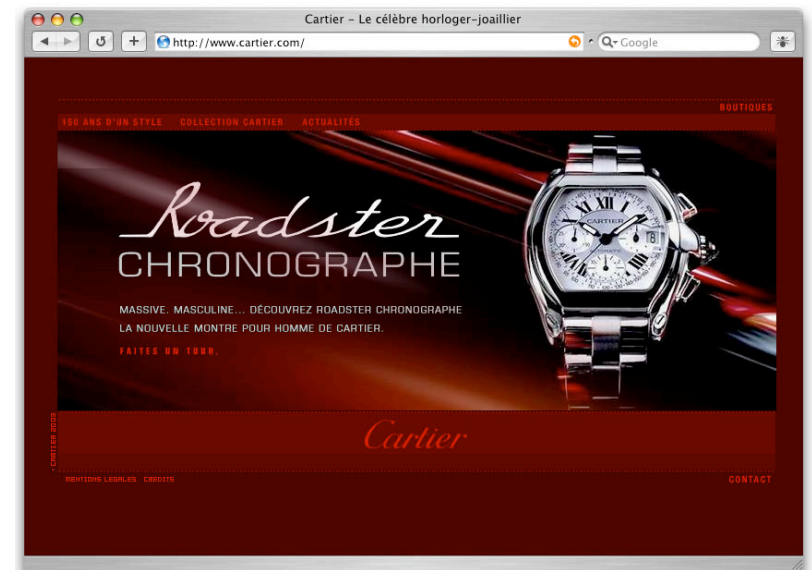
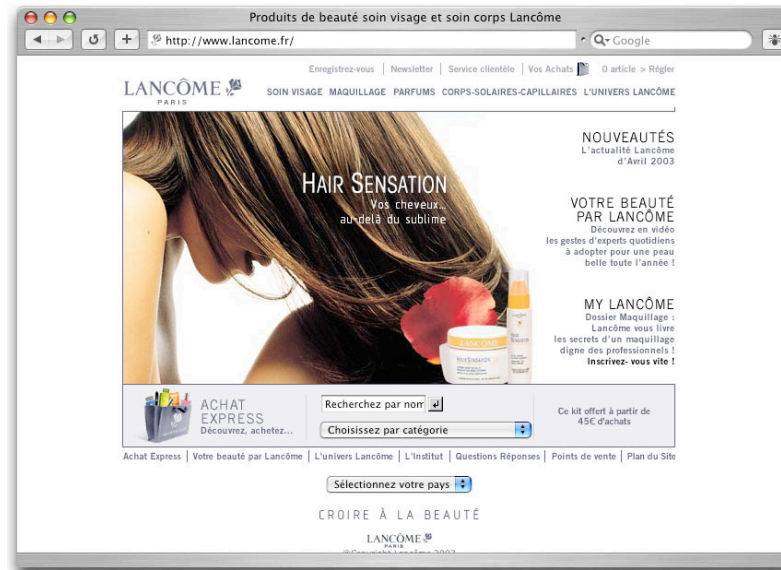
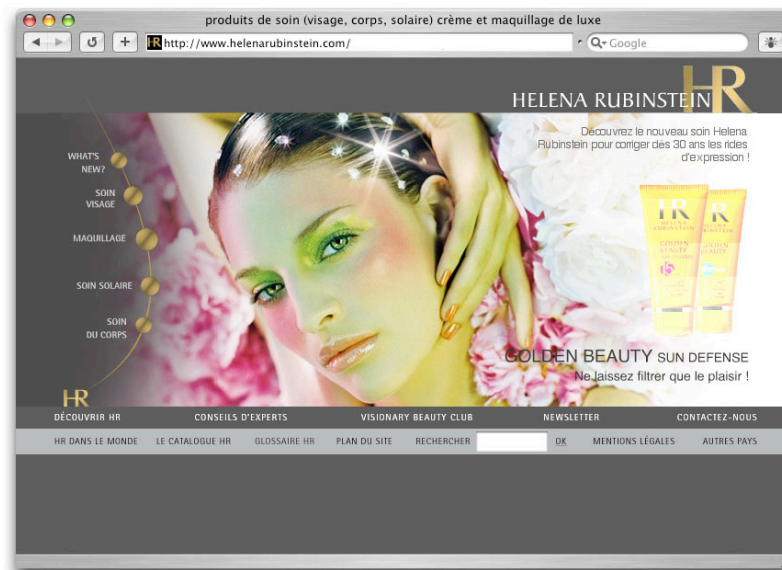
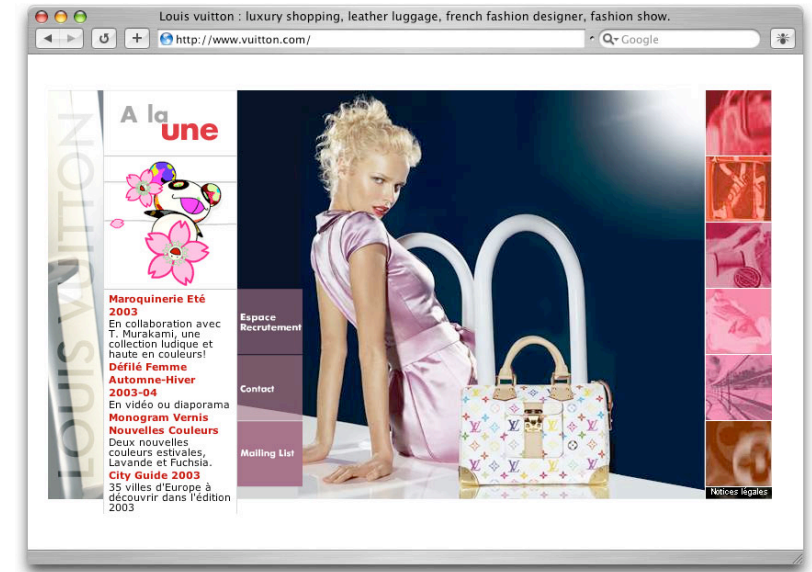
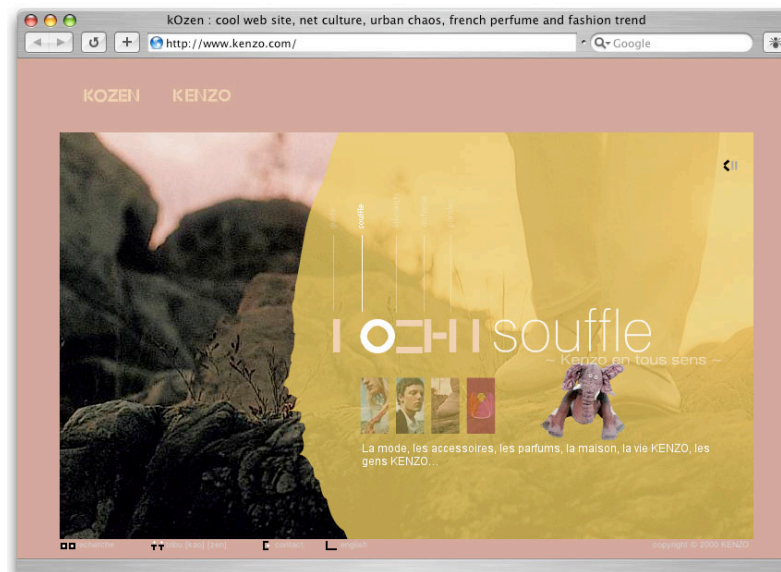
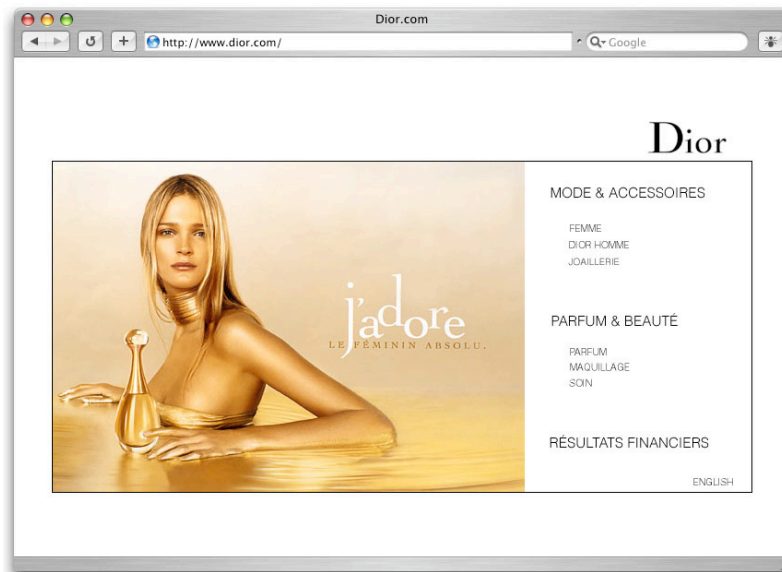




## Benchmark graphique et ergonomique secteur luxe

Avril 2003





## Sommaire

➤ Introduction .....	3
➤ Ergonomie / Architecture de l'information / Design .....	4
➤ Bilan .....	16



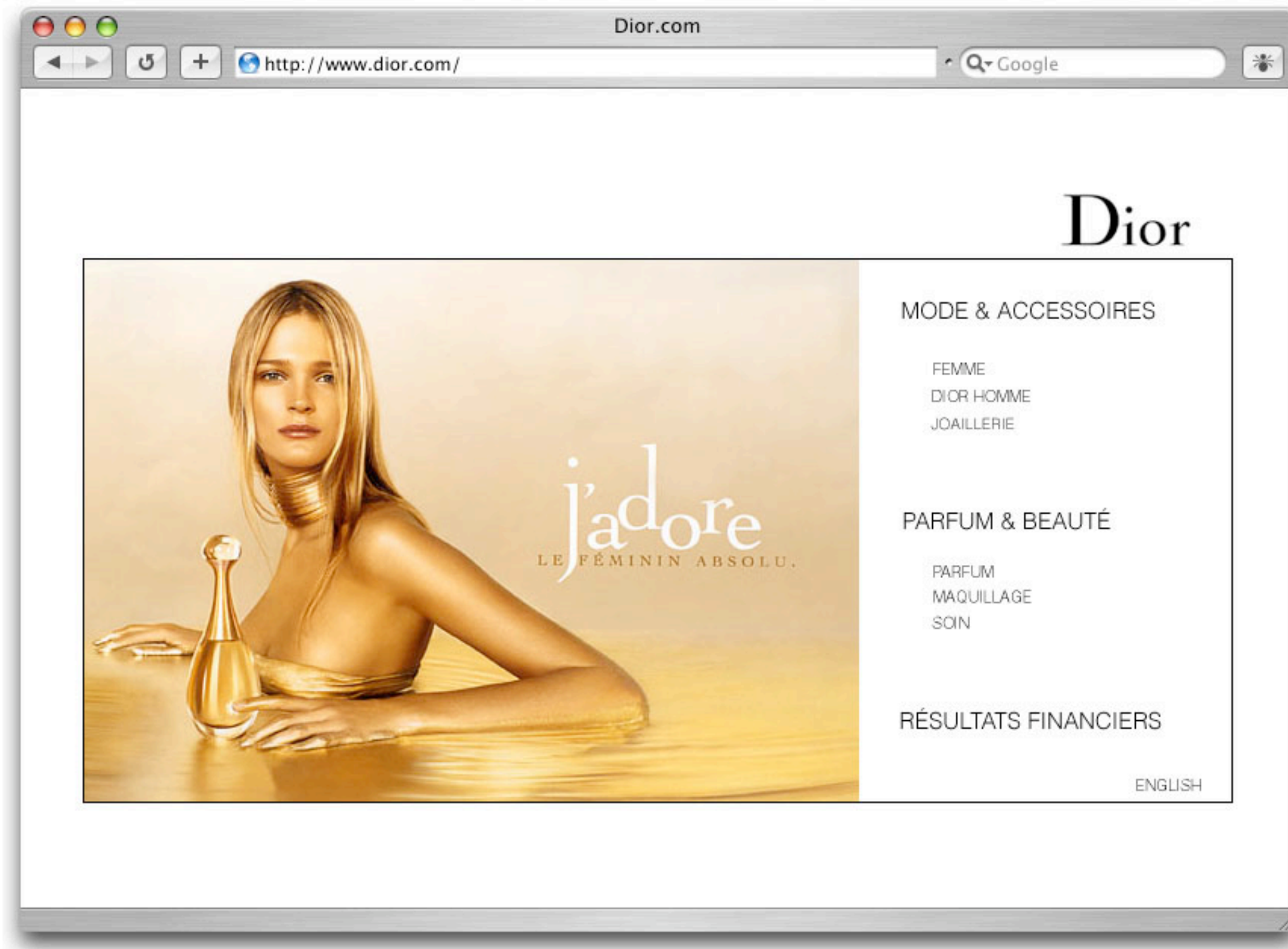
## Introduction

Le benchmark sectoriel permet, en amont d'un projet de refonte ou de création de site, de transposer et de positionner sa stratégie créative on-line, afin de proposer un site qui réponde à des objectifs de communication pertinents par rapport au medium.

La démarche est de dresser une sélection de sites de la concurrence pour établir un comparatif de leur performance. Le benchmark permet ainsi d'identifier les erreurs de conception et de mesurer la qualité du design. A partir de cette évaluation, il sera possible d'aller plus loin et d'élaborer des propositions graphiques qui auront intégré et dépassé ce bilan graphique et ergonomique.

Les critères de qualité qui comptent dans un projet de design interactif sont les suivants :

- **L'ergonomie et l'architecture de l'information**, qui permettent à l'interface du site de mettre en oeuvre des messages accrocheurs, hiérarchisés, lisibles, et accessibles. La navigation y est un enjeu central, ainsi que la concision terminologique, l'interactivité et la scénarisation.
- **Le design**, avec la mise en place d'un système d'identité graphique spécifiquement dédié au web, c'est à dire :
  - Une transposition de l'identité visuelle claire et valorisante (logo, couleurs)
  - Une appropriation des codes graphiques du web
  - Une utilisation adaptée de la typographie
  - Le respect des contraintes d'optimisation à l'écran
  - Une structure et des éléments graphiques adaptés aux messages







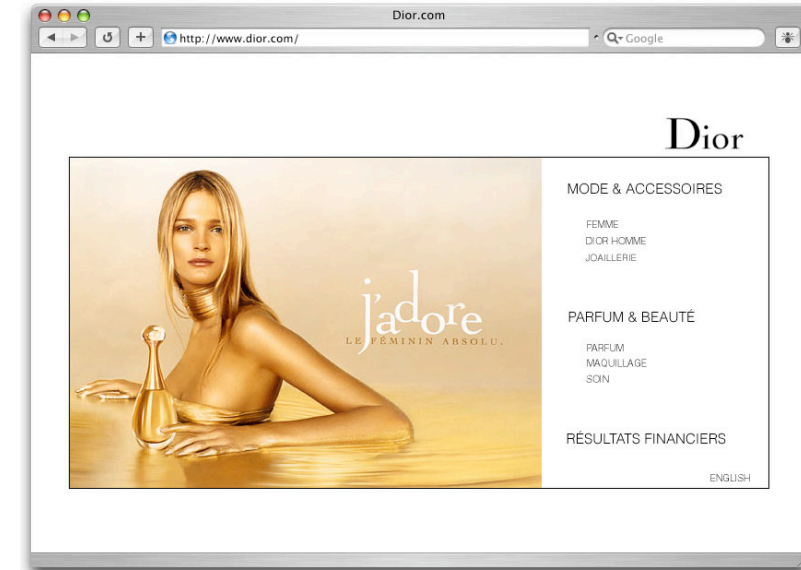
## 1 www.dior.com

### Une identité cohérente, un design très en retrait

Un site qui s'attache à reprendre des éléments de la communication off-line (visuels publicitaires) et qui propose un rubriquage simple.

Le design, très épuré voire pauvre, ne suffit pas à donner corps à l'univers Dior, n'exploitant pas suffisamment les codes graphiques du web pour communiquer l'information et développer l'univers de marque.

Domage que l'exercice interactif se réduise à une transposition si littérale de la communication publicitaire



### Ergonomie



#### Points forts

- ▶ Le découpage des sections permet une compréhension aisée du fonctionnement et de la segmentation du site.
- ▶ Les navigations horizontales et verticales intuitives, très largement utilisées sur le web, permettent de comprendre de façon instinctive leur mode de fonctionnement.
- ▶ Des aides à la navigation (plan du site, recherche de boutiques).
- ▶ Fidélisation des visiteurs via une newsletter et un espace personnel (donnant accès à un contenu exclusif).
- ▶ Le site existe en différentes langues.

#### Points faibles

- ▶ Les univers Homme et Beauté sont traités différemment du reste du site : cette hétérogénéité rend délicate la navigation dans le site.
- ▶ L'omniprésence de modules flash (navigation, animations) rend la navigation difficile et risque, de par leur spécificité technologique, d'interdire l'accès à certains utilisateurs.
- ▶ L'absence de traitement particulier (puces, jeu de couleur, etc.) ne permet pas de distinguer aisément les liens.

### Architecture de l'information



#### Points forts

- ▶ Bonne structure générale de la partie principale du site (hors Homme et Beauté) : les modules de contenu (navigation, zone identitaire, contenu éditorial, visuels) sont suffisamment distincts et contribuent, par leur bon alignement et un bon équilibre des espaces, à la lisibilité des pages.

#### Points faibles

- ▶ Le concept de navigation développé pour de l'univers Homme rend quasiment impossible la consultation et la compréhension de son contenu.
- ▶ Assez proche de celle de la partie principale du site, l'architecture des pages de l'univers Beauté s'en distingue par une plus grande hétérogénéité des sections et par une moins bonne gestion de l'implantation et de l'alignement des modules (navigation, contenu éditorial, visuels, etc.).

### Design

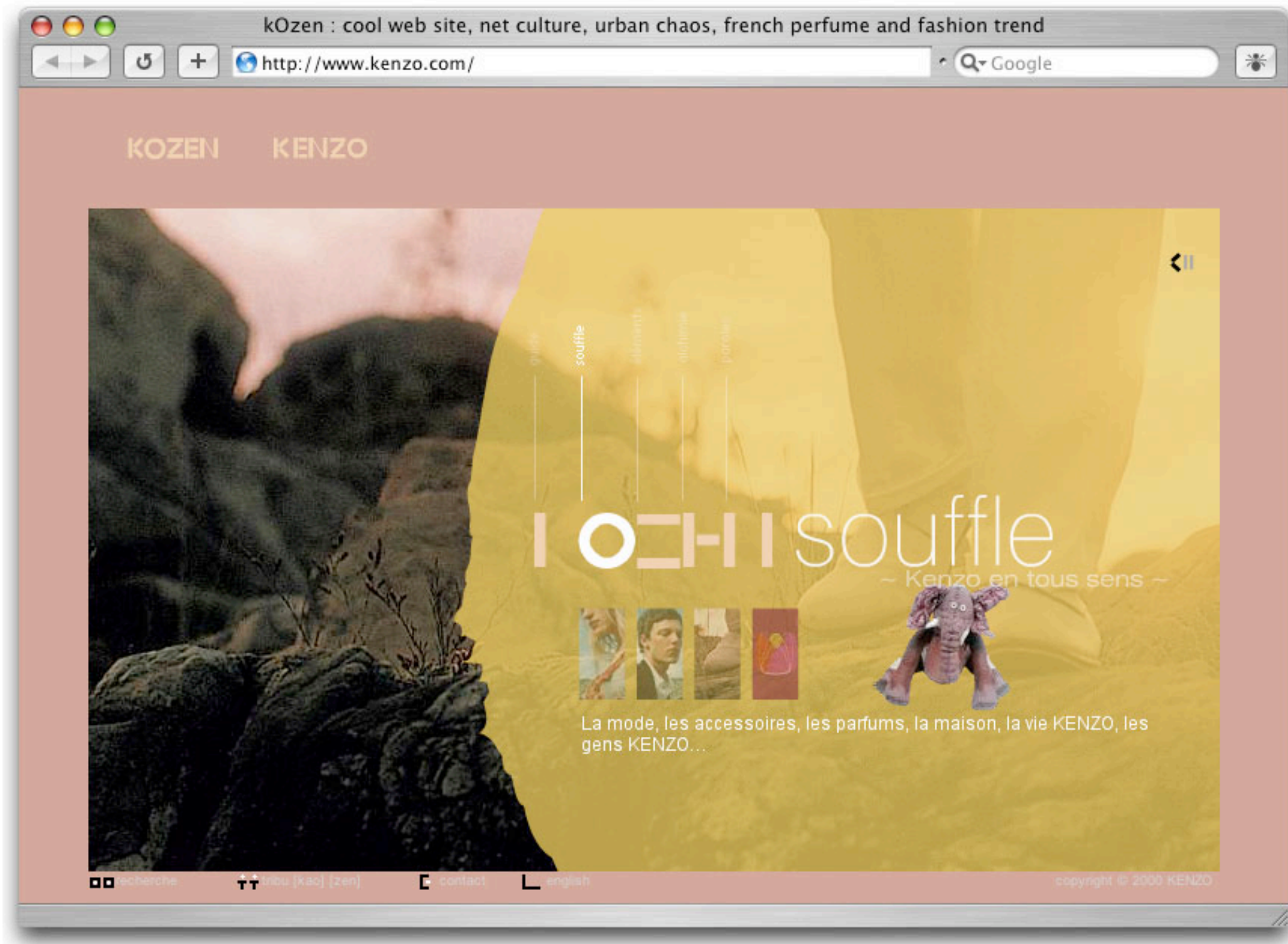


#### Points forts

- ▶ Un design épuré qui évoque un univers haut de gamme,
- ▶ De nombreux visuels de qualité.
- ▶ La présence de nombreux univers graphiques développés autour de produits est représentative de la créativité et de la diversité de l'offre Dior.

#### Points faibles

- ▶ Le design trop épuré ne donne pas assez corps à l'univers Dior.
- ▶ L'aspect visuel médiocre de certaines pages (visuel mal optimisés, mauvais choix typographiques, finition aléatoire) ne met pas le produit en valeur.
- ▶ La faible lisibilité du contenu éditorial et des liens (lissage systématique, typographie trop petite)
- ▶ L'absence de signalétique (pictogrammes ou puces) ne permet pas une identification rapide des rubriques.
- ▶ L'absence de favicon

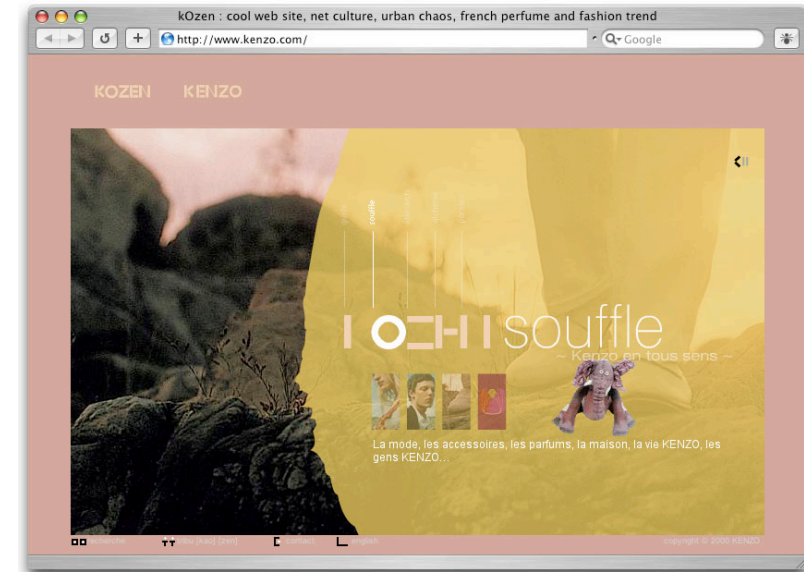




## 2 www.kenzo.com

### Une interface hermétique malgré un design très réussi

Une interface structurée comme un magazine en ligne en flash, façon “fourre-tout tendance”, où artistes, produits, et interactivité cohabitent dans un joyeux désordre. Un parti-pris éditorial qui cannibalise le traitement de la marque. Si la réalisation graphique, impeccable dans ses moindres détails, reflète parfaitement la créativité de la maison de prêt-à-porter, elle souffre d'une trop grande hétérogénéité. Elle complexifie ainsi le déplacement dans le site et laisse se disperser identité de marque, produits, et univers.



#### Ergonomie



##### Points forts

- ▶ La navigation principale est facilement accessible (faute d'être aisément compréhensible).
- ▶ Des aides à la navigation (moteur de recherche, plan du site)
- ▶ Interactivité du site : forum, téléchargements, espace personnel...
- ▶ Le site existe en différentes langues

##### Points faibles

- ▶ Plein écran : un format à proscrire car il est trop intrusif et entre en conflit avec les habitudes des internautes.
- Trop de liens s'ouvrent en popup.
- L'utilisation de la technologie flash pour l'interface du site rend parfois la navigation compliquée (et la ralentit) et risque de restreindre l'accès du site seulement à une partie des utilisateurs.
- Le principe de navigation peu courant associé à la faible lisibilité de certains liens (antialiasing, typographie trop petite, texte vertical...) perturbe l'évolution dans le site.

#### Architecture de l'information



##### Points forts

- ▶ Site très (trop?) conceptuel.
- ▶ La structure du site est trop loin des habitudes de consultation des utilisateurs. Les subtilités de l'architecture et la multiplicité des principes de navigation risquent vite de lasser.
- ▶ L'hétérogénéité de la structure des pages associée à l'absence d'un chemin d'accès ne facilite pas la mémorisation de l'arborescence du site.

##### Points faibles

#### Design



##### Points forts

- ▶ Un design conceptuel, cohérent avec le rayonnement du créateur.
- ▶ Une interface visuellement attractive relayée par un graphisme avant-gardiste et ethnique, une iconographie singulière et par une palette chromatique variée et harmonieuse.
- ▶ La qualité de l'ensemble est rehaussée l'organisation du site en univers créatifs.

##### Points faibles

- ▶ L'importance de la place du design donne parfois le sentiment que le contenu et son exploitation par le visiteur passent au second plan.
- ▶ Absence de favicon.






Louis vuitton : luxury shopping, leather luggage, french fashion designer, fashion show.

http://www.vuitton.com/ Google

**A la une**



**Maroquinerie Eté 2003**  
En collaboration avec T. Murakami, une collection ludique et haute en couleurs!

**Défilé Femme Automne-Hiver 2003-04**  
En vidéo ou diaporama



**Monogram Vernis Nouvelles Couleurs**  
Deux nouvelles couleurs estivales, Lavande et Fuchsia.

**City Guide 2003**  
35 villes d'Europe à découvrir dans l'édition 2003

Espace Recrutement

Contact

Mailing List



Notices légales

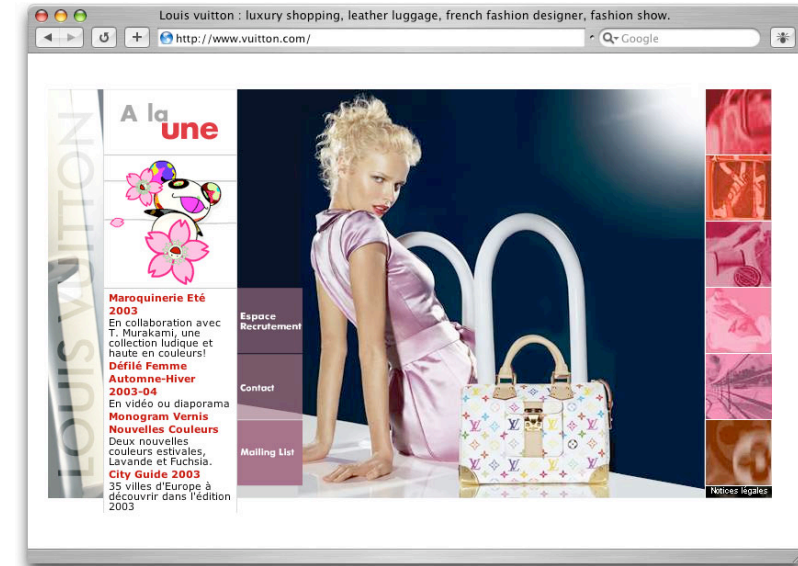




## 3 www.vuitton.com

### Une absence de concept graphique, qui brouille l'identité

Emblématique des multiples erreurs de conception qui jalonnent le site, le logo Louis Vuitton - transparent- ne permet pas une visibilité suffisante de l'identité. Un design trop loin de l'identité visuelle de la marque, et qui rend l'architecture de l'information confuse. Une appropriation insuffisante des codes visuels web. Des animations flash, lentes, sans dynamisme, qui ne valorisent pas suffisamment les collections.



### Ergonomie



#### Points forts

- ▶ Des aides à la navigation (moteur de recherche, plan du site).
- ▶ Fidélisation des visiteurs (mailing list) et services avancés (optimisation de l'affichage, espace recrutement, FAQ).
- ▶ Le site existe en différentes langues.

#### Points faibles

- ▶ Une navigation principale peu pratique à l'usage : les boutons, difficilement identifiables, ne font pas apparaître de façon suffisamment claire ce vers quoi ils redirigent.
- ▶ Une distribution irrégulière des zones de navigation dans les différentes sections du site ainsi qu'une distinction souvent difficile des liens.
- ▶ La présence importante de modules flash dans l'interface (navigation, transitions) rend la navigation difficile et risquée, de par leur spécificité technologique, d'interdire l'accès à certains utilisateurs.

### Architecture de l'information



#### Points forts

- ▶ Assez bonne identifications des différents modules (navigation, contenus éditoriaux, etc.).

#### Points faibles

- ▶ Déséquilibre des pages dû aux mauvaises proportions des modules structurant la page (visuel trop important, zones de texte trop compactes).
- ▶ La construction de certaines pages, contraire aux habitudes des utilisateurs, rend la lecture difficile. Cet aspect ne favorise pas l'harmonie générale du site.

### Design



#### Points forts

- ▶ Une direction artistique de qualité sur l'iconographie.
- ▶ Présence d'un favicon.

#### Points faibles

- ▶ La charte graphique du site impose un univers trop éloigné de l'identité visuelle de la marque, en décalage avec l'image véhiculée par les autres supports.
- ▶ Une valorisation faible de la marque et de ses produits due à la mauvaise qualité des visuels (optimisation imparfaite, utilisation massive de flash) et aux choix graphiques ne traduisant pas l'image d'une importante marque de luxe.




produits de soin (visage, corps, solaire) crème et maquillage de luxe

http://www.helenarubinstein.com/ Google

## HELENA RUBINSTEIN

Découvrez le nouveau soin Helena Rubinstein pour corriger dès 30 ans les rides d'expression !



**GOLDEN BEAUTY SUN DEFENSE**  
Ne laissez filtrer que le plaisir !

WHAT'S NEW?  
SOIN VISAGE  
MAQUILLAGE  
SOIN SOLAIRE  
SOIN DU CORPS

HR

DÉCOUVRIR HR    CONSEILS D'EXPERTS    VISIONARY BEAUTY CLUB    NEWSLETTER    CONTACTEZ-NOUS

HR DANS LE MONDE    LE CATALOGUE HR    GLOSSAIRE HR    PLAN DU SITE    RECHERCHER      MENTIONS LÉGALES    AUTRES PAYS



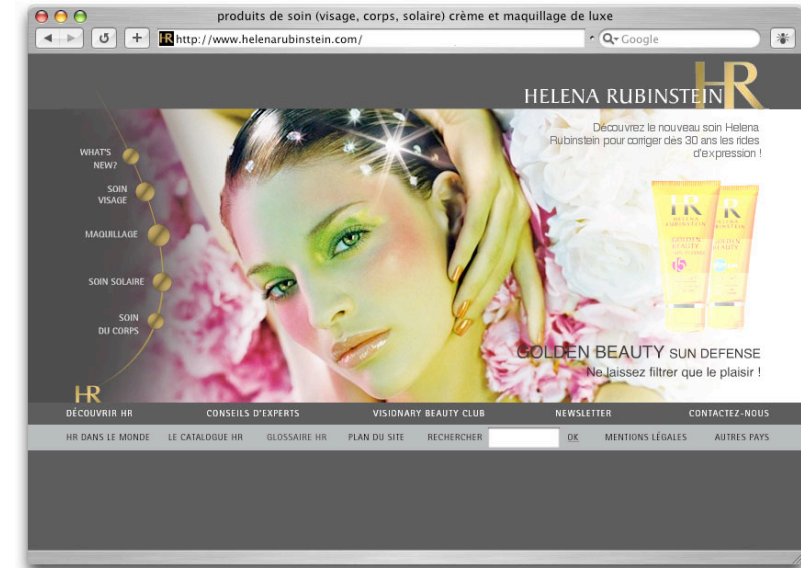
## 4 www.helenarubinstein.com

### Une logique très vitrine, mais une production graphique approximative

En dépit de quatre univers principaux parfaitement identifiables et un principe de navigation clair, le site déçoit beaucoup dans la qualité de sa réalisation.

En effet, si le concept graphique et la direction artistique posent d'excellentes bases créatives, les déclinaisons et les pages intérieures ne proposent pas une réalisation cohérente et soignée dans les détails.

De même, la typographie n'est pas exploitée à fond pour élever ce site à la hauteur des produits d'Helena Rubinstein, synonymes de qualité...



### Ergonomie



#### Points forts

- ▶ Les navigations verticales et horizontales -intuitives et bien mises en valeur- permettent une navigation aisée et une compréhension rapide des différentes sections du site.
- ▶ Nombreuse aides à la navigation (plan du site, moteur de recherche, chemin d'accès).
- ▶ Services avancés et fidélisation : FAQ, formulaire de contact, newsletter.

Le site existe en différentes langues.

#### Points faibles

- ▶ La position de la double barre de navigation horizontale : placée en bas des pages, elle devient invisible sur les pages dont la hauteur dépasse celle d'un écran.

### Architecture de l'information



#### Points forts

- ▶ Disposition cohérente et constante des modules de navigations.
- ▶ Homogénéité globale de la présentation.
- ▶ Structure de l'ensemble claire et lisible, pages confortables à lire.

#### Points faibles

- ▶ Présence de déclinaisons et de pages intérieures ne respectant pas les principes structurant le site (pages dont la hauteur dépasse celle d'un écran).
- ▶ Flottement du contenu de certaines pages.
- ▶ Juxtaposition maladroite de certains contenus éditoriaux et de visuels.

### Design



#### Points forts

- ▶ La charte graphique, reposant sur d'excellentes bases créatives, développe des univers bien définis et cohérents
- Les choix iconographiques de qualité, la palette de couleurs harmonieuse et l'utilisation pertinente d'animations flash contribuent à la forte mise en valeur des produits.

Homogénéité visuelle du site qui dégage les mêmes valeurs

conforme à l'image développée par les autres supports de communication

Présence d'un favicon

#### Points faibles

- ▶ La qualité de réalisation souvent approximative : visuels mal optimisés, animations flash de qualité médiocre, mise en page sommaire, effets typographiques illisibles...





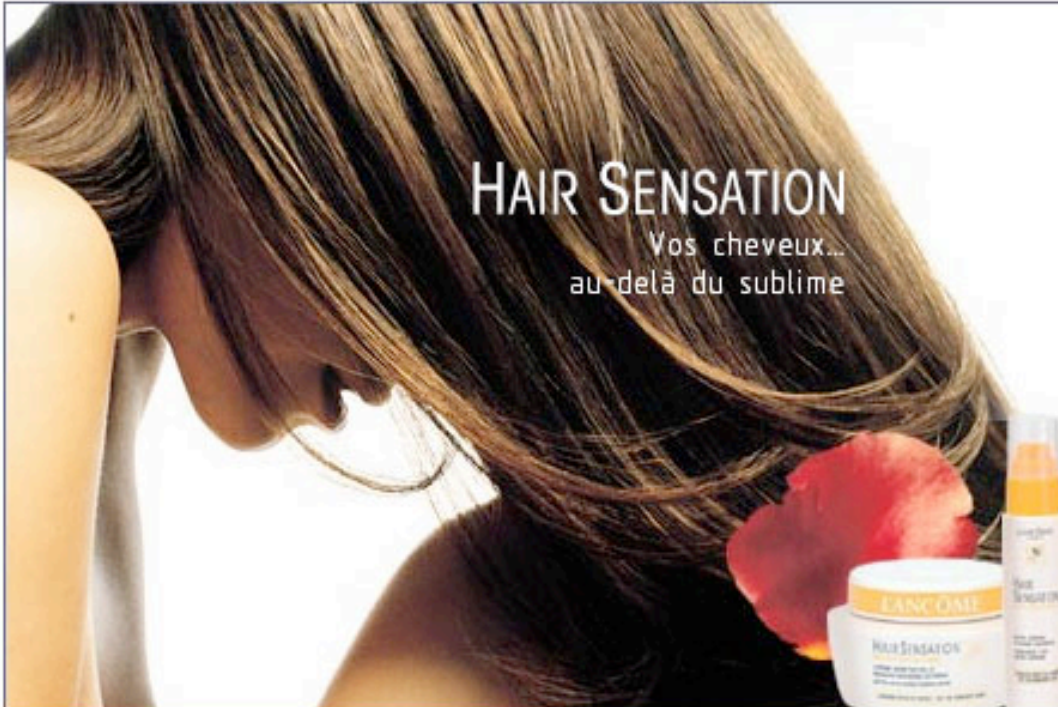
Produits de beauté soin visage et soin corps Lancôme

http://www.lancome.fr/ Google

Enregistrez-vous | Newsletter | Service clientèle | Vos Achats | 0 article > Régler

**LANCÔME**  
PARIS

SOIN VISAGE MAQUILLAGE PARFUMS CORPS-SOLAIRES-CAPILLAIRES L'UNIVERS LANCÔME



**HAIR SENSATION**  
Vos cheveux...  
au-delà du sublime

**NOUVEAUTÉS**  
L'actualité Lancôme  
d'Avril 2003

**VOTRE BEAUTÉ  
PAR LANCÔME**  
Découvrez en vidéo  
les gestes d'experts quotidiens  
à adopter pour une peau  
belle toute l'année !

**MY LANCÔME**  
Dossier Maquillage :  
Lancôme vous livre  
les secrets d'un maquillage  
digne des professionnels !  
**Inscrivez- vous vite !**

**ACHAT EXPRESS**  
Découvrez, achetez...

Recherchez par nom

Choisissez par catégorie

Ce kit offert à partir de  
45€ d'achats

Achat Express | Votre beauté par Lancôme | L'univers Lancôme | L'Institut | Questions Réponses | Points de vente | Plan du Site

Sélectionnez votre pays

CROIRE À LA BEAUTÉ

**LANCÔME**  
PARIS  
© Copyright Lancôme 2003



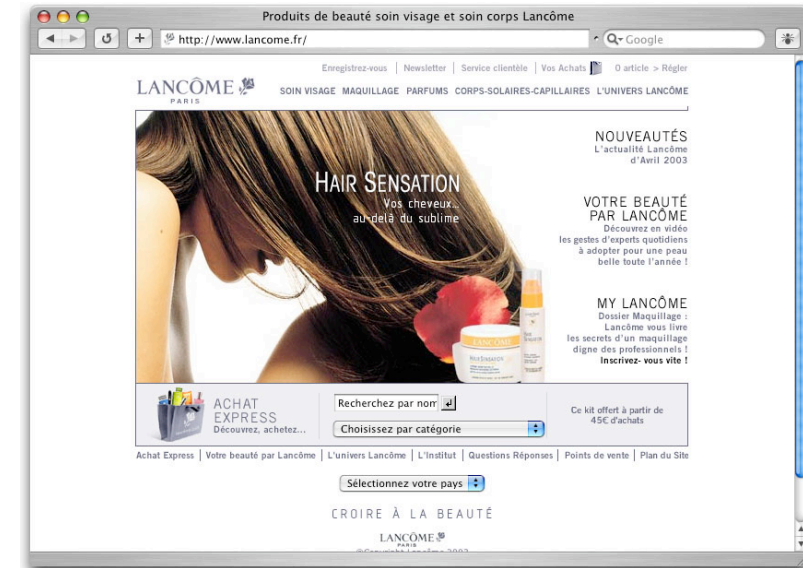
## 5 www.lancome.com

### Une site réussi grâce au visuel et à la qualité de la direction artistique

Sans rechercher à tout prix l'originalité, Lancôme place le visuel comme vecteur central de sa communication en ligne, en exploitant beaucoup les jeux typographiques et l'univers clinique de ses produits.

Un positionnement d'identité et de produits parfaitement réussi, qui néanmoins pêche par la récurrence indifférenciée des niveaux de navigation.

Une utilisation discrète et à bon escient de l'animation flash, qui laisse l'utilisateur libre des contraintes de chargement pour un accès rapide.



### Ergonomie



#### Points forts

- ▶ Un principe de navigation clair et efficace basé sur une combinaison entre navigations horizontales et navigations verticales.
- ▶ Aides à la navigation nombreuses et évoluées (plan du site complet, moteur de recherche détaillé, etc.).
- ▶ Fidélisation des visiteurs (mailing list) et services avancés (boutique en ligne, espace personnel, FAQ, etc.).
- ▶ Le site existe en différentes langues.

#### Points faibles

- ▶ Des niveaux de navigation peu différenciés les uns des autres (pas de puce, pas d'aplat, typographie similaire)
- ▶ Placée en bas des pages, la barre des outils (FAQ, point de vente, plan du site, etc.) devient invisible sur les pages dont la hauteur dépasse celle d'un écran.

### Architecture de l'information



#### Points forts

- ▶ Dispositions cohérentes et constantes des modules de navigation.
- ▶ Homogénéité globale de la présentation quelque soit la section.
- ▶ La structure claire et aérée des pages contribue au confort de lecture.

#### Points faibles

- ▶ La très grande sobriété de la charte entraîne parfois un certain flottement du contenu (notamment pour les pages dont la hauteur dépasse un écran).

### Design

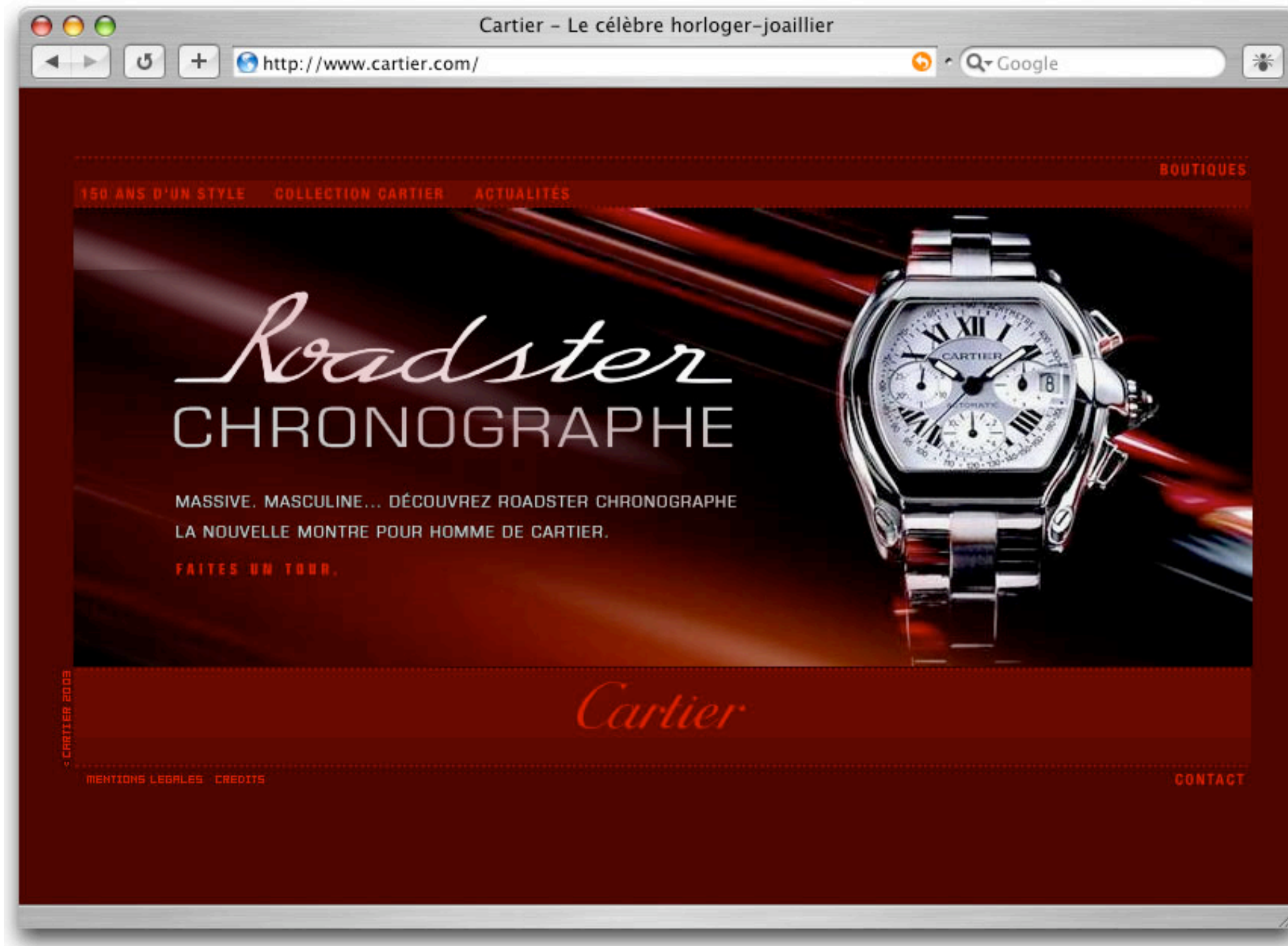


#### Points forts

- ▶ Une charte graphique épurée exploitant l'univers clinique de ses produits.
- visuels haut de gamme
- bonne mise en valeur des produits
- utilisation pertinente des animations
- très bonne lisibilité des contenus (mise en page harmonieuse)
- Présence d'un favicon.

#### Points faibles

- ▶ Trop sobre ?







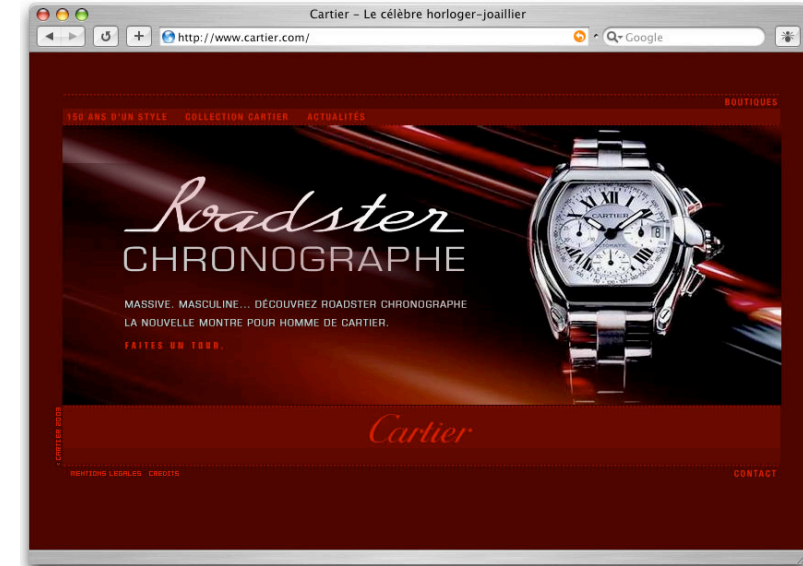
## 6 www.cartier.com

### Un site-écran pour un univers feutré et très sélectif

Une exploitation très réussie des technologies flash, omniprésentes, et qui contribuent à positionner l'identité de marque sur le web.

Cartier joue la carte de l'homogénéité graphique et chromatique, au risque de rendre la consultation des pages un rien ennuyeuse, mais qui permet une ergonomie irréprochable ou presque.

Une iconographie à la hauteur et correctement valorisée permet de placer les produits en vedette.



### Ergonomie

★ ★ ★ ★

#### Points forts

- ▶ Une navigation horizontale concise associée à des menus verticaux intuitifs.
- ▶ Navigation aisée même dans les pages intérieures du site.
- ▶ Un sentiment de facilité d'utilisation qui se confirme en parcourant le site.
- ▶ Le site existe en différentes langues.

#### Points faibles

- ▶ Utilisation de menus dynamiques : risque d'incompatibilité suivant le navigateur et/ ou le système d'exploitation (PC, Mac).
- ▶ Absence d'aides à la navigation (plan du site, moteur de recherche, etc.).

### Architecture de l'information

★ ★ ★ ★

#### Points forts

- ▶ La structure claire et homogène des pages contribue au confort de lecture.
- ▶ La disposition des modules de navigation (barre horizontale positionnée en haut de la page associée à des menus verticaux placés à gauche) correspond à une habitude forte sur le web.
- ▶ La bonne gestion des proportions entre les visuels et les contenus éditoriaux assure le bon équilibre des pages.

#### Points faibles

### Design

★ ★ ★ ★

#### Points forts

- ▶ Charte graphique homogène développant un univers où modernité et classicisme sont intrinsèquement liés.
- ▶ La mise en scène des pages intérieures du site qui s'appuie sur une iconographie .? et sur une atmosphère feutrée, pour évoquer l'écran dans lequel sont présentés les produits.
- ▶ L'utilisation pertinente des animations flash participe à la très bonne lisibilité des contenus.

#### Points faibles

- ▶ L'extrême homogénéité chromatique peut rendre la consultation des pages ennuyeuse.
- ▶ Absence de favicon.