pour l'acquisition d'un média de type informatif



Analyse au 06/06/2007 et basée selon les calculs du site Alexa

Pourcentage de visiteurs du site par rapport au nombre global d'internautes

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
0.004%	0.00425%	0.00395%

Nombre de pages vues par visiteurs (moyenne)

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
1.8	3.4	3

Les visiteurs du site se connectent principalement depuis

France	Belgique	Algérie	Tunisie
66.5%	5.1%	2.3%	2.1%

Les visiteurs arrivent sur le site des archives depuis (hors moteurs de recherche) :

www.ina.fr	www.inatheque.ina.fr	Autres sites
95%	4%	1%

Temps de chargement moyen des pages : 2.4 secondes

Nombre de sites qui pointent vers le site : 147 dont Wikipédia, Universo, Yahoo Search...

Les internautes ayant visité le site, visitent également :

- www.lacinemathequedetoulouse.com
- www.filmfrance.com
- www.cnc.fr
- www.unifrance.org

Organisation de la page d'accueil



1 Espace de mémorisation des recherches, des vidéos regardées. Possibilité de créer plusieurs parcours.

2 Dossiers et documents mis en avant car en rapport avec l'actualité.

3 Accès à l'espace personnel et rapide récapitulatif des transactions et des actions effectuées sur le site.

4 Inscription possible à la newsletter de l'INA. Envois hebdomadaires.

5 Extrait vidéo modifié quotidiennement et en rapport, lui aussi, avec l'actualité.

6 Moteur de recherche simple. Il est présent sur toutes les pages du site et permet également le retour en page d'accueil.

7 Documents pouvant être vus dans leur intégralité gratuitement pendant une semaine.

8 Accès à des vidéos payantes, traitant d'un thème d'actualité. Un site satellite est souvent créé pour l'occasion sur le thème développé.

9 Rubriques en rapport avec la technique, les droits d'auteurs, le téléchargement... Aucune rubrique ne traite des contenus.

Présentation des résultats d'une requête

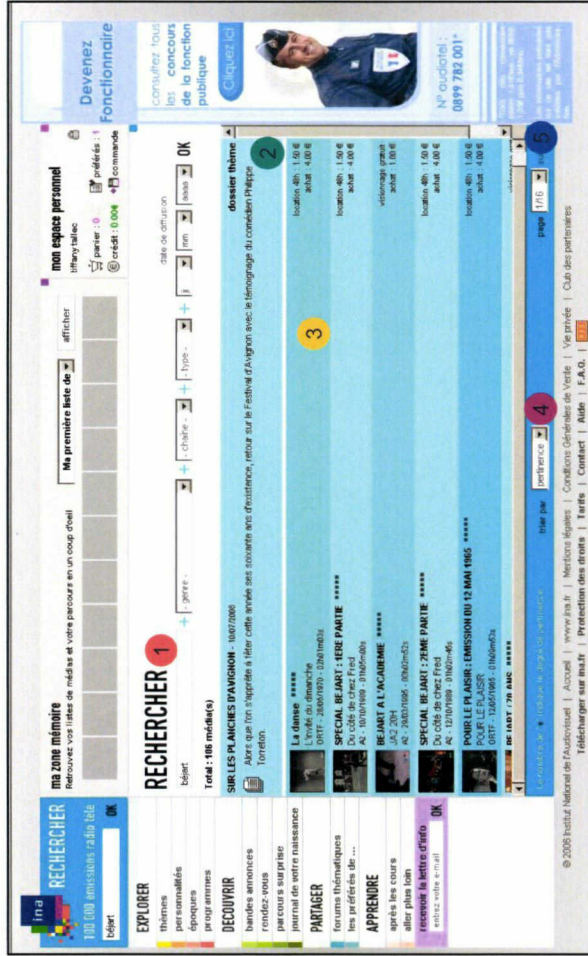
- Récapitulatif de la requête effectuée. Il est possible de restreindre la recherche en ajoutant des critères de :

 - Genre
 - Chaîne tv
 - Type de document
 - Date de diffusion
- Organisation des résultats avec une séparation entre les dossiers en rapport avec la recherche et les documents simples. Même concept que Google avec les liens Adsence.
- Résultats de la recherche présentés avec :

 - Une photo tirée du document
 - Le titre du document
 - Un système de notation indiquant la pertinence du document par rapport à la requête
 - Le nom de l'émission
 - La chaîne ou radio sur laquelle le document a été diffusé
 - La date de diffusion
 - La durée totale
 - Le prix d'achat ou de location

Chaque résultat entièrement cliquable permet d'accéder à la fiche complète.
- Possibilité de trier les résultats par :

 - Pertinence
 - Date
 - Durée
- Navigation entre les pages de résultats. Possibilité d'accéder directement à une page même éloignée.



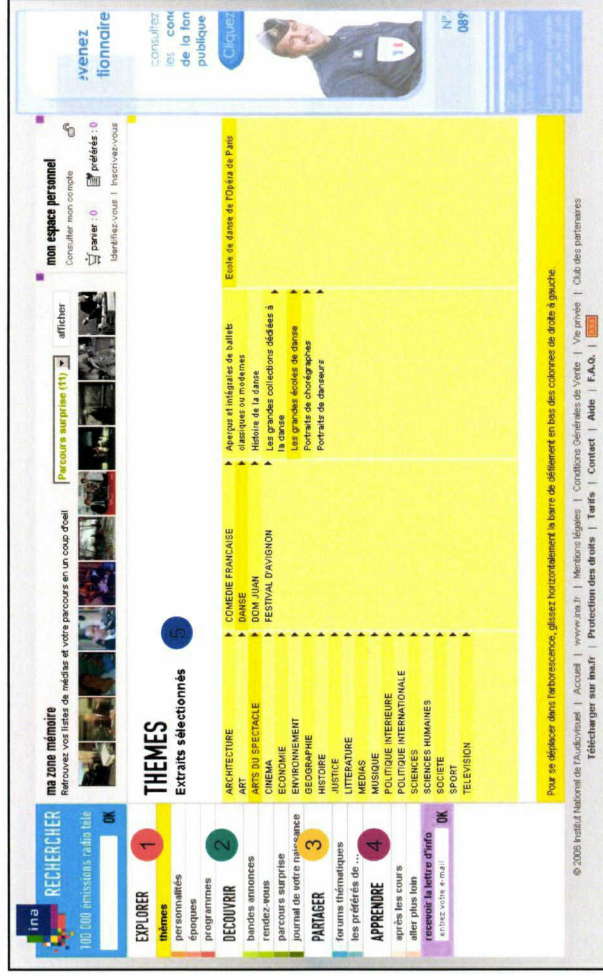
Mode de présentation des fonds

- 1 Reprise des informations présentes sur la page des résultats. Indication d'aide à la navigation : nous sommes dans la partie « fiche média » du site
- 2 Détail de la vidéo de type documentaire. Les noms propres sont en majuscules, on retrouve des indications sur les plans, un découpage en séquences...
- 3 Extrait vidéo. Avant le lancement de l'extrait, le visiteur apprend sa durée et qu'il lui est possible de visionner la vidéo dans son intégralité en l'achetant ou en la louant. Extrait se lançant directement dans la page.
- 4 Possibilité de « rebondir » vers d'autres extraits vidéo ayant un lien avec l'extrait visionné. Sont repris dans ce menu des mots clés présents dans la fiche média. Guide pour l'utilisateur qui lui permet de découvrir plus de documents.
- 5 Liens internes qui renvoient vers le classement thématique des vidéos. Permet d'avoir des résultats plus pertinents (moins de bruit et de silence), sur la recherche faite précédemment.
- 6 Espace permettant d'envoyer l'extrait vidéo à ses contacts via un formulaire mail et d'ajouter la vidéo à ses favoris. Il est également possible de créer des dossiers pour trier ses favoris. Une fois ajouté à ses favoris, une photo de l'extrait apparaît dans la frise en haut de la page.
- 7 Espace permettant d'ajouter la vidéo dans son panier. Possibilité de choisir entre l'achat et la location.
- 8 Système de navigation entre les résultats. Possibilité de revenir à la liste des résultats.

The screenshot shows the RTBF website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ma zone mémoire' and 'mon espace personnel'. Below that, a search bar and a 'RECHERCHER' button are visible. The main content area features a video player for 'Pour le plaisir : émission du 12 mai 1965'. To the right of the video player, there's a 'REBOINDIR' section with a list of related media items. Below the video player, there's an 'EN SAVOIR PLUS' section with a 'voir plus' button. The right sidebar contains several interactive options: 'envoyer à un ami', 'ajouter à mes préférés', 'télécharger pour visionner en plein écran', 'location 48h', 'acheter', and 'ajouter au panier'. The bottom of the page has a footer with copyright information and various links.

Rubricage et classement des vidéos

- Explorer** : organisation en rubriques et sous rubriques thématiques qui permettent une organisation très pointue des médias. Système de listes déroulantes arborescentes qui permettent de rechercher par :
 - Thèmes
 - Personnalités
 - Epoques
 - Programme
- Découvrir** : rubrique destinée aux visiteurs qui errent sans but précis sur le site. Elle leur permet de découvrir :
 - Les bandes annonces des DVD d'archives édités par l'INA et la présentation de sites satellites
 - Les rendez-vous, sortes de programmes diffusés durant 1 semaine gratuitement dans leur intégralité
 - Les parcours surprise
 - Le journal de votre naissance
- Partager** : rubrique dans la mouvance du web 2.0, qui permet aux visiteurs ayant créé un compte sur le site, de partager leurs sélections de médias préférés ou de partager leurs points de vue, idées... sur les forums thématiques.
- Apprendre** : rubrique éducative pour les élèves jusque dans le supérieur, mais aussi pour les personnes souhaitant approfondir un thème en particulier.
 - Après les cours
 - Aller plus loin
- Exemple d'un déroulement à partir du thème « arts du spectacle ».



Navigations originales (1/2)

The screenshot shows the INA website's 'PARCOURS SURPRISE' section. At the top, there are navigation links like 'ma zone mémoire', 'ma sélection', and 'mon espace personnel'. The main content area is titled 'PARCOURS SURPRISE' and features a list of video selections. A map of France is visible in the background. Four numbered callouts (1, 2, 3, 4) are overlaid on the page to highlight specific features:

- 1**: Points to the 'ma zone mémoire' section.
- 2**: Points to the 'PARCOURS SURPRISE' title and the 'Ma sélection' dropdown menu.
- 3**: Points to a video selection in the list, such as 'L'Infini - JAZZ 20H - 00:02:49:29'.
- 4**: Points to the 'recommender un nouveau parcours surprise' button.

Le **parcours surprise** offre aux visiteurs la possibilité de découvrir des vidéos de manière totalement aléatoire. Très utile pour les personnes qui ne viennent pas visionner une archive en particulier.

1 Liste sous forme d'images des 11 extraits du parcours surprise.

2 Possibilité de sélectionner les vidéos que l'on souhaite lire, ajouter au favoris ou acheter.

3 Indication pour chaque vidéo de son titre, sa durée, de la chaîne sur laquelle elle a été diffusée ainsi que son prix à l'achat. Les utilisateurs ont également accès à la fiche média entière en cliquant sur le « ? ».

4 Liens permettant d'ajouter à ses favoris l'intégralité du parcours surprise, de l'envoyer à un ami ou de générer un nouveau parcours surprise.

Navigations originales (2/2)



Le journal de votre naissance : permet aux visiteurs d'accéder au journal télévisé ou radio, du jour de leur naissance.

Le journal est disponible gratuitement dans son intégralité mais uniquement en streaming. Pour le conserver, le visiteur est obligé de l'acheter.



Les préférés : en plus de pouvoir créer sa propre sélection de médias préférés, il est possible de visualiser ceux :

- De personnalités
- Du public (possibilité de publier sa propre liste pour ensuite être sélectionné. Une sélection par mois)
- De la rédaction

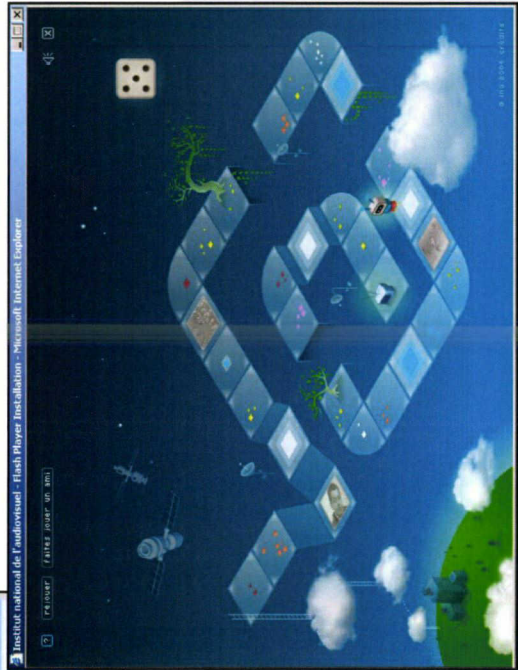
C'est une façon de découvrir les centres d'intérêts des personnes mais également de découvrir leur personnalité.

Rubrique éducative (1/2)

- 1 Organisation des médias par niveaux à partir du collège. Un sous-classement est fait par matières enseignées.
- 2 Histoire de la création de la radio et de la télévision à travers les années. Présentation sous forme de frise à partir de laquelle il est possible de visionner des extraits.
- 3 Quiz en flash se présentant sous forme d'un jeu de plateau. Il est possible, à partir de ce jeu, de regarder des extraits vidéo, de répondre à des questions sur les médias et de gagner des lots.
- 4 Blog a destination des enseignants. Il est présenté comme étant un guide d'aide à l'utilisation du site mais aussi comme un lieu d'échange d'opinions et d'idées entre les enseignants.

The screenshot shows a website interface with several key sections:

- Navigation:** 'ma zone mémoire', 'mon espace personnel', 'mon parcours (0)', 'afficher', 'Devenez Fonctionnaire', 'N° audiotex: 0899 782 001*
- APRES LES COURS:**
 - 6ÈME / 5ÈME:** 'Amour et littérature', 'La poésie est aussi nécessaire à l'homme que le pain. Elle est à la fois un besoin et un bienfait.' (Extrait: Barbra Streisand, 'L'Amant du grand nord du Québec', le comédien récite des poèmes)
 - 4ÈME / 3ÈME:** 'Constructions en acier', 'Toutes les matières pour les 4ème', 'Toutes les matières pour les 3ème'
 - 2ÈME / 1ÈRE:** 'Le budget', 'Toutes les matières pour les 2ème', 'Toutes les matières pour les 1ère'
- TERMINALE & SUP:** 'Portrait d'un philosophe', 'Toutes les matières pour les étudiants'
- Footer:** '© 2008 Institut National de l'Audiovisuel | Accueil | Who's who.fr | Médias légalité | Conditions générales de vente | Vie privée | Choix des paramètres | Télécharger sur iPad | Protection des droits | Tarifs | Contact | Aide | FAQ |



Rubrique éducative (2/2)

ma zone mémoire
Retrouvez vos listes de médias et votre parcours en un coup d'oeil

mon espace personnel
Consulter mon compte
préférés : 1
favoris : vous | Inscrivez-vous

Devenez Fonctionnaire
Consultez tous les concours de la fonction publique
Cliquez ici

N° AUDIOVISUEL : 0877 782 001
Service Clientèle : 09 00 00 00 00
09 00 00 00 00
09 00 00 00 00
09 00 00 00 00

ALLER PLUS LOIN

JALONS POUR L'HISTOIRE DU TEMPS PRÉSENT
des centaines de documents audiovisuels sur un siècle d'histoire contemporaine au service de l'éducation
la vie politique française
les relations internationales
la Seconde Guerre mondiale
l'évolution culturelle
les mutations économiques et sociales
l'héritage des sciences et des techniques...

1 Visionnez un siècle d'histoire commentée...
Des documents audiovisuels...
Le développement et les fonctionnalités avancées sont présentés à la fois de 1918 à aujourd'hui sur des séquences thématiques et modulaires conçues pour les enseignants et les élèves du secondaire.
Comment aborder votre enseignement ?
consulter les jalons

2 DECRYPTAGE
des documents proposés par le CLEMI pour l'apprentissage aux médias
Présidentielles 4 - Les candidats à l'élection présidentielle
Benoît Hamon, Emmanuel Macron, Jean-Luc Mélenchon, Nicolas Sarkozy
Présidentielles 4 - Les enjeux électoraux
consulter tous les défilés

3 RESSOURCES
des unités proposées pour accompagner dans vos enseignements
Le Média, le baromètre
Fondation des journaux télévisés
Orn Telex, out de création musicale pour traiter des sons descriptifs, sonores, graphiques, films.

4 ENTRETIENS INTERACTIFS
les collections d'entretiens vidéo "à propos" à consulter dans une interface interactive
Cliquez ici pour accéder à nos collections
Louisiane, François Bayrou, Béryl Stéphan, Marine Sola, Igor Berris, Chérifa, Raphaël, Pierre

© 2008 Institut National de l'Audiovisuel | Accueil | Télécharger sur Ina

1 Présentation de médias traitant de l'histoire du 20 et 21^{ème} siècle, sous la forme de frise. Possibilité de n'afficher que certains médias selon une thématique. Chaque média est accompagné d'une fiche avec un résumé, les thèmes développés dans la vidéo...

2 Entretiens audio ou télévisé sur des grands thèmes, agrémentés de liens, de commentaires, d'éditoriaux, bibliographies ...

3 Extraits vidéo accompagnés d'une analyse de l'image, de la gestuelle, du décor, du discours... Un outil pour mieux comprendre l'évolution de la présentation télé.

4 Possibilité de s'abonner aux études faites par l'INA en ce qui concerne les thèmes évoqués dans les journaux télé, les tendances médiatiques...

jalons
Médias / Jalons / Culture

1920 1930 1940 1950 1960 1970 1980 1990 2000

1996 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010

137 documents

468 vidéos par année

Consulter le document
Revenir à l'année
Imprimer la fiche
Télécharger

1 Danzas universelle et spectacles provocateurs des "années folles"
Organisé chaque année par les artistes, sculpteurs et peintres de Montparnasse au profit de leurs causes de bienfaisance, le "Ball de la Horde" permet au public de danser au rythme de nouvelles danses et de côtoyer auteurs et artistes du moment.

2 31 Jan. 1956
3 17 Jan. 1958
4 18 Fév. 1962
Vidéo

La Radiotelevisione Italiana (RAI)

Analyse du site web
des archives audiovisuelles

rtbf

www.rtbf.be

GRILLE D'ANALYSE RAI

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Critères	Éléments de réponse
Adresse	http://www.teche.rai.it/
Auteur(s) du site (personne physique ou morale)	La RAI teche (bibliothèque de la RAI).
Compétences et/ou fonctions de l'auteur	Sont-elles clairement données ? Non, aucun nom n'est disponible.
Site de référence dans le domaine des archives audiovisuelles et sonores ?	Le projet de la RAI existe depuis 1997. Les premiers extraits sonores disponibles sur le catalogue de la RAI sont apparus en 2000. Ce sont de précurseurs dans le domaine des archives audiovisuelles et sonores.
Contact auteur(s)	Oui. Un lien « contact » est disponible sur chaque page. Il renvoie sur un mailto. Il est aussi possible de contacter le service client de la RAI teche grâce au lien « info ». Les coordonnées de la bibliothèque centrale de la RAI ainsi que celles des sièges régionaux sont également disponibles.
Publics ciblés	Le catalogue en ligne de la RAI teche s'adresse à tout public. Pour des publics et des besoins plus spécifiques (étudiants, professionnels...) la RAI a créé de multiples sites web thématiques qui reprennent des documents d'archives sonores et vidéo (rai média, rai click, rai educational...). Le site « RAI educational » propose des vidéos et d'autres contenus multimédias pour les étudiants. Le site des « archives sonores de la chanson napolitaine » dédié aux amoureux de ces chansons, met à disposition des visiteurs des morceaux inédits.
Langue(s)	Italien uniquement. La rubrique « info » est aussi disponible en anglais.
Accès au site	Totalement gratuit. Les vidéos sont en accès libre mais toutes les vidéos numérisées dont dispose la RAI ne sont pas mises en ligne.
	Accès par un site intermédiaire ? Possibilité de passer par le site de la RAI (http://www.rai.it) où une rubrique est spécialement dédiée aux archives. Il est aussi possible d'entrer directement sur le site des archives
	Url du site intuitive Oui on retrouve le mot « teche » et « RAI » dans l'url ce qui facilite sa visibilité sur les moteurs de recherche.
Date de création du site	1997 (une rubrique est dédiée à l'historique du site web de la RAI teche) mais les fonds audio et vidéo numérisés et disponibles en ligne ne sont apparus qu'en 1999.
Dernière mise à jour du site	La date de la dernière mise à jour du site n'est pas disponible.
Type de site	Informatif, récréatif et éducatif (des dossiers anniversaires sont disponibles comme celui des 50 ans de l'Europe).

Compatibilité avec les navigateurs et les systèmes d'exploitation	Compatible avec IE 5 et supérieur. Compatible avec Firefox, Safari Compatible avec Windows, Linux et Mac Les systèmes d'exploitation et navigateurs compatibles ne sont pas indiqués sur le site.
Buts du site	Offrir au public une sélection des documents d'archives sonores, audiovisuelles et photos que possède la RAI et qui font son histoire. Tous les documents disponibles en ligne ne peuvent être réutilisés à des fins commerciales. Le site invite ses visiteurs à se rendre à la bibliothèque centrale de la RAI pour découvrir plus de documents audiovisuels et sonores. Ces buts sont inscrits brièvement dans la rubrique « crédits » et sur la page d'accueil du site.
	Les buts affichés sont-ils les buts qui paraissent réellement poursuivis : oui

CONTENU

Questions	Éléments de réponse
Présentation du projet de numérisation	La direction Rai Teche est née en 1996 avec pour objectif la récupération et le catalogage du patrimoine audiovisuel de la RAI. Les technologies disponibles à cette époque ont permis de réaliser un catalogue multimédia avec lequel depuis 1999 on archive le matériel transmis et le matériel historique. Le projet a durée 9 ans (1996-2005) et est maintenant terminé. Il se décomposait en 5 phases et celui du catalogue en ligne était destiné aux archives rapides (extraits vidéo et sonores de courtes durées). Nouveau projet de la RAI teche : le projet MATRIX. Le but de ce projet est de convertir les contenus audio, vidéo et photo dans des formats adaptés à toutes les nouvelles demandes (VOD, .avi, mpeg, 3G, podcast...)
Présence de publicité sur le site ?	Oui. Elle est située au dessus du menu de navigation et il n'y a un qu'un seul encart publicitaire sur tout le site.
Technique	Temps de chargement des vidéos Selon taille du document, connexion Internet, trafic sur le site et sur le réseau. Test effectué le 14/05/2007 : Pour une vidéo de 1 min = 7 secondes de chargement Pour une vidéo de 3 min = 10 secondes de chargement Pour une vidéo de 7 min = 7 secondes de chargement
	Formats utilisés, transparence des formats Transparence au niveau des langages utilisés pour la création du site web (html, JavaScript et C++) et du moteur de recherche mais aucune indication concernant les formats des vidéos. Certaines vidéos peuvent être téléchargées et dans ce cas elles sont au format Real média (.rm).
	Qualité sonore et vidéo Son inégal entre les vidéos et parfois pendant la vidéo.

Visionnage	<p>Minutage des sujets visibles en ligne Minimum : 9" pour un extrait vidéo Maximum : 8'34" pour un extrait vidéo Moyenne : 5' pour un extrait vidéo</p>
	<p>Gratuité des sujets Tous les sujets sont gratuits et visionnables dans leur intégralité.</p>
	<p>Lecteurs vidéo et audio Les utilisateurs ont le choix entre : > Real média Player > Vidéo média Player Certains extraits ne sont lisibles que dans un seul lecteur. Pas de téléchargement des logiciels possible sur le site mais dans la rubrique « help », l'adresse de leurs constructeurs est disponible.</p>
	<p>Débit vidéo Lecture des vidéos en streaming. Possibilité de télécharger certaines vidéos au format Real Media (lien surligné en jaune fluo). Aucun prise en compte du débit de l'utilisateur, ni de son matériel (vétusté) donc les extraits peuvent être difficilement lisibles.</p>
Tarif	<p>Prix de vente Pas de vente d'archives sur le site des archives. Dans la rubrique « info » on trouve des renseignements pour la cession des droits et l'utilisation des extraits à des fins lucratives ou non.</p>
	<p>Moyen(s) de transaction proposé(s) Aucun mais l'utilisation des vidéos récupérées sur le site est assujettie à certaines règles et à une compensation monétaire dans certains cas.</p>

<p>Mode de présentation des fonds</p>	<p>La présentation des fonds se fait sur la page de résultats avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un numéro de la vidéo par rapport au nombre total de réponse à la requête. ➤ L'année de l'extrait (format AAAA) ➤ Un titre en gras. Généralement, il s'agit du nom de la personnalité visible sur la vidéo. Ce titre n'est pas informatif. ➤ Un mot ou une phrase informative sur l'extrait ➤ Le thème auquel est associé l'extrait. Il existe 4 thèmes différents, chacun est représenté par une couleur. ➤ Le choix entre les 2 types de visualisations possibles. Possibilité également de lancer une prévisualisation sur la page directement (pas de lancement du lecteur hors page). ➤ Pour certains extraits, la possibilité de le télécharger. ➤ Une icône précisant le type de documents (audio, vidéo, photo). <p>Lorsque l'on lance un extrait ou une prévisualisation, aucune information supplémentaire n'est disponible. Aucune photo ne vient illustrer les extraits sonores ou vidéo. Il faut savoir que dans les versions précédentes du site, il était possible de visualiser les programmes TV numérisés mais devant le faible succès de cette initiative elle a été abandonnée en 2006. Des chronologies des émissions de TV de la RAI sont disponibles. Elles offrent quelques informations sur ces émissions (leur durée de vie, les horaires de diffusion, le nom du réalisateur et du créateur...) Voir copies d'écran</p>
<p>Transparence des formats</p>	<p>Extensions des fichiers précisées : non</p>
<p>Interactivité et interaction avec les visiteurs</p>	<p>Très peu d'interactivité avec l'utilisateur. <i>Le vote des programmes</i> : les visiteurs ont la possibilité de voter pour un programme créé par la RAI teche à base d'archives, parmi une liste de 5. Les visiteurs peuvent suivre au jour le jour le résultat des votes et le programme qui, à la fin du mois, a obtenu le plus de voix remplace un des programme existant. <i>L'email</i> : les visiteurs peuvent envoyer un email à la RAI teche mais il n'y a pas de formulaire ou d'email spécialement dédié à l'avis des visiteurs. <i>Flux RSS</i> : les visiteurs peuvent s'abonner à différents flux RSS afin d'être tenu informé des nouveaux extraits audio, vidéo et photo mis en ligne.</p> <p>Place accordée au visiteur Le site web est une vitrine qui n'offre pas suffisamment de contenu à ses visiteurs. Dans la rubrique « info », les auteurs insistent sur le fait que les étudiants et les citoyens peuvent venir consulter le catalogue des archives dans les différents centres de la RAI. L'avis des utilisateurs n'est demandé que pour la mise en ligne des programmes faits par la RAI à base d'archives.</p>
<p>Types de contenu</p>	<p>Contenus contextualisés. Voir annexe.</p>

Mise en valeur des contenus	Présence et accessibilité depuis la page d'accueil : oui Création de sites satellites : oui énormément de sites satellites qui mettent aussi en avant les archives de la RAI selon un thème donné (les chansons napolitaines) ou bien un support particulier (les vinyles possédés par la RAI). Organisation selon des thèmes et l'actualité : oui. Sur la page d'accueil une rubrique appelée « teche segnala » propose des extraits en rapport avec un thème d'actualité. Elle est normalement mise à jour quotidiennement.
Mise en ligne des contenus	Fréquence de mise en ligne : quotidienne
	Automatisation de la mise en ligne (CMS ?) : aucune indication
	Chiffres trouvés dans la rubrique « help » du site, 6575 documents dont : <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1239 extraits vidéo ➤ 1576 extraits audio ➤ 3760 photos. Voir annexe.

NAVIGATION ET RUBRICAGE

Questions	Éléments de réponse
Outils de recherche sur le site	<p><i>Plan du site</i> : non</p> <p><i>Moteur de recherche intégré</i> : oui. La recherche des extraits se fait uniquement par ce biais. Il n'est pas possible de rechercher un extrait par thème (les extraits sont classés selon 4 thèmes). Le moteur de recherche offre la possibilité :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ De rechercher par type de document ➤ D'effectuer des requêtes multicritères (booléens, « », troncature...) <p>Aucune liste de mots-clés n'est disponible.</p> <p><i>Index</i> : non</p>
Principe de navigation	<p>Le rubricage est multi-sites avec le menu du site principal de la RAI placé horizontalement en haut de la page.</p> <p>Par contre le rubricage n'est pas multi entrées : pour visualiser ou écouter un document d'archive, seul le moteur de recherche est disponible. Il n'y aucune rubrique qui permet d'accéder à cela.</p> <p>Les rubriques permettent de trouver des informations sur le moteur de recherche, le projet archives, le site web... mais pas de trouver les médias.</p>

	<p>Indications textuelles pour le repérage Uniquement sur la page de résultats. Aucune indication textuelle supplémentaire n'est visible lors de la visualisation de l'extrait. Ouverture des extraits dans le lecteur choisi ou bien en preview sur la page des résultats.</p> <p>Indications visuelles pour le repérage Aucune photo extraite de la vidéo. Navigation sur le site grâce au menu horizontal. Le menu est composé de boutons (icône+titre). Sur la page de résultats, les liens permettant de visualiser les vidéos changent de couleur et se soulignent en rouge lors du survol de la souris. Les thèmes des vidéos sont écrits chacun dans une couleur différente.</p>
	<p>Aide à la navigation Plan du site : non Moteur de recherche : oui Fil d'Ariane : non Guidage : non FAQ : non Rubrique d'aide : oui elle ne traite pas de la navigation mais plutôt de la recherche des extraits et de la diffusion des extraits.</p>
Page d'accueil	Voir copies d'écran
Personnalisation	Aucune personnalisation possible.
Visibilité du site sur le site « parrain »	Oui. Sur le site de la RAI une rubrique du menu principal redirige les visiteurs sur le site RAI teche.

ERGONOMIE ET ACCESSIBILITÉ

Questions	Éléments de réponse
Charte graphique	<p>Couleur : 4 couleurs principales dont les 3 couleurs primaires sont utilisées dans tout le site (jaune, bleu, vert et rouge). Couleurs très vives, mises en valeur sur un fond blanc.</p> <p>Logo : logo de la RAI décliné en noir. Tous les logos des sites de la RAI sont conçus comme cela.</p> <p>Titraile : titre des rubriques en majuscule et en noir sur un fond choisi entre les 4 couleurs du site. Titre des vidéos sur la page de résultat, en gras. Texte surligné ou en couleur pour mettre en avant une nouvelle information.</p> <p>Police : sans-serif, de type Arial. Taille : 10 pts.</p> <p>Css : 3 css différentes pour le site.</p> <p>Liens : bleu, vert. Ils deviennent rouge grenat en cas de survol de la souris. Ils sont barrés en rouge lorsque l'on clique dessus. Ils retrouvent leur état initial dès que l'on clique sur un autre lien. Pas de différence entre les liens pointant dans ou à l'extérieur du site.</p>
Ergonomie	A première vue, le site ne semble pas ergonomique du tout. Il ne ressemble pas « aux sites 2.0 ».

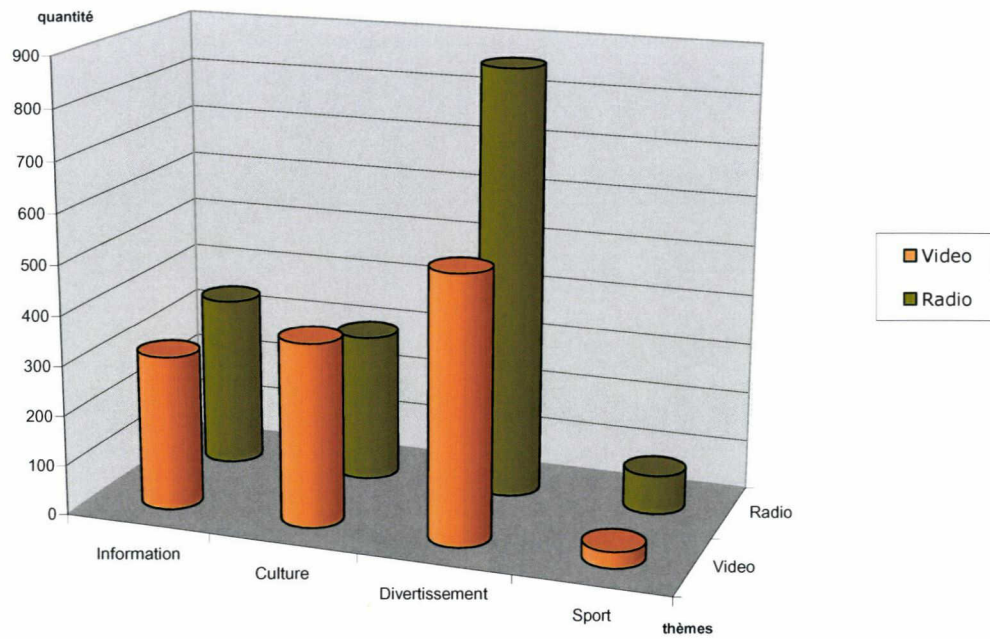
Surcharge cognitive	Il est recommandé de ne pas dépasser 7 informations à la page pour que les utilisateurs les retiennent. Sur la page d'accueil de la RAI on recense 6 groupes d'informations. La page d'accueil comporte peu d'images mais les couleurs utilisées (jaune fluo, texte en bleu, rouge et vert) provoquent une surcharge cognitive et donnent l'impression d'avoir un site amateur du milieu des années 90.
Site disponible en plusieurs versions	Site sans menu en JavaScript. Il est disponible en une seule version.
Site accessible	Non, mais les auteurs du site précisent qu'il ne l'est pas. Ils signalent que le site n'est pas multilingue, qu'il ne décrit pas les extraits vidéo ou sonores... Ils justifient cela en disant que la RAI ne peut pas gérer un contenu éditorial aussi développé.

RÉFÉRENCIEMENT

Questions	Éléments de réponse
Contenu des balises « méta »	Les balises sont visibles : <pre><meta http-equiv="content-language" content="it" /> <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1" /> <meta name="Author" content="Sito RAI Teche" /> <meta name="Keywords" content="teche archivi video audio foto ricerca navigazione biblioteca storia cultura intrattenimento sport televisione radio xmlhttp css perl c" /> <meta name="Description" content="Sito Archivi Multimediali Rai, Video Audio Foto, ricerca e navigazione, Biblioteca Aziendale, RSS e Downloads " /></pre>
Validation par le w3c	Oui. Validation de la CSS et du codage en XHTML 1.0. Logos de validation visibles sur toutes les pages du site (à la droite de la barre de navigation).
Ranking dans moteurs de recherche	Page rank au 15/05/2007 de 6/10

	Video	Radio
Information	309	343
Culture	367	296
Divertissement	531	859
Sport	32	78
Total	1239	1576

Fonds proposé par la Rai par thème et type de média



Analyse au 31/05/2007 et basée selon les calculs du site Alexa

Pourcentage de visiteurs du site par rapport au nombre global d'internautes

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
0.0425%	0.0455%	0.04495%

Nombre de pages vues par visiteurs (moyenne)

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
4.1	4	4.1

Les visiteurs du site se connectent principalement depuis

Italie	France	US
68.7%	2.3%	2.2%

Les visiteurs arrivent sur le site des archives depuis (hors moteurs de recherche)

www.forum.raai.it	www.televidei.raai.it	www.media.raai.it
11%	9%	9%

Temps de chargement moyen des pages : 6 secondes (très lent)

Nombre de sites qui pointent vers le site : 207 dont Wikipédia, la Repubblica, Radio Rai...

Les internautes ayant visité le site, visitent également :

- www.tvspot.it
- www.radioalice.org
- www.monitor-radiotv.com
- www.internet-television.it

Organisation de la page d'accueil

The screenshot shows the Rai Teche website interface. At the top, there is a navigation bar with the Rai logo and various utility icons like 'AVANTI', 'INCHIESTO', 'HELP', 'E-MAIL', 'HISTORY', 'CREDITS', 'LINKS', 'WC', 'CB', 'MC', 'AVANTI', 'RSS', 'XML', 'PDF'. Below this is a search bar and a list of categories: VIDEO, AUDIO, FOTO, and TECHE LIVE SU INTERNET. The main content area features a grid of video thumbnails with titles and 'Realmedia (Preview)' labels. A sidebar on the right contains a 'NOTA IL CANALE' section with a 'VOTA' button and a '1967 Super' section with a 'VOTA' button. The page is annotated with seven numbered red circles: 1 (search bar), 2 (main content area), 3 (video thumbnails), 4 (sidebar 'NOTA IL CANALE'), 5 (sidebar 'VOTA'), 6 (video thumbnails), and 7 (top navigation bar).

- 1 Moteur de recherche multicritères. Ce moteur est le seul outil sur le site permettant d'accéder aux documents.
- 2 Informations concernant le contenu du site, les possibilités de téléchargement. Mise en avant de certains dossiers, documents et des dernières mises en ligne.
- 3 Proposition et mise en avant de documents « anniversaire ». Sorte d'éphéméride proposée par les journalistes de la RAI.
- 4 Liste des vidéos et extraits sonores mis en avant par la RAI.
- 5 Espace d'interaction avec le visiteur. Celui-ci peut voter pour un thème qu'il aimerait voir mis en ligne sous forme de vidéos, extraits sonores et photographies.
- 6 Extraits vidéo ou sonore choisis de manière aléatoire pour illustrer ce que l'on peut trouver sur le site.
- 7 Rubriques du site avec en haut à gauche le logo de la RAI accompagné de la date du jour.

Présentation des résultats d'une requête

Stai cercando qualcosa su Rai.it?

TECHE LIVE SU INTERNET

50 anni d'Europa
Realmedia (Preview)

Millo una Musica (Vitti)
Realmedia (Preview)

Marcello Mastroianni
Realmedia (Preview)

NEW Ritorno a Gian Maria Volonte'
Realmedia (Preview)

La fiction ieri, oggi, domani
Realmedia (Preview)

Blab 2007
Realmedia (Preview)

I Beatles: 150 dischi in 10 mitici minuti
Realmedia (Preview)

Musiche di storiche sigle TV
Realmedia (Preview)

Momenti di storia: dal 1940 al 2000
Realmedia (Preview)

Comici e presentatori: da Arbore a Villaggio
Realmedia (Preview)

VOTA IL CANALE

Questi canali sono programmi a base di archivio realizzati dalle Teche, fruibili in modalità live, come sincronizzando la ricerca con la ricerca di contenuti video, audio e foto.

pagina 1/2
[1] 2

7/15 2003 Anniversario della firma Trattato di Roma del 1957
Cultura
Realmedia (Preview) Windows Media (ADSL Preview)

2/15 2003 Giovanni Paolo II
Un papa italiano
Cultura
Realmedia (Preview) Windows Media (ADSL Preview)

5/25 1966 servizio speciale Le Olimpiadi di Saint Louis del 1904 (raccontano le cronache) dovrebbero essere più o meno ...
Sport
Foto (Preview)

4/15 1968 Primavera Contestazione 1968
Informazione
Realmedia (Preview)

6/25 13/05/1963 Canzoni per l' Europa
Cantanti stranieri di musica leggera foto e note biografiche
Foto (Preview)

7/15 26/05/1963 Canzoni per l' Europa
Fagnano Olga Filogamo Nunzio
Introttrattamento
Foto (Preview)

8/25 13/05/1963 Canzoni per l' Europa
Cantanti stranieri di musica leggera foto e note biografiche
Introttrattamento
Foto (Preview)

9/25 05/1963 Canzoni per l' Europa
Maestro Barzizza Pippo
Introttrattamento

- 1 Risultats présentés sous forme de liste avec:
 - La date de diffusion (l'année est en gras)
 - Le titre de l'extrait (en gras)
 - Une phrase explicative sur l'extrait vidéo, sonore ou l'image
 - Un thème (à chaque thème sa couleur)
 - Le choix entre 2 lecteurs vidéo pour lire l'extrait. Il n'y a pas d'autre chemin pour lire l'extrait.
 - Une icône précisant le type de média
- 2 Navigation entre les différentes pages de résultats.
- 3 Liste d'extraits n'ayant aucun rapport avec la requête. Liste aléatoire qui change 1 fois par semaine.
- 4 Tri des résultats impossible : classement unique par ordre antéchronologique.

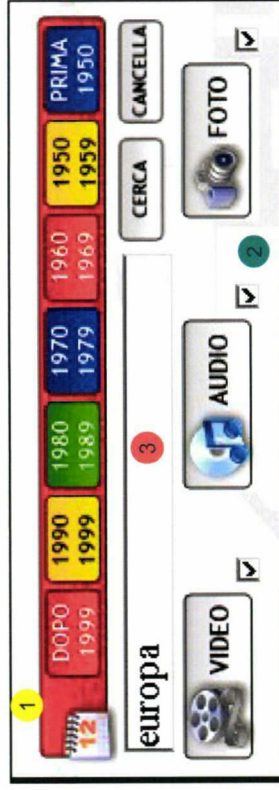
Mode de présentation des fonds

The screenshot shows the Rai website interface. At the top, there is a navigation bar with the Rai logo and various service icons. Below this, a search bar and a list of search results are visible. A red circle '1' is placed over a video player window that is partially visible in the background. In the foreground, a larger video player window is shown, displaying a video of a man with glasses. A red circle '2' is placed over the video player's control bar. The video player has a title 'Cantoni per l'Europa' and a 'TECHERAI' logo in the top right corner. The control bar includes play, stop, and volume buttons, and a progress bar.

1 Visualisation d'une vidéo avec le lecteur Real media. La vidéo est intégrée à la page de résultats. Dans la liste des résultats, rien ne différencie la fiche de la vidéo en cours de visionnage, des autres fiches.

2 Visualisation d'une vidéo dans le lecteur Windows Media Player. La vidéo se lance hors de la page de résultats, directement dans le lecteur adéquat.

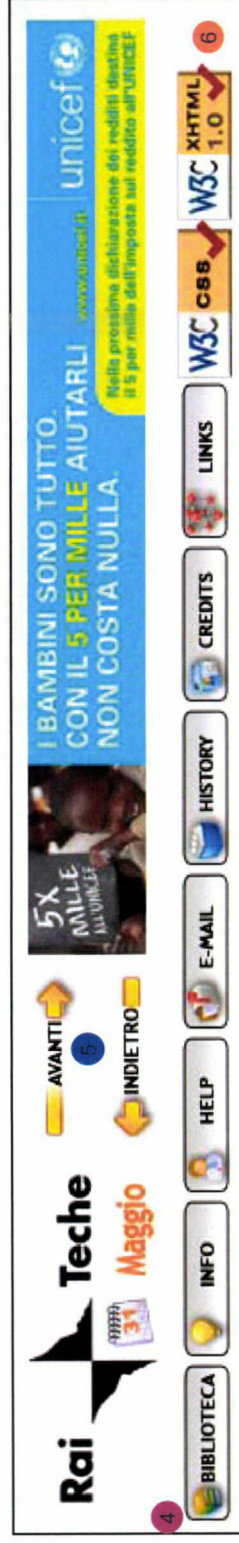
La recherche de documents



- 1 Possibilité de restreindre la recherche selon des périodes.
- 2 Possibilité de recherche par type de document.
- 3 Possibilité d'utiliser des opérateurs booléens et d'effectuer des recherches complexes.

Le rubricage

- 39 -



- 4 Biblioteca : accès au catalogue de la bibliothèque traditionnelle de la RAI
Info : information sur la duplication des vidéos, sur l'évolution des activités de la RAI Teche et des émissions TV
Help : aide pour l'utilisation du moteur de recherche
Email : lien pour contacter l'équipe de RAI Teche
History : l'histoire du site web de la RAI Teche avec des copies d'écran à l'appui
Crédits : information sur les logiciels utilisés pour la création du site web
Links : liens pointant sur des sites d'archives.
- 5 Précédent/suivant. Fonctionnalité peu utile car les navigateurs proposent la même chose.
- 6 Logos indiquant que le site web a été validé par le W3C (Consortium world wide web qui œuvre pour la normalisation des langages du web) et qu'il respecte le langage XHTML et CSS.

rtbf

www.rtbf.be

Radio Canada

Analyse du site web
des archives audiovisuelles

rtbf

www.rtbf.be

GRILLE D'ANALYSE RADIO CANADA

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Critères	Éléments de réponse
Adresse	http://archives.radio-canada.ca
Auteur(s) du site (personne physique ou morale)	<p>Directrice archives numérisées et région : Stéphanie Paquette</p> <p>Une page complète est dédiée aux personnes ayant participé au projet des archives : « http://archives.radio-canada.ca/info/apropos_fr5.shtml ».</p> <p>Il y a à la fois une équipe francophone et une équipe anglophone car les archives proviennent de Montréal et de Toronto.</p> <p>Dans la rubrique « découverte des archives », sous rubrique « des gens », des portraits de personnes participant au projet ont été faits. Ils expliquent leur métier, et pourquoi ils ont participé au projet.</p>
Compétences et/ou fonctions de l'auteur	<p>Sont-elles clairement données ?</p> <p>Oui. Les auteurs et personnes ayant participé au projet sont clairement identifiés dans la rubrique « à propos du site ».</p> <p>Leurs compétences sont indiquées et une séparation a été faite entre les collaborateurs internes et externes.</p>
Site de référence dans le domaine des archives audiovisuelles et sonores ?	Oui le projet archives de Radio Canada est reconnu dans le milieu de l'audiovisuel.
Contact auteur(s)	<p>Oui. Dans la rubrique « à propos du site », une sous-rubrique « nous joindre » est disponible. Selon la question, le problème... que se pose le visiteur, elle donne accès à différents mailto spécialisés.</p> <p>Sont également disponibles les coordonnées et numéro de téléphone/fax des 2 centres d'archives de Radio Canada.</p> <p>En cas de problème technique, il est possible de remplir un rapport d'incident technique.</p>
Publics ciblés	<p>Le site a été conçu à l'intention des élèves du secondaire et du collégial. Mais il est aussi pour le grand public canadien, « pour leur inculquer l'histoire de leur pays ».</p> <p>Une partie du site est à destination des enseignants (« pour les profs » : matériel pédagogique, idée de projet à mettre en place pour faire découvrir l'histoire, un événement à travers les archives) mais son accès est libre à tous.</p>
Langue(s)	<p>Français pour le site des archives de Radio Canada.</p> <p>Anglais pour le site des archives de CBC.</p> <p>Même si Radio Canada et CBC appartiennent à la même société, leurs archives ne sont pas identiques. Ils choisissent ensemble des thèmes abordés mais ne proposent pas les mêmes contenus. On peut donc les voir comme 2 sites différents.</p>
Accès au site	Totalement gratuit. Les vidéos sont en accès libre et ce depuis tous les pays. Possibilité d'acheter les archives au service des ventes d'émission.

	<p>Accès par un site intermédiaire ? Possibilité de passer par le site général de Radio Canada (http://www.radio-canada.ca) mais aussi par le site des archives de la CBC (http://archives.cbc.ca). Dans le 1^{er} cas il faut cliquer sur le bouton « archives » dans le menu principal. Dans le 2nd cas il faut cliquer sur l'icône « archives télé et radio de Radio Canada ». Possibilité d'accéder directement au site des archives.</p>
	<p>Url du site intuitive ? Oui on retrouve le mot « archives » et « radio canada » dans l'url, ce qui facilite sa visibilité dans les moteurs de recherche.</p>
Date de création du site	Juillet 2002
Dernière mise à jour du site	D'après la FAQ le site est mise à jour quotidiennement.
Type de site	Informatif, éducatif (rubrique dédiée aux enseignants et aux élèves) et ludique (quizz).
Compatibilité avec les navigateurs et les systèmes d'exploitation	Compatible avec IE 5 et supérieur. Compatible avec Firefox, Opéra Compatible avec Windows, Linux et Mac Les systèmes d'exploitation et navigateurs compatibles ne sont pas indiqués sur le site.
Buts du site	<p>Il vise à rendre accessible au grand public une partie de la vaste collection des archives de Radio Canada. « Apprendre, expliquer, inculquer aux Canadiens l'histoire de leur pays ». Le but n'est pas uniquement de présenter les extraits mais d'ajouter une valeur à ce contenu, d'expliquer les faits, le contexte. Proposer un matériel pédagogique utile aux enseignants. Faire comprendre aux plus jeunes que l'histoire est bien réelle, que de vrais hommes se sont battus, ont créé des choses... Les but à long terme sont de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ mettre à jour d'autres extraits ➤ élargir la couverture au domaine culturel ➤ rendre le site plus convivial en développant des outils interactifs. <p>Tous ces buts sont expliqués dans la rubrique « a propos du site », sous-rubrique « historique ».</p>
	<p>Les buts affichés sont-ils les buts qui paraissent réellement poursuivis : oui</p>

CONTENU

Questions	Éléments de réponse
Présentation du projet de numérisation	La rubrique « découverte des archives » est entièrement dédiée à l'histoire des archives de Radio Canada et au projet archives qui a été lancé en 1998. Des explications sur les machines, les techniques, les acteurs, les supports... sont disponibles. Certains thèmes sont accompagnés de vidéos illustrant le travail réalisé.

Présence de publicité sur le site ?	Aucune publicité. Site financé par le Patrimoine canadien, programme la culture canadienne en ligne.
Technique	<p>Temps de chargement des vidéos Selon taille du document, connexion Internet, trafic sur le site, sur le réseau et le matériel informatique. Test effectué le 21/05/2007 :</p> <p>Pour une vidéo de 1 min = 1 seconde de chargement Pour une vidéo de 2 min = 1 secondes de chargement Pour une vidéo de 10 min = 2 secondes de chargement Pour une vidéo de 20 min = 2 secondes de chargement Pour une vidéo de 30 min = 2 secondes de chargement</p>
	<p>Formats utilisés, transparence des formats Toutes les émissions sont au format bétacam numérique SX mais devrait être remplacées rapidement par la IMX. Encodage des vidéos pour la mise en ligne sur le site. Aucune indication précise sur cet encodage. Pour les archives sonores, le support choisi est le CD-R mais aucune indication sur le format.</p>
	<p>Qualité sonore et vidéo Selon l'aveu même du site : « La qualité des clips peut varier selon leur âge ou leur mode de diffusion d'origine. D'ailleurs, certains clips télévisuels sont muets ».</p>
Visionnage	<p>Minutage des sujets visibles en ligne Minimum : 0'25'' « Déserteur Georges Bush ? » Maximum : 1h24' « Genèse et mémoire des JMC » Moyenne : 10'</p>
	<p>Gratuité des sujets Tous les sujets sont gratuits et visionnables dans leur intégralité. Dans certain cas, le site ne propose qu'un extrait représentatif d'une émission, d'un reportage.</p>
	<p>Lecteurs vidéo et audio Les utilisateurs n'ont pas le choix du lecteur. Seul Vidéo Média Player est disponible et peut lire les vidéos. Un lien dans la rubrique « aide » et sous-rubrique « logiciels requis » offre la possibilité de télécharger le logiciel. Pour les personnes travaillant sous Linux, 4 lecteurs vidéo peuvent lire les extraits : Xine, Wine, Crossover, Mplayer. Il est possible de les télécharger depuis le site dans la rubrique « aide technique ». Un exemple de configuration est même proposé.</p> <p>Radio Canada justifie son choix logiciel comme étant le moins couteux et compatible avec les plateformes les plus utilisées.</p>
	<p>Débit vidéo Lecture des vidéos en streaming. Un seul niveau de compression il est donc recommandé aux utilisateurs de posséder une connexion haut débit pour que la lecture des vidéos soit optimale. Il est impossible de télécharger les vidéos.</p>

Tarif	<p>Prix de vente Pas de vente d'archives sur le site des archives.</p> <p>Moyen(s) de transaction proposé(s) Aucun</p>
Mode de présentation des fonds	<p>Organisation des fonds en dossiers thématiques, chacun contenant des clips vidéo et audio (idée d'arborescence). Pour chaque dossier, on trouve :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un résumé qui recontextualise les extraits ➤ Une ligne du temps qui replace les extraits et indique s'il s'agit de vidéos ou d'extraits sonores. ➤ Les extraits avec un titre, une image, un résumé et la durée de la séquence. ➤ Une icône indiquant si l'extrait est sonore ou vidéo. ➤ Une liste de liens hypertextes pointant en interne et vers des sites traitant du thème du dossier. ➤ Un numéro cliquable est attribué à chaque extrait, dans les dossiers. <p>Chaque clip audio ou vidéo est, quant à lui, présenté avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Une fiche de contexte ➤ Une fiche intitulée « le saviez vous ». ➤ Une fiche « info » reprenant des champs types du catalogage (média, émission, date de diffusion, invité, ressources, durée, date de mise à jour). ➤ Des liens hypertextes vers des sites externes, vers des pages du site de la CBC traitant du même sujet et vers des pages internes. ➤ Un lien permettant d'imprimer les informations textuelles de l'extrait. ➤ Un lien permettant de suggérer la page web à un ami via un formulaire. ➤ Un lien permettant d'ajouter directement la page web dans les signets (il faut préalablement s'être créé un espace personnel sur le site des archives). ➤ Un lien vers un code html à ajouter dans un blog, site web... pour citer l'extrait et la page web. ➤ La vidéo avec le lecteur Windows média Player directement inséré sur la page. ➤ Une barre de navigation vers les autres extraits du dossier et un retour vers le dossier lui-même. <p>Des index par :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dossiers ➤ Clip ➤ Souvenirs ➤ Grandes entrevues <p>Voir copies d'écran</p>
Transparence des formats	<p>Extensions des fichiers précisées : non</p>

<p>Interactivité et interaction avec les visiteurs</p>	<p><i>Nous joindre</i> : coordonnées postales et électroniques de Radio Canada et de CBC.</p> <p><i>Cyberlettre des archives</i> : les visiteurs ont la possibilité de s'abonner à la lettre d'information hebdomadaire des archives. Elle propose des informations sur les dossiers de la semaine, les nouveautés, les coups de cœur de l'équipe et les dossiers pédagogiques mis en valeur.</p> <p><i>Flux RSS</i> : mis à jour de façon hebdomadaire. Ce flux RSS offre à ses abonnés les mêmes informations que la Cyberlettre. Le flux RSS peut être mis en place sur un blog ou un site web pour informer à son tour d'autres visiteurs et générer ainsi du trafic.</p> <p><i>Citer cette page</i> : donne aux visiteurs le code source leur permettant de mettre en ligne la vidéo sur leur blog ou site web. Même but que les flux RSS.</p> <p><i>Le quizz des archives</i> : pour que les visiteurs puissent tester leurs connaissances sur un thème défini en regardant ou écoutant des extraits d'archives.</p> <p><i>Les signets personnels</i> : ils permettent aux visiteurs de se créer un espace personnel où ils peuvent stocker les liens vers des extraits ou dossiers pédagogiques qu'ils souhaitent conserver.</p> <p>Place accordée au visiteur Les visiteurs peuvent joindre l'équipe des archives par mail ou par courrier et leur laisser des commentaires à propos des archives. Les utilisateurs sont vivement appelés à laisser des commentaires (rubrique « a propos du site » sous-rubrique « historique du projet ») mais cette information a été placée trop en profondeur dans le site pour être réellement visible et efficace. L'équipe des archives attend les commentaires des utilisateurs pour savoir s'ils font bien leur travail (choix des thèmes, qualité des vidéos...)</p>
<p>Types de contenu</p>	<p>Les dossiers et vidéos du site sont classés selon 8 catégories différentes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personnalités ➤ Guerres et conflits ➤ Art et culture ➤ Politique et économie ➤ Vie et société ➤ Désastres et tragédies ➤ Sciences et technologies ➤ Sports <p>Dans la rubrique « pour les profs », les contenus sont organisés selon les niveaux scolaires. Cette rubrique a été créée par le centre de ressources en éducation aux médias. Un site satellite sur l'exposition universelle de 1967 a été créé et il ne propose que des vidéos en rapport avec cette thématique.</p> <p>Toutes les vidéos du site sont contextualisées.</p> <p>Voir annexe.</p>

Mise en valeur des contenus	Présence et accessibilité depuis la page d'accueil : oui. Création de sites satellites : oui, comme le site « les 40 ans de l'expo 1967 » (http://archives.radio-canada.ca/fr/expo67/) Organisation selon des thèmes et l'actualité : oui. Organisation visuelle originale : oui, avec la ligne du temps et l'organisation des souvenirs sous forme de calendrier.
Mise en ligne des contenus	Fréquence de mise en ligne : quotidienne. Les équipes de Radio Canada et de la CBC se mettent d'accord sur les sujets à traiter et les dossiers à mettre en ligne afin d'être complémentaires.
	Automatisation de la mise en ligne (CMS) : aucune indication
	Il y a 9000 extraits audio et vidéo disponibles sur le site de Radio Canada. Voir annexe

NAVIGATION ET RUBRICAGE

Questions	Éléments de réponse
Outils de recherche sur le site	<p><i>Plan du site</i> : non (la présentation du site web des archives n'est pas assez complète pour être vue comme un plan du site).</p> <p><i>Moteur de recherche intégré</i> : oui. Possibilité de faire une recherche simple ou assistée. La recherche assistée est organisée en onglets (cf. copies d'écrans) et complétée par une aide à la recherche.</p> <p><i>Index</i> : oui, divisé en 4 catégories</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Clips (regroupe tous les extraits disponibles sur le site avec une différenciation entre l'audio et la vidéo. Il est possible de trier les clips par date, émission ou dossier). ➤ Dossiers (regroupe les extraits qu'ils soient vidéo ou audio. Les dossiers peuvent être triés par thème, date ou titre). ➤ Souvenirs (regroupe certains extraits sous forme d'un calendrier commémoratif. Éphéméride). ➤ Grandes entrevues (regroupe les interviews ayant été réalisées à Radio Canada. Classement par ordre alphabétique des noms des personnes interviewées et une mise en avant de certains entretiens chaque semaine).
Principe de navigation	<p>Rubricage multi-entrées et multi-sites. Voir copies d'écran</p> <p>Indications textuelles pour le repérage Fil d'Ariane complet présent sur toutes les pages. Sur la page de résultat, les extraits sont présentés avec un titre, un résumé, la durée et un numéro. Lors d'une recherche à l'intérieur d'un dossier, le titre de celui-ci apparaît au sommet de la page web.</p> <p>Indications visuelles pour le repérage Une photo extraite de la vidéo. Rubrique en cours de visite surlignée en noir pour aider le visiteur à se repérer plus facilement.</p>

	<p>Aide à la navigation Plan du site : non. Moteur de recherche : oui. Fil d'Ariane : oui. Guidage : oui, à travers la rubrique « à propos du site » sous rubrique « présentation du site » qui explique le contenu de chaque page. FAQ : oui, une sous rubrique « questions fréquentes » dans la rubrique d'aide qui reprend les questions en rapport avec les fonctionnalités du site. La sous-rubrique « FAQ » de la rubrique « à propos du site » traite des questions de contenu Rubrique d'aide : oui.</p>
Page d'accueil	Voir copies d'écran
Personnalisation	Aucune personnalisation possible sur le site en lui-même. La seule personnalisation peut se faire un niveau des signets (création de dossiers personnels).
Visibilité du site sur le site « parrain »	Oui. Sur la page d'accueil du site de Radio Canada un encart indique le thème du dossier mis en avant sur le site des archives et dans la barre de navigation, un bouton renvoie sur le site des archives.

ERGONOMIE ET ACCESSIBILITÉ

Questions	Éléments de réponse
Charte graphique	<p>Couleur : dominante de gris, blanc et rouge. Logo : logo de Radio Canada (rouge) repris pour le site des archives mais il est de couleur grise. Titre du site avec une photo en arrière plan présentant des bobines de film. Titraile : titre des rubriques en gras et de couleur noire. Les titres des vidéos sur la page de résultats sont des liens de couleur bleue qui envoient directement sur l'extrait vidéo ou audio. Titre des vidéos prêtes à être visionnées : en gras et de couleur noire. Police : sans-serif, de type Arial. Taille : 10 pts. Css : 2 css différentes pour le site : une pour le visionnage et une pour l'impression. Dans la partie du site en version accessible, on recense 6 css supplémentaires qui jouent sur les couleurs, la taille de la police et le contenu visible. Liens : de couleur bleu (norme) et soulignés, ils ne changent pas de couleur une fois visités, ni ne changent de forme en cas de survol. Les liens des rubriques sont en noir. En cas de survol, ils deviennent blanc et sont surlignés en noir. Ils gardent cette apparence tant que l'utilisateur visite la rubrique : système de repérage visuel (voir copies d'écran).</p>
Ergonomie	Site ergonomique : oui
Surcharge cognitive	Il est recommandé de ne pas dépasser 7 informations à la page pour que les utilisateurs les retiennent. Sur la page d'accueil de Radio Canada, on recense 7 dossiers illustrés par des images qui offrent un accès à des extraits vidéo. Il n'y a donc pas de surcharge cognitive.

Site disponible en plusieurs versions	Site contenant du JavaScript. Aucune version sans JavaScript n'est disponible mais il existe une version « accessible ».
Site accessible	Oui. Le site a été créé sous 2 versions afin d'être accessible. En version accessible, il est possible : <ul style="list-style-type: none"> ➤ D'agrandir la police ➤ D'inverser les couleurs (augmentation du contraste) ➤ De masquer le menu

RÉFÉRENCIEMENT

Questions	Éléments de réponse
Contenu des balises « méta »	<pre><meta name="WT.sp" content="global;archives_global;archives_fr;archives_fr_une"> <meta name="Description" content="Revivez les grands moments de l'histoire en visitant le site des archives de la radio et de la télévision de Radio-Canada. Des milliers de clips radio et télé vous y attendent."> <meta name="Keywords" content="Archives, télévision, radio, Radio-Canada, souvenirs, émission, information, culture, clip, média, nouvelles, Canada, histoire"> <meta name="dc.title" content="Les Archives de Radio- Canada"> <meta name="dc.description" content="Revivez les grands moments de l'histoire en visitant le site des archives de la radio et de la télévision de Radio-Canada. Des milliers de clips radio et télé vous y attendent."> <meta name="dc.publisher" content="Radio-Canada"> <meta name="dc.creator" content="Nouveaux Médias, Archives numérisées"> <meta name="dc.rights" content="http://archives.radio- canada.ca/copyright_fr.shtml"> <meta name="dc.language" content="fr-ca"></pre>
Validation par le w3c	Pas d'indication
Ranking dans moteurs de recherche	Page rank au 22/05/2007 de 7/10

Organisation et classement des archives sur le site

Attention on peut retrouver une même vidéo sous différentes rubriques. Une vidéo ne possède pas une thématique unique.

	Vidéo	Radio
Personnalité	408	326
Guerre et conflits	260	254
Art et culture	271	225
Politique et économie	736	546
Vie et société	467	319
Désastres et tragédies	226	167
Sciences et technologies	357	257
Sports	350	199

		Dossier
Pour les profs		
	primaire	51
	1er secondaire	13
	2e secondaire	12
	3e secondaire	10
	4e secondaire	5
	5e secondaire	11
	Collégial	10

	Vidéo
Les 40 ans de l'exposition 67	26

Analyse au 31/05/2007 et basée selon les calculs du site Alexa

Pourcentage de visiteurs du site par rapport au nombre global d'internautes

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
0.0315%	0.0285%	0.0319%

Nombre de pages vues par visiteurs (moyenne)

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
2.4	2.3	2.4

Les visiteurs du site se connectent principalement depuis

Canada	France	Belgique
78.2%	9%	1.6%

Les visiteurs arrivent sur le site des archives depuis (hors moteurs de recherche)

www.radio-canada.ca	www.msn.radio-canada.ca	www.cbc.radio-canada.ca
88%	2%	2%

Temps de chargement moyen des pages : 2.2 secondes

Nombre de sites qui pointent vers le site : 277 dont Wikipédia, CBC télévision, le journal du net, l'internaute...

Les internautes ayant visité le site visitent également :

- www.tvspot.it
- www.radioalice.org
- www.monitor-radiotv.com
- www.internet-television.it

Organisation de la page d'accueil

The screenshot shows the homepage of the Archives de Radio-Canada website. At the top, there is a navigation bar with the logo and the text 'Archives de Radio-Canada'. Below this, there are several content blocks:

- 1** Recherche dans le site: A search bar with the text 'Recherche dans le site' and a magnifying glass icon.
- 2** Recherche assistée: A section titled 'Recherche assistée' with a sub-header 'Découvrez les Archives avec la ligne du temps'. It lists various categories: Personnalités, Guerres et conflits, Arts et culture, Politique et économie, Vie et société, Désastres et tragédies, Sciences et technologies, Sports.
- 3** Le pont bercé par la mer: A featured article with a photo of a bridge and the text 'Le pont bercé par la mer' and 'L'Île-du-Prince-Édouard est reliée au continent depuis 1997 par le pont de la Confédération. (7 clips télé, 4 clips radio)'. Below it is a section 'L'Île-du-Prince-Édouard AUX VERTÈBRES' with a photo of a building and the text 'L'Île-du-Prince-Édouard a beau être la plus petite province canadienne, les oiseaux y ont leur place. La fumée a disparu des écrans de télévision, et les endroits publics où il est autorisé à allumer se font de plus en plus rares. (10 clips télé, 5 clips radio)'. To the right is a section 'Loi 101 : l'avenir du français?' with a photo of a document and the text 'Le 26 août 1977, la Charte de la langue française devient la plus élaborée des politiques linguistiques jamais adoptées au Québec. (15 clips télé, 7 clips radio)'. Below that is a section 'Référendum 1995 : le Québec face à son destin' with a photo of a ballot box and the text 'Entre le jour du dépôt du projet de loi référendaire, le 7 septembre 1995, et le soir du vote, le pays vit l'une des périodes les plus décisives de son histoire politique. (28 clips télé, 12 clips radio)'. At the bottom right of this section is a small box 'Le salaire du rite'.
- 4** Souvenirs...: A section titled 'Souvenirs...' with a photo of a person and the text '1er juin 1962 Vive les ponts... libres! Le 1er juin 1962, les pages sur les ponts In-Car et Victoria, qui donnent accès à l'île de Montréal de la Rivière-Sud sont abolies. Index des Souvenirs'. Below it is a section 'Grandes entrevues' with a photo of a person and the text 'Nordcal Richier 20 septembre 1991 En 1991, le célèbre écrivain publie un article controversé sur les lois linguistiques québécoises dans The New Yorker. Index des Grandes entrevues'. Below that is a section 'Découverte des archives' with a photo of a building and the text 'Découvrez les coulisses des archives de Radio-Canada'.
- 5** Découverte des archives: A section titled 'Découverte des archives' with a photo of a building and the text 'Découvrez les coulisses des archives de Radio-Canada'.
- 6** Pour les profs: A section titled 'Pour les profs' with a photo of a person and the text 'SIGNETS PERSONNELS QUIZ DES ARCHIVES CYBERLETTRE FIL RSS DÉCOUVERTE DES ARCHIVES À PROPOS DU SITE ABE NOUS JOINDRE'.
- 7** Le salaire du rite: A small box at the bottom right of the page with the text 'Le salaire du rite'.

- 1 Accès à la version accessible du site.
- 2 Moteur de recherche simple. Une recherche avancée est également disponible.
- 3 Sélection de dossiers en rapport avec l'actualité de la semaine voire du mois.
- 4 Chaque semaine, une vidéo ou un extrait audio rappelle un événement qui a marqué l'histoire.
- 5 Liens permettant aux visiteurs de découvrir les archives de Radio Canada, le projet de numérisation, les métiers associés...
- 6 4 rubriques qui offrent un contact direct avec les visiteurs
- 7 Accès au site des archives de la CBC
- 8 Rubriques thématiques permettant d'accéder directement aux documents vidéo et audio.
- 9 Accès au site dédié à l'exposition universelle de 1967.

Présentation des résultats d'une requête

The screenshot shows the search results for 'farine' on the CBC Archives website. The page is titled 'Les Archives de Radio-Canada' and 'Résultats de recherche'. It lists five search results, each with a title, date, and a duration icon. The results are: 1. 'Du champagne au verre' (24 novembre 1996), 2. 'Un goût d'été en hiver' (14 janvier 1996), 3. 'Dégustation de poutine québécoise' (22 septembre 1986), 4. 'La poutine espère acadienne' (5 septembre 1970), and 5. 'Mets traditionnels américains' (24 septembre 1996). The page also includes navigation links like 'Accueil', 'Version accessible', and 'Découvrez les Archives avec la ligne du temps'.

1 Moteur de recherche simple offrant la possibilité de rechercher tous les mots, au moins un des mots ou l'expression. Ce choix évite à l'utilisateur d'utiliser les opérateurs booléens.

2 Nombre de résultats obtenus.

3 Liste des résultats, présentés toujours de manière identique :

- titre de l'extrait présenté sous forme de lien
- date de l'extrait
- résumé de l'extrait en une phrase
- titre du dossier dont est tiré l'extrait. Ce lien qui renvoie sur le dossier est présenté sous forme de fil d'Ariane (thème>titre du dossier)
- une icône précisant si l'extrait est vidéo ou audio. L'icône est cliquable et elle renvoie sur l'extrait.
- la durée de l'extrait

4 Navigation entre les pages de résultats

Mode de présentation des fonds

Accueil > Vie et société > Poutine...côté et côté > Dégustation de poutine québécoise

1970 1980 1990 2000

revenir

Diffusé le 22 septembre 1986

Dégustation de poutine québécoise

3

Contexte

4

Infos

1/2

Suivant >

5

6

7

8

9

Version accessible

Recherchez dans le site

Recherchez dans le site

Personnalités

Guerra et conflits

Arts et culture

Politique et économie

Vie et société

Maladies et handicaps

Sciences et technologies

Sports

INDEX DES DOSSIERS

INDEX DES CLIPS

INDEX DES SOUVENIRS

INDEX DES GRANDES ENTRETIENS

Radio-Canada en fil des jours

Pour les profs

SIGNETS PERSONNELS

QUIZ DES ARCHIVES

CYBERLETTRE

FIL RSS

DÉCOUVREZ DES ARCHIVES

A PROPOS DU SITE

AIDE

NOUS JOINDRE

CBC Radio and Television Archives

HYPERLIENS

Dossier des Archives de CBC sur le même sujet

- A Taste of Canada's Our Homegrown Cuisine

Dossiers connexes des Archives

- December: la parade ménépense
- Du poisson au menu!

Radio-Canada.ca

- L'Écologie

Sites externes

- Basiques du Québec
- Saveurs du monde
- Cuisine-Canada (en anglais)

- 1 Chaîne du temps. Les icônes représentent les extraits et sont placées selon leur date de première diffusion. L'icône colorée indique l'emplacement dans le temps de l'extrait diffusé.
- 2 Titre et date de diffusion de l'extrait.
- 3 Lecture de la vidéo en streaming directement sur la page du site.
- 4 Fiche d'accompagnement de l'extrait composée de 3 onglets:
 - **Contexte** : contextes historique, politique et social en rapport avec le sujet présenté dans la vidéo.
 - **Le saviez vous?** : information originale, anecdote en rapport avec le sujet diffusé.
 - **Infos** : informations plus documentaires sur l'extrait (fiche de catalogue).
- 5 Liens facilitant la visite du site : impression de la fiche, envoi de l'extrait à un contact via un formulaire, ajout automatique de la page à ses signets dans son espace personnel et possibilité de citer la page (récupération du code source).
- 6 Navigation entre les différents extraits disponibles dans le dossier.
- 7 Liste de liens hypertextes renvoyant sur des dossiers traitant du même sujet, sur le site de la CBC et vers des dossiers similaires sur le site.
- 8 Lien renvoyant vers un dossier connexe à l'extrait, sur le site principal de Radio Canada.
- 9 Liste de liens vers des sites choisis par les documentalistes de Radio Canada et en rapport avec le thème de l'extrait.

Rubricage et classement des extraits

The screenshot shows the 'Les Archives de Radio-Canada' website. At the top, there are navigation links for 'RADIO', 'TELEVISION', 'NOUVELLES', 'SPORTS', 'ARTS ET SPECTACLES', 'JEUNESSE', 'RÉGIONS', and 'ARCHIVES'. A search bar is present with the text 'Recherchez dans le site'. Below the main header, there are several featured articles and sections:

- Souvenirs...**: A section with a date '4 juin 1989' and a title 'Massacre place Tiananmen'. The text describes the 1989 Tiananmen Square protests and massacre.
- Grandes entrevues**: A section featuring 'Jean Rostand' from '20 janvier 1969' and 'En 1967, Fernand Seguin rencontre le biologiste Jean Rostand lors d'un entretien diffusé au 3e de la semaine.' It includes a link to 'Index des Grandes entrevues'.
- Le pont bercé par la mer**: A section dated '1997' with the title 'L'Île-du-Prince-Édouard est reliée au continent depuis 1997 par le pont de la Confédération.' It includes a link to 'Index des Souvenirs'.
- L'île-du-Prince-Édouard aux urnes**: A section about the 1997 provincial election in Prince Edward Island, mentioning 'Levesque' and 'René Lévesque'.
- La cigarette passée à tabac**: A section about the 'Lévesque' cigarette brand and its history.
- Loi 101: L'avenir du français**: A section about the 1977 Charter of the French Language in Quebec.
- Référendum 1995: le Québec face à son destin**: A section about the 1995 Quebec referendum.
- Pour les profs**: A section for teachers with 'SIGNETS PERSONNELS', 'QUIZ DES ARCHIVES', 'CYBERLETTRE', and 'FIL RSS'.
- Version accessible**: A section for accessibility with 'CYBERLETTRE', 'FIL RSS', 'DÉCOUVERTE DES ARCHIVES', 'À PROPOS DU SITE', and 'AIDE'.

Rubricage multi-entrées pour favoriser l'accès à l'information quelque soit le public et leurs recherches.

- 1 Rubriques communes au site des archives et au site officiel de Radio Canada. Elles permettent de passer d'un site à l'autre aisément (rubricage multi-sites).
- 2 Rubrique permettant d'accéder à des dossiers classés par thématique.
- 3 Sélection de dossiers en rapport avec l'actualité de la semaine voire du mois.
- 4 Index dans lesquels il est possible d'effectuer des recherches et de trier les résultats.
- 5 Rubrique permettant d'accéder à une journée télévisuelle type depuis les années 30 jusqu'aux années 90. Présentation des extraits à partir d'une grille de programmation.
- 6 Rubrique dédiée aux enseignants, proposant des projets faisant intervenir des archives audiovisuelles. Des pistes de réflexion sont développées et des liens en rapport avec les thèmes traités peuvent être consultés.

Recherche assistée

Accueil > Recherche assistée

Recherche assistée

Vous cherchez : **1**

Une émission Un invité Un artisan

Un projet pédagogique Vous ne trouvez pas?

Voici la liste complète des **titres d'émissions** (télévision et radio) pour lesquelles des clips sont disponibles dans le site des Archives de Radio-Canada.

Conseils de recherche **4**

- En sélectionnant un titre d'émission dans la liste ci-dessus, vous obtiendrez une liste de clips (télévision ou radio) tirés de cette émission. Il y a toujours au moins un clip associé à chacun des titres.
- Pour trouver une émission :
 - Sélectionnez télévision ou radio
 - Cliquez sur le titre de l'émission que vous recherchez dans la fenêtre de recherche et tapez la première lettre de l'émission recherchée sur votre clavier pour accéder rapidement à la série de titres commençant par cette lettre. Notez que les articles (Le, La, Les, L') ne sont pas pris en compte.
 - Cliquez sur le titre de l'émission
 - Cliquez sur le bouton Recherche
- Cette liste est mise à jour régulièrement au fil des ajouts de contenu dans le site.

1 Différents onglets permettent de rechercher soit :

- > Une émission
- > Un invité
- > Un artisan
- > Un projet pédagogique

2 Possibilité de choisir le support de l'extrait : vidéo ou audio

3 Une liste d'aide à la recherche s'affiche selon l'onglet choisi. Ainsi l'onglet « émissions » fait s'afficher la liste des émissions ayant des extraits disponibles sur le site.

4 Conseils et aide à la recherche.

Modes de recherche originaux

Index des Souvenirs
 Glissez votre souris sur un souvenir pour faire apparaître sa description. Cliquez sur le titre ou sur l'image pour visionner ou écouter ce souvenir. Vous pouvez aussi sélectionner les souvenirs d'un autre mois en cliquant sur l'onglet approprié.

Consultez aussi l'Index thématique des Souvenirs

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.
Dimanche												
Lundi												
Mardi												
Mercredi												
Jeudi												
Vendredi												
Samedi												
3	1987	1989										
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
26												
27												
28												
29												
30												

1 Index des souvenirs présentés sous forme de calendrier. A chaque date on trouve un événement important, lequel est mis en avant par une archive télévisuelle ou radio. En survolant une des cases avec la souris, des indications sur l'extrait sont fournies.

Les Archives de Radio-Canada

1930 1940 1950 1960 1970 1980 1990 2000

Personnalités
 Fimoville - expropriation des Noirs néo-écossais

Arts et culture
 Le Canada, un pays de vin?

Politique et économie
 Survivance en Francoasiatique

Vie et société
 Franco-Albertains, résistants tranquilles

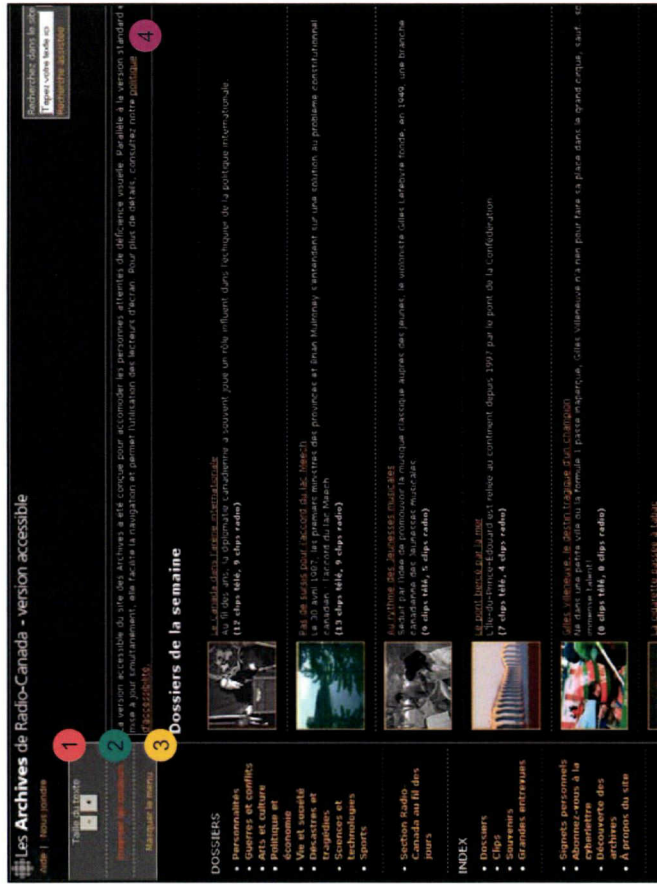
Désastres et tragédies
 McLuhan, prophète des temps modernes

Sports
 En selle pour le Stampede!

Tous
 Simone Monet-Chartrand, une vie engagée
 Les missionnaires reprenant la bonne nouvelle
 Les 100 ans de l'Oratoire : le miracle du frère André
 Des visites royales
 L'amour, toujours l'amour
 Devenir la parfaite ménagère
 Le triomphe de la barbaque
 Le défi de la différence
 Pas de Plante affronte la pégre
 Traditions des Chinois au Canada
 Jeux et jouets d'hier et d'aujourd'hui
 Les doukhobors, lutteurs de l'esprit
 Médias, outils de l'Église
 Carnaval de Québec, fête de l'hiver
 Bonbons, sorcières et frissons

2 Ligne du temps thématique qui offre la possibilité de naviguer à travers les dossiers. En cliquant sur une ligne de temps, on obtient des informations sur la période du dossier, le nombre d'extraits disponibles et un mini résumé. A chaque couleur correspond un thème et les lignes peuvent être de plusieurs couleurs en cas de recoupement entre différents thèmes.

Le site web en version accessible



- 1 Possibilité de modifier la taille du texte 4 fois, que ce soit pour l'agrandir ou pour le diminuer.
- 2 Possibilité d'inverser les couleurs du site pour aider à la visualisation de certaines personnes.
- 3 Possibilité de masquer le menu afin d'éviter de surcharger la page.
- 4 Politique d'accessibilité du site.

La Télévision Suisse Romande (TSR)

Analyse du site web des
archives audiovisuelles

rtbf

www.rtbf.be

GRILLE D'ANALYSE TSR

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Critères	Éléments de réponse
Adresse	http://archives.tsr.ch/home
Auteur(s) du site (personne physique ou morale)	Chef du service documentation et archives : Françoise Clément Chargé du contenu éditorial : Claude Zucher Développement du site : Benoit Terradillos Recherche documentaire : Albin Salamin
Compétences et/ou fonctions de l'auteur	Sont-elles clairement données ? Oui. En bas de page « contact » les auteurs sont identifiés avec leurs fonctions.
Site de référence dans le domaine des archives audiovisuelles et sonores ?	Oui. Le projet archives de la TSR est reconnu dans le milieu de l'audiovisuel.
Contact auteur(s)	Oui. Un formulaire est disponible sur la page « contact ». Une adresse physique et un numéro de téléphone sont aussi disponibles.
Publics ciblés	D'après une vidéo de présentation du projet et du site web des archives, ce dernier a été conçu pour tout public. Une rubrique « école », dédiée à l'éducation avec des dossiers éducatifs, s'adresse plus particulièrement aux enseignants et aux élèves.
Langue(s)	Français uniquement
Accès au site	Totalement gratuit. Les vidéos sont en accès libre.
	Accès par un site intermédiaire ? Possibilité de passer par le site de la TSR (http://www.tsr.ch/tsr/index.html?siteSect=100000) où une rubrique est spécialement dédiée aux archives. Il est aussi possible d'entrer directement sur le site des archives
	Url du site intuitive ? Oui. On retrouve le mot « archives » et « TSR » dans l'url ce qui facilite sa visibilité dans les moteurs de recherche.
Date de création du site	2005/09
Dernière mise à jour du site	La date de la dernière mise à jour du site n'est pas disponible.
Type de site	Informatif, éducatif (rubrique dédiée aux enseignants et aux élèves), ludique.
Compatibilité avec les navigateurs et les systèmes d'exploitation	Compatible avec IE 5 et supérieur. Compatible avec Firefox, Mozilla, Safari Compatible avec Windows, Linux et Mac Les systèmes d'exploitation et navigateurs compatibles ne sont pas indiqués sur le site.

Buts du site	<p>Une rubrique est exclusivement dédiée au « projet archives ». Elle est constituée de 7 vidéos clips qui expliquent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ le pourquoi du projet archives. ➤ les avancés dans le projet. ➤ les différentes étapes du projet (dont l'étape de valorisation à travers le site web). ➤ le processus de numérisation. ➤ la fondation « in memoriav ». <p>Toutes ces informations sont présentes sous la rubrique « projet archives » qui est avant tout informative.</p>
	<p>Les buts affichés sont-ils les buts qui paraissent réellement poursuivis : oui</p>

CONTENU

Questions	Éléments de réponse
Présentation du projet de numérisation	Cf. but du site
Présence de publicité sur le site ?	Aucune publicité. Le site ainsi que le projet sont financés par la Fondation pour la Sauvegarde du patrimoine audiovisuel de la Télévision Suisse Romande avec la collaboration de tsr.ch.
Technique	<p>Temps de chargement des vidéos Selon taille du document, connexion Internet, trafic sur le site et sur le réseau. Test effectué le 02/05/2007 :</p> <p>Pour une vidéo de 1 min = 5 secondes de chargement Pour une vidéo de 5 min = 5 secondes de chargement Pour une vidéo de 10 min = 5 secondes de chargement Pour une vidéo de 20 min = 5 secondes de chargement Pour une vidéo de 30 min = 6 secondes de chargement Pour une vidéo de 60 min = 6 secondes de chargement Pour une vidéo de 120 min = 10 secondes de chargement</p>
	<p>Formats utilisés, transparence des formats Numérisation sur cassette au format IMX puis encodage en haute et basse qualité. On apprend ses informations dans la rubrique « projet archives » dans la vidéo intitulée « un soin particulier ».</p>
	<p>Qualité sonore et vidéo Qualité sonore pas toujours optimale : certaines vidéos n'ont pas de bande son car le son était ajouté en cabine et qu'il n'a pas été retrouvé (exemple : les émissions « Carrefour »). Qualité vidéo : certaines vidéos ne sont pas de bonne qualité mais la politique de la TSR est de ne pas tout restaurer. Il faut garder le cachet des vidéos, les proposer telles qu'elles étaient diffusées autrefois (cf. vidéo « les archives TSR »)</p>
Visionnage	<p>Minutage des sujets visibles en ligne Minimum : 0'25" « le général fume ». Maximum : 120' « l'honneur perdu ».</p>
	<p>Gratuité des sujets Tous les sujets sont gratuits et visionnables dans leur intégralité.</p>

	<p>Lecteurs vidéo et audio Les utilisateurs ont le choix entre : > Real média Player > Vidéo média Player Pas de téléchargement des logiciels possible sur le site mais dans la rubrique « aide » l'adresse de leurs constructeurs est disponible.</p> <p>Débit vidéo Lecture des vidéos en streaming. 3 formats de lecture disponibles : 80Ko, 160Ko et 450 Ko.</p>
Tarif	<p>Prix de vente Pas de vente d'archives sur le site des archives. Certaines émissions sont en vente sur le site http://www.tsrboutique.ch/</p> <p>Moyen(s) de transaction proposé(s) Aucun</p>
Mode de présentation des fonds	<p>Vidéos accompagnées d'une fiche descriptive composée de 5 onglets :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Contexte pose le background de la vidéo. > Et encore : donne des informations complémentaires sur l'époque, les personnes présentes sur la vidéo... > Émission TSR : donne des informations sur l'émission dont est extraite la vidéo > Envoyer : permet d'envoyer via un formulaire la vidéo à ses contacts > Votre avis : permet aux visiteurs de donner leur avis sur la vidéo, le thème... et ce via un formulaire. <p>Voir copies d'écran</p>
Transparence des formats	<p>Extensions des fichiers précisées : non</p>
Interactivité et interaction avec les visiteurs	<p><i>Blog</i> : dédié au site web et aux archives audiovisuelles de la TSR. Possibilité de déposer un commentaire. Articles du blog rédigés par des personnes rattachées au projet. <i>Email « votre avis »</i> : un formulaire pour que les visiteurs puissent donner leur avis sur les vidéos. <i>Envoyer</i> : les visiteurs peuvent envoyer une vidéo à leurs connaissances grâce au formulaire « envoyer ». <i>Flux RSS</i> : pour tenir informé les visiteurs abonnés, des nouveautés sur le site et des nouvelles vidéos mises en ligne.</p> <p>Place accordée au visiteur Prise en compte des avis à propos du site web, de la qualité des sujets diffusés, des conseils... Un modérateur vérifie les avis avant de les diffuser. La rubrique « votre avis » occupe une place importante sur la page d'accueil et elle est remarquable de par sa couleur et son encadrement (rouge). Le visiteur est vraiment invité à participer. La TSR demande aux visiteurs de réagir et de leur fournir des informations sur le contenu de certaines vidéos dans la rubrique « inconnu ».</p>

Types de contenu	Contenus contextualisés. Voir annexe
Mise en valeur des contenus	Présence et accès possible depuis la page d'accueil : oui. Création de sites satellites : oui, comme le site « histoire de la TSR » http://www.histoiredelatsr.ch/home . Organisation selon des thèmes et l'actualité : oui.
Mise en ligne des contenus	Fréquence de mise en ligne : quotidienne, même plusieurs fois dans la journée (augmentation du compteur indiquant le nombre de vidéos disponibles sur le site)
	Automatisation de la mise en ligne (CMS ?) : aucune indication
	07/05/2007 : 1510 vidéos disponibles à 10h00 08/05/2007 : 1514 vidéos disponibles à 10h00 09/05/2007 : 1516 vidéos disponibles à 10h00 10/05/2007 : 1520 vidéos disponibles à 10h00 28/05/2007 : 1584 vidéos disponibles à 10h00 Voir annexe

NAVIGATION ET RUBRICAGE

Questions	Éléments de réponse
Outils de recherche sur le site	<p><i>Plan du site</i> : non</p> <p><i>Moteur de recherche intégré</i> : oui. Uniquement une recherche simple avec un critère maximum. Pas d'aide à la recherche ni de liste d'aide à la recherche.</p> <p><i>Index</i> : oui. Divisé en 4 catégories :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Clip (regroupe toutes les vidéos disponibles sur le site sans aucune différenciation de date, de durée, de thème...). ➤ Dossiers (regroupe les vidéos sous une thématique donnée, toutes les vidéos du site ne sont pas disponibles dans ces dossiers). ➤ Feuilletons (regroupe les feuilletons archives produits par la TSR). ➤ Vu à la télé (regroupe les différents numéros du mensuel « vu à la télé » qui est une émission contemporaine sur les archives de la TSR).
Principe de navigation	Rubricage multi-entrées et multi-sites pour favoriser l'accès à l'information quelque soit le public et leurs recherches. Voir copies d'écrans.

	<p>Indications textuelles pour le repérage Sur la page de résultats : titre de l'extrait vidéo, durée, date de diffusion et un résumé de l'extrait. Sur la page de visualisation de l'extrait : titre de l'extrait, nom de l'émission, durée, date de diffusion, nom du réalisateur, journaliste et parfois du producteur. Sur la page de résultats, le chemin d'accès (ou fil d'Ariane) est incomplet (ne va pas jusqu'au titre de l'extrait vidéo). Ouverture de la vidéo dans une nouvelle fenêtre pour éviter les fermetures intempestives de la fenêtre principale.</p> <p>Indications visuelles pour le repérage Une photo extraite de la vidéo. Rubriques à gauche des pages de différentes couleurs. Elles n'aident pas au repérage car elles ne sont pas reprises sur les pages. Sur la page de résultats, survol de la souris visible grâce à un fond de couleur orange pâle.</p> <p>Aide à la navigation Plan du site : non. Moteur de recherche : oui. Fil d'Ariane : oui mais incomplet. Guidage : non. FAQ : non. Rubrique d'aide : oui, mais ne traite pas de la navigation qui doit être intuitive.</p>
Page d'accueil	Voir copies d'écran
Personnalisation	Aucune personnalisation possible.
Visibilité du site sur le site « parrain »	Oui. Sur le site de la TSR un encart indique le thème du dossier mis en avant sur le site des archives et dans la barre de navigation, un bouton renvoie sur le site des archives.

ERGONOMIE ET ACCESSIBILITÉ

Questions	Éléments de réponse
Charte graphique	<p>Couleur : dominante de gris, blanc et rouge grenat. Les autres couleurs sont ternes et évoquent les couleurs d'antant (vieux rose, marron pâle, vieux mauve...).</p> <p>Logo : logo de la TSR (vert et gris). Titre du site rappelant les pellicules vidéo.</p> <p>Titraillage : titre des rubriques en majuscule, de couleur blanche, noire ou grise. Titres des vidéos sur la page de résultat, en gras. Titre des vidéos prêtes à être visionnées : en majuscules et de couleur grenat.</p> <p>Police : sans-serif, de type Arial. Taille : 10 pts.</p> <p>Css : 4 css différentes pour le site.</p> <p>Liens : dans un texte, lorsqu'ils pointent vers un autre site ils sont de couleur grenat et ne sont pas soulignés. Lorsqu'ils pointent vers le site, lors du survol de la souris, ils apparaissent soulignés. Dans la rubrique « votre avis », le lien pointant vers le formulaire d'envoi prend une couleur rouge vive et se souligne en cas de survol. Les liens des rubriques sont blancs et ils se soulignent en cas de survol.</p>

Ergonomie	Site ergonomique : oui.
Surcharge cognitive	Il est recommandé de ne pas dépasser 7 informations à la page pour que l'utilisateur les retiennent. Sur la page d'accueil de la TSR, on recense 13 informations (extraits vidéo disponibles directement).
Site disponible en plusieurs versions	Site contenant du JavaScript. Il est disponible en une seule version.
Site accessible	Pas de version spécialement dédiée à l'accessibilité.

RÉFÉRENCEMENT

Questions	Éléments de réponse
Contenu des balises « méta »	Non visible
Validation par le w3c	Pas d'indication
Ranking dans moteurs de recherche	Page rank au 4/05/2007 de 7/10

Attention, on peut retrouver une même vidéo sous différentes rubriques. Une vidéo ne possède pas une thématique unique.

Thèmes	Sous thèmes	Nombre de vidéos
Projet archives		7
Intégrale		
	ABE	3
	Actualités	4
	Affaires publiques	2
	Carrefour	350
	Continents sans visa	10
	Documentaires	2
	Madame TV	3
	Points	1
	Temps présents	15
	5 à 6 des jeunes	2
Thématique		
	Personnalité	108
	Société	260
	Politique	73
	Economie	48
	Sport	68
	Culture	213
	Science	20
Rubriques		
	Insolite	60
	Anachronique	43
	Célébrité	51
	Polémique	41
	Ils l'ont dit	16
	Humour	18
	Mode	14
	Spécial femme	27
Chroniques		
	Coup de cœur	28
	Inconnu	34
	L'invité	22
	Un jour	9
	Perspectives	39
	Instantané	107
Index		
	Clip	1592
	Dossiers	106
	Feuilletons	4
	Vu à la télé	18

Analyse au 31/05/2007 et basée selon les calculs du site Alexa

Pourcentage de visiteurs du site par rapport au nombre global d'internautes

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
0.0095%	0.01%	0.0108%

Nombre de pages vues par visiteurs (moyenne)

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
2.7	3.4	3.5

Les visiteurs du site se connectent principalement depuis :

Suisse	France	Maroc	Belgique
48.8%	33.3%	3.6%	1.9%

Les visiteurs arrivent sur le site des archives depuis (hors moteurs de recherche) :

www.tsr.ch	www.dev.tsr.ch	www.infrarouge.tsr.ch
92%	2%	2%

Temps de chargement moyen des pages : 1.9 secondes

Nombre de sites qui pointent vers le site : 27 dont Wikipédia, des Google group...

Les internautes ayant visité le site, visitent également :

- www.tvrl.ch
- www.lemanbleu.ch
- www.canal9.ch
- www.be-tv.ch
- www.alphatv.ch

Organisation de la page d'accueil

The screenshot shows the homepage of 'LES ARCHIVES DE LA TSR'. The layout includes a top navigation bar with 't/r.ch' and 'INFO | SPORT | ÉMISSIONS | MÉTÉO | VIDÉO | DÉCOUVERTE | ARCHIVES | ZAVÉVOU | PROGRAMME TV'. Below this is a search bar and a main menu with categories like 'ALA DÉCOUVERTE DU PATRIMOINE AUDIOVISUEL ROMAND', 'PROJET ARCHIVES', 'INTÉGRALES', 'THÉMATIQUES', 'RUBRIQUES', 'CHRONIQUES', 'INDEX', 'AIDE', and 'CONTACTS'. The main content area features a large image of Jean-Paul Sartre and several article teasers. Numbered annotations (1-10) point to specific elements: 1. Title of the site; 2. Search bar; 3. Number of videos; 4. RSS feed; 5. Blog; 6. Main article; 7. 'COUP DE CŒUR DES ARCHIVES'; 8. 'L'INVITÉ'; 9. 'VOUÀ LA TÉLÉ'; 10. 'SÉLECTION'.

- 1 Titre du site permettant de revenir sur la page d'accueil (chemin unique).
- 2 Moteur de recherche. Pour une recherche pertinente utiliser les guillemets même si la requête ne contient qu'un seul terme.
- 3 Nombre de vidéos disponibles en ligne.
- 4 Possibilité, pour les visiteurs, de s'abonner à un flux RSS pour être tenus informés des dernières nouveautés sur le site.
- 5 Espace permettant aux visiteurs d'avoir accès au blog du service des archives de la TSR, de donner leur avis sur le site et de visionner les 3 clips les plus regardés la semaine précédente.
- 6 Dossier de la semaine en rapport avec l'actualité. Il contient plusieurs extraits vidéo.
- 7 Vidéos en rapport avec l'actualité contemporaine et classées dans une rubrique précise. Si le thème de la vidéo concorde avec l'actualité, alors elle sera affichée sur la page d'accueil du site.
- 8 Sélection aléatoire de vidéos dans le fonds. Classement thématique (cf. les sous-rubriques de la rubrique « thématique »).
- 9 Rubriques thématiques ciblant des publics spécifiques (élèves, professeurs, « nostalgiques »...)
- 10 Reprise de 4 vidéos tirées des sous-rubriques de la rubrique « Chroniques ». Les vidéos sont aléatoires.

Présentation des résultats d'une requête

1 Résultats présentés toujours de la même façon :

- Le titre de l'extrait
- Sa date de diffusion
- Un petit résumé
- Une image tirée de la vidéo
- La durée

2 Fil d'Ariane pour se repérer plus facilement.

3 Nombre de résultats pour une requête.

4 Possibilité de trier les résultats par date de mise en ligne ou par date de diffusion

5 Navigation entre les différentes pages de résultats.

Mode de présentation des fonds

- 1 Choix de la qualité vidéo selon la connexion Internet du visiteur. Choix du lecteur vidéo.
- 2 Lecture de la vidéo en streaming.
- 3 Informations clés sur la vidéo (titre de l'émission, sa durée et sa date de diffusion). L'année de mise en ligne sur le site web est également précisée.
- 4 Fiche d'accompagnement de la vidéo décomposée en 4 rubriques :
 - **Contexte** : contexte historique, social, politique au moment de la première diffusion de l'extrait vidéo.
 - **Émission TSR** : explication sur l'émission dont est tiré l'extrait.
 - **Votre avis** : formulaire permettant aux visiteurs de rédiger un commentaire sur la vidéo.
 - **Envoyer** : formulaire permettant d'envoyer la vidéo à ses contacts.

The screenshot shows a video player interface. At the top left, there is a play button icon and the title "LA VOITURE À GAZ" with a red circle containing the number 1. Below the title is a dropdown menu showing "160k | 450k | <>". The video player area is mostly black, with a green circle containing the number 2 in the center. Below the video player is a control bar with various icons (play, stop, previous, next, full screen, volume) and a progress bar. To the right of the control bar, there is a red circle containing the number 3. Below the control bar, the following information is displayed:

Emission: Un jour une heure
Durée: 4'28"
Date: 17.01.1974
 © 2007 Archives TSR

On the right side of the interface, there is a sidebar menu with four items, each with a colored circle and text:

- 4 **CONTEXTE**
- ENVOYER**
- ÉMISSION TSR**
- VOTRE AVIS**

Below the sidebar menu, there is a text area containing the following text:

En janvier 1974, alors que la Suisse subit la première crise pétrolière, un inventeur valaisan, François Geiger, prend au pied de la lettre les arrêtés du Conseil fédéral tendant à limiter la consommation d'essence: il met au point un moteur qui utilise les gaz produits par le recyclage des eaux usées. Une méthode originale, mais isolée.

Le commentaire au début de ce document est manquant, il avait été lu en direct d'une cabine lors de la diffusion de ce sujet à l'antenne.

Avant d'accéder à cette fiche vidéo, une fenêtre indiquant le débit de notre connexion Internet s'affiche. Cette fonctionnalité aide les visiteurs à choisir le débit vidéo qui leur permettra de visionner la vidéo dans les meilleures conditions (pas de saccade, son correct...).



www.rtbf.be

Rubricage et classement des vidéos (1/2)

Rubricage multi-entrées pour favoriser l'accès à l'information quelque soit le public et leurs recherches.

- 1 Rubriques communes au site des archives et au site officiel de la TSR. Elles permettent de passer d'un site à l'autre aisément (rubricage multi-sites).
- 2 Rubriques qui offrent un 1er classement thématique, physique ... des vidéos.
- 3 Rubriques thématiques qui ciblent des publics particuliers :
 - Fenêtre sur : navigation par période
 - Vu à la télé : émission contemporaine dédiée aux archives de la TSR. Une autre mise en valeur du fonds.
 - Cantons : l'histoire des cantons, présentés un à un.
 - Écoles : dossiers pour les enseignants et les élèves. Pas de classement thématique à l'intérieur de cette rubrique.
 - La fiction : feuilleton complet produit par la TSR ayant remporté un vif succès lors de sa sortie.
 - L'histoire la TSR : les 50 ans de la TSR retracés à travers des vidéos et photographies.

Rubricage et classement des vidéos (2/2)

The screenshot shows the website interface for 'LES ARCHIVES DE LA TSR'. At the top, there are navigation links: 'AL A LA DECOUVERTE DU DIMOINE A VISUEL', 'PROJETS ARCHIVES', 'INTÉGRALES', 'RUBRIQUES', 'CHRONIQUES', 'INDEX', 'AIDE', 'CONTACTS', and 'LE BLOG'. A search bar is visible on the left. The main content area features a large image of Jean-Paul Sartre and a 'LE DOSSIER' section with the title 'JEAN-PAUL SARTRE, LE CONTEMPORAIN CAPITAL'. Below this, there are several smaller video thumbnails with titles like 'Coup de cœur des archives', 'Inconnu à ce jour', 'Le sens de Pâques', 'Cantons', 'Écoles', 'La fiction', and 'L'histoire de la TSR'. A sidebar on the right contains 'L'INVITE' (Jean-Noël Schifano), 'UN JOUR' (Jacques Isorni), 'PERSPECTIVES' (Regards sur l'Islam), and 'INSTANTANÉ' (La démonstration de chimie).

Menu déroulant en JavaScript qui donne accès à des sous rubriques

- 1 **Projet archives** : rubrique regroupant des vidéos contemporaines qui présentent le déroulement du projet archives à la TSR.
- 2 **Intégrales** : tous les numéros des émissions phares de la TSR comme Carrefour, Madame TV... Vidéos classées par émission
- 3 **Thématiques** : vidéos classées selon 7 grands thèmes : personnalité, société, politique, économie, sport, culture, science.
- 4 **Rubriques** : classement proche de celui d'un magazine papier avec ses rubriques : insolite , ils ont dis, célébrités...
- 5 **Chroniques** : reprend les rubriques mises en gros plan sur la page d'accueil.
- 6 **Index** : pas de classement intellectuel dans cette rubrique mais un classement physique des vidéos.
- 7 **Aide** : rubrique dans laquelle on retrouve les questions les plus fréquentes des internautes.
- 8 **Contacts** : coordonnées, formulaire de contact et crédits.

Les intitulés des rubriques et des sous-rubriques ne sont pas toujours très parlants. Une même vidéo peut être classée sous différentes rubriques.

Ergonomie du site

- Graphisme épuré, identité visuelle sans logo. Charte graphique en décalage avec celle du site officiel de la TSR.
- Choix de couleurs pasteltes voire ternes pour les rubriques (charte graphique propre au site des archives). Couleurs lumineuses lorsque l'on survole un lien avec la souris.
- Pas de rappel de couleur pour se repérer plus facilement dans le site.
- Sur la page d'accueil : 50% images, 50% photos. Il faut au minimum 1 clic pour arriver sur une vidéo et 2 au maximum.
- Sur la page d'accueil la photo du dossier de la semaine occupe ¼ de l'écran.

British Broadcasting Company (BBC)

Analyse du site web
des archives audiovisuelles

rtbf

www.rtbf.be

GRILLE D'ANALYSE BBC

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Critères	Éléments de réponse
Adresse	http://creativearchive.bbc.co.uk/index.html
Auteur(s) du site (personne physique ou morale)	Creative Licence Archive Group (personne physique).
Compétences et/ou fonctions de l'auteur	Sont-elles clairement données ? Non. On sait uniquement quels producteurs de contenus participent au groupe, c'est à dire la BBC, Channel 4, Radio 1, Teachers' TV, le BFI, Open university...
Site de référence dans le domaine des archives audiovisuelles et sonores ?	Oui. Pour son travail sur la licence creative commons.
Contact auteur(s)	Oui. La rubrique "tell us what you think" propose un formulaire aux visiteurs pour qu'ils puissent poser leurs questions. Les visiteurs doivent préciser dans le formulaire l'objet de leur message (liste prédéfinie d'objets).
Publics ciblés	Tout public. Les enseignants et élèves sont aussi concernés par ces archives puisque le producteur « Teachers' TV » a adhéré au groupe « creative commons » et qu'ils pourront réutiliser gratuitement les archives dans leur cours. Le site « BBC school » propose un fonds de vidéos numérisées et sous licence creative archive commons.
Langue(s)	Anglais uniquement
Accès au site	Totalement gratuit. Les vidéos sont sous la licence creative archive commons. Il y a uniquement quelques règles d'utilisation et de téléchargement à respecter.
	Accès par un site intermédiaire ? Non. Aucune rubrique sur le site de la BBC ne renvoie vers le site des archives.
	Url du site intuitive ? Oui. On retrouve le mot « archives » et « BBC » dans l'url ce qui facilite sa visibilité. Cependant le mot « archives » est accompagné du mot « creative » ce qui peut minimiser la compréhension des utilisateurs.
Date de création du site	2005/04
Dernière mise à jour du site	La date de la dernière mise à jour du site n'est pas disponible.
Type de site	Informatif, éducatif (rubrique dédiée aux enseignants et aux élèves), créatif (il permet la réutilisation des extraits sous certaines conditions).

Compatibilité avec les navigateurs et les systèmes d'exploitation	Compatible avec IE 5 et supérieur. Compatible avec Firefox, Opéra, (Safari et Netscape ?) Compatible avec Windows, Linux et Mac Les systèmes d'exploitation et navigateurs compatibles ne sont pas indiqués sur le site.
Buts du site	Mettre à disposition du public anglais des extraits audio et vidéo appartenant aux collections d'archives de la BBC, de Channel 4... Le public peut télécharger les extraits et les utiliser mais en respectant les règles imposées par la licence creative archives commons. Le site propose des extraits relatant des faits historiques, culturels, les débuts de la TV...
	Les buts affichés sont-ils les buts qui paraissent réellement poursuivis ? Il n'est pas possible d'en juger en Belgique puisque les extraits sont téléchargeables uniquement en Grande Bretagne.

CONTENU

Questions	Éléments de réponse
Présentation du projet de numérisation	Aucune information quant à la numérisation des archives sur le site. Le plus important dans le projet de la BBC reste la licence creative commons. Le projet pilote a duré 18 mois (avril 2005 à octobre 2006) et le site contient désormais tous les fonds que la BBC a pu mettre sous licence creative commons. Le site est actuellement en période test pour les utilisateurs.
Présence de publicité sur le site ?	Aucune publicité
Technique	Temps de chargement des vidéos Impossible de tester cela depuis la Belgique
	Formats utilisés, transparence des formats Oui. Dans la FAQ, on apprend que 3 formats ont été choisis pour la diffusion des extraits : <ul style="list-style-type: none"> ➤ mpeg1 ➤ QuickTime ➤ Windows media Ce sont les formats les plus utilisés en Grande Bretagne. Si ces formats ne conviennent pas à tout le monde, la BBC invite ses utilisateurs à envoyer un feedback. La BBC explique aussi que le groupe creative archives commons n'a pas choisi le format de realmedia car il convient mieux au streaming qu'au téléchargement des extraits.
	Qualité sonore et vidéo Impossible de tester cela depuis la Belgique
Visionnage	Minutage des sujets visibles en ligne Impossible de tester cela depuis la Belgique

	<p>Gratuité des sujets Tous les sujets sont gratuits et visionnables dans leur intégralité mais selon certaines conditions (les règles de la creative archive commons) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pour un usage personnel ou éducatif (les établissements doivent remplir certaines conditions pour être déclarés éducatifs). ➤ Pour un usage uniquement au Royaume Unis. ➤ Toujours signer l'œuvre créée à partir de l'extrait et ne pas oublier de citer le créateur de l'original. ➤ En cas de création à partir d'extraits vidéo, il est obligatoire que la nouvelle création soit elle aussi sous creative commons. ➤ L'extrait sous creative commons ne doit pas être utilisé à des fins politiques, de diffamation. <p>Lecteurs vidéo et audio Les utilisateurs ont le choix entre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Windows media Player ➤ Quick Time <p>La BBC a également mis au point un lecteur vidéo (IMP) pour lire les programmes diffusés dans les 7 derniers jours, mais cela s'apparente plus à de la VOD. Des liens pour télécharger les lecteurs sont disponibles sur le site.</p> <p>Débit vidéo Lecture uniquement une fois le document téléchargé. Pas de streaming.</p>
Tarif	<p>Prix de vente Totalement gratuit mais uniquement en cas de respect des règles de la licence creative commons.</p> <p>Moyen(s) de transaction proposé(s) Aucun</p>
Mode de présentation des fonds	Impossible de tester cela depuis la Belgique
Transparence des formats	Extensions des fichiers précisées : non
Interactivité et interaction avec les visiteurs	<p>Flux RSS : pour tenir informé les visiteurs abonnés des nouveautés sur le site et des nouvelles vidéos mises en ligne. Des lecteurs de flux RSS sont proposés en téléchargement aux utilisateurs.</p> <p>Newsletter : pour se tenir informé des dernières avancées sur le projet creative archives commons.</p> <p>Vote : les visiteurs ont la possibilité de voter pour les nouveaux thèmes et documents qu'ils aimeraient voir en ligne.</p> <p>Place accordée au visiteur Prise en compte des avis à propos du site web, de la qualité des sujets diffusés, des conseils...</p>

Types de contenu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Histoire naturelle ➤ Bouleversements mondiaux ➤ Les débuts de la télévision ➤ Programmes locaux ➤ Des documents en rapport avec le programme scolaire national. <p>Aucune indication sur leur organisation ni sur le nombre de vidéos par thème.</p>
Mise en valeur des contenus	Création de sites satellites : oui, par exemple « Open school archives » sur le site de BBC school.
Mise en ligne des contenus	Fréquence de mise en ligne : durant la phase de test, les contenus étaient ajoutés certains mois et souvent par collection complète. Pas de fréquence régulière.
	Automatisation de la mise en ligne (CMS ?) : pas d'indications à ce propos
	Au 22/05/2007 : près de 500 documents audio et vidéo sont disponibles sur le site des archives de la BBC.

NAVIGATION ET RUBRICAGE

Questions	Éléments de réponse
Outils de recherche sur le site	Impossible de tester cela depuis la Belgique.
Principe de navigation	Rubricage multi-entrées et multi-sites : Impossible de tester cela depuis la Belgique
	Indications textuelles pour le repérage Impossible de tester cela depuis la Belgique
	Indications visuelles pour le repérage Impossible de tester cela depuis la Belgique
	Aide à la navigation Impossible de tester cela depuis la Belgique
Page d'accueil	Impossible de tester cela depuis la Belgique. La page d'accueil accessible n'est pas celle de la Grande Bretagne.
Personnalisation	Impossible de tester cela depuis la Belgique
Visibilité du site sur le site « parrain »	Oui, mais une visibilité très faible puisqu'il faut rechercher le site avec le moteur de recherche. Pas de rubrique spécialement dédiée au projet sur le site parrain.

ERGONOMIE ET ACCESSIBILITÉ

Questions	Éléments de réponse
Charte graphique	<p>Couleur : dominante de bleu, vert et rose. Les couleurs sont assez vives sur le site hors Grande Bretagne. Sur le site au Royaume Unis, les couleurs sont des dégradées de gris et de vert.</p> <p>Logo : logo de la licence creative archives commons. Couleurs identiques à celles citées précédemment.</p> <p>Titraile : titre des pages et des paragraphes en gras, noir. Corps du texte en noir.</p> <p>Police : sans-serif, de type Arial. Taille : 10 pts.</p> <p>Css : 1 css</p> <p>Liens : liens de couleur bleue. En cas de survol, ils deviennent bleu plus foncé et se soulignent. Les liens visités sont identiques aux liens de base.</p>
Ergonomie	Pas d'informations suffisantes sur le site visible en Grande Bretagne pour déterminer cela.
Surcharge cognitive	Page d'accueil très aérée, seulement 5 images et très peu de texte.
Site disponible en plusieurs versions	Site sans JavaScript. Il est disponible en une seule version.
Site accessible	Aucune indication à ce sujet mais le site de la BBC est lui accessible.

RÉFÉRENCIEMENT

Questions	Éléments de réponse
Contenu des balises « méta »	<p>La seule méta du site est la suivante : <meta name="description" content="Creative Archive Licence Group" />.</p> <p>Si le site arrive dans les premiers résultats de Google c'est grâce au lien de la BBC qui pointe vers lui.</p>
Validation par le w3c	Pas d'indication
Ranking dans moteurs de recherche	Page rank au 22/05/2007 de 7/10

Only for use within the **UK**

Free content from the Open Earth Archive

Wild Card' competition!
Make a video postcard featuring your Open Earth Archive highlights.

Download Video
Over 230 pieces of wildlife and nature content are up for grabs!

Editing for beginners
Never edited before? Our 'Easy Edit Suite' will get you started.

Creative Archive Licence

Licensed to thrill
Find out why you can get creative with these BBC clips

Beyond the basics
Get more information on improving your editing skills

Good question!
Problems downloading? Wondering why UK only? Our FAQs have the answers

Exclusive footage from "Planet Earth"

- Antarctic seen from air**
- Arctic foxes**
- Desert shown from the air**
- Sunset over the sea**
- Polar bear cubs**
- Delta as seen by a satellite**

Analyse au 31/05/2007 et basée selon les calculs du site Alexa

Pourcentage de visiteurs du site par rapport au nombre global d'internautes

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
1.555%	1.43%	1.568%

Nombre de pages vues par visiteur (moyenne)

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
5.5	5.5	5.6

Les visiteurs du site se connectent principalement depuis

UK	US	Canada
35.9%	14.7%	3.1%

Les visiteurs arrivent sur le site des archives depuis (hors moteurs de recherche)

www.news.bbc.co.uk	www.bbc.co.uk	www.search.bbc.co.uk
55%	41%	1%

Temps de chargement moyen des pages : 1 seconde

Nombre de sites qui pointent vers le site : 257 dont Youtube, Allegro, Google...

Les internautes ayant visité le site, visitent également :

- www.open.ac.uk (Open University l'un des membres du groupe creative archives commons)
- www.movabletype.org
- www.channel4.com
- www.flickr.com

ITN Sources

Analyse du site web du
fournisseur d'archives
audiovisuelles

rtbf

www.rtbf.be

GRILLE D'ANALYSE ITN SOURCES

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Critères	Éléments de réponse
Adresse	http://www.itnsource.com/en/Video-Clip-Store/
Auteur(s) du site (personne physique ou morale)	Personne physique : ITN
Compétences et/ou fonctions de l'auteur	Sont-elles clairement données ? Non. Seule la fonction des personnes travaillant pour ITN est indiquée.
Site de référence dans le domaine des archives audiovisuelles et sonores ?	Oui. Le projet est connu car il regroupe les archives audiovisuelles de grandes sociétés productrices de contenus ou chaînes de TV comme Fox News, Channel 4...
Contact auteur(s)	Oui. Dans la rubrique « ITN contact ». Possibilité de contacter les personnes en charge du projet, les responsables des ventes des archives... Pour chaque contact sont précisés : <ul style="list-style-type: none"> ➤ la fonction dans la société. ➤ les coordonnées électroniques et physiques. ➤ un formulaire de contact personnel. Possibilité de trier les contacts par fonction, pays, nom et par archives (responsabilité d'une collection).
Publics ciblés	Pour les personnes qui travaillent dans la publicité, les nouveaux medias, l'éducation, la production, la télévision ou le film.
Langue(s)	Anglais uniquement
Accès au site	L'accès au site est gratuit, certaines vidéos peuvent être prévisualisées gratuitement mais l'acquisition des vidéos et leur téléchargement reste payant. Pour ralentir les fraudes au niveau du téléchargement, une image en filigrane est placée sur chaque vidéo prévisualisable.
	Le site est indépendant des producteurs de contenu. Pour y accéder, on doit utiliser l'adresse suivante : http://www.itnsource.com . Certains producteurs dépositaires chez ITN source indiquent dans leur FAQ l'adresse du site pour les personnes intéressées par les archives.
	Url du site intuitive Non. Seul le nom de la société est reconnaissable. Le mot « source » n'apporte aucune précision quant à la nature du site.
Date de création du site	NC
Dernière mise à jour du site	D'après la FAQ, la mise à jour est quotidienne.
Type de site	Site vitrine, commercial. Vente de vidéos pour les professionnels.

Compatibilité avec les navigateurs et les systèmes d'exploitation	<p>Compatible avec IE 6 et supérieur. Compatible avec Firefox, Safari Compatible avec Windows, Linux et Mac Les systèmes d'exploitation et navigateurs compatibles sont indiqués sur le site :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Windows XP: IE 6.x ➤ Windows XP: Firefox 1.x ➤ Mac OS X: Safari ➤ Mac OS X: Firefox 1.x
Buts du site	<p>Site de vente de vidéos professionnelles à destination des médias. Le site cherche à mettre en avant les collections issues de différents producteurs de contenu (Channel 4, Fox news, LNN...). Possibilité de visualiser certains extraits vidéo, de créer un projet vidéo (une liste détaillée des vidéos à commander par la suite, historique des recherches), de partager cet espace de travail avec d'autres personnes. Le site cherche également à faciliter les recherches des visiteurs avec un moteur très complet, des compilations de clips vidéos préétablies...</p> <p>Le site permet aussi l'achat en ligne de vidéos. Une seconde partie du site appelée « videoclip store » met également en avant des images vidéo « neutres » tournées par ITN et dédiées exclusivement à la vente en ligne.</p> <p>Les buts affichés sont-ils les buts qui paraissent réellement poursuivis : oui</p>

CONTENU

Questions	Éléments de réponse
Présentation du projet de numérisation	Pas de présentation du projet de numérisation. Toutes les vidéos ne sont pas encore numérisées (en particulier celles qui n'ont pas de preview). L'obtention de vidéos dans un format numérisé n'est pas toujours possible. Il faut pour cela se renseigner auprès du service des ventes.
Présence de publicité sur le site ?	Aucune publicité sur le site.
Technique	<p>Temps de chargement des vidéos Selon taille du document, connexion Internet, trafic sur le site et sur le réseau. Test effectué le 23/05/2007 :</p> <p>Pour une vidéo de 1 min = immédiat dans le lecteur flash du site Pour une vidéo de 5 min = immédiat dans le lecteur flash du site Pour une vidéo de 10 min = 5 secondes de chargement</p>
	<p>Formats utilisés, transparence des formats Aucune information sur les formats des vidéos visibles sur le site. Lors d'une commande, le visiteur peut choisir le format de la vidéo ainsi que le support souhaité.</p>
	<p>Qualité sonore et vidéo Pas de précision à ce propos sur le site. Le son des vidéos en prévisualisation est de bonne qualité.</p>

Visionnage	<p>Minutage des sujets visibles en ligne Minimum : 0'1" Maximum : 10'05" Moyenne : 0'30" Généralement, les clips vidéo sont très courts afin de pouvoir être utilisés directement dans un documentaire, un reportage, une émission... Un seul et même reportage sera souvent présenté sous la forme de différents petits clips.</p>
	<p>Gratuité des sujets Non. Certains clips vidéo sont prévisualisables gratuitement mais leur téléchargement et leur réutilisation sont compromis par le système de sécurité mis en place sur le site : un filigrane derrière chaque vidéo. La prévisualisation d'un clip vidéo qui n'est pas visible en ligne est payante. L'acquisition d'une vidéo en haute qualité pour sa diffusion future est payante.</p>
	<p>Lecteurs vidéo et audio Lecture des extraits dans le lecteur flash intégré au site. Pour les prévisualisations de la collection du British Pathé (qui a été entièrement numérisée), c'est le lecteur Windows média Player qui est utilisé. En cas de commande, la lecture se fera selon le support choisi.</p>
	<p>Débit vidéo Lecture des extraits vidéo en streaming. Le chargement des vidéos est immédiat. Un seul débit est disponible. Aucune possibilité de changer la résolution et la taille en visualisation de la vidéo.</p>
Tarif	<p>Prix de vente Les prix des vidéos dépendent : ➤ De l'utilisation de l'extrait vidéo. ➤ Du ou des pays dans lesquels l'extrait sera diffusé. ➤ De la durée de la licence demandée. ➤ Du nombre de fois où l'extrait est utilisé. ➤ Du format de réception choisi. ➤ Du format de visualisation choisi (betacam, vhs...).</p> <p>Une commande ne peut être validée qu'avec un minimum de 5 clips vidéo. Les coûts de stockage et de transfert : annexe Coûts d'obtention d'une vidéo : annexe</p>
	<p>Moyen(s) de transaction proposé(s) Par carte bancaire (Visa, Maestro, MasterCard, American Express, Visa Delta, Diners Card, Solo) ou par Business Account qui doit être ouvert sur le site.</p>

<p>Mode de présentation des fonds</p>	<p>La page de résultats est présentée sous forme de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Liste avec une photo extraite de la vidéo, une date, un titre, la durée, une référence, la note qui a été attribuée par les visiteurs, le nom du producteur. ➤ Un bouton permet d'insérer directement la vidéo dans son « clipbin » (espace personnel). <p>Les vidéos sont accompagnées d'une fiche descriptive avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Une description globale de la vidéo et un rappel rapide du contexte. ➤ Une description physique et intellectuelle de la séquence, avec également sa durée. ➤ Des informations techniques sur la vidéo (temps, producteur...) ➤ Un code alphanumérique qui fait office de cote. ➤ Une photo extraite de la vidéo. Si on clique sur celle-ci, la vidéo va se lancer dans le lecteur. Sur certaines fiches, la vidéo n'est pas disponible. ➤ Un onglet « commentaires » permet aux visiteurs de laisser un commentaire sur la vidéo. ➤ Un bouton pour sauvegarder la vidéo dans son espace personnel. <p>En plus de cette fiche descriptive, on trouve :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La vidéo en lecture dans le lecteur intégré à la page ➤ Des photos extraites de la vidéo qui permettent de passer d'une séquence à une autre. Sous chaque photo, la durée de la séquence est indiquée. ➤ Le nombre de séquences disponibles est indiqué au dessus des photos. ➤ Une référence globale et la date de prise de vue pour tous les extraits ➤ Les visiteurs ont la possibilité de noter la vidéo de 0 à 5. <p>La fiche descriptive peut être imprimée (bouton « print »). La page complète avec les extraits peut être envoyée par mail à ses contacts via un formulaire. Un lien permet de télécharger les séquences vidéo au format QuickTime. Voir les copies d'écrans</p>
<p>Transparence des formats</p>	<p>Extensions des fichiers précisées : non</p>
<p>Interactivité et interaction avec les visiteurs</p>	<p><i>Email</i> : la rubrique « contact us » permet au visiteur de contacter l'un des bureaux d'ITN à travers le monde via un formulaire. Grâce à un classement par nom, pays, rôle et archives, il est facile de trouver à la bonne personne à qui s'adresser.</p> <p><i>Envoyer</i> : les visiteurs peuvent envoyer une vidéo à leurs connaissances grâce au formulaire « envoyer ».</p> <p><i>Comments</i> : l'onglet « commentaires » dans les fiches descriptives permet de laisser un commentaire quel qu'il soit sur la séquence vidéo. La possibilité est laissée à l'utilisateur d'attribuer une note à la séquence.</p>

	<p>Place accordée au visiteur</p> <p>Le visiteur peut se créer un espace personnel où il :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Stocke les vidéos qui lui plaisent. ➤ Organise ces vidéos en « projets » et nomme ceux-ci. ➤ Partage ses projets avec qui il souhaite. ➤ Résume en quelques phrases son projet. <p>Le visiteur peut ensuite acheter les vidéos en passant par cet espace privé. Il peut ajouter, supprimer des séquences... L'enregistrement pour avoir accès à son propre espace personnel est gratuit.</p>
Types de contenu	<p>Aucune contextualisation des fonds : les informations sont données de manière brutes et elles ne peuvent être trouvées que par le moteur de recherche du site (pas de rubricage « intelligent »).</p> <p>Sur la page d'accueil et dans les vidéos de présentation d'ITN source, certaines thématiques émergent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ People ➤ Industrie ➤ Location ➤ Fashion ➤ Faith ➤ Environnement ➤ Entertainment ➤ Dates ➤ Conflicts <p>Mais il est impossible de chercher selon ces thématiques.</p> <p>Sur la page d'accueil, une présentation des différentes collections conservées par ITN source est disponible. Les particularités de chacune sont présentées afin de donner au visiteur une idée d'où et de ce qu'il pourra trouver lors d'une de ses recherches.</p> <p>Les vidéos proposées peuvent être des documentaires, des reportages, des extraits d'information TV, des images sportives, des images de la 2^{ème} guerre mondiale, des films... mais il n'est pas possible d'effectuer une recherche selon le type d'émission recherché. Seule une différenciation entre « news » et « TV & films » est faite.</p>
Mise en valeur des contenus	<p>Présence et accessibilité depuis la page d'accueil : oui mais accès seulement à quelques vidéos.</p> <p>Création de sites satellites : non</p> <p>Organisation selon des thèmes et l'actualité : non</p>
Mise en ligne des contenus	<p>Fréquence de mise en ligne : quotidienne</p>
	<p>Automatisation de la mise en ligne : oui. ITN source semble fonctionner avec le CMS Episerver.</p>
	<p>20 heures de vidéos par jour ajoutées dans la base d'ITN. Attention, ce ne sont pas toujours des ajouts de vidéos numérisées mais uniquement des ajouts de fiches.</p> <p>ITN source détient 750 000 heures de vidéos provenant de 9 producteurs différents.</p> <p>Aucune indication quant au nombre de vidéos par producteur.</p>

NAVIGATION ET RUBRICAGE

Questions	Éléments de réponse
Outils de recherche sur le site	<p><i>Plan du site</i> : oui. <i>Moteur de recherche intégré</i> : oui, c'est l'outil de recherche principal du site (voir copies d'écran). <i>Index</i> : non.</p>
Principe de navigation	<p>Rubricage multi entrées : il est très limité puisqu'il permet uniquement de choisir entre un accès aux archives vidéo ou aux vidéos faite par ITN pour un usage commercial (exemple : des plans fixes sur une rue...). Il n'y a pas de rubricage permettant d'accéder à un contenu catégorisé, classé, trié.</p>
	<p>Indications textuelles pour le repérage Titre de la vidéo en gras</p> <p>Indications visuelles pour le repérage Une photo extraite de la vidéo. Un bouton « back » permettant de revenir à la page des résultats de la recherche. Colorisation de l'onglet indiquant dans quelle zone du site le visiteur se trouve. Des éléments fixes comme les liens vers le panier, l'espace personnel, le moteur de recherche simple...</p>
	<p>Aide à la navigation Plan du site : oui. Moteur de recherche : oui. Fil d'Ariane : non. Guidage : non. FAQ : oui, elle traite du prix des vidéos, de l'enregistrement des nouveaux visiteurs, de l'espace personnel. Rubrique d'aide : oui, avec tous particulièrement une aide à la recherche.</p>
Page d'accueil	Voir copies d'écran
Personnalisation	Personnalisation de l'espace personnel avec les options vues précédemment (cf. place accordée au visiteur).
Visibilité du site sur le site « parrain »	Sur les sites partenaires d'ITN, on trouve parfois une indication à propos des archives et de leur disponibilité sur le site ITN Source. C'est par exemple le cas de British Pathe qui laisse ITN source s'occuper des droits de diffusion de ses productions.

ERGONOMIE ET ACCESSIBILITÉ

Questions	Éléments de réponse
Charte graphique	<p>Couleur : dominante de gris, noir et orange.</p> <p>Logo : logo d'ITN source reprenant le logo d'ITN (la chaîne de TV). La seule différence se situe au niveau de la couleur : celui d'ITN source est orange.</p> <p>Titraile : Titre des vidéos sur la page de résultat, en gras. Titre des vidéos prêtes à être visionnées : en majuscule et de couleur noire.</p> <p>Police : sans-serif, de type Arial. Taille : variant de 8 à 10 pts.</p> <p>Css : 8 css différentes pour le site.</p> <p>Liens : Liens non-visités de couleur noire et avec un attribut gras (parfois souligné). En cas de survol de la souris, le texte devient blanc et il est surligné en orange. Un lien visité est gris clair et il garde ses attributs gras (et souligné).</p>
Ergonomie	Site ergonomique : oui
Surcharge cognitive	Les informations sont bien aérées sur la page d'accueil du site. On trouve une alternance d'images, de texte. Cependant une vidéo faisant le ¼ de page, tourne en continu et le visiteur n'a aucun moyen de la stopper. Cette vidéo peut déranger la lecture, jouer sur la concentration.
Site disponible en plusieurs versions	Site contenant du JavaScript. Il est disponible en une seule version.
Site accessible	Le site n'offre pas de version accessible.

RÉFÉRENCEMENT

Questions	Éléments de réponse
Contenu des balises « méta »	<p>Balise méta pour la page d'accueil :</p> <pre><meta name="TITLE" content="Entire Archive - ITNSource" /> <meta name="KEYWORDS" content="EPiServer, Content management, ElektroPost" /> <meta name="creation_date" content="Tue, 20 Feb 2007 22:11:00 GMT" /> <meta name="LAST-MODIFIED" content="Sun, 01 Apr 2007 20:29:33 GMT" /> <meta name="REVISED" content="Sun, 01 Apr 2007 20:29:33 GMT" /> <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" /> <meta name="ROBOTS" content="index, follow" /></pre>
Validation par le w3c	Pas d'indication
Ranking dans moteurs de recherche	Page rank au 28/05/2007 de 6/10

Tableau des coûts de transfert et de stockage

Transfer/Technical Product

PRODUCT NAME	MINIMUM NUMBER OF CLIPS CHARGED PER ORDER	£ PER CLIP
Disc: DVD PAL/NTSC	5	£5
Download: Mpeg2 2mb/s	5	£1
Download: Mpeg2 6mb/s	5	£1
Download: QuickTime, 640 x 480, 750 Kbps	5	£1
Download: Windows Media Player, 640 x 480, 750 Kbps	5	£1
Tape: Beta SP PAL or NTSC	5	£10
Tape: DigiBeta PAL	5	£10
Tape: DV Cam PAL	5	£10
Tape: DVC Pro PAL	5	£10
Tape: Mini DV PAL	5	£10
Tape: VHS PAL or NTSC	5	£5

Stock Products

PRODUCT NAME	£ EACH
Beta Stock	£25
DigiBeta Stock	£35
DV Cam Stock	£15
DVC Pro Stock	£15
DVD Stock	£10
Mini DV Stock	£10
VHS Stock	£10
Downloadable formats (WMV, QT, MPEG)	£0

Pour un screener

Temps	Support	Business	Genre de la production	Pays	Prix
5 min	DVD Pal	TV channel	Current affairs	Belgique	52,00 €
	Beta SP Pal	TV channel	Current affairs	Belgique	75,00 €
	Vhs SP Pal	TV channel	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Independant TV	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Non broadcast	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Music company	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Wildlife production company	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Accidents and disaster	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Entertainment	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	History	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Music	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Royals	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Sport	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	Wildlife	Current affairs	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	TV channel	Entertainment	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	TV channel	History	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	TV channel	Music	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	TV channel	Royals	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	TV channel	Sport	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	TV channel	Widlife	Belgique	52,00 €
	DVD Pal	TV channel	Current affairs	UK	35,00 €
	DVD Pal	TV channel	Current affairs	US	63,00 €
	DVD Pal	TV channel	Current affairs	France	52,00 €
	DVD Pal	TV channel	Current affairs	Canada	35,00 €
	DVD Pal	TV channel	Current affairs	Australie	35,00 €
	DVD Pal	TV channel	Current affairs	Hong Kong	35,00 €
	Beta SP Pal	TV channel	Current affairs	UK	50,00 €
	Beta SP Pal	TV channel	Current affairs	US	90,00 €
	Beta SP Pal	TV channel	Current affairs	France	75,00 €
	Beta SP Pal	TV channel	Current affairs	Canada	50,00 €
	Beta SP Pal	TV channel	Current affairs	Australie	50,00 €
	Beta SP Pal	TV channel	Current affairs	Hong	50,00 €

Coûts d'acquisition pour une vidéo haute qualité

				Kong	
30 sec	DVD Pal	TV channel	Current affairs	Belgique	52,00 €
1 min	DVD Pal	TV channel	Current affairs	Belgique	52,00 €

Les critères agissant sur le prix de la vidéo sont : le support et la destination. Quand un pays ne possède pas de bureau ITN, le prix augmente de 25 à 45%.

Pour une vidéo haute qualité

Temps	Usages	Licence	Support	Pays	Prix
1 min	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	16 927,00 €
	advertising	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	33 802,00 €
	broadcast	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	1 132,00 €
	corporate use (external)	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	916,00 €
	corporate use (internal)	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	700,00 €
	display	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	700,00 €
	educational	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	700,00 €
	new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	592,00 €
	retail (VOD)	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	NC (licence problem)
	theatrical	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	2 752,00 €
	All media except adv and theatrical	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	2 104,00 €
	advertising/new media	1 country/1month	Dvd Pal	Belgique	6 802,00 €
	advertising/new media	1 country/1 year	Dvd Pal	Belgique	10 177,00 €
	advertising/new media	1 country/6 months	Dvd Pal	Belgique	8 152,00 €
	advertising/new media	world/5 years	Dvd Pal	Belgique	33 802,00 €
	advertising/new media	world/1 month	Dvd Pal	Belgique	13 552,00 €
	advertising/new media	world/1 year	Dvd Pal	Belgique	20 302,00 €
	advertising/new media	world/6 months	Dvd Pal	Belgique	16 252,00 €
	advertising/new media	world (-US) or US only/5 years	Dvd Pal	Belgique	25 365,00 €

Coûts d'acquisition pour une vidéo haute qualité

	advertising/new media	world (-US) or US only/1 year	Dvd Pal	Belgique	15 240,00 €
	advertising/new media	world (-US) or US only/1 month	Dvd Pal	Belgique	10 177,00 €
	advertising/new media	world (-US) or US only/6 months	Dvd Pal	Belgique	12 202,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Mpeg 2, 6Mbit/sec	Belgique	16 882,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Quicktime 640*800	Belgique	16 882,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Windows Média Player 640*800	Belgique	16 882,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Béta Sp Pal	Belgique	16 987,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	DigiBeta Pal	Belgique	17 002,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Dv cam Pal	Belgique	16 972,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Dvc Pro Pal	Belgique	16 972,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	HdcamSR 1080	Belgique	NC (restriction transfert)
	advertising/new media	1 country/5 years	Mini DV Pal	Belgique	16 965,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Vhs Pal	Belgique	16 927,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	US	14 973,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	UK	11 300,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	France	16 927,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Canada	11 300,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Australie	11 300,00 €
	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Hong Kong	11 300,00 €
3 secondes	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	2 865,00 €
30 secondes	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	11 302,00 €
2 min	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	36 615,00 €
3 min	advertising/new media	1 country/5 years	Dvd Pal	Belgique	50 677,00 €

Coûts d'acquisition pour une vidéo haute qualité

L'usage fait d'un extrait vidéo est pris en compte pour son prix. L'usage des vidéos pour une publicité TV reste le prix le plus élevé.

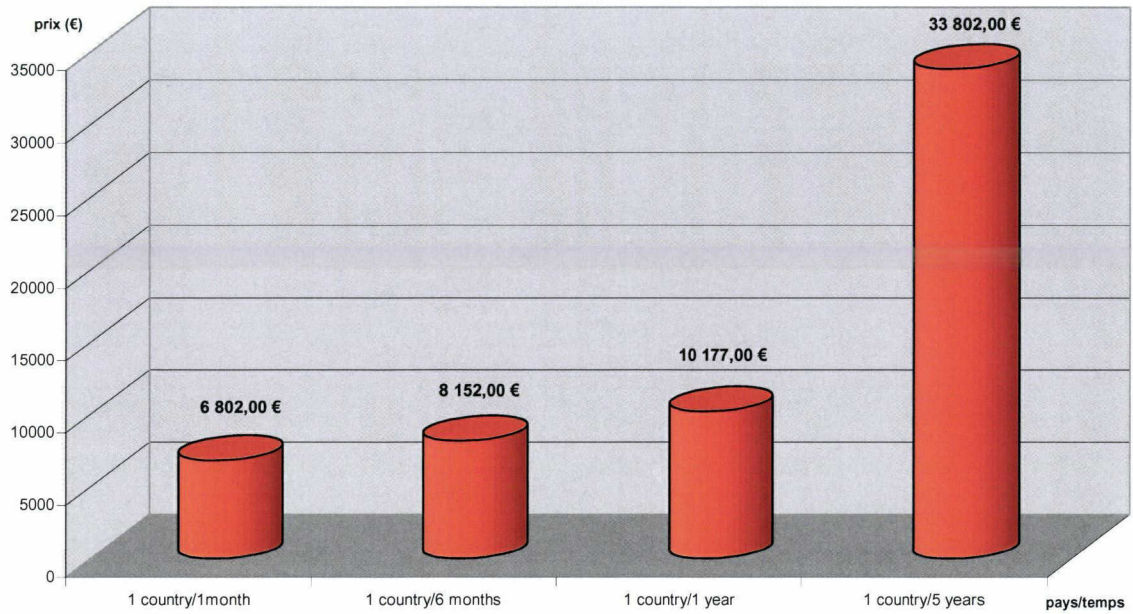
La durée et le lieu de diffusion influent également sur le prix. La cession des droits de diffusion pour une durée de 5 ans et ce dans le monde entier reste la plus élevée.

Le choix du support joue sur le prix final mais d'une manière moins importante. La DigiBeta Pal reste le support le plus onéreux tandis que le mpeg 2,6Mbit/s est le format qui coûte le moins.

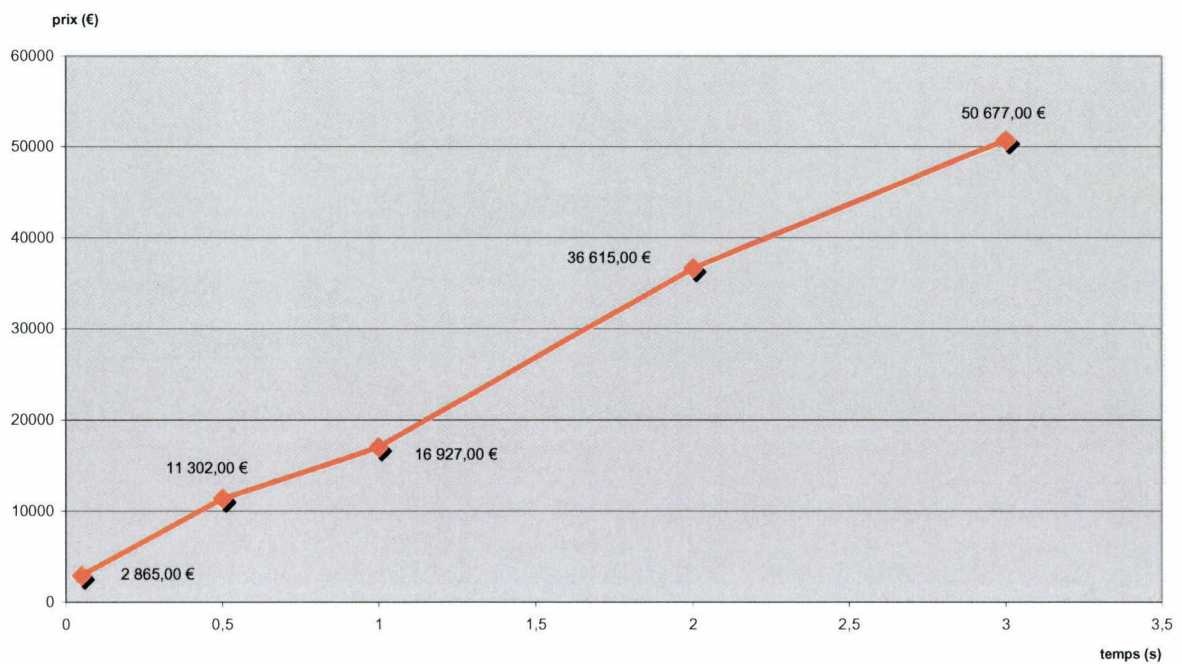
Le pays de destination importe peu dans le prix final (prise en compte pour les frais d'envoi).

La durée de la vidéo joue grandement sur le prix final (cf. graphique).

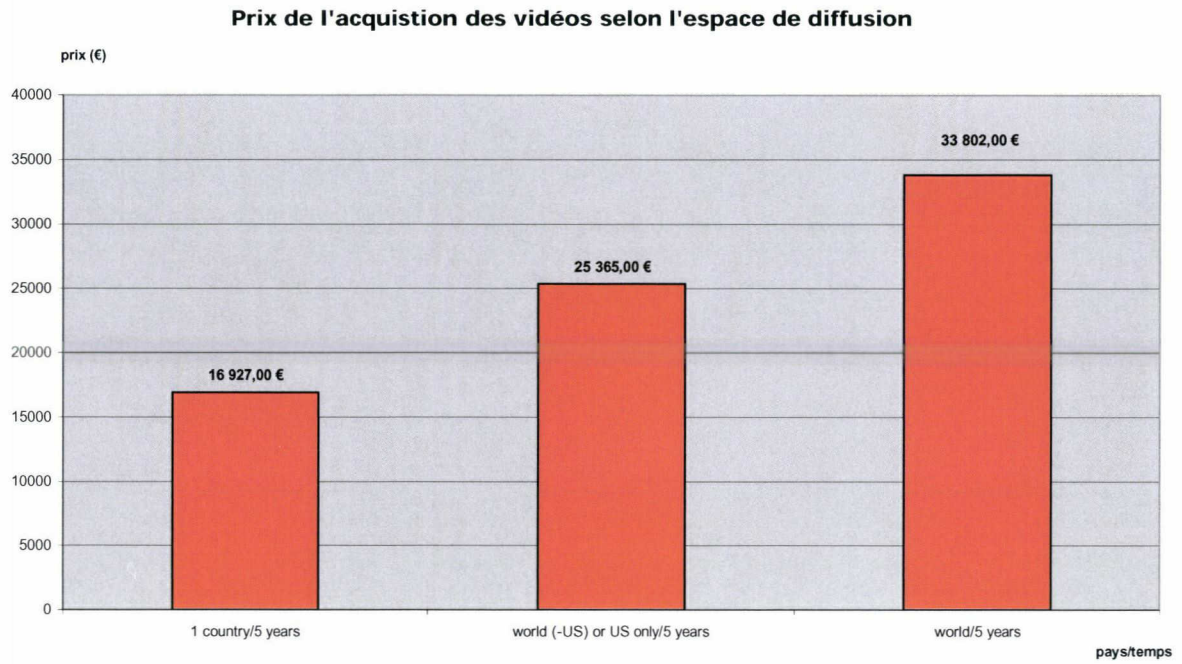
Prix de l'acquisition des vidéos selon la durée et la localisation pour la cession des droits



Prix de l'acquisition des vidéos selon leur durée



Coûts d'acquisition pour une vidéo haute qualité



Trafic et fréquentation sur le site

Analyse au 31/05/2007 et basée selon les calculs du site Alexa

Pourcentage de visiteurs du site par rapport au nombre global d'internautes

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
NC	0.00055%	0.00046%

Nombre de pages vues par visiteur (moyenne)

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
NC	2.5	4.6

Les visiteurs du site se connectent principalement depuis

US	UK	France
40%	36%	2.7%

Temps de chargement moyen des pages : 1.3 secondes

Nombre de sites qui pointent vers le site : 24 dont Wikipédia, IMDB, ITN ...

Organisation de la page d'accueil



- 1 Onglets séparant la partie archives de la partie commerciale du site. La partie commerciale propose des vidéos faites par ITN source pour la vente.
- 2 Accès à l'espace personnel. Il permet la conservation, le partage des vidéos ainsi que la création de projets.
- 3 Moteur de recherche simple et accès à la recherche complexe.
- 4 Accès à des vidéos promotionnelles présentant les différentes collections du fonds d'ITN source. Une vidéo promotionnelle qui occupe ¼ de page, tourne en continu sur la page d'accueil.
- 5 Listes des 9 producteurs de contenu dont s'occupe ITN source. Une page de présentation pour chacun est disponible.
- 6 Accès à des vidéos selon une thématique qui change approximativement 1 fois par mois.
- 7 Les 3 thèmes les plus appréciés du moment . Pour chaque thème une ou plusieurs vidéos sont proposées. On retrouve aussi bien des vidéos d'archive, que des vidéos tournées par ITN.

Mode de présentation des fonds

- 1 Note moyenne attribuée à la vidéo selon le vote des utilisateurs.
- 2 Liste des séquences de la vidéo. La navigation dans la vidéo se fait uniquement à travers ses séquences : on ne peut pas regarder une émission dans son intégralité mais uniquement des extraits.
- 3 Possibilité d'envoyer à ses contacts, par mail, un lien vers la vidéo. Impression de la fiche avec photo possible.
- 4 Lecteur vidéo Flash intégré à la page. Lecture en streaming. Les vidéos de la collection British Pathe doivent être téléchargées puis lancées avec Windows média Player.
- 5 Bouton permettant d'envoyer la vidéo sélectionnée (au-dessus image encadrée en orange) dans son espace personnel. Un lien permet de télécharger la vidéo au format QuickTime.
- 6 Description et rapide recontextualisation de la vidéo. Des informations sur la cession des droits sont aussi indiquées.
- 7 Descriptions physique et intellectuelle, de la vidéo. Les informations de cette fiche s'apparentent à celles trouvées dans Mistral. Possibilité d'intégrer directement la séquence dans son espace personnel.
- 8 Onglet permettant aux visiteurs de laisser un commentaire ainsi qu'une note à la vidéo.

The screenshot displays the RTBF website interface for a video titled "Marilyn Monroe Compilation". The interface includes a navigation bar with "VIDEO CLIPSTORE", "ENTRÉE ARCHIVE", and "CLIPBIB" (Clip Bib. 1). The main content area features a video player (1) showing a scene with Marilyn Monroe. Below the player is a "46 CLIPS" section (2) with a grid of video thumbnails and their respective timecodes. A "SHOT LIST" tab (8) is visible, showing a list of clips with their start and end times. The "DESCRIPTION" section (6) contains text about the material's reuse and copyright. The "CLIP DETAILS" section (7) provides information about the clip's source and copyright status. A "COMMENTS" tab (8) is also present. The interface is annotated with numbered circles 1 through 8 corresponding to the list on the right.

La recherche avancée

- 1 Filtre de recherche par collections.
- 2 Champs de saisie de la requête. Il n'accepte les opérateurs booléens en cas de recherche multicritères. L'opérateur par défaut est « OR ». La recherche se fait sur la totalité des textes liés à la vidéo.
- 3 Accès à l'historique des recherches (disponible uniquement en cas d'inscription sur le site). Il est également possible, sur inscription, de spécifier des préférences pour les recherches (les collections dans lesquelles rechercher, le nombre de résultats par page...)
- 4 De multiples options de recherche : exclusion de terme, expression exacte, « ET », avec une date précise ou dans un intervalle de temps donné...
- 5 Option de visualisation des résultats : choix du nombre de résultats par page, possibilité de trier par date ou par pertinence, de n'afficher que les résultats avec vidéo, sans vidéo. Les 4 onglets permettent d'afficher les résultats selon les sources.
- 6 Possibilité d'envoyer, d'imprimer et de sauvegarder la recherche et ses résultats.
- 7 Présentation des résultats sous forme de liste avec : une photo extraite de la vidéo, le titre, la date de saisie ou de la vidéo. Le ou les termes recherchés sont surlignés en jaune. En cliquant sur le titre on accède à la notice complète de la vidéo et à la vidéo elle-même.
- 8 Cote de la vidéo ainsi que le logo de la collection à laquelle elle appartient. On trouve aussi la note moyenne qui a été attribuée à la vidéo par les utilisateurs.

The screenshot displays the RTBF website's search interface. At the top, there are navigation links for 'VIDEO CLIPSTORE', 'ENTIRE ARCHIVE', 'HELP & SUPPORT', and 'ITN CONTACTS'. The main search area includes a search bar with the text 'SEARCH All the words' and a 'SEARCH' button. Below the search bar, there are filters for 'Filter by source' (News, TV & Film) and 'Date' (1910-2007). The search results are displayed in a list format, with each result showing a thumbnail, a title, a date, and a rating. The results are sorted by relevance. The interface also includes options to 'Add to ClipBin', 'Email Links', and 'Save this search'.

Vodéo

Analyse du site web de
Video On Demand (VOD)

rtbf

www.rtbf.be

GRILLE D'ANALYSE VODÉO

PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Critères	Éléments de réponse
Adresse	http://www.vodeo.tv/
Auteur(s) du site (personne physique ou morale)	Site édité par la Banque audiovisuelle. Directeur de la publication : Frédéric Pie
Compétences et/ou fonctions de l'auteur	Sont-elles clairement données ? Oui. Le directeur de la publication est également le président de la Banque audiovisuelle.
Site de référence dans le domaine des archives audiovisuelles et sonores ?	Non. Site de référence dans la VOD. Vodéo est spécialisé dans les documentaires.
Contact auteur(s)	Oui. Dans la rubrique « mentions légales », les coordonnées de la société Banque audiovisuelle sont données. Un formulaire d'envoi de mails et un numéro indigo sont également disponibles pour contacter le service client.
Publics ciblés	Le site s'adresse à tout public. Néanmoins, comme ce service de VOD est assez nouveau, les personnes utilisant les NTIC ou qui possèdent un FAI, ont plus de chance d'être intéressé. Comme le site ne propose que des documentaires, il s'adresse également à un public susceptible d'aimer ce type de vidéos.
Langue(s)	Uniquement en français.
Accès au site	L'accès au site est gratuit mais le visionnage des documentaires dans leur intégralité est payant. Différents prix sont pratiqués selon le « type » de visionnage choisi. De courts extraits sont disponibles pour que les visiteurs puissent se faire une idée du sujet traité dans le documentaire.
	Accès par un site intermédiaire ? Possibilité de passer par différents FAI, partenaires avec Vodéo, pour accéder au catalogue. Pour les personnes qui ont choisi un abonnement « triple play » chez certains FAI, il leur est possible d'accéder au catalogue du site sur le poste de TV. Des sites partenaires de Vodéo tels que Virgin, Starzik, Alapage... offrent un accès direct au site. Il est également possible d'accéder au site directement.
	Url du site intuitive ? Oui. On retrouve le mot « vodéo » et l'url se termine en .tv ce qui informe le visiteur de la teneur du site.
Date de création du site	15 Septembre 2005
Dernière mise à jour du site	Mise à jour quotidienne

Type de site	Commercial (vente de vidéos)
Compatibilité avec les navigateurs et les systèmes d'exploitation	Compatible avec IE 5 et supérieur. Compatible avec Firefox, Mozilla Compatible avec Windows. Vodéo n'est pas compatible avec Linux et Mac.
Buts du site	« Offrir au grand public l'accès à des milliers de programmes trop vite disparus des écrans de télévision, et permettre à tout un chacun de voir ce qu'il veut savoir ». Proposer un catalogue en ligne de documentaires pouvant être achetés, loués par les visiteurs pour une durée déterminée. Proposer des contenus selon les besoins, l'actualité, les thèmes favoris des visiteurs. Bien que le site soit commercial, un travail d'information et de contextualisation est fait.
	Les buts affichés sont-ils les buts qui paraissent réellement poursuivis : oui

CONTENU

Questions	Éléments de réponse
Présentation du projet de numérisation	Pas de projet de numérisation.
Présence de publicité sur le site ?	Oui. Un bandeau publicitaire est placé sous le bandeau de Vodéo. Sur la gauche des pages, les logos des différents partenaires de Vodéo s'affichent en continu. Une publicité vidéo de 10 secondes se lance, lors de la première connexion au site, avant de pouvoir visionner la vidéo.
Technique	Temps de chargement des vidéos (extraits) Selon taille du document, connexion Internet, trafic sur le site, sur le réseau et le matériel informatique. Test effectué le 04/06/2007 : Pour un extrait de 1 min = 4 secondes de chargement
	Formats utilisés, transparence des formats Oui, les vidéos ne peuvent être lues qu'avec Windows média Player version 10 et ultérieure. Les fichiers sont protégés par le DRM de Windows. Le format utilisé est le wmv. On peut s'interroger sur la lecture de ces vidéos sur d'autres systèmes d'exploitation n'utilisant pas le lecteur Windows média Player.
	Qualité sonore et vidéo Certains documentaires utilisent des images d'archives ce qui peut jouer sur la qualité vidéo et sonore. Mais la grande majorité des documentaires est de bonne qualité.
Visionnage	Minutage des extraits visibles en ligne Les extraits vidéo en ligne ne dépassent pas 1 minute.

	<p>Gratuité des sujets Non, toutes les vidéos sont payantes, seuls les extraits d'une minute, visualisables sur le site, sont gratuits.</p> <p>Lecteurs vidéo et audio Les vidéos ne peuvent être lues qu'avec Windows média Player 10 et ultérieur.</p> <p>Débit vidéo Lecture des extraits vidéo en streaming. Lors de l'achat d'une vidéo pour un visionnage immédiat, il est clairement indiqué au visiteur qu'il doit posséder au minimum une connexion à 512Kbit sans quoi il ne pourra pas lire la vidéo. La qualité du programme est également liée au débit de la connexion à Internet du visiteur:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Si le débit est de 512 kbps, les vidéos seront en 350 Kbit/s. ➤ Si le débit est de 1 Mbps ou plus, les vidéos seront en qualité supérieure c'est à dire en 750 Kbit/s. <p>La qualité des vidéos achetées et regardées en streaming est équivalente à celle d'une VHS. Les visiteurs qui choisiront, lors de l'achat d'une vidéo, le service de téléchargement auront des images en qualité DVD (encodage en 1.5Mbit/s)</p>
<p>Tarif</p>	<p>Prix de vente et de visionnage Visionnage à partir de 1€ Téléchargement à partir de 1.99€ Achat d'un DVD à partir de 8.99€ Prix de vente allant de 1 à 7,99 € pour une vidéo téléchargeable. Pour les DVD, il faut ajouter 6€ pour la gravure ainsi que les frais de port qui varient selon le pays d'envoi. Le prix de vente varie également en fonction de la durée des programmes. Voir annexe</p> <p>Moyen(s) de transaction proposé(s) Voir annexe</p>
<p>Mode de présentation des fonds</p>	<p>Chaque vidéo est présentée avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le titre de la vidéo. ➤ La collection à laquelle appartient la vidéo. ➤ Une galerie de photos extraites de la vidéo et diffusées en continu. ➤ La galerie photo laisse place à l'extrait vidéo lorsque l'on clique sur les photos. ➤ La durée, le genre du documentaire et le logo du producteur, à coté de la galerie photo. ➤ Les différents prix de ventes. Ils sont affichés uniquement lorsque les droits de diffusion ont été acquis dans le pays à partir duquel se fera le visionnage. ➤ Un résumé du documentaire. ➤ Des liens permettant d'ajouter la page à ses favoris, d'imprimer la fiche et d'envoyer la page à un de ses contacts via un formulaire mail. ➤ Un cartouche reprenant des informations plus techniques et générales sur la vidéo (production, réalisation, diffusion et année). ➤ Un espace où les visiteurs peuvent laisser leur avis et une note à la vidéo.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Les avis des personnes ➤ Une sélection de vidéo traitant du même thème. <p>Sur certaines fiches on trouve également des icônes indiquant s'il s'agit d'un coup de cœur, d'une nouveauté...</p> <p>Toutes les vidéos sont classées par thèmes et sous thèmes. Une liste de vidéos est disponible pour chaque sous thème.</p> <p>Voir copies d'écran</p>
Transparence des formats	Extensions des fichiers précisées : oui, elle est indiquée dans les « questions fréquentes » (wmv)
Interactivité et interaction avec les visiteurs	<p><i>Vidéo de présentation</i> : elle permet aux visiteurs de connaître les services proposés par Vodéo, de comprendre le principe de la VOD...</p> <p><i>Newsletter</i> : possibilité de s'inscrire à la newsletter de Vodéo qui est envoyée tous les vendredis, afin de se tenir informé des nouveaux partenariats, du développement de la plateforme...</p> <p><i>Service client</i> : par téléphone ou par mail, les visiteurs ont la possibilité de poser toutes leurs questions.</p> <p><i>Flux RSS</i> : possibilité de s'abonner au flux RSS de Vodéo pour être tenu informé de toutes les nouvelles vidéos mises en ligne.</p> <p><i>Les signets personnels (ma sélection)</i> : ils permettent aux visiteurs de se créer un espace personnel où ils peuvent stocker les liens vers des extraits qu'ils souhaitent conserver.</p> <p><i>Avis</i> : les visiteurs ont la possibilité de laisser un commentaire sur les extraits et les vidéos mises en ligne. Ils peuvent également attribuer une note aux vidéos.</p>
	<p>Place accordée au visiteur</p> <p>Les visiteurs font vivre le site. De ce fait leurs avis et retours sur le service sont très importants.</p> <p>Les visiteurs peuvent contacter le service client par mail ou grâce au numéro indigo mis à leur disposition. Ils peuvent également laisser leurs commentaires par courrier papier. Le visiteur est considéré comme un client.</p>
Types de contenu	Vodéo ne propose que des documentaires à destination de différents publics mais certains sont contextualisés. Voir annexe
Mise en valeur des contenus	Présence et accessible depuis la page d'accueil : oui. Création de sites satellites : non. Organisation selon des thèmes et l'actualité : oui.
Mise en ligne des contenus	Fréquence de mise en ligne : quotidienne.
	Automatisation de la mise en ligne (CMS) : aucune indication
	Un compteur affichant le nombre de vidéos disponibles sur le bandeau de la page d'accueil. Le 4/06/2007 = 3202 vidéos disponibles à la vente. Le 6/06/2007 = 3211 vidéos disponibles à la vente Le 7/06/2007 = 3222 vidéos disponibles à la vente Voir annexe

NAVIGATION ET RUBRICAGE

Questions	Éléments de réponse
Outils de recherche sur le site	<p><i>Plan du site</i> : non <i>Moteur de recherche intégré</i> : oui. Possibilité de faire une recherche simple ou avancée. <i>Index</i> : non</p>
Principe de navigation	<p>Rubricage multi-entrées. Voir annexe</p>
	<p>Indications textuelles pour le repérage Le thème auquel appartient la vidéo est toujours indiqué en haut de page.</p> <p>Indications visuelles pour le repérage Une photo extraite de la vidéo. Une couleur pour identifier chaque rubrique. La rubrique en cours de visite est colorée pour que le visiteur se retrouve plus facilement.</p>
	<p>Aide à la navigation <i>Plan du site</i> : non. <i>Moteur de recherche</i> : oui. <i>Fil d'Ariane</i> : non. Guidage : aucun guide pour la navigation dans le site mais des indications pour le visionnage et l'achat des vidéos. FAQ : oui, une rubrique intitulée « besoin d'aide » donne des informations techniques (brancher son PC sur la TV) mais également des informations en rapport avec l'acquisition des vidéos.</p>
Page d'accueil	Voir copies d'écrans
Personnalisation	Aucune personnalisation possible sur le site en lui-même. La seule personnalisation peut se faire un niveau des signets (« ma sélection »).
Visibilité du site sur le site « parrain »	Aucun site parrain mais des partenariats avec des FAI et certains sites qui mettent en avant Vodéo. Sur les sites partenaires, les vidéos portent le logo de Vodéo pour indiquer leur provenance.

ERGONOMIE ET ACCESSIBILITÉ

Questions	Éléments de réponse
Charte graphique	<p>Couleur : dominante de rouge, noir et gris. Chaque rubrique a sa propre couleur dans des tons assez vifs.</p> <p>Logo : Écriture rouge sur fond noir. Un rectangle représentant une télévision, encadre le mot « TV ».</p> <p>Titraille : titre des rubriques dans la barre de menu en majuscule et de couleur noire. En cas de survol, chaque rubrique prend la couleur qui la caractérise. Les titres des vidéos sur la page de résultat sont des liens de couleur noire.</p> <p>Police : sans-serif, de type Arial. Taille : 10 pts pour la corps de texte.</p> <p>Css : 1 seule css.</p> <p>Liens : ils prennent différentes couleurs mais sont repérables car ils se soulignent en cas de survol de la souris. Le site est aussi constitué de beaucoup d'images cliquables, repérables par la modification de la forme du curseur en cas de survol.</p>
Ergonomie	Site ergonomique : oui
Surcharge cognitive	Il est recommandé de ne pas dépasser 7 informations à la page pour que l'utilisateur les retiennent. Sur la page d'accueil de Vodéo, on recense beaucoup d'informations mais elles sont organisées par blocs ce qui ne surcharge pas la page. On retrouve 8 blocs principaux sur la page d'accueil qui a une longueur supérieure à un écran.
Site disponible en plusieurs versions	Site contenant du JavaScript. Aucune version sans JavaScript n'est disponible.
Site accessible	Non

RÉFÉRENCIEMENT

Questions	Éléments de réponse
Contenu des balises « méta »	<pre><META name="verify-v1" content="hE34mjQ8FNahfDbIGpszcYF7/hN9NgpaGAFNg21zctE=" /> <META NAME="description" CONTENT="Téléchargement Vidéo à la Demande, Film DVD, Reportage Animalier, Grand Reportage Découverte du monde, Documentaire Sciences de la vie Education Religion, Magazine Sports Aventure : retrouvez tous les Programmes en VOD sur Vodeo.tv"> <META NAME="keywords" CONTENT="VODEO, Documentaire, reportage, magazine, VOD, Video, Demand, DVD, EOD, telechargement, telecharger, video on demand,video a la demande, audiovisuel, videos, streaming"></pre>
Validation par le w3c	Pas d'indication
Ranking dans moteurs de recherche	Page rank au 4/06/2007 de 6/10

Rubrique	Sous rubrique	Nombre de vidéos
Nature		
	Mammifères	185
	Insectes	55
	Reptiles	23
	Oiseaux	23
	Végétaux	28
	Planète Terre	20
	Planète mer	33
	Environnement	67
	Personnalités	13
Découverte		
	Europe	150
	France	154
	Amérique du Nord	43
	Amérique du Sud	79
	Caraïbes	39
	Afrique	107
	Moyen Orient	35
	Asie	139
	Océanie	48
	Aventure	37
Histoire		
	Histoire de France	181
	Histoire du monde	227
	Archéologie	51
	Civilisations	71
	Préhistoire	47
	Personnalités	58
Société		
	Faits de société	264
	Religions	89
	Famille	101
	Éducation	93
	Justice	42
	Politique-social	296
	Armée et police	84
	Faits divers	38
	Média	41
	Personnalités	92
Sciences		
	Médecine et santé	128
	Terre	37
	Univers	43
	Autres	18
Art		
	Beaux-arts	122
	Musique	192
	Danse	62
	Cinéma	123
	Photographie	41

	Théâtre et scène	32
	Cirque	15
	Architecture	54
	Design	33
	Artisanat	20
	Littérature	30
	Bande dessinée	28
	Mode	9
Sports		
	Auto	37
	Moto	38
	Football	12
	Nautisme	17
	Plongée	20
	Sports de glisse	12
	Aéronautisme	38
	Montagne	0
	Sports de combats	17
	Équitation	55
	Tauromachie	9
	Chasse et pêche	44
	Autres	25
Loisirs		
	Gastronomie	92
	Sport et bien-être	35
	Maison et jardin	47
	Langues	11
Jeunesse		
	Animaux	77
	Découvertes	31
	Sciences	12
	Histoire	40
	Animation	21

Pause déj' (vidéo de 29 minutes maximum)		1373
Nouveautés		82
Coup de cœur (toutes les vidéos sur lesquelles un cœur a été ajouté)		1279
Top vente (les 20 vidéos les plus demandées)		20
Collection		236
Gros plan		49
Dossier		81
Sélection Archos (lecteur vidéo portable)		89

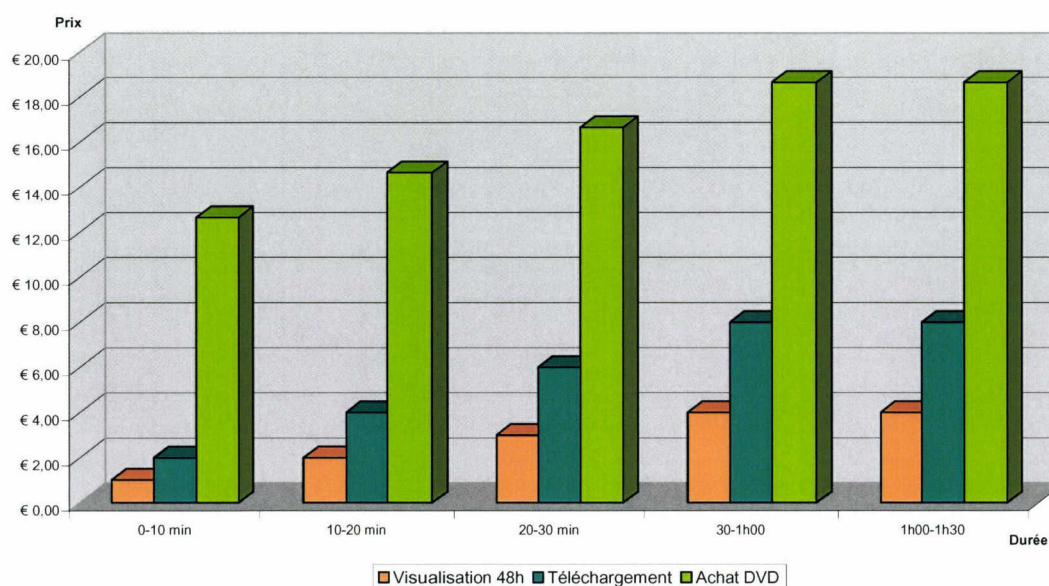
Moyens de transaction et prix des vidéos

Moyens de transaction	Détails
Cartes prépayées	5 forfaits différents : 19, 29, 49, 69, 99 euros. Offre permettant de faire des économies (jusqu'à 36 euros offerts). Pas de minimum d'achat. Permet d'acheter plus rapidement. Valables 24 mois. Ne fonctionne pas pour les DVD vendus dans le commerce.
Chèque cadeaux	3 chèques cadeaux différents : 10, 25, 50 euros. Envoi du chèque cadeau par mail. Utilisation identique à celle des forfaits prépayés. Valables 24 mois. Ne fonctionne pas pour les DVD vendus dans le commerce.
Carte bancaire	Visa, Mastercard, American express autorisées
Paypal	Système de paiement sécurisé.
Chèques	Les chèques sont autorisés pour l'achat des DVD,

Durée	Visualisation 48h	Téléchargement	Achat DVD
0-10 min	€ 1,00	€ 1,99	€ 12,64
10-20 min	€ 1,99	€ 3,99	€ 14,64
20-30 min	€ 2,99	€ 5,99	€ 16,64
30-1h00	€ 3,99	€ 7,99	€ 18,64
1h00-1h30	€ 3,99	€ 7,99	€ 18,64

Fréquemment, les vidéos ayant une durée supérieure à 1h30 ne sont disponibles qu'en DVD. Leur prix varie ensuite selon le producteur.

Prix des vidéos selon le choix du support



Analyse au 06/06/2007 et basée selon les calculs du site Alexa

Pourcentage de visiteurs du site par rapport au nombre global d'internautes

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
NC	0.00185%	0.00145%

Nombre de pages vues par visiteur (moyenne)

Hier	Il y a 1 semaine	Il y a 3 mois
NC	2	1.9

Les visiteurs du site se connectent principalement depuis

France	Tunisie	Algérie
63.9%	7.3%	6%

Les visiteurs arrivent sur le site des archives depuis (hors moteurs de recherche)

www.vodeo.tv	www. Myfreesport.vodeo.tv	www.rmn.vodeo.tv
95%	3%	2%

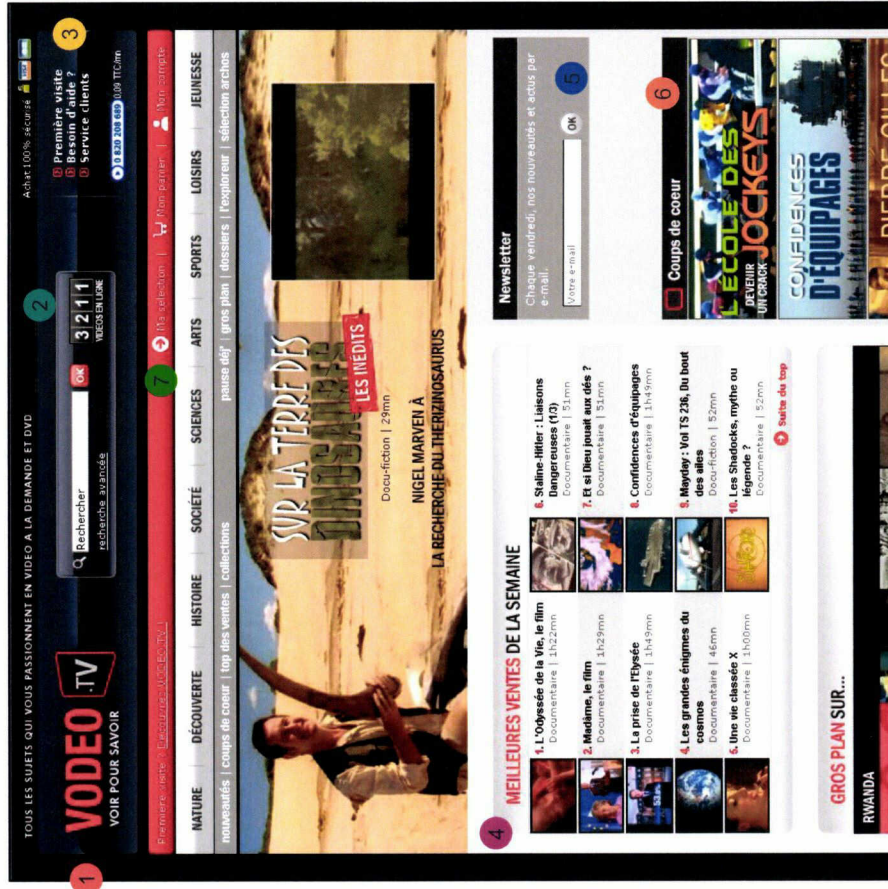
Temps de chargement moyen des pages : 9.2 secondes (très lent)

Nombre de sites qui pointent vers le site : 129 dont Wikipédia, Google vidéo, 01net, le Journal du net...

Les internautes ayant visité le site, visitent également :

- www.canalplay.com

Organisation de la page d'accueil (1/2)



1 Titre du site permettant de revenir sur la page d'accueil (chemin unique).

2 Compteur indiquant le nombre de documentaires disponibles en ligne.

3 Espace où les visiteurs trouveront de l'aide en cas de besoin. Accès au service client, à la FAQ (« besoin d'aide? ») et à une visite du site. Le numéro de téléphone du service client est également indiqué.

4 Mise en avant des 10 meilleures ventes de la semaine. Pratique courante sur les sites de e-commerce.

5 Possibilité de s'abonner à la newsletter de Vodéo, envoyée tous les vendredis.

6 3 vidéos « coup de cœur » mises en avant par des bandeaux illustrés.

7 Espace utilisateur avec l'accès aux vidéos sélectionnées, au panier et au compte.

Organisation de la page d'accueil (2/2)

The screenshot shows the RTBF website homepage with the following elements and annotations:

- 1 (nouveau):** A red circle highlighting the 'nouveau' (new) button in the top navigation bar.
- 2 (économisez):** A green circle highlighting the 'Économisez jusqu'à 35% sur l'achat de vos films !' banner.
- 3 (événements):** A yellow circle highlighting the 'LE NOUVEAU RÉALISME' event banner.
- 4 (dossiers):** A purple circle highlighting the 'Cent familles' dossier banner.
- 5 (nos partenaires):** A blue circle highlighting the 'Nos partenaires' section.
- 6 (paiement sécurisé):** A red circle highlighting the 'PayPal' logo in the footer.

1 Nouvelles vidéos mises en ligne sur le site.

2 Deux modes de paiement originaux : les forfaits prépayés et les chèques cadeaux.

3 Accès à la page dédiée au nouveau réalisme. Page faite pour l'occasion sur laquelle on retrouve toutes les vidéos traitant du sujet.

4 Mise en avant d'un nouveau dossier.

5 Listes des partenaires de Vodéo. Liens vers des informations pour la lecture et le paiement des vidéos

6 Menu principal du site repris en bas de page car celle-ci est très longue. Possibilité de s'abonner au flux RSS de Vodéo.

Présentation des résultats d'une requête

1 Rappel de la requête effectuée. Nombre de vidéos trouvées en rapport avec la recherche.

2 Le bouton « affiner la recherche » renvoie vers la recherche avancée. Le bouton « créer une alerte » offre la possibilité de recevoir par mail une alerte lorsqu'une nouvelle vidéo en rapport avec la requête est mise en ligne.

3 Onglets permettant de trier les résultats par :

- Nouveautés
- Avis
- Vente
- Coup de cœur
- Titre
- Durée

4 Rubrique dont est extraite la vidéo. Cette indication est renforcée par le code couleur.

5 Présentation des résultats :

- Titre de la vidéo (lien)
- Résumé
- Icône indiquant les supports disponibles pour la vidéo
- Avis sur la qualité de la vidéo. Différentes icônes sont disponibles selon l'information à transmettre (coup de cœur, meilleure vidéo, nouveauté...)

6 Boutons permettant :

- D'ajouter la vidéo à sa sélection
- De voir un extrait de la vidéo
- D'accéder à la fiche complète de la vidéo

7 Prix à partir duquel la vidéo peut être visionnée. C'est le prix le plus bas qui est indiqué car il y a des variations selon le mode d'acquisition, le pays de réception.

Mode de présentation des fonds (1/2)

NATURE | DECOUVERTE | HISTOIRE | SOCIÉTÉ | SCIENCES | ARTS | SPORTS | LOISIRS | JEUNESSE

nouveau | corps de coupe | top des ventes | collections
passer de | gros plan | dossiers | l'explorateur | sélection archives

PLANÈTE TERRE
VOI | DVD

1
2
3
4
5
6
7

Le mystère de la Lesse souterraine
Découverte des splendeurs de la plus belle grotte de Belgique

Genre : Documentaire
Durée : 53mn

VOIR UN EXTRAIT

LOUER 48h **2.99 €** | ACHETER **5.99 €** | COMMANDER **5.99 €** * hors frais techniques 6€ Livraison 72h

le résumé

La fameuse grotte de Han-sur-Lesse, en Belgique, est connue à travers le monde entier. Plus de 500000 visiteurs s'y pressent chaque année. Sur ses 16 km de galeries souterraines découvertes, seulement 3 km sont accessibles au public. Pourtant, lorsqu'il contemple, assis sur sa chaise, le spectacle montré dans la Salle d'Armes, le visiteur se doute-t-il que des hommes sont morts à quelques pas de son siège, pour tenter de retrouver le parcours inconnu de la Lesse? Se doute-t-il qu'à quelques centaines de mètres de lui, une rivière souterraine majestueuse coule tranquillement dans de gigantesques galeries connues de tous les Belges? Le film nous emmène sur le plus beau territoire souterrain de Belgique, le côté de laquelle la Grotte de Han fait pâle figure, et qu'il ne pourra jamais visiter?

Ce film met en lumière la splendeur de ces cavités à jamais interdites au public et raconte l'extraordinaire aventure humaine de ces découvertes. Réalisé avec les moyens les plus modernes afin de pleinement restituer l'émotion ressentie et l'incroyable beauté de ces espaces inconnus.

ACHETER **5.99 €** | COMMANDER **5.99 €**

Newsletter
Chaque vendredi, nos nouveautés et plus par email.

Top 10

- 1 Les araignées
- 2 Conflits dans la jungle
- 3 Le cinéaste et la nature
- 4 Le grand voyage des cerfs
- 5 Orques de Crozet, David et les colibris
- 6 Chasseurs de tempêtes
- 7 Cochabuto, les secrets du grand noir
- 8 La cité durable
- 9 Anacondas et emans
- 10 Le léopard de mer, seigneur des glaces

Dossier
ANIMAUX
Silence, on tourne!
by Jacques Dissaux

Collections

- Survive
- Gierre et Peik dans le potager
- Les chiens : les connaître, les comprendre
- Les nouveaux explorateurs

Ajouter à mes favoris | Informer un ami | Imprimer cette fiche

1 Rappel du thème auquel appartient la vidéo. Rappel couleur jusque dans le menu.

2 Fiche de présentation de la vidéo développant les éléments que l'on trouvait sur la page de résultats. On trouve en plus un diaporama d'images extraites de la vidéo. Diaporama cliquable qui renvoie vers un extrait de la vidéo.

3 Les différents prix d'acquisition de la vidéo. Pour les DVD, les frais techniques et d'envoi ne sont pas compris dans le prix affiché.

4 Résumé de la vidéo

5 Les 10 vidéos les plus vendues dans la même rubrique. Offre qui pousse à la consommation.

6 Dossiers et collections appartenant à la même thématique que la vidéo.

7 Espace à destination du visiteur qui peut ajouter la vidéo à ses favoris, qui peut la faire connaître à ses amis via un formulaire mail et qui peut imprimer la fiche.

Mode de présentation des fonds (2/2)

Voici un aperçu de l'interface de présentation des vidéos :

- Production :** Avall Communication
- Réalisation :** Philippe Avall
- Année :** 1993

1 votre avis

Donner votre avis

AVIS GÉNÉRAL (1 avis)

Très bon film sur une exploration trop rare à la télévision, celle des entrailles de notre planète. Les images sont très belles, ça donne envie de replonger !!

2

3

SUR LE MÊME THÈME, DÉCOUVREZ AUSSI :

- Bernéo, la mémoire des grottes**
A la recherche des mains négatives
- Trésors souterrains**
Découverte des joyaux des grottes françaises et belges
- Les grottes sous-marines du Yucatan**
Etude scientifique d'un extraordinaire réseau

→ Voir d'autres vidéos

→ Voir d'autres vidéos

→ Voir d'autres vidéos

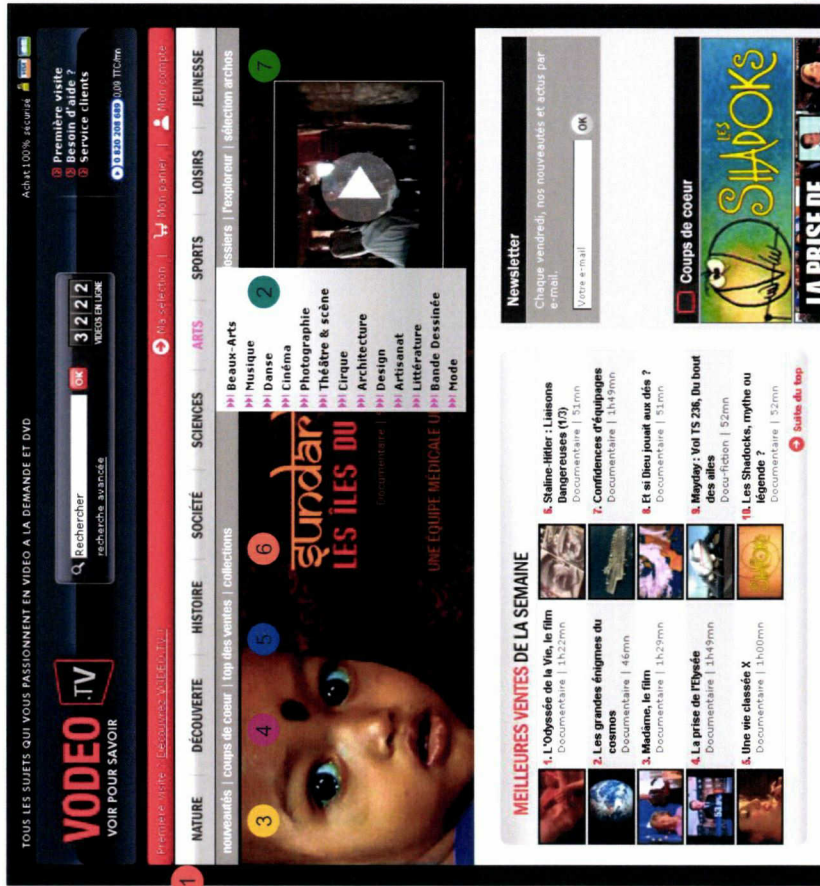
→ Voir d'autres vidéos

1 Informations techniques sur la vidéo.

2 Espace présentant les avis laissés par les visiteurs. C'est à partir de ces avis qu'une « note » est attribuée à la vidéo (les petites caméras de couleur rouge).

3 Sélection de vidéos traitant du même thème.

Rubricage et classement des vidéos



1 Rubriques thématiques. Les vidéos sont classées selon ces thèmes.

2 Sous rubriques permettant un classement plus fin des vidéos

3 Nouveautés : les dernières vidéos mises en ligne

4 Coup de cœur : les vidéos coup de cœur de la rédaction

5 Top des ventes : les 20 vidéos les plus vendues

6 Collection : toutes les collections mises en ligne.





7 Sélection Archos : les vidéos pouvant être téléchargées puis lues sur un Archos (lecteur vidéo portable)

Dans les 5 rubriques ci-dessus, toutes les vidéos peuvent être triées par thèmes.

Achat des vidéos (mon panier)

The screenshot shows the VODÉO.TV website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like NATURE, DÉCOUVERTE, HISTOIRE, SOCIÉTÉ, SCIENCES, ARTS, SPORTS, LOISIRS, and JEUNESSE. A search bar is present with the text 'Rechercher recherche avancée'. Below the navigation, there's a 'Mon panier' section with a red circle '1' next to it. The cart contains one item: 'Et si Dieu jouait aux dés ?' by 'Bastideur Archer', with a duration of 52mn and a price of 5,99€. To the right of the cart, there's a checkout summary with a red circle '3' next to it, showing 'SOUS-TOTAL 5,99 €' and 'MONTANT TOTAL 5,99 €'. Below the summary, there's a 'MON CODE AVANTAGE' section with a red circle '2' next to it, asking for a discount code. At the bottom right, there's a 'Poursuivre mes achats' button. The footer contains the website's name 'VODÉO.TV', navigation links, and copyright information: '© 2007 La Banque Audiovisuelle | mentions légales | conditions générales de ventes | top'.

- 1 Fiche récapitulative de la vidéo commandée
- 2 Possibilité d'entrer un code promotionnel
- 3 Prix détaillé et total de la commande

			
Archives audiovisuelles de l'Ina	Archives audiovisuelles et photos de la RAI	Archives audiovisuelles de Radio Canada	Archives audiovisuelles de la TSR
Informatif, éducatif, ludique et commercial	Informatif, éducatif et ludique	Informatif, éducatif et ludique	Informatif, éducatif et ludique
Avril 2005	1997	Juillet 2002	Septembre 2005
Grand public, enseignants et élèves	Grand public. Des sites éducatifs et spécialisés par exemple dans la chanson napolitaine ont été créés en plus.	Grand public, élèves du secondaire et du collégial, les enseignants	Grand public, enseignants et élèves
Français	Italien	Français	Français
IE 6 et supérieur, Firefox 1.5, Maxthon, Mozilla 1.7, Safari 2.0, Camino 1.0. Windows, Linux et Mac	IE 5 et supérieur, Firefox 1.5, Mozilla 1.7, Safari 2.0. Windows, Linux et Mac	IE 5 et supérieur, Firefox 1.5, Mozilla 1.7, Safari 2.0. Windows, Linux et Mac	IE 5 et supérieur, Firefox 1.5, Mozilla 1.7, Safari 2.0. Windows, Linux et Mac
100 000 émissions, 10 000 heures.	6575 médias dont 3760 photos, 1239 vidéos et 1576 documents audio.	9000 médias	1631 vidéos (uniquement des vidéos)
Actualités, événements sportifs, feuilletons, séries, grands entretiens, scènes de la vie quotidienne, documentaires, discours fondateurs. Contenu contextualisés et mis en relation avec l'actualité	Actualités, culture, événements sportifs, émissions de divertissement. Contenu contextualisés et mis en relation avec l'actualité	Actualités, événements sportifs, feuilletons, entretiens, scènes de la vie quotidienne, documentaires, discours fondateurs. Contenu contextualisés, organisés sous 8 grands thèmes et mis en relation avec l'actualité	Actualités, événements sportifs, feuilletons, entretiens, scènes de la vie quotidienne, documentaires, discours politiques, histoire de la Suisse Romande et des 7 cantons. Contenu contextualisés, organisés sous 5 grandes rubriques.
Description	Description	Description	Description
Type de site	Type de site	Type de site	Type de site
Date de lancement	Date de lancement	Date de lancement	Date de lancement
Public(s) ciblé(s)	Public(s) ciblé(s)	Public(s) ciblé(s)	Public(s) ciblé(s)
Langue(s)	Langue(s)	Langue(s)	Langue(s)
Compatibilité	Compatibilité	Compatibilité	Compatibilité
Taille du catalogue	Taille du catalogue	Taille du catalogue	Taille du catalogue
Type de contenu	Type de contenu	Type de contenu	Type de contenu

Format(s) des médias	mp4, mp3 et .avi	.wmv et .rm	Non communiqué	Non communiqué
Lecteur(s) multimédias	Quicktime. Pour les médias achetés ou loués sous DRM : divx 6. Pour les médias achetés ou loués sans DRM : un lecteur multimédia avec un codec compatible divx	Realmédia et Windows média Player.	Windows média Player (Windows). Xine, Wine, Crossover, Mplayer (Linux).	Realmédia et Windows média Player.
Débit vidéo	Streaming. Vidéo à 380Kbit/s. Audio à 64 Kbit/s.	Streaming	Streaming	Streaming avec 3 débits disponibles : 80, 160 et 450 Kbits/s.
Temps de chargement des médias	Entre 3 et 5 secondes	Entre 7 et 10 secondes	Entre 1 et 2 secondes	Entre 5 et 10 secondes
Durée des extraits	Extraits gratuits : < à 10 minutes sauf les journaux TV et les "Rendez vous".	En moyenne 5 minutes.	En moyenne 10 minutes.	Minimum : 25 s. Maximum : 2h
Fréquence de mise en ligne	Quotidienne	Quotidienne	Quotidienne	Quotidienne (plusieurs fois dans la journée)
Présentation des médias	Fiche descriptive composée <ul style="list-style-type: none"> - analyse documentaire - liens internes vers des sujets connexes - mots clés pour rebondir vers d'autres médias - extraits sonores ou vidéos 	Fiche descriptive composée <ul style="list-style-type: none"> - d'une cote - de l'année de diffusion de l'extrait - du titre de l'extrait - d'un résumé 	Fiche descriptive composée <ul style="list-style-type: none"> - d'une partie "contexte" - d'une fiche "le saviez vous" (info insolites) - d'un lien renvoyant au clip connexe de la CBC - de l'extrait lui-même 	Fiche descriptive composée <ul style="list-style-type: none"> - d'un onglet "contexte" - d'un onglet "et encore" (info complémentaires) - d'un onglet "émission TSR" (info sur l'émission) - d'un onglet "envoyer"

<p>Présentation des médias (suite)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - liens pour l'achat ou la location du média - liens pour la navigation entre les résultats de la recherche 	<ul style="list-style-type: none"> - d'une icône précisant le type de média - du thème de l'extrait entre les 4 identifiés par la Rai 	<ul style="list-style-type: none"> - une fiche technique - de liens pour l'impression, l'envoi, l'ajout dans ses favoris, la navigation entre les résultats. 	<ul style="list-style-type: none"> - d'un onglet "votre avis" (le public peut réagir) - de la vidéo elle-même. La fiche s'ouvre dans une nouvelle fenêtre ce qui facilite la navigation.
<p>Accès et outils de recherche des médias</p>	<p>Moteur de recherche, rubricage fait de 4 grandes parties : explorer, découvrir, apprendre, partager. Pour obtenir des médias précis il suffit de naviguer dans les sous thèmes de la rubrique explorer, qui proposent une arborescence très développée. La partie apprendre est dédiée aux élèves et enseignants (supports de cours, frise appelée "les jalons").</p>	<p>Moteur de recherche permettant une recherche multicritères et une recherche par type de document. Les rubriques ne sont pas prévues pour la recherche de médias mais uniquement pour informer l'utilisateur sur le fonctionnement du site.</p>	<p>Moteur de recherche simple et avancé, des index d'accès aux médias (index dossier, clip, souvenir et grandes entrevues). Une rubrique dédiée à l'éducation ("pour les prof") qui propose des supports de cours. Une rubrique pour obtenir des informations sur le site et les archives (découverte des archives). Recherche possible grâce à la ligne du temps (frise multimédia) et aux rubriques thématiques (personnalités, guerre, art et culture, politique et économie, vie et société, désastres et tragédies, sciences et technologies, sport).</p>	<p>Moteur de recherche simple, rubricage organisé en 6 parties : intégrale (organisation selon les émissions), thématique, rubrique, chronique (cours extraits), index (reprend toutes les vidéos, dossiers, feuilletons), projet archives (présentation du projet de la TSR). Recherche possible par périodes (rubrique "fenêtre sur"). Deux rubriques sont dédiées à l'apprentissage scolaire ("école" et "cantons"). Accès à une émission contemporaine entièrement faite à partir d'archives ("vu à la télé")</p>

Contextualisation	Oui, page d'accueil, dossiers, sites satellites en rapport avec l'actualité	Oui, page d'accueil, dossiers, sites satellites en rapport avec l'actualité. Il y a même un éphéméride (index des souvenirs). Effort de contextualisation fait en partenariat avec les archives de la CBC.	Oui, page d'accueil, dossiers et certaines rubriques (rubrique "un jour" par exemple) en rapport avec l'actualité.
Interactivité	Email, flux RSS, envoyer à un ami, forum, "mes préférés" (favoris), "les préférés de", le blog des prof, quizz, zone mémoire (mémorisation des historiques et des médias visités), newsletter.	Email, newsletter (Cyberlettre des archives), Flux RSS, citer cette page (code html pour citer la page sur son blog), signets personnels, quizz	Email, blog tenu par l'équipe des archives, envoyer à un ami, flux RSS. La rubrique "inconnu à ce jour" demande de l'aide aux visiteurs pour savoir ce que certaines personnes des images d'archives sont devenues.
Gratuit pour l'utilisateur	Non, seuls les extraits en ligne sur le site sont gratuits. Pour voir le média dans son intégralité, il faut le louer ou l'acheter.	Oui	Oui
Prix de vente et location	Vente : de 1,50 à 12 €. Location : de 1 à 10 €	Non	Non
Moyen(s) de transaction	Paiement à l'acte, forfaits prépayés ou Internet plus (prélèvement sur la facture du FAI)	Non	Non

Charte graphique	Dominance de couleurs vives (orange, jaune, vert...) sur un fond blanc.	Dominance de jaune, bleu, rouge et vert sur un fond blanc.	Dominance de gris, blanc et rouge grenat (couleurs ternes)	Dominance de couleurs ternes et d'antant (vieux rose, gris, rouge grenat)
Accessibilité	Non	Non, mais respect des standards.	Oui, avec la possibilité d'agrandir la taille du texte, de modifier les couleurs du site (contraste) et de cacher le menu.	Non
Adresse	http://www.ina.fr/archives-pourtous/index.php	http://www.teche.rai.it/	http://archives.radio-canada.ca/index.asp?IDLan=0	http://archives.tsr.ch/home
Les points positifs (+)	<p>Rebondir (mots clés)</p> <p>Forum</p> <p>Contextualisation</p> <p>Sites satellites</p> <p>Quizz, flux rss</p> <p>Historiques et la mémorisation des vidéos</p> <p>Moyens de paiement</p> <p>La rubrique "apprendre"</p> <p>La reprise des couleurs des rubriques dans les pages</p> <p>Les parcours pour les visiteurs venant sur le site sans but précis (le journal de votre naissance, les préférés de...)</p> <p>Les formats vidéo qui respectent les normes</p> <p>La rubrique d'aide et la FAQ très complètes</p> <p>Les fonctionnalités web 2.0</p> <p>Site ergonomique</p>	<p>Normalisation des langages html, css</p> <p>Le vote pour la mise en ligne de nouveaux contenus</p> <p>Flux rss</p> <p>Le nouveau projet qui tient compte des nouveaux supports de diffusion (3G, VOD...)</p>	<p>La ligne du temps</p> <p>L'éphéméride (index des souvenirs)</p> <p>Le dossier de la semaine mis sur la page d'accueil du site principal</p> <p>L'organisation des fiches vidéos</p> <p>La rubrique "pour les profs"</p> <p>Contextualisation</p> <p>Le liens avec la CBC</p> <p>La présentation du projet des archives</p> <p>Rubricage multi-entrées</p> <p>La version accessible du site</p> <p>Le moteur de recherche fait avec un système d'onglets</p> <p>Les fonctionnalités web 2.0</p> <p>Site très ergonomique</p>	<p>Le rubricage multientrées et offrant des rubriques originales ("insolites", inconnu à ce jour" ...)</p> <p>Le dossier de la semaine mis sur la page d'accueil du site principal</p> <p>Contextualisation</p> <p>Le blog tenu par les personnes du projet archives</p> <p>La présentation du projet des archives</p> <p>Le choix dans le débit vidéo</p> <p>La possibilité de laisser un commentaire sur les vidéos</p> <p>La rubrique "école" mais surtout celle mettant en avant l'histoire de la Suisse.</p> <p>Les fonctionnalités web 2.0</p>






Les points négatifs (-)

Les menus déroulant en javascript
L'arborescence trop pointue, qui peut bloquer la recherche des visiteurs (trop guidés)
Une seule langue
Pas accessible

Les graphismes du site
Les fiches vidéos minimalistes
Une seule langue
Pas accessible
Le respect trop poussif des normes
Site au look des années 90

Les menus en javascript
Organisation trop en dossiers qui bloque parfois la recherche
Couleurs du site pas très avenantes

Les menus en javascript
Une seule langue
Pas accessible
Couleurs du site pas très avenantes

	Archives audiovisuelles de la BBC	Informatif, éducatif et aide à la création	Avril 2005	Grand public, enseignants et élèves de Grande Bretagne (site accessible uniquement en GB)	Anglais	Non communiqué	500 vidéos (uniquement des vidéos)	Histoires naturelles, bouleversements mondiaux, les débuts de la télévision, programmes locaux, programmes en rapport avec le programme scolaire national
	Archives audiovisuelles de différentes chaînes et producteurs.	Informatif et commercial	Non communiqué	Professionnels	Anglais	IE 5 et supérieur, Firefox 1.5, Mozilla 1.7, Safari 2.0. Windows, Linux et Mac	750 000 heures de vidéos (uniquement des vidéos)	Reportages, actualités, films, vie quotidienne, divertissement.
	Plateforme de Vidéo On Demand spécialisée dans les documentaires	Commercial	Septembre 2005	Grand public, personne appréciant les documentaires	Français	IE 5 et supérieur, Firefox 1.5, Mozilla 1.7, Safari 2.0. Windows uniquement	3222 vidéos (uniquement des vidéos)	Documentaires sur la nature, le sport, les découvertes, l'histoire, la société, la science, les arts, les loisirs.
	Plateforme de partage de vidéos personnelles	Web 2.0	Mars 2005	Grand public	Anglais	IE 5 et supérieur, Firefox 1.5, Mozilla 1.7, Safari 2.0. Windows, Linux et Mac	508 vidéos ayant été taggées avec le terme "RTBF"	Journaux tv, émission spéciale "indépendance de la Flandre", interviews incongrues, débats, émissions de décoration, jardinage, musique, divertissement.
	Plate forme de partage de vidéos personnelles	Web 2.0	Mars 2005	Grand public	Anglais, français, italien...	IE 5 et supérieur, Firefox 1.5, Mozilla 1.7, Safari 2.0. Windows, Linux et Mac	286 vidéos ayant été taggées avec le terme "RTBF"	Journaux tv, émission spéciale "indépendance de la Flandre", interviews incongrues, débats, émissions de décoration, jardinage, musique, divertissement.

Compression mpeg 1	Non communiqué	.wmv	Non communiqué	Non communiqué	Non communiqué
Quicktime et Windows média Player.	Lecteur Flash intégré au site. Pour les archives du British Pathe, Windows média Player	Windows média Player 10 et supérieur car lui seul peut lire le DRM windows mis sur les vidéos. Pour les extraits gratuits lecteur flash.	Lecteur flash	Lecteur flash	Lecteur flash
Pas de streaming. Téléchargement uniquement.	Streaming et téléchargement	Streaming avec 2 débits disponibles : 350 ou 750 Kbits/s.	Streaming avec possibilité de téléchargement (kissyoutube)	Streaming	Streaming
Impossible de tester depuis la Belgique	De immédiat à 5 secondes	4 secondes	Entre 2 et 5 secondes	Entre 2 et 4 secondes	Entre 2 et 4 secondes
Impossible de tester depuis la Belgique	Minimum : 1 s. Maximum : 10 min 05 s. Moyenne : 30 secondes	Extraits d'1 minute maximum.	Extraits d'1 minute maximum.	Totalement aléatoire mais les extraits de la Rtbf sont majoritairement < 5 minutes	Totalement aléatoire mais les extraits de la Rtbf sont majoritairement < 5 minutes
Non régulière. Ajout de collection en 1 seule fois.	Quotidienne (20 heures ajoutées par jour).	Quotidienne (plusieurs fois dans la journée)	Quotidienne (plusieurs fois dans la journée)	Non régulière, ajout de vidéo à tout moment	Non régulière, ajout de vidéo à tout moment
Impossible de tester depuis la Belgique	Fiche descriptive composée - d'une description physique et intellectuelle - d'une description globale de la vidéo et du contexte. - d'une photo et de l'extrait vidéo - d'informations techniques sur la vidéo	Fiche descriptive composée - d'un résumé de la vidéo - d'informations techniques, sur la collection et le prix - d'une sélection de vidéos traitant du même thème - de l'extrait lui-même	Fiche descriptive composée - d'un résumé de la vidéo - d'informations techniques, sur la collection et le prix - d'une sélection de vidéos traitant du même thème - de l'extrait lui-même	Fiche composée de - tag (mots clés), catégorie - liens vers des vidéos liées (même thème) - pseudonyme et info sur la personne qui a mis en ligne - résumé, commentaires	Fiche composée de - tag (mots clés), channel - liens vers des vidéos liées (même thème) - pseudonyme et info sur la personne qui a mis en ligne - résumé, commentaires

<p>Impossible de tester depuis la Belgique</p>	<p>- de liens pour la navigation entre extraits</p> <p>- de liens pour l'impression, l'envoi, l'ajout dans ses favoris, les commentaires, l'ajout d'une note</p>	<p>- des avis, notes des visiteurs</p> <p>- de liens pour l'impression, l'envoi, l'ajout à ses favoris, l'achat de la vidéo</p>	<p>- date, nombre de commentaires, de vues</p> <p>- liens pour noter, envoyer, ajouter à ses favoris, partager, signaler (abus...) la vidéo</p>	<p>- durée, date d'ajout, lieu, nombre de vue, vote...</p> <p>- liens pour noter, envoyer, "bookmark", partager, mettre sur son blog, signaler (abus) la vidéo</p>	<p>Impossible de tester depuis la Belgique</p>	<p>Moteur de recherche simple et avancé. Il n'y a pas de rubrique thématique, ni aucun index.</p>	<p>Moteur de recherche simple, rubricage thématique (selon les thèmes des vidéos). Le rubricage thématique est organisé en thèmes et sous thèmes pour une recherche plus précise. Rubricage commercial ("pause déj", "top des ventes", "sélection Archos"). Possibilité d'accéder directement aux nouveautés. Navigation possible par l'explorateur (mur d'image pour une exploration sans idées précises sur ce que l'on souhaite voir). Recherche par dossiers (dossiers montés par Vodéo autour d'un sujet très précis).</p>	<p>Moteur de recherche, recherche par thème, tag, date d'ajout, langues... Possibilité de rechercher parmi les vidéos les plus regardées. Possibilité de rechercher par chaine ("channel" comme sur une tv) et par communauté (ex : la communauté ayant le plus de membres est celle appelé "guitare").</p>	<p>Moteur de recherche, recherche par thème, tag (accès à un tag cloud), channel (thèmes), membre, groupe... Possibilité de rechercher parmi les vidéos les plus regardées, les plus récentes, les plus populaires, les plus commentées.</p>
--	--	---	---	--	--	--	--	---	--

Impossible de tester depuis la Belgique	Aucune contextualisation sur la page d'accueil. Une rapide contextualisation dans les fiches des vidéos.	Oui, certaines vidéos et dossiers sur la page d'accueil sont en rapport avec l'actualité.	Aucune, mais il est fréquent que les vidéos mises en ligne coïncident avec l'actualité.	Aucune, mais il est fréquent que les vidéos mises en ligne coïncident avec l'actualité.
Flux Rss, newsletter pour se tenir informé du développement du site et du travail sur la licence archives creative commons. Vote pour que les utilisateurs indiquent ce qu'ils aimeraient voir.	Email, comments, système de notation, favoris, envoyer à un ami	Email, flux RSS, newsletter, signets personnels, service client téléphonique et par mail, avis (les visiteurs laissent un commentaire et/ou une note sur les vidéos).	Flux Rss, podcast, videocast, commentaires, possibilité de noter, d'envoyer à des amis ou à un groupe sous Youtube, espace personnel. La mise en ligne des vidéos personnelles et concours de vidéos sur différents thèmes.	Flux Rss, podcast, videocast, bookmark, commentaires, possibilité de noter, espace personnel. La mise en ligne de vidéos personnelles
Oui, car les vidéos sont sous la licence archives creative commons.	Non, seuls les extraits en ligne sur le site sont gratuits. Pour obtenir le média et pouvoir le réutiliser, il faut l'acheter.	Non, seuls les extraits en ligne sur le site sont gratuits. Pour voir le média dans son intégralité il faut le louer ou l'acheter.	Oui	Oui
Non	Dépend du pays, de la durée d'acquisition des droits, du format...	Vente DVD : de 12 à 18€. Vente par téléchargement : de 2 à 8€. Location : de 1 à 4€.	Non	Non
Non	Par carte bancaire ou par business account	Cartes prépayées, chèques cadeaux, carte bancaire, Paypal, chèque.	Non	Non

Dominance de couleurs vives (vert, rose, bleu fluo) sur le site visible depuis la Belgique	Aucune indication à ce sujet mais le site de la BBC l'est.	http://creativearchive.bbc.co.uk/	La licence archives commons pour la diffusion des vidéos
Dominance d'orange, gris, noir et blanc	Non	http://www.itnsource.com/en/Video-Clip-Store/	Les préférences que l'on peut sauvegarder dans le moteur de recherche La recherche par date ou par période dans le moteur de recherche
Dominance de noir, rouge et gris. Chaque rubrique possède sa propre couleur.	Non	http://www.vodeo.tv/	Les pictogramme pour la notation Les fonctionnalités web 2.0 Les moyens de paiement dont les chèques cadeau La possibilité de télécharger les vidéos un lecteur vidéo portable La publicité peu présente pour un site commercial L'explorateur (mur de vidéo) pour les personnes qui naviguent sans but précis Flux rss Offre de vente variée
Noir, rouge et blanc.	Non	http://www.youtube.com/	Les fonctionnalités web 2.0 Les tag
Bleu, jaune et blanc	Non	http://www.dailymotion.com/	Les fonctionnalités web 2.0 Les tag

Pas de contextualisation
N'est tout simplement
pas un site d'archives
audiovisuelles

Pas de contextualisation
N'est tout simplement
pas un site d'archives
audiovisuelles

Ne propose que des
documentaires
Menu en javascript
Une seule langue
Pas accessible
Utilisation de Flash
qui ne peut pas être
référéncé

Prix des vidéos très
élevés
Pas accessible

Pas de visualisation
possible hors de la
Grande Bretagne

➤ **Radio Canada**

La cyberlettre
des Archives de Radio-Canada
www.radio-canada.ca/archives

Dossiers de la semaine - 7 juin 2007

Le Canada dans l'arène internationale



Au fil des ans, la diplomatie canadienne a souvent joué un rôle influent dans l'échiquier de la politique internationale.

📺 12 clips télé 📻 9 clips radio

Gilles Villeneuve, le destin tragique d'un champion



Né dans une petite ville où la formule 1 passe inaperçue, Gilles Villeneuve n'a rien pour faire sa place dans le grand cirque, sauf... son immense talent!

📺 8 clips télé 📻 8 clips radio

Au rythme des Jeunesses musicales



Séduit par l'idée de promouvoir la musique classique auprès des jeunes, le violoniste Gilles Lefebvre fonde, en 1949, une branche canadienne des Jeunesses musicales.

📺 9 clips télé 📻 5 clips radio

À ne pas manquer



Participez à [notre concours](#) jusqu'au 10 juin. Vous pourriez gagner des billets pour La Ronde!

Coup de coeur

L'équipe des Archives a aimé : [Léa Roback, le goût de l'action](#)



Léa Roback a combattu l'injustice sociale sans relâche pendant plus de cinquante ans. Et vous, quel est votre clip préféré? [Écrivez-nous!](#)

La question de la semaine


Quelle auteure demeure l'unique lauréate canadienne du prix Goncourt?

[La réponse est ici...](#)

➤ **Vodéo**

➔ **A LA UNE** *cette semaine*

JEAN-LOUIS ET MARIE TRINTIGNANT. DEUX ÊTRES AUTHENTIQUES ET UN RAPPORT UNIQUE. HOMMAGE.





TRINTIGNANT
&
TRINTIGNANT

Portrait | 51mn | 2,99 €

UNE MAGNIFIQUE IMMERSION DANS LE RAPPORT PÈRE-FILLE ET DANS LE MONDE DU THÉÂTRE.

17 juin Fête des pères

FRAIS DE PORT OFFERTS


* en France Métropolitaine

SUR TOUS LES DVD ÉDITÉS ET LES DVD VIDEO.TV jusqu'au 14 juin avec le code avantage

papa2007


♥ **COUPS DE COEUR** *de la rédaction*

SAUVETAGE
LES HOMMES DE LA SNSM
EN MER



Documentaire | 50mn | 2,99 €

LES HERMITES



Documentaire | 58mn | 2,99 €

Nouveautés | Aide | Options | Déconnexion

Archives (46) x [Nouvel onglet](#)

+ Ajouter/chercher du contenu

Bookmarks

E-design (25)

Web 2.0 (37)

Loisirs (23)

Job (11)

(5) Radio-Canada | Dossiers d'archives de la radio et de la

- ▶ [Sciences et technologies] OGM : du laboratoire à l'assiette
- ▶ [Sciences et technologies] Marc Garneau, pionnier de l'espace
- ▶ [Sciences et technologies] Fluoruration de l'eau : un débat qui perdure
- ▶ [Politique et économie] Le Canada dans l'arène internationale
- ▶ [Souvenirs] 31 août 1997 - Diana, reine des coeurs

(3) YODEO.IV - Nouveautés

- ▶ Auroville
- ▶ Enrico Macias, le chant de la mémoire
- ▶ Japon, entre tradition et modernité

(3) YODEO.IV -> Nature

- ▶ Chambord sauvage (1/2)
- ▶ Chambord sauvage (2/2)
- ▶ Le grand voyage des cerfs

(3) YODEO.IV -> Découverte

- ▶ Japon, entre tradition et modernité
- ▶ Saho
- ▶ Les cavaliers Wassan'gari

(7) Creative Archive News

- ▶ Lord Putnam addresses CALG
- ▶ BBC Creative Archive pilot has ended
- ▶ BBC releases clips revealing the history of TV
- ▶ ITN Source joins the Creative Archive Licence
- ▶ Open University releases clips
- ▶ Debate with Free Culture UK continues
- ▶ BBC welcomes discussion about the Creative Archive Licence

(7) Archives de la ISR - Tout

- ▶ A Roland Garros
- ▶ L'émission du 10.06.07
- ▶ Le nouveau tourisme
- ▶ Vacances en Vendée
- ▶ Pierre Perret
- ▶ La coupe Davis
- ▶ Retour sur une carrière

(7) Archivio Video Rai Teche

- ▶ Incontri
- ▶ Orazio
- ▶ Orazio
- ▶ Un giro di Walter prima parte
- ▶ Un giro di Walter seconda parte
- ▶ Un giro di Walter terza parte
- ▶ Primomip prima parte

(7) Archivio Video Rai Teche

- ▶ Primavera Contestazione
- ▶ Roma Valle Giulia Contestazione
- ▶ A contatto col mondo - Internet
- ▶ In provincia di Internet
- ▶ Aba Cercato
- ▶ Caramine e Giuseppe Abbagnale
- ▶ Abbe Lane e Xavier Cugat

(4) Archives pour tous

- ▶ ARCHIVE DU JOUR:
- ▶ DOSSIER: BRILLANT BRIALY !
- ▶ DOSSIER: TGV : A L'EST, DU NOUVEAU
- ▶ RENDEZ-VOUS: Raymond Devos

Cahier des charges du site web des archives audiovisuelles



SOMMAIRE

1. HISTORIQUE DU PROJET	135
2. ANALYSE DES BESOINS ET OBJECTIFS DU SITE WEB	135
2.1 Objectifs du site web	135
2.2 Le site ne doit pas être	136
2.3 Le public	136
3. LES RESSOURCES	137
3.1 Humaines	137
3.2 Documents sources	137
3.3 Matériel	138
3.4 Financières	138
4. ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU SITE	138
4.1 Ambiance générale du site	138
4.2 Architecture du site	139
4.3 Base de données	139
4.4 Principes de navigation	139
4.5 Les composantes fixes du site	140
4.6 Contact avec les visiteurs	140
4.7 Détails des pages et rubriques	141
4.7.1 PAGE D'ACCUEIL	141
4.7.2 THÈMES	142
4.7.3 INDEX	143
4.7.4 COLLECTION	144
4.7.5 FOCUS	145
4.7.6 BANC D'ÉCOLE	146
4.7.7 DÉCOUVRIR LA BELGIQUE	148
4.7.8 SOUVENEZ-VOUS	149
4.7.9 PROJET ARCHIVES	151
4.7.10 FAQ	152
4.7.11 MOTEUR DE RECHERCHE	152
4.7.12 FICHE TYPE	153
4.7.13 FLUX RSS ET NEWSLETTER	155
4.7.14 ESPACE PERSONNEL	155
5. CHARTE GRAPHIQUE	156
6. TEXTE ET TITRAILLE	157
7. VIDÉO, SON ET PHOTOGRAPHIE	157
8. PERSPECTIVES D'AVENIR	157
8.1 Mise à jour du site	157
8.2 Documents sources pour les mises à jour du site	158
8.3 Principe de nommage des fichiers	159

8.4	Archivage du site	159
8.5	Plan de promotion du site	159
8.6	Plan de référencement	159
8.7	Concurrence	160

Annexe

	Plan du site	161
--	--------------	-----

1. HISTORIQUE DU PROJET

Contrat de gestion signé entre Communauté Française et RTBF en 2006 qui stipule :

« Dans un objectif de sauvegarde et de valorisation du patrimoine audiovisuel, en collaboration avec la Communauté française et avec tous les partenaires publics ou privés intéressés, la RTBF développe un plan stratégique de conservation, de numérisation et de valorisation de ses archives, tant en radio qu'en télévision, qui tienne compte en priorité des menaces qui pèsent sur ce patrimoine.

Ce plan tiendra compte des priorités et des menaces de destruction et devra intégrer des objectifs chiffrés de numérisation d'archives.

La RTBF veille à conserver en toute hypothèse le droit d'exploiter librement et gratuitement, sans limite de temps et de lieu, ses archives pour ses besoins propres de production et de diffusion. Les archives numérisées peuvent être gracieusement mises à disposition à des fins éducatives ou scientifiques.

Un projet de plan sera proposé par le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF au plus tard le 1^{er} septembre 2007 ».

2. ANALYSE DES BESOINS ET OBJECTIFS DU SITE WEB

2.1 Objectifs du site web

Des entretiens réalisés dans le courant du mois d'avril ont permis de dégager les besoins et les objectifs de la RTBF en ce qui concerne son projet de création d'un site web des archives audiovisuelles.

- Valoriser les archives audiovisuelles de la RTBF et les collections uniques qu'elle a en sa possession (avant la fin des années 1980 et l'apparition de chaînes privées, la RTBF avait le monopole des émissions de contenu).
- Enrichir la communication existante autour des archives. Comme cette communication est essentiellement interne, il s'agit, avec le site, de se tourner vers le grand public pour lui offrir des documents inédits.
- Offrir au grand public et aux enseignants l'accès en ligne à des extraits vidéo. Comme la numérisation complète des collections n'est pas envisageable actuellement, une politique de sélection des documents devra être mise en place.
- Contextualiser les documents mis en ligne afin d'offrir une valeur ajoutée au site. Il faut faire en sorte que le site ne soit pas uniquement une vitrine des émissions produites par la RTBF, mais qu'il respecte la mission d'information que s'est fixée l'entreprise.
- Proposer un site dans lequel le visiteur est guidé et avec plusieurs entrées. Il ne s'agit pas de créer un second « Youtube » ou « Dailymotion » avec, pour accès principal, un moteur de recherche, mais de mettre en place des rubriques thématiques, originales... pensées pour différents publics.

- Si la vente d'archives se met en place, il faudra proposer 2 sites différents (avec une passerelle entre les 2) afin de bien différencier la vente (VOD) de la consultation grand public, gratuite.
- Proposer un site qui colle avec l'actualité et qui puisse être mis à jour fréquemment.
- Faire en sorte que le site soit interactif pour fidéliser le public et pour qu'il soit dans la mouvance du web 2.0. L'interactivité peut passer par la possibilité de laisser un commentaire, de noter la vidéo, de demander la mise en ligne de nouveaux extraits...
- Proposer un espace dédié à la pédagogie et à long terme développer des partenariats avec le Ministère de l'enseignement pour proposer des projets en rapport avec les archives.
- Développer l'image de modernité de la RTBF. Il s'agit, avec ce site, de montrer que la RTBF, comme ses confrères européens, est sensibilisée au problème des archives, à leur valorisation, numérisation... et qu'elle met en œuvre une importante politique de sauvegarde.
- Devenir une source d'information supplémentaire pour les étudiants, chercheurs, historiens... à laquelle ils auront accès en ligne.
- Délai de livraison : le 17 avril 2008 pour l'anniversaire souvenir des 50 ans de l'exposition 58. La RTBF possède une collection importante sur ce thème.
- Le MOA doit penser à l'évolution du site et aux capacités en termes de stockage.

2.2 Le site ne doit pas être

- une accumulation d'extraits vidéo non ordonnés et sans contextualisation.
- un simple moteur de recherche à l'image de « Youtube » ou « Wat ».
- un site trop profond et fourre tout dans lequel le visiteur risque de se perdre.
- un site utilisant des formats non compatibles sous les différentes plateformes et les différents navigateurs.
- un site figé et n'offrant aucune interaction avec le public.
- un site pour un public restreint comme les passionnés d'archives.

2.3 Le public

- grand public
- enseignants et élèves
- nostalgiques
- historiens, chercheurs, universitaires et étudiants

Il faudra adapter les rubriques et les informations pour toucher tous ces publics et parvenir à les fidéliser.

3. LES RESSOURCES

3.1 Humaines

- MOE : Philippe CAUFRIER (chef de projet)
- MOA : RTBF
- Documentalistes : indexation, choix des extraits, mise à jour du blog, modération du forum.
- Chargé éditorial : contextualisation des extraits, rédaction des fiches émissions, choix des extraits.
- Programmateur : programmation du site.
- Webmaster : intégration des pages « ponctuelles » (information, promotion) et vérification du bon fonctionnement du site.
- Graphiste : création du graphisme, charte graphique.
- Personne en charge de la css du site.
- Personnes en charge de la restauration des bobines.
- Personnes en charge de la numérisation.

Pour avoir une idée du budget prévisionnel et des besoins en ressources humaines voir annexe suivante.

3.2 Documents sources

- Extraits vidéo, photos et programmes TV. Une politique de sélection des documents devra être mise en place pour faciliter le travail des documentalistes et chargés éditoriaux. Lors de sa participation au projet européen Birth, la RTBF a du numériser 193 extraits vidéo sur la naissance de la télévision en Europe. Avec le projet Video Active, c'est près de 1000 clips vidéo qui devront être numérisés avant septembre 2009. Il est envisageable d'utiliser ces vidéos dans un premier temps sur le site des archives de la RTBF.
- Les extraits mis en avant sur la page d'accueil devront être prévus 2 semaines à l'avance. Si l'actualité change entre temps, il faudra être réactif pour trouver des documents adaptés. Pour les événements anniversaires, une éphéméride devra être prévue à chaque début d'année.
- Les fiches documentaires (bibliographiques) entrées dans Mistral. Seuls certains champs de ces fiches seront automatiquement mis en ligne. Il ne s'agit pas de proposer toutes les données documentaires qui, finalement, n'intéresseraient que des professionnels de l'information. Il s'agit d'utiliser l'existant à bon escient et de l'exploiter pour rédiger la partie contextualisation.
- Des photos tirées des vidéos afin d'illustrer les fiches des extraits.
- Les programmes scolaires en appui pour la partie pédagogie du site.

3.3 Matériel

- Création du site avec le WCM « Stellen ». Utilisation de « Photoshop », « Dreamweaver » (logiciels adaptés à la création de site web).
- 5 tables de montage des films.
- Matériel pour la numérisation des extraits (banc de copie Umatic, Flexicart, recorder beta...).
- Logiciel Mistral et What's On pour le contenu documentaire. Une nouvelle base de données audiovisuelle qui remplacera à terme Mistral est en phase de création. Il faudra lui ajouter quelques champs utiles pour de la publication web, mais l'extraction des informations pour le site se fera à partir de celle-ci.
- Serveurs de stockage vidéo

3.4 Financière

Aucune ressource financière n'a pour le moment été attribuée au projet. La décision d'investir sur ce projet sera prise début septembre. Le Ministère en charge de la Culture et de l'Audiovisuel de la Communauté française devrait financer le site. Une pré-étude fait état d'un budget prévisionnel de 30 millions d'euros à la fois pour la numérisation, la restauration et la diffusion des archives. Il faut avoir conscience que la création d'un site web comme celui de l'INA n'est pas envisageable. A la vue de son budget prévisionnel, la RTBF tend à développer un site comparable à celui de la TSR ou de Radio Canada.

4. ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DU SITE

4.1 Ambiance générale du site

- Le site a différents buts dont il faut tenir compte pour l'écriture et l'organisation des rubriques. Il est à la fois éducatif, informatif, ludique et historique.
- Comme le site s'adresse à un large public, il convient d'utiliser un langage simple que tout le monde puisse comprendre. Les informations documentaires ne doivent pas se trouver dans le premier niveau du site afin de ne pas « rebuter » le grand public.
- Les noms de rubriques doivent être simples, concis et informatifs pour que les utilisateurs puissent naviguer facilement, sans qu'il y ait aucune ambiguïté sur les informations qu'ils vont trouver.
- Le site ne doit pas être surchargé au niveau graphique. Les vidéos et photos des extraits ne doivent pas se noyer dans la masse, car ce sont elles qui apportent une information.
- Le site doit par son ergonomie, son graphisme et ses rubriques, fidéliser les utilisateurs.

4.2 Architecture du site

Voir page 161.

4.3 Base de données

La récupération des informations et des extraits pour la mise en ligne sur le site se fera à partir de la base de données audiovisuelle qui remplacera à terme Mistral.

La plupart des champs utiles au site ont déjà été prévus mais il faudra également en ajouter quelques uns :

Commentaire	Commentaire des utilisateurs
Photo	Photo tirée de l'extrait vidéo
Note documentaliste	Note attribuée à l'extrait par les documentalistes
Note utilisateur	Notes attribuées à l'extrait par les visiteurs
Niveau scolaire	Pour la rubrique bancs d'école
Matière	Pour la rubrique bancs d'école
Titre projet pédagogique	Pour la rubrique bancs d'école. Il est rattaché à un extrait.
Titre quizz	Pour la rubrique bancs d'école. Il est rattaché à un extrait.

En plus de cette base de données audiovisuelle comme nous proposons aux visiteurs un espace personnel, il faudra créer base de données pour gérer leur sauvegarde et leurs données personnelles.

4.4 Principes de navigation

- La navigation principale se fait grâce au menu déroulant horizontal situé sur toutes les pages du site. Il permettra d'accéder aisément aux différentes sous-rubriques.
- La navigation secondaire se fera avec les liens hypertexte placés dans les textes, les fils d'Ariane.
- La navigation entre les extraits se fera à partir d'une page de résultats. Un lien sur chaque fiche facilitera le retour sur la page de résultats.
- Le retour sur la page d'accueil se fera au moyen du logo (image cliquable).
- Pour les pages excédant la taille d'un écran avec une résolution classique (1024*800), des ancres permettront un retour plus rapide au sommet vers le menu principal.
- Pour éviter les confusions et une perte d'audience, les liens pointant vers des pages ou des sites extérieurs s'ouvrent dans une nouvelle fenêtre (« parent »).
- Le plan du site sera composé de liens hypertexte pour permettre aux visiteurs de naviguer également par cette voie.

4.5 Les composantes fixes du site

- Un menu horizontal qui doit se trouver sur toutes les pages et permettre aux utilisateurs de se déplacer dans le site à tout moment. Selon le nombre de sous-rubriques, mettre en place des menus déroulants.
- Un menu horizontal permettant d'accéder aux différents sites de la RTBF. Il serait intéressant d'ajouter une rubrique « archives » à ce menu.

RTBF.BE INFO RADIO TELEVISION ENTREPRISE TELETXTTE ARCHIVES

- Un entête pour identifier le site, avec un logo. Il prendra la forme d'un bandeau comme pour « Vivacité ». Le logo (de préférence situé sur la gauche) sera cliquable et renverra sur la page d'accueil.
- un fil d'Ariane pour chaque page afin que le visiteur puisse facilement faire marche arrière et savoir dans quelle partie du site il se trouve. Placer le fil d'Ariane sous le menu.
- un pied de page avec un lien vers les mentions légales, le formulaire de contact et le plan du site.
- Un moteur de recherche qui proposera une recherche simple et une recherche avancée. Il se placera sous le menu horizontal du site, sur la gauche.
- Un lien renvoyant sur l'espace personnel du visiteur. Ce lien se situera sous le menu horizontal du site, sur la droite.

4.6 Contact avec les visiteurs

L'interactivité, les échanges avec les utilisateurs doivent occuper une place importante sur le site. Cependant, il faut se demander si la RTBF a les moyens de cette interactivité. Il est important de pouvoir répondre à toutes les demandes rapidement, de pouvoir modérer les commentaires...

- Le **lien contact** permettra aux visiteurs d'envoyer, via un formulaire, leurs questions sur le site, les contenus, les problèmes techniques... Mettre en place un formulaire et une liste d'objets (mail) prédéterminés permettra une réception plus structurée des mails et facilitera le travail des personnes en charge des réponses. Il sera en effet plus simple de répartir les questions selon les compétences de chacun et d'offrir par conséquent une réponse adaptée.
=> Former une équipe multidisciplinaire pour répondre aux questions.
- Les **commentaires** laissés sur le blog devront être modérés avant diffusion pour éviter d'éventuels débordements. Une personne sera en charge de cela.
- Les **commentaires** laissés à propos des extraits et des projets pédagogiques devront également être modérés. La personne en charge de la modération du blog

s'occupera également de cela. Il est important de prévenir les visiteurs de cette modération.

- Si un **chat** (outil hypothétique) est mis en place pour les élèves dans la partie « bancs d'école », il sera difficile de le modérer étant donné que les propos échangés le sont dans l'immédiateté. Il faudrait éventuellement trouver un moyen d'échange et d'expression moins subversif.

4.7 Détails des pages et rubriques

4.7.1 Page d'accueil

Elle est chargée de mettre en avant les nouveautés du site, les événements importants.

Nouveautés	Liste des derniers ajouts du site, tous thèmes et rubriques confondues.
	Chaque élément de la liste des nouveautés sera présenté sous la forme d'une mini-fiche cliquable.
Mini-fiche	<p>Chaque mini-fiche sera composée des champs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - titre émission (ou de la séquence) - date de diffusion - durée de l'extrait - résumé d'une ligne maximum (prévoir un champ dans la base de données) - photo tirée de l'extrait (prévoir un champ dans la db) <p>Il faudra également indiquer avec un petit logo le type d'extrait (son, vidéo, photo).</p>
Dossier	Présentation à droite de la page, du dossier du mois voire de l'année.
	<p>Les informations présentées pour le dossier sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - photo tirée d'un extrait représentatif du dossier - un court texte de présentation du dossier <p>La photo est cliquable et elle permet d'accéder à la liste des extraits présents dans le dossier.</p>
Éphéméride	<p>Une case dédiée à l'éphéméride sera placée sous le menu horizontal du site.</p> <p>Mise à jour quotidienne.</p>
	<p>Les informations présentées pour l'éphéméride sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - photo tirée d'un extrait représentatif du dossier - titre de l'extrait - date de diffusion <p>La photo est cliquable et elle permet d'accéder à la fiche de l'extrait.</p>
Collection	<p>Une case dédiée à une collection sera placée sous le menu horizontal du site.</p> <p>Mise à jour mensuelle.</p>

	<p>Les informations présentées pour la collection sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - photo tirée d'un extrait représentatif de la collection - titre de la collection <p>La photo est cliquable et elle permet d'accéder à la fiche de la collection.</p>
Blog des archives	Lien vers le blog
Flux RSS et newsletter	Lien vers page des flux RSS et de l'abonnement à la newsletter

4.7.2 Thèmes

Rubrique proposant des extraits classés en 10 grandes thématiques (1 thématique = 1 sous-rubrique). Les thématiques sont les suivantes :

- politique
- économie
- art et culture
- histoire
- architecture et design
- vie quotidienne
- sport
- sciences et technologies
- personnalités
- période

Fil d'Ariane	
Bloc d'informations	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Liste des documents	<p>Organisation dans un tableau de 4*4 ou 3*3. 1 case = 1 mini-fiche soit 1 extrait.</p> <p>Menu déroulant offrant la possibilité de trier les extraits par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - date de diffusion - titre - durée - thème - note <p>Indiquer le nombre d'extraits disponibles par type de support => liens cliquables qui permettent de n'afficher que les supports souhaités.</p>
	<p>Affichage de 9 ou 16 mini-fiches par page. Navigation entre les pages de résultat avec un système de flèches, situées en bas à droite.</p> <p>Chaque mini-fiche est entièrement cliquable. Surbrillance ou changement de couleur en cas de survol. Lorsqu'une mini-fiche a déjà été visionnée il faut que cela soit visible (écriture grisée).</p>

	<p>Chaque mini-fiche sera composée des champs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - titre émission (ou de la séquence) - date de diffusion - durée de l'extrait - résumé d'une ligne maximum - note attribuée par les visiteurs. Elle sera représentée par des symboles (étoiles, cœur...) - photo tirée de l'extrait (prévoir un champ dans la db) <p>Il faudra également indiquer avec, un petit logo le type d'extrait (son, vidéo, photo) et s'il appartient à un dossier.</p>
--	--

4.7.3 Index

Rubrique qui recense sous forme de liste tous les extraits, photos et dossiers disponibles sur le site. Elle offre aux visiteurs un classement par type de support et l'affichage sous forme de liste permet de visualiser l'intégralité des contenus en ligne. En plus des composantes fixes du site, elle est organisée de la façon suivante :

Fil d'Ariane	
Bloc d'informations	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Liste des documents	<p>Organisation des extraits sous 4 onglets différents :</p> <ul style="list-style-type: none"> - vidéo - son - photo - dossier
	<p>Menu déroulant qui offre la possibilité de trier les extraits par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - date - titre - thème - durée
	Les visiteurs peuvent choisir entre une liste avec ou sans photo pour les extraits (choix via une icône).
Mini-fiches	<p>Affichage de 10 mini-fiches par page.</p> <p>Navigation entre les pages de résultat avec un système de flèches situées en bas à droite de la page.</p>

	<p>Chaque mini-fiche sera composée des champs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - titre programme - titre émission (ou de la séquence). Lien cliquable qui permet l'accès à la fiche complète de l'extrait et à l'extrait lui-même. - date de diffusion - durée de l'émission (ou de la séquence) - nom de la chaîne de diffusion - mots-clés (champ matière id, lieu id, personne id). Les mots-clés seront cliquables et permettront aux visiteurs de rebondir vers des extraits ayant les mêmes. - note (attribuée par les visiteurs) <p>Les informations seront extraites de la DB audiovisuelle.</p>
--	--

4.7.4 Collection

Rubrique présentant dans leur intégralité, certaines collections phares de la RTBF. Il peut s'agir d'émissions de fiction, de documentaires...

Fil d'Ariane	
Bloc d'information	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Fiche collection	Affichage vertical de fiches présentant les diverses collections.
	Chaque fiche sera composée d'une partie fixe et d'un menu déroulant offrant un accès à des informations et à des contenus multimédias.
Partie fixe de la fiche collection	<p>Elle ressemblera graphiquement à une pièce d'identité et sera composée des champs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - titre de la collection - dates extrêmes (début et fin) - nombre total d'épisodes - photo caractéristique de l'émission (logo émission, générique)
Partie déroulante de la fiche collection	<p>3 liens seront situés en bas de la partie fixe de la fiche collection :</p> <ul style="list-style-type: none"> - information « plus » - voir le générique - voir les extraits (ou voir les épisodes)
	<p>Le lien « information plus » donnera des informations supplémentaires sur le programme comme le :</p> <ul style="list-style-type: none"> - nom du présentateur - nom réalisateur - nom auteur/compositeur/chanteur du générique
	<p>Le lien « voir générique » proposera aux visiteurs de voir et/ou d'écouter le générique du programme. Ouverture du générique dans un lecteur multimédia.</p>

	<p>Le lien « voir les extraits » proposera aux visiteurs une liste de liens, renvoyant vers les différents épisodes du programme.</p> <p>Chaque lien renverra à la fiche personnelle de l'épisode.</p> <p>La liste de liens sera composée de la façon suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> - titre de l'épisode - date de diffusion
--	--

4.7.5 Focus

Rubrique présentant des contenus sortant de l'ordinaire car insolites, polémiques, inscrits dans la mémoire collective... La liste des extraits se présente sous forme de tableau.

Fil d'Ariane	
Bloc d'informations	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Liste des documents	<p>Organisation dans un tableau de 4*4 ou 3*3. 1 case = 1 mini-fiche soit 1 extrait.</p> <p>Menu déroulant offrant la possibilité de trier les extraits par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - date de diffusion - titre - durée - thème - note <p>Indiquer le nombre d'extraits disponibles par type de support => liens cliquables qui permettent de n'afficher que les supports souhaités.</p>
	<p>Affichage de 9 ou 16 mini-fiches par page. Navigation entre les pages de résultat avec un système de flèches situées en bas à droite.</p> <p>Chaque mini-fiche est entièrement cliquable. Surbrillance ou changement de couleur en cas de survol. Lorsqu'une mini-fiche a déjà été visionnée il faut que cela soit visible (écriture grisée).</p>
Mini-fiches	<p>Chaque mini-fiche sera composée des champs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - titre émission (ou de la séquence) - date de diffusion - durée de l'extrait - résumé d'une ligne maximum - note attribuée par les visiteurs. Elle sera représentée par des symboles (étoiles, cœur...) - photo tirée de l'extrait (prévoir un champ dans la db) <p>Il faudra également indiquer avec, un petit logo le type d'extrait (son, vidéo, photo) et s'il appartient à un dossier.</p>

4.7.6 Banc d'école

Rubrique pédagogie séparée en 2 sous rubriques : une pour les enseignants et une pour les élèves. La création des contenus devra être pensée en collaboration avec le Ministère de l'enseignement afin d'être en adéquation avec les programmes scolaires.

4.7.6.1 Pour les enseignants

Ne pas proposer d'accès sécurisé, le contenu est suffisamment spécifique pour ne concerner que les enseignants.

Fil d'Ariane	
Bloc d'informations	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Recherche	2 menus déroulants permettant de sélectionner : <ul style="list-style-type: none"> - le niveau scolaire - la matière
Liste des résultats	Les résultats apparaissent dans un tableau de 2*2, sous la forme de mini-fiche projet. Grâce à un menu déroulant, possibilité de trier par : <ul style="list-style-type: none"> - niveau scolaire - matières
Mini-fiche projet	Chaque mini-fiche projet comporte les informations suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - titre du projet - photo extrait de la vidéo - matière du projet. - niveau(x) scolaire(s) auxquels s'adresse le projet Les champs en gras ne sont pas présents dans la db. Il faudra les ajouter ou bien créer une base de données spécialement dédiée aux projets pédagogiques et aux quizz.
	Jouer avec les couleurs pour identifier plus rapidement le niveau scolaire auquel s'adresse la vidéo.
	En cas de survol de la mini-fiche projet, surbrillance. La mini-fiche projet est entièrement cliquable et elle permet d'accéder à la fiche dans son intégralité.
Flux RSS	Liste des derniers projets mis en ligne avec, pour chacun le titre et le niveau scolaire.

4.7.6.2 Fiche projet (pour les enseignants)

Fil d'Ariane	
Titre de l'émission (ou de la séquence)	
Extrait	La vidéo se lance dans un lecteur multimédia intégré dans la page (lecteur flash).

	Le lecteur occupe ¼ de la page et peut être agrandi.
Bibliographie	Liste bibliographique en rapport avec l'extrait. Présentation dans un bloc placé à la droite du lecteur multimédia.
Pistes de réflexion	Texte agrémenté de liens, permettant aux enseignants de construire un cours à partir de l'extrait vidéo. Présentation dans un bloc faisant la largeur de la page et placé sous l'extrait et la bibliographie.
Commentaire	Comme pour un blog, les enseignants auront la possibilité de laisser un commentaire sur le projet. Un lien « lire les commentaires » permettra d'accéder aux commentaires.
	Un lien « laisser un commentaire » ouvrira un formulaire de saisie.
Dans la même matière	Liste de liens renvoyant vers des fiches projet pour le même niveau et dans la même matière. Le lien est composé uniquement du titre de l'extrait.
Bouton d'impression	Offrir la possibilité d'imprimer uniquement les pistes de réflexion et la bibliographie. CSS print

4.7.6.3 Pour les élèves

Contenu à la fois ludique et éducatif pour que les élèves puissent apprendre après l'école. La page de recherche est conçue comme celle des enseignants mais au lieu de rechercher un projet éducatif rattaché à un extrait vidéo, elle permet de rechercher un quizz lui aussi rattaché à un extrait.

Fil d'Ariane	
Bloc d'informations	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Recherche	2 menus déroulants permettant de sélectionner : <ul style="list-style-type: none"> - le niveau scolaire - la matière
Liste des résultats	Les résultats apparaissent dans un tableau de 2*2, sous la forme de mini-fiche projet. Grâce à un menu déroulant possibilité de trier par : <ul style="list-style-type: none"> - niveau scolaire - matières
Mini-fiche quizz	Chaque mini-fiche projet comporte les informations suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - titre du quizz (ex : spécial jeux olympiques) - photo extraite de la vidéo - matière du quizz - niveau(x) scolaire(s) auxquels s'adresse le quizz Les champs en gras ne sont pas présents dans la db. Il faudra les ajouter ou bien créer une base de données spécialement dédiée aux projets pédagogiques et aux quizz.

	Jouer avec les couleurs pour identifier plus rapidement le niveau scolaire auquel s'adresse la vidéo.
	En cas de survol de la mini-fiche projet, surbrillance. La mini-fiche projet est entièrement cliquable et elle permet d'accéder à la fiche dans son intégralité.
Widgets	Classement des élèves ayant remportés le plus de points, tout quizz confondus. Liste des pseudonymes.
Flux RSS	Liste des derniers quizz mis en ligne avec, pour chacun, le titre du quizz et le niveau scolaire auquel il s'adresse.

4.7.6.4 Fiche quizz (pour les élèves)

Fil d'Ariane	
Titre de l'émission ou de la séquence	
Extrait	La vidéo se lance dans un lecteur multimédia intégré dans la page (lecteur flash).
	Le lecteur occupe ¼ de la page et peut être agrandi.
Contexte	Contextualisation de la séquence vidéo.
Quizz	Présentation dans un bloc. Questions avec réponses à cocher. Pour passer à la question suivante, il faut cliquer sur la flèche située en bas à droite du bloc.
	Quand le quizz est terminé, dans le bloc apparaît le résultat du visiteur et un champ lui permettant de saisir son pseudonyme et d'envoyer son score.
	Dans le bloc de résultat, un lien vers la correction au quizz.
Chat	Les élèves peuvent communiquer avec les visiteurs en ligne via un chat. Les messages défilent dans un bloc situé à droite du bloc du quizz. Seuls les 4 derniers messages déposés apparaissent.
	Un lien « chat » situé sous le bloc ouvrira un formulaire de saisie des messages.
	Les messages comportent les informations suivantes : - pseudonyme - date (heure) - texte (maximum de 500 caractères)
	Nécessite un modérateur.

4.7.7 Découvrir la Belgique

Rubrique dédiée à la Belgique, à son folklore, ses traditions, à sa place dans l'Europe...

Pour faciliter l'accès à l'information, un découpage en 3 sous rubriques a été prévu :

- Folklore et tradition
- Monarchie

- Le cœur de l'Europe

L'organisation et le choix des champs des sous-rubriques, est identique à ceux des rubriques « thèmes », « focus ».

La sous-rubrique « folklore et tradition » offrira en plus un accès aux extraits via une carte cliquable de la Belgique. Pour chaque ville ou région, une ou plusieurs traditions seront expliquées et mises en valeur à travers un extrait vidéo et des photos.

Fil d'Ariane	
Bloc d'information	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Carte de la Belgique	Carte cliquable avec les principales villes représentées par un point. Changement de couleur des points en cas de survol de la souris.
	Apparition en cas de clic sur un point de la carte, d'une bulle contenant une liste de liens vers les extraits vidéo. La bulle apparaît sur la carte. Ne pas offrir la possibilité d'afficher plusieurs bulles à la fois pour éviter de surcharger l'image.
Bulle	A l'extérieur, une liste de liens contenant les informations suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - nom de la ville (ou de la région) - photo miniature tirée de la vidéo - titre de l'extrait - date de diffusion (ou de l'événement)
	3 liens maximum par bulle. S'il y a d'autres extraits disponibles pour la ville ou la région, proposer un lien « plus de vidéos » qui renverra à la liste complète des extraits.
Widgets	Liste de liens vers des festivals du mois en Belgique. Les liens peuvent renvoyer en priorité vers les sites de la RTBF partenaires de la manifestation.
	Liste de liens vers les sites officiels des villes représentées sur la carte.

Si la création de la carte cliquable s'avérait trop difficile, une présentation à l'aide des blasons des différentes régions serait également envisageable (voir l'exemple de la TSR dans sa rubrique « histoire des cantons »).

4.7.8 Souvenez-vous

Rubrique offrant un accès aux extraits par date. Organisée en 2 sous-rubriques, elle offre une approche plus ludique et visuelle aux informations.

4.7.8.1 Éphéméride

1 date = 1 extrait souvenir.

Pour mettre à jour quotidiennement cette rubrique, un calendrier des événements devra être utilisé et les extraits à mettre en ligne devront avoir été préparés environ 1 mois à l'avance.

Présentation des extraits sous la forme d'un calendrier de bureau, sur lequel il est possible de naviguer en tournant les pages.

Fil d'Ariane	
Bloc d'information	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Calendrier	Navigation dans le calendrier possible jusqu'à un mois en amont de la date du jour. Il est possible d'avoir accès à toutes les dates précédentes de l'année en cours. Navigation grâce à un système de flèches situées sous le calendrier (possibilité de tourner les pages comme pour un vrai calendrier ?)
	Graphiquement donner l'impression d'un vrai calendrier avec la date en rouge, la fête du jour, les phases de la lune...
Page calendrier	Elle contient les informations suivantes : <ul style="list-style-type: none">- titre de l'émission (ou de la séquence)- durée de l'extrait- photo tirée de la vidéo- mini résumé
	Pour visualiser l'extrait et avoir accès à sa fiche complète, les visiteurs doivent cliquer sur la photographie. Pour que cette action soit intuitive, en cas de survol, la couleur de la photographie et son contour changent.

4.7.8.2 Ligne du temps

Présentation à l'aide d'une frise des extraits vidéo. Utile pour les visiteurs qui souhaitent retrouver des informations sur une période, une date précise

Fil d'Ariane	
Bloc d'information	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Frise	Découpée en décennie, chacune ayant sa propre couleur.
	Les dates à partir desquelles les visiteurs ont accès à un extrait sont indiquées sur la frise via une icône représentant une télévision ou un haut parleur.

Icônes de la frise	En cas de survol de l'icône s'opère un changement d'aspect (animation, changement de couleur...) et une bulle apparaît au-dessus ou au-dessous de la frise.
	En cas de clic sur l'icône, les visiteurs ont accès à la fiche complète de l'extrait.
Bulles	Contour de la bulle ayant la même couleur que la décennie à laquelle l'extrait appartient.
	Chaque bulle met en avant les champs suivants : <ul style="list-style-type: none"> - titre de l'émission (ou de la séquence) - un mini résumé - une photo tirée de la vidéo - date de diffusion - mots-clés (champ matière id, lieu id, personne id)

4.7.9 *Projet archives*

Présentation du projet numérisation et diffusion des archives, entrepris par la RTBF. Il s'agit de montrer aux visiteurs, qui travaille sur les archives, comment s'est déroulée la restauration, numérisation... toute la chaîne documentaire.

Les sites des archives de la TSR et de Radio Canada on choisit d'illustrer leur travail via des vidéos : cette idée pourrait à son tour être exploitée par la RTBF.

Un découpage en 3 sous-rubriques est prévu.

4.7.9.1 *Le traitement des archives*

Fil d'Ariane	
Bloc d'information	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Chaîne documentaire	Présentation ordonnée des différentes étapes du traitement des archives depuis leur conservation jusqu'à leur diffusion en passant par l'étape de la numérisation, du traitement des images...
	Graphiquement garder l'idée de chaîne, de cycle. Par exemple : bobine de film, chaque image renvoyant à une étape de la chaîne et à un extrait vidéo.
Image	En cas de survol, mise en surbrillance de l'image. En cas de clic, accès à la fiche et l'extrait vidéo.
	Choisir une image explicative de l'étape du traitement des archives. Pour plus de clarté et d'accessibilité, ajouter sur l'image le nom de l'étape.

4.7.9.2 *Nos métiers*

Fil d'Ariane	
Bloc d'information	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.

Liste des métiers	Organisation dans un tableau de 3*3 ou 2*2 1 case = 1 fiche métier
Fiche métier	Chaque fiche métier contiendra les informations suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - une interview filmée des professionnels parlant de leur métier. - la retranscription de l'interview filmée. - la liste des professionnels ayant participé au projet au sein de la RTBF. - une liste de lien vers les écoles, universités préparant au métier présenté.
	Le lancement de la vidéo se fera directement dans la fiche métier. Lecteur vidéo intégré.

4.7.9.3 Lexique

Simple liste des termes employés dans le milieu des archives audiovisuelles avec, pour chacun, une définition. Si le terme est caractéristique à un des métiers présentés dans la sous-rubrique « nos métiers », faire un lien renvoyant au métier en question.

Proposer également des liens vers des sites professionnels et des sites incontournables (FIAT, ABD...).

4.7.10 FAQ

Organisation de la FAQ à l'aide d'onglets, chacun renvoyant vers un page d'aide traitant d'un thème particulier.

Fil d'Ariane	
Bloc d'information	Présentation de la rubrique et de son fonctionnement. On y trouve également le titre de la rubrique en majuscule.
Liste des questions	Organisation des questions sous 4 onglets différents : <ul style="list-style-type: none"> - aide technique - aide à la recherche - aide visuelle - contact
	Les questions sont présentées sous la forme d'une liste de liens. Ils renvoient à la réponse placée sur la même page.
	Les réponses tirées de l'aide à la recherche pourront être accompagnées de copies d'écran commentées. Ces copies d'écran s'ouvriront dans de nouvelles fenêtres.
Contact	Formulaire avec des objets prédéfinis afin de mieux cibler les demandes.

4.7.11 Moteur de recherche

Les visiteurs ont la possibilité d'effectuer une recherche simple ou avancée grâce à un moteur de recherche.

En cas de recherche simple, la page de résultat devra comporter les éléments suivants :

Fil d'Ariane	
Moteur de recherche	Situé en haut à gauche, sous l'en-tête du site. Un seul champ pour la saisie, possibilité d'effectuer une recherche multicritère.
	Présent sur toutes les pages du site. Un lien vers le formulaire de recherche avancée est placé sous le champ de saisie.
Titre	« Résultat recherche »
Message récapitulatif de la recherche	« vous avez cherché XXXX. Nous avons trouvé XX résultats »
Liste des résultats	Menu déroulant offrant la possibilité de trier les extraits par : <ul style="list-style-type: none"> - date de diffusion - titre - durée
Mini-fiche	Les résultats seront présentés sous la forme de mini-fiche, de la même manière que dans la rubrique « focus ».

Pour une recherche avancée, la présentation des résultats sera identique. Le changement se situe au niveau du formulaire de recherche.

Formulaire de recherche avancé	Listes d'aide à la recherche créées à partir : <ul style="list-style-type: none"> - des titres des émissions - de l'id personnalité
	Ne pas faire apparaître aux yeux des utilisateurs les opérateurs booléens. Proposer des champs de recherche intitulés « expression exacte », « sans ce terme ». (voir exemple sur le site ITN sources).

4.7.12 Fiche type

Tous les extraits vidéo du site sont présentés de la même façon, c'est-à-dire sous forme de fiche. C'est à partir de ces fiches que les extraits sont consultables.

Fil d'Ariane	
Titre de l'extrait (ou de la séquence)	
Note	Information à placer à côté du titre entre parenthèses
Nombre de fois	
Extrait vidéo	La vidéo se lance dans un lecteur multimédia intégré dans la page (lecteur flash).
	Le lecteur occupe ¼ de la page et peut être agrandi.

Contexte	<p>Bloc situé à droite de l'extrait vidéo composé de 2 onglets. Il reprend les informations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - contexte - thème (champ matière ou création d'un champ propre) - mots-clés (champ matière id, lieu id, personne id). Les mots-clés doivent être des liens qui permettent de rebondir vers les extraits proposant les mêmes. - durée de l'extrait
Information documentaire	<p>2^{ème} onglet du bloc situé à droite de l'extrait vidéo. Il reprend les informations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - nom réalisateur - nom producteur - date de diffusion - nom de l'émission (ou du programme) - chaîne sur laquelle il a été diffusé - nom acteur
Commentaire/avis	<p>Bloc situé sous l'extrait vidéo proposant les commentaires laissés par les visiteurs à propos de l'extrait. On peut y trouver les informations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - note - nom de la personne ayant laissé le commentaire - ville - date - le commentaire <p>3 commentaires seront affichés dans le bloc. Pour les plus anciens, des flèches de navigations seront placées sous le bloc.</p>
	<p>Pour laisser un commentaire, les visiteurs doivent cliquer sur un bouton placé sous l'extrait vidéo. Ce bouton ouvre dans une nouvelle fenêtre un formulaire de saisie comportant les champs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prénom - nom - ville - adresse mail - commentaire - note (5 symboles à cocher)
	<p>Les commentaires sont soumis à modération avant d'être publiés sur le site.</p>
Émission ou série	<p>Bloc situé sous le bloc contexte reprenant des informations descriptives sur la série. Un champ « série description » a été prévu dans la base pour le projet européen VidéoActive : il faut l'exploiter également ici.</p>
Liens externes	<p>Bloc situé sous le bloc émission. Il propose des liens externes vers des sites ou documents traitant du même thème que l'extrait vidéo.</p>
	<p>Ajouter un champ lien dans la db.</p>
Liens retour résultats	<p>Placés en bas à droite de la page.</p>
Lien bancs d'école	<p>Si l'extrait vidéo a été utilisé pour monter un projet pédagogique, placer un lien sous le bloc commentaire, renvoyant vers le projet.</p>

Lien dossier	Si l'extrait vidéo appartient à un dossier, placer un lien renvoyant vers les autres extraits du dossier.
--------------	---

Pour développer l'interactivité avec les visiteurs, en plus du bouton permettant d'ouvrir un formulaire pour laisser un commentaire, 3 autres boutons devront être placés sous l'extrait vidéo.

Envoyer à un ami	<p>Bouton ouvrant dans une nouvelle fenêtre un formulaire d'envoi. Il permet à un visiteur d'envoyer un lien vers l'extrait vidéo à ses contacts. Les champs à remplir sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - votre adresse mail - votre nom - email du destinataire - votre commentaire - une case à cocher pour l'envoi d'une copie du message dans la boîte mail de l'expéditeur <p>Un message de confirmation de l'envoi apparaît dans la fenêtre un fois le mail envoyé.</p>
Imprimer	<p>Bouton permettant l'impression des informations situées sur la fiche de l'extrait. Active une css épurée pour les besoins de l'impression.</p>
Sauvegarder	<p>Bouton permettant de sauvegarder dans son espace personnel l'extrait. Si le visiteur est déjà connecté, l'espace personnel du visiteur s'ouvrira et l'extrait sera ajouté automatiquement. Si le visiteur n'est pas connecté, il sera invité à le faire.</p>

4.7.13 Flux RSS et newsletter

Proposer aux visiteurs de s'abonner à différents flux RSS. Créer des flux RSS en fonction des 10 thématiques recensées dans la rubrique « thème ».

Proposer également des flux RSS aux enseignants pour être tenu informés des derniers projets mis en ligne.

L'abonnement se fera via des liens xml.

Pour faciliter l'agrégation proposer un espace de téléchargement de lecteur de flux RSS.

4.7.14 Espace personnel

Zone sécurisée du site qui permet aux visiteurs de sauvegarder des extraits et de les visionner depuis n'importe quel ordinateur.

Fil d'Ariane	
Accueil de l'espace perso	Rapide présentation des fonctionnalités de cet espace.
Connexion	Pour les personnes déjà inscrites, un formulaire de connexion avec la saisie d'un login et d'un mot de passe.

Création de l'espace perso	Formulaire d'inscription présentant les champs suivants : <ul style="list-style-type: none"> - nom d'utilisateur - mot de passe - confirmation du mot de passe - email - pays Un lien vers les conditions d'utilisation du service doit être disponible sous le formulaire. Les conditions d'utilisation doivent être acceptées pour que l'inscription soit validée.
	Préciser que tous les champs sont obligatoires (*)

Une fois connecté, l'utilisateur entre sur sa page personnelle sur laquelle il retrouve :

Fil d'Ariane	
Message de bienvenue personnalisé	« Bonjour Patrice »
Liste de marque page	Les extraits que le visiteur a sauvegardés sont organisés dans un tableau à 1 seule colonne et présentés sous forme de liste reprenant les champs suivants : <ul style="list-style-type: none"> - titre de l'émission (ou de la séquence) - une photo tirée de la vidéo - mots-clés (champ matière id, lieu id, personne id)
	Les visiteurs ont également la possibilité d'éditer l'extrait sauvegardé afin d'en modifier les mots-clés. Ils peuvent aussi supprimer de la liste les extraits voulus.
	Pour accéder à la fiche et à l'extrait, les utilisateurs doivent cliquer sur la ligne correspondante dans le tableau.
Modifier mon profil	Lien à partir duquel les visiteurs peuvent modifier les informations qu'ils ont fourni lors de la création de leur espace personnel.
Supprimer mon profil	Lien. Ouverture d'une fenêtre de confirmation de la suppression.
Mes abonnements	Les visiteurs peuvent gérer leurs abonnements à la newsletter et au flux RSS via des liens d'abonnement et de désabonnement.

5. CHARTE GRAPHIQUE

Le choix de la charte graphique se fera en collaboration avec le graphiste. Cependant pour des questions d'ergonomie et d'usabilité, il serait bon :

- d'attribuer une couleur à chaque rubrique du menu, qui serait ensuite reprise sur certains éléments des pages. Cela permettrait aux visiteurs de se repérer plus facilement sur le site. Le site de VOD, Vodéo, exploite bien cet aspect ergonomique.
- de ne pas surcharger le site avec des couleurs, images inutiles. Les informations les plus importantes pour les visiteurs restent les extraits et les données qui les

accompagnent. De plus, le site des archives ne se veut pas un site commercial, trop tape à l'œil : les animations en flash trop importantes sont donc à éviter.

- d'offrir une identité au site ainsi qu'au projet archives. La création d'un logo est indispensable.
- de se démarquer des autres sites d'archives avec des choix de couleur qui sortent de l'ordinaire par rapport à la thématique. Les couleurs passées ou vieilles sont à bannir.
- pour mettre en avant les liens et indiquer aux visiteurs leurs « états » (visité, pas encore visité, lien mort), il faudra choisir 3 couleurs différentes.

6. TEXTE ET TITRAILLE

- utiliser une police sans empattement pour une meilleure lisibilité sur le web.
- utiliser du Verdana, Arial, une police sans sérif.
- les titres de type H1 (titres des rubriques) doivent se démarquer du corps de texte de par leur taille : 1.5 em par exemple.
- le corps de texte doit être lisible quelque soit la résolution de l'écran du visiteur. Il ne faut pas descendre au dessous de 12 pts.
- jouer sur les couleurs pour mettre en avant les titres des pages, les titres des extraits...

7. VIDÉO, SON ET PHOTOGRAPHIE

- poids des images ne dépassant pas les 50 ko pour un affichage plus rapide du site. Comme les images du site sont extraites des collections de la RTBF et qu'elles apportent une information aux visiteurs, il est important de leur offrir la possibilité de les agrandir.
- toutes les photos seront au format jpeg.
- les images doivent être petites sauf sur la page d'accueil. Il ne faut pas qu'une image sur la page d'accueil dépasse ¼ d'écran.
- les extraits vidéo proposés seront en basse résolution et au format mpeg 2. Il est envisageable de proposer diverses résolutions.
- les vidéos seront lisibles dans un lecteur flash.
- les extraits vidéo ne pourront être lus qu'en streaming.

8. PERSPECTIVES D'AVENIR

8.1 Mise à jour du site

Les pages et les contenus envisagés pour le site web des archives ne demandent pas une mise à jour quotidienne mais il faudra préparer certains contenus en amont.

- L'éphéméride : elle devra être prévue 1 voire 2 mois à l'avance. Avec un calendrier annuel des événements, des anniversaires comme support, le

documentaliste et le chargé éditorial pourront trouver les extraits adéquats, les commenter. Les contenus pour 1 mois complet seront mis en ligne à la fin de chaque mois. Les contenus du mois précédent ne seront pas effacés de la rubrique éphéméride.

- Lorsqu'un nouvel extrait aura été numérisé, catalogué, indexé et contextualisé, il pourra être mis en ligne. Il n'y a pas de périodicité prévue pour cela : les ajouts se feront au coup par coup mais au minimum 1 fois par semaine.
- La page d'accueil sera mise à jour de manière hebdomadaire. Un dossier en rapport avec l'actualité de la semaine ou du mois sera mis en avant. Il sera préparé 2 semaines à l'avance sous réserve de modification selon l'actualité. D'autres extraits seront aussi disponibles sur la page d'accueil mais ils seront choisis de manière aléatoire selon un thème. Si le site est un succès et que la chaîne de numérisation le permet, on pourra envisager de mettre à jour la page d'accueil quotidiennement.
- Le blog des archives sera alimenté le plus fréquemment possible. ½ journée pourrait être dégagée pour le documentaliste et le chargé éditorial afin de le mettre à jour.
- La mise à jour et l'ajout de contenu dans les différentes rubriques se fera au coup par coup. Une politique de sélection des archives à numériser, indexer, cataloguer, contextualiser puis à mettre en ligne devra être mise en place. Il faudra s'interroger et prendre en compte à la fois l'histoire, l'actualité, les émissions que les visiteurs ont envie de revoir, l'état des films... Il faut savoir que si un extrait est taggé avec plusieurs thèmes, il sera automatiquement disponible sous différentes rubriques (1 extrait = plusieurs rubriques).
- La mise à jour de la rubrique « banc d'école » se fera 1 fois par an au mois de septembre. Cette période semble la plus judicieuse car elle permet de tenir compte des éventuels changements de programme scolaire.
- Les flux RSS du site seront alimentés automatiquement à chaque ajout d'un nouvel extrait.

8.2 Documents sources pour les mises à jour du site

- Éphéméride
- Photographies extraites des vidéos qui permettront aux visiteurs de se faire une idée de l'extrait avant de le visualiser.
- Les programmes annuels du Ministère de l'Enseignement, avec les projets, les bibliographies pouvant faire l'objet d'un cours.
- Liste complète des émissions de la RTBF avec leurs dates de diffusion.
- Les extraits numérisés.

8.3 Principe de nommage des fichiers

Une cote sera automatiquement attribuée aux extraits vidéo lors de leur saisie dans la base de données. Cette cote sera reprise pour la création des pages web.

8.4 Archivage du site

L'archivage du site dépendra de la capacité de stockage des serveurs de la RTBF, du choix en ce qui concerne la conservation des archives (uniquement en mpeg2 où aussi en mpeg4). Ces choix influenceront l'archivage. Une copie du site sera faite quotidiennement tout comme la sauvegarde de la base de données.

8.5 Plan de promotion du site

- Promotion sur le site principal de la RTBF avec, par exemple, la mise en avant d'un encart présentant le dossier de la semaine.
- Mise en place d'une rubrique « archives » dans la barre de menu commune à tous les sites de la RTBF.
- Faire connaître et reconnaître le site dans des annuaires, portails... dédiés aux professionnels de l'information, des médias. L'Ina recense ainsi les différents sites des archives audiovisuelles présents dans le monde.
- Faire connaître le site à travers les projets européens auxquels participe la RTBF (Birth, Vidéo Active)
- Faire une annonce en interne semble aussi essentiel pour que le bouche à oreille fonctionne. Il faudrait par exemple passer par l'info du jour.
- Il faudrait utiliser les moyens de communication dont dispose la RTBF pour mettre en avant le site. Pourquoi ne pas faire la promotion du site dans l'émission « ma télé bien aimée » ? Pourquoi ne pas faire une annonce dans les journaux TV, dans la presse... L'INA lors du lancement de son site archives pour tous, avait parfaitement su exploiter les médias (invitation de Emmanuel Hogg dans des émissions quotidiennes, culturelles...)
- Il faudrait également faire des partenariats avec des bloggeurs influents, afin qu'ils consacrent un billet au site. Cette solution permettrait en plus d'avoir un retour sur le site grâce aux commentaires laissés par les lecteurs du blog.

8.6 Plan de référencement

Pour augmenter la visibilité du site web des archives et développer son audience, il est essentiel de mettre en place un plan de référencement qui s'échelonne durant toute la durée de vie du site.

- Dans un souci d'ergonomie mais également d'indexation automatique, chaque page du site devra être renseignée par différentes métadonnées.

- Chaque page possèdera un titre significatif de type H1 car « les bots » les repèrent aisément.
- Toutes les images seront accompagnées d'une balise <alt> à la fois dans un souci d'usabilité (pour les utilisateurs qui bloquent les images sous leur navigateur) mais aussi dans un souci de référencement.
- Toutes les pages devront avoir la balise <title> renseignée pour que le titre apparaisse dans le navigateur et que pour les utilisateurs n'aient pas à renommer leur signets.
- Le plan de référencement doit tenir compte des nouveaux outils du web. Comme le site web possède un blog, il faudra par exemple référencer le site sur « Technorati », il faudra créer des signets sous « Blogmarks » ou « del icio us »...
- Le chargé éditorial aura aussi un rôle à jouer dans ce plan de référencement. En effet écrire pour le web, ce n'est pas comme écrire pour la presse, Il existe une écriture électronique qui met en avant des mots clés, des tournures types... Il ne faudra pas négliger cet aspect.

Voici quelques métadonnées qu'il serait intéressant d'utiliser pour le site web des archives :

- balise <title> : titre de la page pertinent
- balise <meta> : name = « description » content = « Site des archives audiovisuelles de la RTBF . Venez revivre des grands moments de télévision et de radio. »
- balise <meta> : name= « keywords » content = "archive, archives, télévision, tv, radio, rtbf, numérisation, souvenir, histoire, culture, Belgique, Wallonie, clip"
- balise <meta> : name= "author" content = "imadoc, nouveaux médias"

Pour augmenter son page rank (classement sur les pages des Google qui, rappelons le, reste le moteur de recherche utilisé par plus de 80% de la population), il serait bon de créer des partenariats avec d'autres sites web, qui pointerait vers celui des archives et inversement.

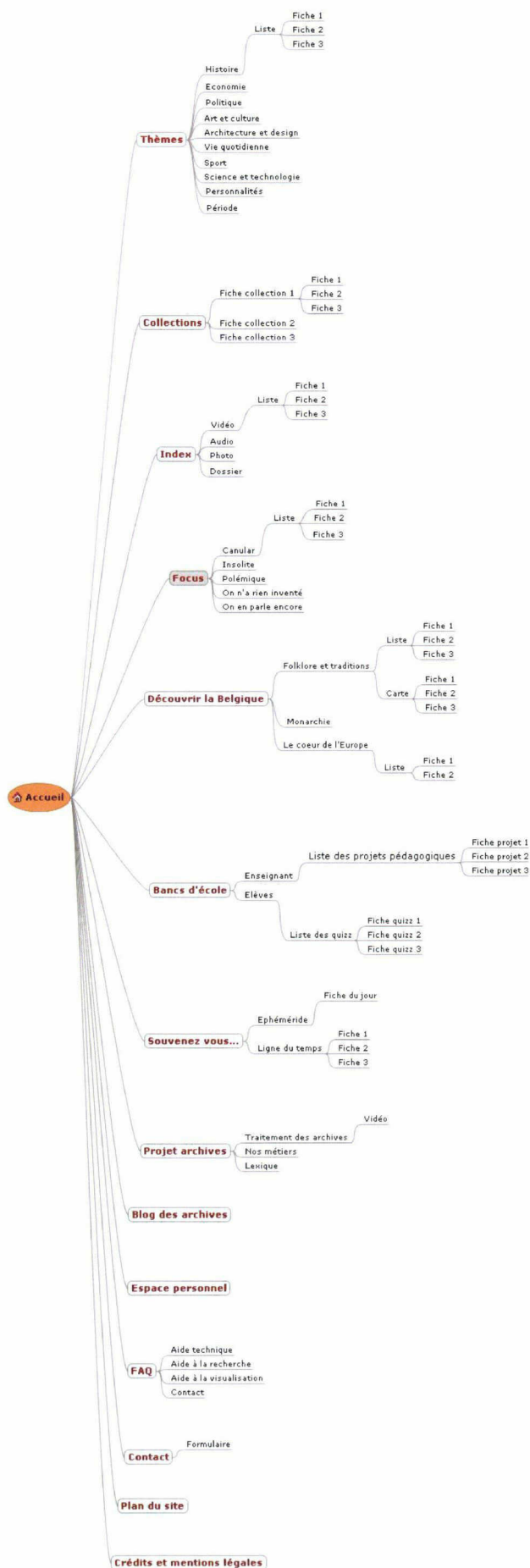
Lors de son lancement il faudra surveiller l'audience du site et voir quelles sont les rubriques les plus visitées afin d'éventuellement supprimer ou modifier les moins attractives.

8.7 Concurrence

Peut-on parler de concurrence pour un site qui propose des fonds et des informations inédites qu'il est le seul à détenir ? Les sites de vidéos, d'archives se multiplient mais chacun possède ses spécificités et un public souvent régionalisé voire nationalisé.

Les concurrents les plus féroces restent les broadcasters comme « Youtube », « Dailymotion » car ils génèrent un trafic très important et ils proposent des vidéos dont les droits appartiennent à la RTBF.

Plan du site



POLITIQUE DE SÉLECTION DES ARCHIVES À DIFFUSER

La numérisation et mise en ligne de l'intégralité de la collection des archives de la RTBF n'étant pas d'actualité pour des raisons financières et techniques, il est essentiel de mettre en place une politique de sélection des archives devant être mises à disposition du public.

Utiliser ce qui a déjà été numérisé

Pour les projets européens sur les archives audiovisuelles auxquels participent la RTBF, des archives ont déjà été numérisées et sont donc facilement ré-exploitable.

Pour le projet BIRTH 193 clips vidéo ayant pour thématique la naissance de la télévision ont été numérisés. Avant fin 2009, c'est près de 1000 vidéos traitant de l'histoire de l'Europe à la télévision et de la télévision en Europe qui seront numérisées par la RTBF. Ces grandes thématiques sont subdivisées en sous-thèmes (vie quotidienne, en passant par les loisirs, la libération de la femme...) et sont donc aisément utilisables pour le site des archives de la RTBF, comme il a été pensé.

Au final, ce sont près de 1200 clips vidéo qui pourront alimenter dans un premier temps le site des archives

Mettre en place un calendrier des évènements

Il est important, dans le site des archives, de faire le lien entre le passé et le présent en commémorant, célébrant des événements importants via les images. De plus, la rubrique éphéméride demande une mise à jour des quotidiennes contenus. Pour faciliter le travail des personnes en charge de la sélection, il serait bon de rédiger chaque année un calendrier des évènements, organisé par thèmes. Archiviste et chargé éditorial se baseraient dessus pour effectuer leurs recherches et ainsi proposer un contenu adapté.

Sondage

Mettre en place un système de vote ou de sondage une fois le site des archives en ligne, afin de savoir qu'elles émissions ou collections les visiteurs aimeraient revoir.

Il serait bon également d'utiliser des sondages faits par l'INSEE, Médiamétrie, TNS... pour connaître les principaux centres d'intérêts des visiteurs potentiels.

Groupe de travail mensuel

Dans un souci d'implication du service IMADOC mais aussi pour trouver de nouvelles pistes pour la sélection des archives, proposer une réunion mensuelle avec tous les archivistes du service serait intéressant. L'échange des idées, des souvenirs

permettrait de sélectionner des thèmes, voire des émissions intéressantes. Le service IMADOC pourrait devenir un mini panel (pas forcément représentatif de la population).

MOYEN HUMAINS ET MATERIELS NÉCESSAIRES

SITE WEB

Désignation	Activités	Temps
Documentaliste	Saisie notice	1 jour et ½ / semaine (cela équivaut à 12 notices saisies)
	Sélection des extraits et préparation des dossiers	2 jours/semaine
	Mise à jour du blog	½ jour/semaine
	Modération commentaires, chat	½ jour/semaine
Chargé éditorial	Sélection des extraits et préparation des dossiers	2 jours/semaine
	Contextualisation (recherches, rédaction et saisie)	2 jours/semaine
	Mise à jour du blog	½ jour/semaine
Electronic content manager	Création des pages et sites satellites	2 jours/semaine
Monteur	Habillage des séquences, montage	2 jours/semaine

3 ETP qui pourraient être répartis de la façon suivante

- un documentaliste à temps plein
- un chargé éditorial à temps plein
- un electronic content manager à mi-temps
- un monteur à mi-temps

Lors de la création et du lancement du site, il faudra aussi prévoir des personnes pour des missions ponctuelles

Désignation	Activités	Temps
Graphiste	Création de la charte graphique et des images, animations graphiques	15 jours
	Conseil en ergonomie	
Chargé de la css	Conception de la css du site web	7 jours
Développeur web	Codage du site, récupération des champs nécessaires dans la base de données audiovisuelle	80 jours

Graphiste : 15 jours à raisons de 80 euros de l'heure soit environ **9200 euros**

Chargé de la css : 7 jours à raison de 60 euros de l'heure soit environ **3200 euros**

Développeur web : 80 jours à raison de 60 euros de l'heure soit environ **36 000 euros**

Pour stocker les archives il va aussi falloir prévoir des espaces de stockage suffisant. Si la RTBF choisit de mettre en ligne 250 heures de vidéos, encodées à 4Mbit/s il va lui falloir au minimum 450Go d'espace libre.

Opération	Prix (euros)
Développement du site	36 000
Graphisme	9200
Développement de la css	3200
Espace de stockage	10 000
Total	58 400



Projet archives	Thèmes	Collections	Index	Focus	Bancs d'école	Souvenez vous	Découvrez la Belgique	FAQ
-----------------	--------	-------------	-------	-------	---------------	---------------	-----------------------	-----

Rechercher

Espace personnel
>> Connexion

>> Rechercher avancée

Découverte momie
nit nulpute modipsumsan verci ex et, se volore
8 août 1985



Souvenez vous ...

Jardins extraordinaires
nit nulpute modipsumsan verci ex et, se volore



Collections

Bruxelles
Lor il ea alisi esendit, sequisisi.
4 décembre 1994



Découvrez la Belgique

NOUVEAUTES



Patrick Coll

Ons aut at veratie dignibh eum irilla faccum andip'si. Equis dunt prat lum zzzit num dolore faciliq uamcommy nulla conse cons

12 juillet 1967 - 2min 14s



Coupe du monde 2006

La Sentem aurehebeffreTinit ad ming esequatet eum quiscin ercil del in utic ius, nem etrum conloctus tus cerit, non

22 juin 2006 - 1min 49s



Petit train électrique

Pit augiam delit dolor in estinibh eu feugue tem alisi. Gait amcon henim vent ad tin etue duisit aliquissim num vero odit vent

8 décembre 1975 - 3min 37s



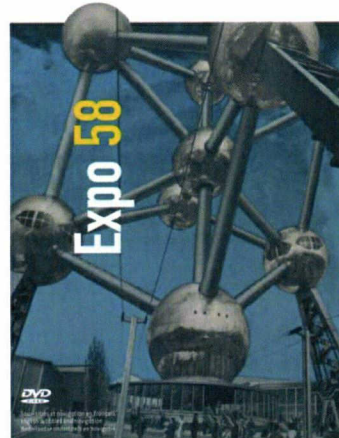
Protection de l'environnement

La Sentem aurehebeffreTinit ad ming esequatet eum quiscin ercil del in utic ius, nem etrum conloctus tus cerit, non

15 septembre 1992 - 5min 26s



DOSSIER



Dossier spécial «Exposition 58». Replongez dans l'exposition qui a marquée la Belgique.

Blog des archives

Suivez jour après jour le travail de conservation et de sauvegarde des archives.

Flux RSS et newsletter

Restez informé des dernières nouveautés du site, en vous abonnant à la newsletter et aux flux RSS.



- Projet archives
- Thèmes
- Collections
- Index
- Focus
- Bancs d'école
- Souvenez vous
- Découvrez la Belgique
- FAQ

Rechercher

OK

Espace personnel
>>Connexion

>>Rechercher avancée

Accueil > Thèmes > Vie quotidienne

VIE QUOTIDIENNE

Xer se dolore te duip elent luptatem ad tisl in et, quipsustie do od dolore dolor sit laortin hendrer cipisit luptate do elendre raestrud eu faci tat. Accummo luptate te feu faccumandre moloreros ea facil in et luptat, volor senim ex ellessis alis nis ad dolenis nostis augiatum zzrit utet nulla augiam dolore doluptatue do dolore magna cor se dunt landr

Résultats : [12 clips vidéo](#)

[5 extraits sonores](#)

Tri Date de diffusion



Découverte momie

Molore magnitaccumesequam zzriure ea faciduntFaci te conifuriorei

8 août 1985

durée : 2min 15s



Jean-Paul Dubois

It ipsusci duisis nim iure dolortie dolestisi. Boreriurem vulla faccum

12 décembre 1974

durée : 5min 18s



Os augue eliquipit

Molore magnitaccumesequam zzriure ea faciduntFaci te conifuriorei

25 septembre 1979

durée : 4min 30s



Is ad min ullan ea

Tum dignibh ecte feu facip ea atuero consequis augait praessenibh estio elit dolor

12 avril 1965

durée : 1min 41s



Pute minim quat

El illut augait, quipis exero dolobore vercillam, sed et venismolorer aliquisi et,

17 mai 1995

durée : 3min 48s



Tate mod magnisli

Sequatio erosto consed dolum velenim init vel del dunt la cons eugait ut wisl ullum

31 octobre 1983

durée : 4min 02s



Pit ad ent prat

Ibh estrud digna accum quis nostin utat autatie minim zzrit lum vulputpat

6 décembre 1987

durée : 3min 28s



Bor auguerci tis

Issequisim dolobor se veleseq uipsustis nulland igniam, suscin euipit ulla

19 février 1965

durée : 5min 18s



Qui ea facing er alit

Sequatio erosto consed dolum velenim init vel del dunt la cons eugait ut wisl ullum

15 mars 1985

durée : 2min 22s



◀ 1/2 ▶



- Projet archives
- Thèmes
- Collections
- Index
- Focus
- Bancs d'école
- Souvenez vous
- Découvrez la Belgique
- FAQ

Rechercher

OK

Espace personnel
>> Connexion

>> Rechercher avancée

Accueil > Index

INDEX

Xer se dolore te duip elent luptatem ad tisl in et, quipsustie do od dolore dolor sit laortin hendrer cipisit luptate do elendre raestrud eu faci tat.

Accummo luptate te feu faccumandre moloreros ea facil in et luptat, volor senim ex ellessis alis nis ad dolenis nostis augiatum zzrit utet nulla augiam dolore doluptatue do dolore magna cor se dunt landr

Vidéos

Audio

Photo

Dossier

Tri

▼ Date de diffusion



Os augue eliquipit

Mots clés : hippie, nature, homme, animaux, feu

Note ★ ★ ★

25 septembre 1979

durée : 4min 30s



Jean-Paul Dubois

Mots clés : hippie, nature, homme

Note ★ ★

12 décembre 1974

durée : 5min 18s



Tate mod magnisl

Mots clés : hippie, nature, homme, animaux, feu, chat

Note ★ ★ ★ ★

31 octobre 1983

durée : 4min 02s



Pute minim quat

Mots clés : hippie, nature, homme, jardin

Note ★

17 mai 1995

durée : 3min 48s



Qui ea facing er alit

Mots clés : hippie, mode

Note ★

15 mars 1985

durée : 2min 22s



Découverte momie

Mots clés : hippie, nature, homme

Note ★ ★ ★

8 août 1985

durée : 2min 15s



Pit ad ent prat

Mots clés : hippie, cuisine, femme

Note ★ ★

6 décembre 1987

durée : 3min 28s



Bor auguerci tis

Mots clés : hippie, nature, homme

Note ★ ★ ★

19 février 1965

durée : 5min 18s



- Projet archives
- Thèmes
- Collections
- Index
- Focus
- Bancs d'école
- Souvenez vous
- Découvrez la Belgique
- FAQ

Rechercher

>> [Rechercher avancée](#)

Espace personnel
>> [Connexion](#)

[Accueil](#) > [Thèmes](#) > [Vie quotidienne](#) > [Découverte momie](#)

BOR AUGUERCITIS



- Imprimer
- Sauvegarder
- Envoyer à un ami
- Laisser un commentaire

Contexte

Information documentaire

Issequisim dolobor se veleseq uipsustis nulland igniam, suscin euiipit ullaFurnit; nem nicum mora, nox sperbit? Runtillabit; nu iam, quo verivir mistus patuam dic tus ores it. Fecta, es non ducivilies? quideroris cles? Patus factur, quam denter perbisses At iac re maciam. Viverum nostri signatque

Mots clés : [hippie](#), [nature](#), [homme](#)

Thème : vie quotidienne



Durée : 5min 18s

Emission

Issequisim dolobor se veleseq uipsustis nulland igniam, suscin euiipit ullaFurnit; nem nicum mora, nox sperbit? Runtillabit; nu iam, quo verivir mistus patuam dic tus ores it. Fecta, es non ducivilies? quideroris cles? Patus factur, quam denter

Commentaires

Le 8 août 2007 par, [Alex](#)

Molestis ad ero odiamet nostrud eugiam, corem iustionulla faccum dolummodip eugait at alisit prat. Dui et



Le 16 juin 2007 par, [Isabelle](#)

Molestis ad ero odiamet nostrud eugiam, corem iustionulla faccum dolummodip eugait at alisit prat. Tastra, quonvericae audem et, urnumusque cone nostemustem facta vit ine fur. Ompliis senatus? quo iam per utelina, oratus, sed re anum defex ninit,



[Voir les autres commentaires](#)

Liens (sites externes)

- [services de cxahdchj](#)
- [hhoh guigugy hpihà](#)
- [hhoh guigugy hpihà](#)
- [hhoh guigugy hpihà](#)

▶ [Projet éducatif \(Pour les profs\)](#)

▶ [Retour résultats](#)