

# Dossier analyse site web

## Fondation ARC pour la recherche sur le cancer



**Fondation ARC**  
pour la **recherche**  
sur le **cancer**

## I- Introduction

### 1.1 Qu'est ce que l'ARC ?

Fondée le 29 juin 1962 par Jacques Crozemarie, l'Association pour la Recherche sur le Cancer ( ARC ) a pour mission la lutte contre le cancer en apportant un soutien financier aux recherches scientifiques biomédicales ainsi qu'aux études dans le domaine des sciences sociales. En 1996, l'association a été confrontée à des difficultés qui ont nécessité une reconstruction interne pour améliorer la structure de son fonctionnement. Cette refonte lui a permis d'adhérer au Comité de la Charte du don et de la confiance en 1999, et depuis lors, elle renouvelle son agrément chaque année. En 2005, la qualité de cette refonte a été reconnue lors d'un contrôle de la Cour des comptes où elle a été saluée comme un « exemple à suivre dans le domaine caritatif ». En 2010, face à l'évolution de la recherche sur le cancer et dans le but d'amplifier ses financements, l'ARC entreprends une réflexion sur sa stratégie scientifique et ses moyens d'action.À la suite de cela, le Conseil d'administration a pris la décision de transformer l'association en une Fondation reconnue d'utilité publique, tout en gardant son premier objectif : permettre la réalisation de progrès décisifs et rapides dans la lutte contre le cancer grâce à la recherche. Ainsi la Fondation ARC a vu le jour le 16 mars 2012, comme en atteste le décret publié au Journal officiel du 18 mars 2012. Cette transition a permis de pérenniser l'action de ARC et d'offrir de nouveaux moyens au développement de la recherche de pointe en cancérologie.

Elle tire ses principales sources de financement de dons recueillis auprès de donateurs privés, d'entreprises et d'autres partenaires. Ces fonds sont essentiels pour soutenir les équipes de recherches, des projets innovants et des bourses en recherche. Elle joue un rôle crucial en finançant à la fois la recherche fondamentale, qui cherche à comprendre les mécanismes biologiques du cancer, et la recherche clinique, axée sur le développement de nouveaux traitements et l'amélioration des soins aux patients.

La fondation ARC s'appuie sur une équipe dynamique, comptant plus de 250 bénévoles engagés aux côtés de 60 salariés, unis dans le combat contre le cancer. Chaque participant joue un rôle spécifique, défini par son statut au sein de l'organisation :

- **Conseil d'administration** : ce conseil composé de 12 membres bénévoles répartis en 3 collèges ( fondateurs, membres de droit, personnalités qualifiées ) ratifie la création des fondations abritées sous égide et approuve l'agrément des organismes désirant ouvrir un compte. Depuis le 9 novembre 2022, Dominique Bazy le préside.
- **Bureau** : élu pour une durée de 4 ans par le conseil d'administration, le bureau a le pouvoir d'exécuter les décisions et prépare le rapport annuel sur la situation morale et financière de la fondation.
- **Direction générale** : sous l'autorité du président du bureau, elle est actuellement dirigée par François Dupré depuis octobre 2016. Son but est d'assurer le bon fonctionnement et l'animation de la Fondation.

- **Conseil scientifique** : composé de 14 personnalités scientifiques, dont Corine Bertolotto de Nice, ce conseil joue un rôle majeur dans les procédures de sélection, de suivi et d'évaluation des projets de recherches financés par la fondation.
- **Comité d'orientation de la recherche (COR)** : crée en 2014, le COR étudie les besoins, les enjeux et les évolutions de la recherche et informe le conseil d'administration de ses propositions. Depuis 2023, Karin Tarte, professeur d'immunologie à la faculté de médecine de Rennes, dirige le comité
- **Comité financier** : assiste le conseil d'administration dans la gestion financière de la fondation ARC
- **Comité de développement des ressources** : propose le développement en matière de politique de communication et de recherche de fonds.

Chaque entité au sein d'ARC contribue de manière essentielle à la mission de l'organisation.

Cette organisation française à but non lucratif s'engage aussi à mettre l'accent sur la transparence dans l'utilisation des fonds reçus. Elle communique régulièrement sur les projets soutenus, les avancées réalisées et l'impact concret de ses actions. Sa conviction est que seule la recherche peut vaincre le cancer. Les découvertes résultant des recherches, combinées à la générosité des donateurs, ont déjà permis de traiter 60 % des cancers. Elle défend des valeurs telles que l'intégrité, la coopération et l'excellence, ce qui fait d'elle, un acteur majeur dans la lutte contre le cancer depuis plus de 50 ans. Avec un objectif ambitieux, elle aspire à soigner deux cancers sur trois d'ici 2025, renforçant ainsi son engagement envers cette cause et améliorant la vie des personnes touchées par cette maladie.

## **1.2 L'identité visuelle**

Le logo de l'Association pour la Recherche sur le Cancer (ARC) a traversé plusieurs évolutions significatives au cours des 60 dernières années, reflétant les changements dans la nature de l'organisation et sa mission.

### ***Logo de 1962 ( le premier )***



Ce logo initial créé en 1962 est caractérisé par sa simplicité. Il présente les lettres « ARC » en majuscules avec deux couleurs distinctes. Le bleu, souvent associé au professionnalisme médical, est utilisé pour les lettres « A » et « R » collées. Le R se prolonge en une flèche, symbolisant la progression des recherches et l'invitation à explorer davantage. En contraste, le « C » est en rouge, il attire tout de suite notre regard et représente la menace du cancer vu comme dangereux pour notre santé. L'ensemble du logo suggère la conviction de l'organisation dans la lutte contre le cancer, qui avec leurs recherches vont permettre d'anéantir le cancer. Il est symbolisé par la flèche transperçant le « C ».

### Logo de 2009 à 2012



Association  
pour la Recherche  
sur le Cancer

peut également évoquer l'idée de recherche en cours, de processus créatif ou de l'engagement humain dans la lutte contre le cancer. L'inversion du « C » pour symboliser un arc est une modification significative qui fait écho au nom de l'association et renforce la connexion entre le nom et le symbole. De plus, l'utilisation de l'arc peut être interprétée comme un signe d'espoir et de progrès. Cette version inclut le nom complet de l'association « Association pour la Recherche sur le Cancer », en bleu. Cela rend clair pour l'utilisateur la mission de l'organisation sans nécessité de recherches externes et cela contribue à l'esthétique générale du logo en intégrant harmonieusement le texte dans la palette de couleurs. Néanmoins, je trouve que cette approche détourne le logo du sérieux souvent associé au domaine scientifique et médical.

### Logo de 2013 à 2021



Avec la transition de l'association à une fondation, la structure du logo demeure globalement inchangée, mais des ajustements stratégiques et visuels sont apportés pour refléter son nouveau statut. Le logo est désormais placé dans un rectangle bleu ciel. Vu comme une façon de donner un cadre institutionnel à l'ensemble, ajoute une touche de professionnalisme et du sérieux. Le choix du bleu ciel peut évoquer des notions de clarté, de confiance et de soutien alignées à la mission de la fondation. À gauche du rectangle, le nom de la fondation mis en évidence en majuscules et en

gras souligne son importance. Cette initiative renforce l'identité institutionnelle et met en avant la transition de l'association à une fondation. À droite du rectangle, le logo à main levée vu précédemment ( logo de 2009 ) est conservé. Cette continuité visuelle maintient la reconnaissance d'ARC tout en soulignant sa stabilité et sa persistance dans sa mission. L'inclusion de la mention « reconnue d'utilité publique » en police plus petite et en dessous du rectangle renforce le poids institutionnel de la fondation soulignant sa légitimité et son rôle public pour cette cause.

## Logo de 2022 à aujourd'hui



**Fondation ARC**  
pour la **recherche**  
sur le **cancer**

En 2022, le logo de la Fondation ARC a subi une transformation radicale qui le distingue nettement de sa version originale. Le mot « arc » est désormais écrit en minuscules, ajoutant une touche de modernité à la typographie. L'élément le plus marquant de cette version réside dans l'utilisation de quatre couleurs distinctes ( rose, bleu foncé, vert et jaune) créant une dynamique visuelle saisissante et transmettre un message spécifique. Le rose évoque la santé, utilisé pour symboliser la lutte contre la maladie et motiver ceux qui luttent contre le cancer. Le bleu foncé symbolise la confiance et la sécurité,

cela renforce l'image de crédibilité et de fiabilité de la fondation. Le jaune, représente l'énergie et l'inspiration, il favorise la communication positive. Le vert, bien moins prédominant, reste présent pour symboliser l'espoir, qui ne repose pas sur le hasard ou l'inconscient des patients mais les découvertes délibérées des chercheurs. Le logo est accompagné d'une inscription en dessous en gras et en minuscules qui indique comme sur le précédent logo « fondation pour la recherche sur le cancer ». Présent en noir associé à la sophistication, elle permet d'ancrer davantage l'image de la fondation en tant qu'entité sérieuse et fait contraste avec les couleurs vives du logo.

Comparé aux logos précédents, celui à l'heure actuelle ( 2022/2023 ) se distingue par sa simplicité et son professionnalisme. En abandonnant le style dessiné à main levée des versions antérieures, le logo adopte une esthétique épurée, transmettant un message clair et sérieux. Cette évolution reflète la vision de la fondation en tant qu'entité spécialisée, engagée dans la lutte contre le cancer.

### **1.3 La place du site web dans le dispositif communication globale**

Le site web de la fondation ARC occupe une place centrale dans le dispositif de communication globale, agissant comme une plateforme essentielle pour fournir des informations détaillées, faciliter les dons, partager les actualités et encourager l'interaction directe avec le public. ARC complète sa communication avec des supports traditionnels ainsi que d'autres numériques.

#### **➔ *La publicité et les affiches dans la presse***

Ces supports traditionnels visent à sensibiliser le public. Ils mentionnent également le site web de la fondation, encourageant les gens à le visiter pour accéder à des informations approfondies et s'engager directement dans la lutte contre le cancer. L'utilisation d'une publicité claire et facilement compréhensible assure la diffusion efficace du message.



**Exemple** : l’affiche publicitaire « Bien informé, on est mieux armé contre le cancer » avec une illustration d’une femme ou d’un homme en posture de combat contre le cancer.

( <https://www.cbnews.fr/marques/fondation-arc-posture-combat-contre-cancer-46568> )

### ➔ Les campagnes en ligne

Les campagnes en ligne, telles que celle sur Tik Tok vont au-delà de la sensibilisation traditionnelle. Elles offrent une expérience plus approfondie et créative, exploitant des tendances actuelles pour attirer l’attention sur des sujets importants. Ces campagnes dirigent également le public vers le site web pour une implication plus poussée.



**Exemple** : Palpez vos disco balls ! La Fondation ARC lance une campagne TikTok décalée pour sensibiliser les jeunes au cancer du testicule.

( <https://www.youtube.com/watch?v=VlfDzxmtRZA&t=6s> )

### ➔ Les spots télévisés

Les annonces à la télévision incluent des appels à visiter le site web, à faire des dons ou à participer à des événements offre une extension visuelle et auditive de la campagne de sensibilisation.



**Exemple** : publicité de la fondation ARC qui passe à la télévision avec la voix d’un célèbre présentateur Denis Brogniart, qui dirige les téléspectateurs vers un numéro spécifique pour plus d’informations.

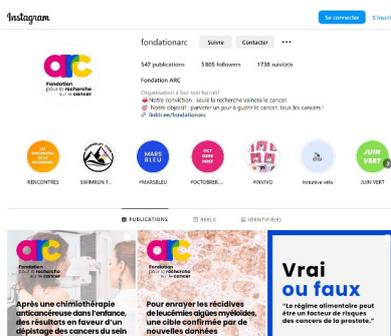
( <https://www.youtube.com/watch?v=gVTuvfqmT74> )

## → Les réseaux sociaux



Il sont utilisés pour diriger le trafic vers des articles, des campagnes spécifiques ou des pages de dons sur le site web. La fondation ARC utilise des plateformes telles que Facebook, Twitter et Instagram pour encourager la participation en ligne, partager des informations actualisées et interagir avec le public.

**Exemple** : Twitter à gauche et Instagram à droite



- <https://www.instagram.com/fondationarc/> : Instagram
- <https://twitter.com/fondationarc> : Twitter

En résumé, le site web de la fondation ARC agit comme un centre d'information qui renforce sa présence en ligne. Il améliore la transparence en fournissant des informations détaillées et offre aux visiteurs un moyen pratique de s'engager davantage dans la cause. Sa présence en ligne maximise aussi son impact au niveau global.

### 1.4 Le secteur concurrentiel

ARC en tant qu'organisation caritative et de financement de la recherche sur le cancer, n'a pas nécessairement de concurrents au sens traditionnel du terme, comme cela pourrait être le cas pour des entreprises dans un marché commercial. Cependant, elle opère dans un environnement où d'autres organisations, fondations ou instituts peuvent être également engagés dans des activités similaires à savoir la collecte de fonds et le financement de la recherche sur le cancer. D'autres exemples d'organisations internationales qui travaillent dans le domaine de la recherche sur le cancer incluent la fondation américaine American Cancer Society aux États-Unis, le Cancer Research UK au Royaume Uni ou encore l'institut national du cancer en France.



## 1.5 Les cibles

La fondation pour la recherche sur le cancer ( ARC ) cible principalement un public francophone et s'adresse à différentes parties prenantes.

- **Chercheurs et scientifiques** : ARC soutient la recherche dans le domaine cancérologie.
- **Professionnels de la santé** : médecins, infirmiers vus comme des acteurs clé dans cette lutte. ARC va leur fournir des ressources, des subventions et être un soutien financier pour des projets de recherche prometteurs.
- **Patients et famille** : ceux touchés par le cancer ainsi que leurs proches peuvent trouver des informations utiles ( traitements, conseils face à la maladie ) et un soutien sur le site.
- **Grand public** : ARC veut sensibiliser le grand public à la recherche sur le cancer, aux recherches médicales et aux défis auxquels sont confrontés les patients.

Les motivations à aller sur ce site sont donc diverses et variées et dépendent dans quel parties prenantes nous faisons partie.

## 1.6 Versions antérieurs du site

Lors de recherche effectuées sur le site d'archives du web, archive.org. On observe que le site de la fondation ARC est répertorié à partir de 2009. Au fil des années, le site a connu quatre grandes évolutions notables, se déroulant respectivement de 2009 à 2012, de 2013 à 2017, de 2018 à 2021 et de 2022 à aujourd'hui. Il est intéressant de noter que certaines de ces dates de refonte du site semblent correspondre à des changements dans les recherches, des modifications du logo, ainsi que des ajustements dans la pagination du site.

### • 1<sup>er</sup> version du site : de 2009 à 2012

Association pour la Recherche sur le Cancer

Le cancer, c'est la recherche qui l'aura

VOTRE ESPACE  
Chercheurs  
Presse

Mieux nous connaître Agir ensemble Face au cancer La recherche Actualités

Rechercher... OK

→ Lutte concrètement avec nous contre le cancer.

**AGIR ENSEMBLE**

→ Prévenir et connaître la maladie, s'informer sur les aides possibles.

**FACE AU CANCER**

→ Comprendre les enjeux et les avancées de la recherche, découvrir les projets financés.

**LA RECHERCHE**

Où va la recherche en cancérologie ? (1/2)

→ Lire la suite

→ Je fais un don ponctuel → Je fais un don régulier

JE FAIS UN DON ❤️

→ Je fais un don ponctuel

→ Je fais un don régulier

Actualités

- Téléphone portable et cancer du cerveau : une étude rassurante  
Selon une étude scandinave, le nombre de cancers du cerveau n'a pas significativement augmenté depuis l'apparition... Lire la suite
- Tabagisme : la liste des méfaits s'allonge
- Chimiothérapie : prédire les effets secondaires sévères

Voir toutes les actualités

La newsletter de l'ARC

S'abonner... OK

Plan du site | Informations légales | Contact | Recrutement | Glossaire | La newsletter de l'ARC | Accessibilité | Informations pratiques

ARC, reconnue d'utilité publique

À cette époque, ARC est encore une association, on arbore alors le logo de l'association en bleu, accompagné de catégories situées en haut de la page pour faciliter la navigation vers différentes sections du site. Chacune de ces catégories se distingue par des couleurs différentes, créant ainsi une distinction visuelle. Juste au-dessus de ces catégories, un slogan percutant est mis en avant avec une image représentant un enfant, illustrant le message fort : « Le cancer, c'est la recherche qui l'aura ». La page demeure principalement blanche en dehors des couleurs utilisées pour les catégories, ce qui pourrait indiquer une volonté de mettre l'accent sur la clarté et la lisibilité du contenu. L'utilisation d'images est relativement limitée, avec une prédominance de textes et une mise en page où l'information n'est pas clairement délimitée, cela peut potentiellement créer une expérience où l'abondance d'informations risque de désorienter les utilisateurs. Néanmoins, en bas à gauche de la page, des indicateurs tels que les certifications, le label Veriselect, et l'agrément du Comité de la Charte Don en Confiance sont présents. Ces éléments visent à instaurer un sentiment de confiance en affirmant que le site est certifié et sécurisé, notamment pour des recherches et des dons, renforçant ainsi la crédibilité de la Fondation ARC.

• 2ème version du site : de 2013 à 2017



Pendant cette période de refonte, le site web de la Fondation ARC subit une transformation complète. Le logo, qui reflète le changement d'une association à une fondation, est entièrement revu. La page d'accueil bénéficie d'une refonte visuelle significative, caractérisée par une clarté accrue. La typographie est uniformisée pour assurer une présentation cohérente, tandis que les rubriques sont rendues plus visibles, facilitant la navigation pour les visiteurs du site. La mise à jour du design offre une esthétique plus épurée, mais elle conserve une clarté suffisante. Cependant, à l'arrivée sur le site, l'expérience de l'utilisateur peut sembler déconcertante. L'attention est attirée par une image dominante, ce qui peut rendre difficile l'identification immédiate des catégories importantes. Cette approche visuelle peut susciter un certain émerveillement, mais elle peut également potentiellement entraîner une perte de repères pour les visiteurs qui cherchent des

informations spécifiques. Une nouveauté notable est l'intégration de liens vers les actualités de la Fondation ARC sur les réseaux sociaux tels que Twitter et YouTube, situés en bas à droite du site. Cette mise en réseau élargit les canaux d'information disponibles pour les visiteurs, les invitant à explorer davantage les contenus et les activités de la fondation au-delà du site principal.

### • 3ème version du site : de 2019 à 2021



IFI 2019

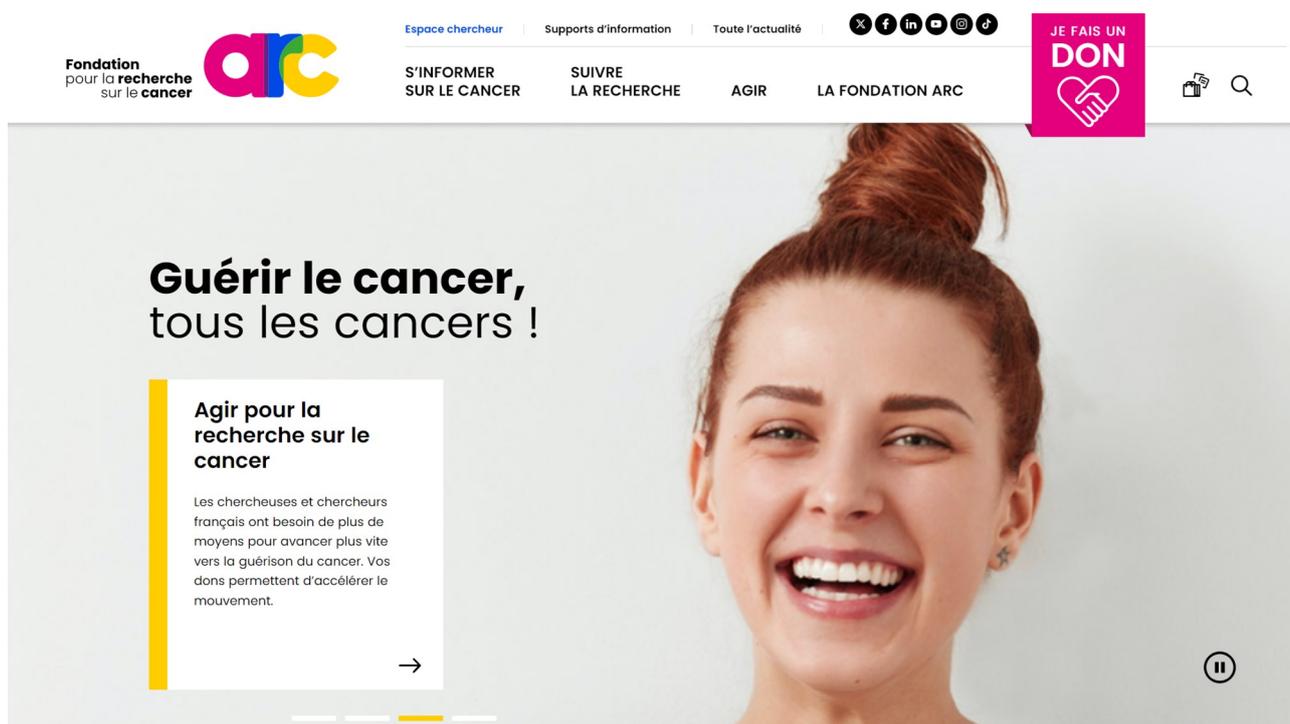
## EN CE MOMENT

Au cours de cette période, le site web prend une tournure plus sombre, caractérisée par une esthétique visuelle moins dense en informations. Le logo demeure inchangé, mais la disposition des éléments est notablement différente. Les catégories sont présentes à la fois dans la barre d'en-tête du site et à l'intérieur de celle-ci. Les images utilisées sont nettes, mettant en avant des sourires, symbolisant l'engagement, l'action et la recherche dans la lutte contre le cancer. La palette de couleurs est considérablement réduite, avec une prédominance du blanc sur le site, créant une ambiance plus épurée, ce qui offre une navigation simplifiée. Les catégories et les informations à consulter sont facilement repérables, ce qui facilite l'expérience de l'utilisateur. L'accent mis sur des images claires et expressives contribue à transmettre le message positif de la Fondation ARC, mettant en lumière les individus engagés dans la recherche contre le cancer. La réduction de la densité d'informations peut rendre la plateforme plus accessible et moins susceptible d'induire en confusion.

### Dernière version du site : de 2022 à aujourd'hui

Depuis 2019, le site web n'a pas vraiment changé sa présentation. Néanmoins, l'un des ajustements majeurs est l'introduction d'un nouveau logo plus coloré, reflétant une évolution dans l'identité visuelle de la Fondation ARC. Les rubriques sur le site conservent leurs noms d'origine, mais le contenu a subi des modifications, logiques au vu des avancées réalisées par la fondation au fil des années. La première page du site présente une nouvelle approche avec un grand diaporama défilant, mettant en avant des images impactantes pour chaque rubrique, accompagnées de textes explicatifs. Cette méthode dynamique peut captiver l'attention des visiteurs dès leur arrivée sur le site, fournissant une introduction visuelle aux différents domaines d'activité de la fondation. Une évolution significative est observée au niveau de la visibilité des réseaux sociaux. Ils occupent désormais une place plus importante, étant affichés en barre d'en-tête pour une accessibilité accrue.

La mise en avant des réseaux sociaux indique probablement une volonté de renforcer la présence en ligne de la fondation, favorisant ainsi une meilleure interaction avec le public.



L'évolution du site révèle un changement significatif dans l'approche de présentation de l'information. Initialement, le site mettait l'accent sur une abondance d'informations, peut être au détriment de la clarté et de l'organisation. Cette approche risquait de donner l'impression d'un site mal organisé, pouvant submerger les utilisateurs. Actuellement le site a relevé ce défi en adoptant une approche plus équilibrée. Il favorise une lecture plus lisible et offre aux utilisateurs la possibilité de choisir l'information qu'il souhaite explorer, favorisant sa navigation.

## II- Grille éditoriale

### 2.1 Organisation générale



Lorsque l'utilisateur accède au site de l'ARC, il est immédiatement accueilli par une publicité mettant en scène une petite fille et sa mère, illustrant l'objectif clair de la fondation : vaincre le cancer. Cette image évoque la possibilité pour l'utilisateur de faire un don, accompagnée de la perspective de bénéficier d'une déduction fiscale. L'esthétique du site privilégie la clarté, notamment par le choix de couleurs vives et distinctes pour chaque point, tels que le bleu, le rose, le vert et le jaune. Cette palette de couleurs contribue à une présentation visuelle attrayante. La page d'accueil, structurée de manière à mettre en avant des images plutôt que du texte, évite de submerger les visiteurs dès leur arrivée. La navigation est simplifiée grâce à des menus clairs, chaque onglet étant associé à une couleur différente, permettant aux utilisateurs de choisir où ils veulent aller.



Dès l'arrivée sur le site, l'impact visuel est renforcé par un ensemble de photos directement liées aux domaines de la recherche médicale. Des images de professionnels de la santé, tels que des médecins portant des blouses blanches et munis de stéthoscopes, ou des chercheurs réunis lors de conférences pour discuter des progrès dans la lutte contre le cancer, créent une atmosphère sérieuse et engagée. Ces images contribuent non seulement à établir la crédibilité du site mais aussi à transmettre visuellement la détermination et l'implication dans la lutte contre le cancer.

Structuré autour de quatre rubriques claires et précises, ARC offre des informations spécifiques :

- 1 ) **S'informer sur le cancer** : cette section propose des renseignements détaillés sur divers types de cancers, incluant les risques, symptômes, diagnostics, traitements, et met en avant les avancées médicales pour chaque type de cancer, avec le rôle de la Fondation ARC.
- 2 ) **Suivre la recherche** : ici, les utilisateurs peuvent explorer les avancées des chercheurs, les actualités scientifiques, et les projets soutenus par la Fondation ARC, offrant un aperçu des défis auxquels ces projets font face.
- 3 ) **Agir** : cette rubrique incite à l'action avec des campagnes de dons, des événements sportifs, des témoignages, et fournit des informations post-maladie, comme la gestion des biens et des assurances vie.
- 4 ) **La Fondation ARC** : offrant une vue approfondie sur la mission, l'organisation, les valeurs, et les réalisations de la Fondation ARC depuis 1962, cette rubrique présente également les partenaires et collectifs avec lesquels elle collabore.

L'utilisation de verbes à l'infinitif, en particulier dans la rubrique « Agir », donne une impulsion d'action à l'utilisateur, facilitant une navigation claire et orientée vers l'engagement.



Il existe aussi un onglet « Contactez-nous » dans lequel on doit transmettre des informations personnelles ( où juste le mail est obligatoire à fournir ), la nature et le message que l'on souhaite envoyer ainsi qu'un CAPTCHA comme mesure de sécurité. À titre personnel, je trouve que ce premier contact reste assez formel car on ne sait pas vraiment qui on contacte. De plus, la fondation étant sur les réseaux sociaux on peut avoir une réponse plus rapide sur twitter.

Sur le plan de la conformité à l'écriture web, les textes choisis sont calibrés et lisibles non seulement sur un ordinateur, mais aussi sur un téléphone. Il n'y a pas de fautes d'orthographe ni de grammaire, et l'information est présentée de manière claire et précise. L'équilibre entre les différents contenus est bien géré, favorisant une expérience de l'utilisateur agréable sans qu'un élément ne prédomine. De plus, en navigant sur les différentes pages du site, on remarque que le texte reste très homogène,

des fois mis en gras et en couleur pour les notions, les mots mis en avant ce qui renforce l'impression du sérieux du site internet. On remarque une envie d'harmonisation dans ce site qui ne change pas de police seulement de taille pour différencier le titre du corps de texte. L'URL du site avec le https montre que le site est sécurisé. En somme, le site de l'ARC démontre une attention méticuleuse à la fois à l'esthétique visuelle et à la qualité du contenu, encourageant l'utilisateur à s'informer et, éventuellement, à contribuer à la cause de la fondation.

#### Avancée réalisée :

Cancer du foie le plus fréquent, le carcinome hépatocellulaire survient généralement dans le contexte d'une fibrose hépatique. Les chercheurs ont montré, en laboratoire, que **bloquer l'action pro-tumorale de la protéine Claudine-1 réduit le risque de cancer en cas de fibrose et arrête la progression des tumeurs hépatiques déjà formées**. Issues du soutien de la Fondation ARC, ces découvertes ont contribué à l'évaluation clinique de **nouvelles approches préventives et thérapeutiques des cancers du foie** et pourront également s'appliquer aux cancers du rein et du poumon.

Par l'équipe du Pr Thomas Baumert à l'IHU de Strasbourg.

## 2.2 Valorisation du contenu

Le contenu du site de la Fondation ARC est régulièrement mis à jour pour refléter les avancées dans la recherche sur le cancer, partager des témoignages de ceux qui combattu la maladie et mettre en lumière des événements significatifs, tels que les marathons contre le cancer du sein pendant l'octobre rose. Les mises à jour sont clairement indiquées en bas du contenu, offrant aux utilisateurs la possibilité de connaître la date précise de la dernière mise à jour. La proportion entre informations chaudes et froides est équilibrée, avec une mise en avant d'informations chaudes sur la page d'accueil, comprenant actualités, témoignages et événements. Cependant, l'accès aux informations froides, telles que l'histoire de la fondation, ses missions et ses valeurs, se fait dans des sous-catégories. Les informations sur le site ne semblent pas périmées, mais plutôt retirées ou archivées au besoin. Les actualités sont organisées par thématiques, catégories et années, permettant aux utilisateurs de remonter jusqu'aux informations de 2012. Cette structuration favorise une expérience d'utilisateur enrichissante, avec un équilibre entre informations récentes et informations historiques bien préservées.

**FILTRES**

Par catégorie : Affiner

Par thématique : Affiner

Par année : Affiner

La page d'accueil du site de la Fondation ARC est dynamique et active, mettant en avant des éléments visuels tels que des photos pour insuffler une énergie correspondant à son objectif central de lutte contre le cancer. L'accessibilité à l'information est simple, avec la plupart des informations accessibles depuis le menu principal de la page d'accueil et ses sous-catégories. Cependant, malgré la taille du site, les informations principales sont concentrées dans la barre du menu sur la page d'accueil. Bien que cet agencement facilite l'accès à l'ensemble des informations, les visiteurs peuvent rencontrer un défi, nécessitant au moins trois clics pour accéder à des détails spécifiques. Lors de l'arrivée sur la page principale, seuls les titres des rubriques sont visibles, obligeant les visiteurs à cliquer pour ouvrir la rubrique souhaitée. Ensuite, ils doivent cliquer sur le sujet d'intérêt, puis effectuer un dernier clic pour accéder pleinement à l'information recherchée. Bien que cela demande un effort supplémentaire, cela peut contribuer à maintenir une organisation claire et à guider les visiteurs vers des sections spécifiques en fonction de leurs besoins.

**1<sup>er</sup> clique**

Espace chercheur

**S'INFORMER SUR LE CANCER**

**2<sup>ème</sup> clique**

**SUR QUEL SUJET CERCHEZ-VOUS DES RÉPONSES ?**

- les cancers
- les facteurs de risque et la prévention**
- le dépistage
- le diagnostic
- les soins et traitements
- vivre avec et après la maladie

**3<sup>ème</sup> clique**

les facteurs de risque et la prévention	<b>le tabagisme</b>	l'alimentation	la consommation d'alcool	le surpoids et l'obésité	l'activité physique
le soleil et les UV	la pollution de l'air	les infections	les ondes électromagnétiques	le radon	les pesticides

Accueil > S'informer sur le cancer > Le cancer > Les cancers de l'endomètre

Retour à la liste

## Les cancers de l'endomètre

*"Lorsqu'on parle de cancers de l'utérus, une distinction est faite entre les tumeurs qui se développent au sein du corps de l'organe (les cancers du corps de l'utérus, auxquels appartiennent les cancers de l'endomètre) et celles qui affectent le col utérin (les cancers du col de l'utérus)."*

Dr Marie-Aude Le Frère-Belda, anatomopathologiste à l'Hôpital Européen Georges-Pompidou (Paris)

Télécharger la brochure (pdf - 4,2 MO)

Recevoir gratuitement

f 33 x 6 in 4

Les téléchargements et l'envoi de brochures fournissant des informations détaillées sur les cancers, comprenant les traitements, les diagnostics, et les facteurs de risque, le tout élaboré par des professionnels spécialisés sont facilement accessibles en haut des pages.

On retrouve également la possibilité de consulter des archives, dont les résultats financiers, les rapports d'activité de l'année précédente de l'ARC, ainsi que d'autres documents officiels. Ces informations sont disponibles gratuitement et peuvent être téléchargées au format PDF, offrant ainsi une transparence totale sur les activités, les accomplissements, et les aspects financiers de la Fondation ARC.

## Nos certifications et documents officiels

Déterminée à garantir un fonctionnement irréprochable, notre Fondation a obtenu l'agrément d'organismes reconnus.



### 2.3 Qualité du contenu éditorial

Son objectif ultime est la guérison de tous les cancers grâce à la recherche, en mobilisant des donateurs généreux et la participation active de chercheurs, de médecins, et du public concerné. Les articles publiés sur le site sont soigneusement signés et sourcés, mettant en lumière les contributeurs et permettant une reconnaissance appropriée à ceux qui jouent un rôle crucial dans les avancées scientifiques pour la lutte contre le cancer. Bien que le site ne dédie pas de pages individuelles aux personnes impliquées, les noms affichés dans les articles permettent de faire des recherches externes. L'agencement clair des articles facilite la navigation pour que les lecteurs puissent accéder directement aux informations qui les intéressent. De plus, un titre significatif, tel que "Les avancées réalisées grâce à vous", exprime la gratitude envers les donateurs, soulignant l'importance de leur soutien dans les progrès réalisés dans la lutte contre le cancer.

Campagne

#### Les avancées réalisées grâce à VOUS

La recherche sur le cancer avance et ses découvertes ont permis, notamment depuis ces dix dernières années, d'accroître de...

Dernière mise à jour: 27-11-2023

IMPRIMER L'ARTICLE →

À la fin de l'article, les lecteurs ont la possibilité de l'imprimer en format PDF, offrant une option pratique pour sauvegarder ou partager le contenu. De plus, des liens vers d'autres contenus annexes sont proposés, accessibles en cliquant directement dessus. Cette fonctionnalité permet aux visiteurs du site de poursuivre leur exploration en accédant rapidement à des articles ou des informations complémentaires liés à celui qu'ils viennent de lire.

Contenus en lien avec cet article

VOIR TOUTES LES ACTUALITÉS

<p>Actualité scientifique et médicale Vaccin ARN</p> <p>17 mai 2023</p> <p><b>Vaccination anti-cancer : les ARN reviennent en force</b></p> <p>Des résultats récents laissent présager des avancées significatives contre les cancers du pan...</p>	<p>Déryptage Vaccin</p> <p>10 décembre 2020</p> <p><b>COVID19 et cancers : recherches croisées sur les vaccins à ARN</b></p> <p>Les vaccins à ARN qui semblent porter tous les espoirs d'une potentielle fin de crise sanitaire cons...</p>	<p>Actualité scientifique et médicale Vaccin</p> <p>24 juillet 2017</p> <p><b>Vaccins anti-cancer : la voie d'administration est cruciale</b></p> <p>Une étude préclinique montre que l'administration d'un vaccin anti-cancer par voie nasale pourrait o...</p>
---	---	--

La présence d'hyperliens sur certains mots clés dans le corps du texte offre aux lecteurs la possibilité d'accéder à des informations supplémentaires. Par exemple, en cliquant sur "cancer de la vessie", les utilisateurs sont redirigés vers une nouvelle page dédiée à ce sujet spécifique. Le style d'écriture des articles est soigneusement adapté au public cible, englobant une audience diverse allant de ceux directement concernés par le cancer, à ceux cherchant simplement à s'informer, ainsi qu'aux chercheurs et aux médecins. Cette approche permet une accessibilité maximale et une compréhension facilitée par un large éventail de lecteurs.

**Les résultats d'un essai clinique montrent que la combinaison d'une immunothérapie et d'un anticorps conjugués apporte un bénéfice important comparé à la chimiothérapie de référence.**

La majorité des **cancers de la vessie** avancés ou métastatiques sont aujourd'hui traités à l'aide d'une chimiothérapie à base de platine associée à la gemcitabine. Pour certains patients, des essais cliniques ont aussi consacré l'usage de l'avélumab, un anticorps inhibiteur de point de contrôle immunitaire. Enfin, une autre approche a émergé récemment pour les patients qui, atteints de cancers de la vessie avancés ou métastatiques, ont déjà reçu une chimiothérapie puis une immunothérapie : il s'agit d'un « anticorps conjugué », l'enforumab vedotin. Cette molécule composite, conçue en laboratoire, est constituée d'un anticorps reconnaissant la nectine-4 (une protéine d'adhésion surexprimée par différents types de cellules cancéreuses) et d'une petite molécule de chimiothérapie capable de disloquer les réseaux de microtubules indispensables aux processus de division cellulaire.

En effet, nous pouvons retrouver certains termes techniques concernant la médecine ou encore le nom de cellules cancérogènes. Le contenu que nous lisons est daté, sourcé et mis à jour souvent pour permettre au lecteur d'avoir accès à une information fiable. La proportion entre les textes et les visuels sont bien adaptés, chaque article est accompagné de plusieurs images, cela sert d'illustrer les propos et permet aux lecteurs de mieux visualiser l'information. Nous pouvons considérer que les images sont utilisées à bon escient il n'y a pas de visuel inutile ou alors utilisé de façon hasardeuse. Nous pouvons noter un détail, tous les visuels qui sont utilisés ne sont pas légendés. Pour conclure la partie éditoriale, nous remarquons que la note d'organisation générale atteint presque le 10. Nous pouvons illustrer cela de par le bon agencement du site qui permet au visiteur de naviguer facilement sur le site.

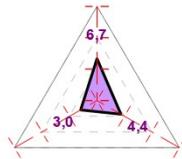
Certains termes techniques liés à la médecine ainsi que des noms de cellules cancérogènes sont présents dans le contenu, ajoutant une dimension spécialisée aux articles. Le contenu est daté, sourcé et régulièrement mis à jour, garantissant ainsi aux lecteurs un accès à des informations fiables et à jour. La proportion entre le texte et les éléments visuels est bien équilibrée, chaque article étant accompagné de plusieurs images pour illustrer les propos et faciliter la compréhension

des lecteurs. L'utilisation judicieuse des images est notable, sans visuels inutiles ni utilisation hasardeuse mais elles ne sont pas toujours légendés.

En conclusion de cette évaluation éditoriale, il est notable que la note d'organisation générale est bonne, mettant en lumière l'efficacité de la structure du site qui facilite une navigation intuitive pour les visiteurs. En ce qui concerne la valorisation du contenu, la note obtenue est moyenne, tout comme pour la qualité du contenu éditorial. Cela s'explique par le fait que le site n'est pas principalement médiatique, mais plutôt un moyen de communication pour diffuser ses propres actualités et informations. La priorité est donc mise sur l'accessibilité et la clarté de la présentation, avec un accent moindre sur des aspects plus typiques des médias.

## EDITORIAL

### Organisation générale (/10)



Qualité du contenu éditorial (/10)

Valorisation du contenu (/10)

SOURCES :

<https://www.fondation-arc.org/pour-traiter-les-cancers-de-la-vessie-une-combinaison-de-traitements-multiplie-par-deux-la-mediane-de-survie>

<https://www.cbnews.fr/marques/fondation-arc-posture-combat-contre-cancer-46568>

<https://www.fondation-arc.org/depuis-1962>

<https://fr.wix.com/blog/couleur-logo>

<https://www.cbnews.fr/marques/fondation-arc-posture-combat-contre-cancer-46568>

<https://www.youtube.com/watch?v=gVTuvfqmT74>

<https://www.youtube.com/watch?v=VlfDzxmtRZA&t=6s>

<https://www.cancer.org/>

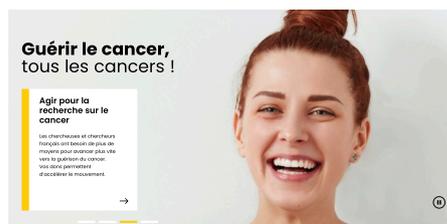
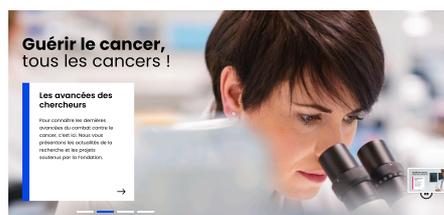
<https://www.cancerresearchuk.org/>

<https://www.e-cancer.fr/>

## II. Analyse graphique

### 1. Première impression

La première impression qu'on a lorsqu'on accède au site ARC est que nous sommes immédiatement submergé par une grande quantité d'informations. La page d'accueil présente une animation de 5 secondes avec une rotation de quatre articles principaux, ce qui peut rendre difficile le suivi des contenus écrits. En parcourant la page, on découvre des articles proches, suivis d'appels aux dons et encore d'autres informations. Cette disposition pourrait entraîner une sensation de confusion pour l'utilisateur, qui pourrait se sentir perdu quant à la priorité des éléments à consulter ou à cliquer. Néanmoins, les éléments tels que les boutons, les liens du menu et le footer accompagnent et rassurent le visiteur qui peut se référer à des composants qu'il connaît et sait utiliser.



Il est à souligner que le site témoigne une impression de sérieux et de confiance, comme cela a été expliqué dans l'analyse éditoriale. Dès la page d'accueil, des professionnels vêtus de blouses blanches, représentant le domaine médical, ainsi que des chercheurs engagés dans des discussions sur les projets de recherche contre le cancer, renforcent cette impression. De plus, le footer maintient cette crédibilité en offrant une section étendue comprenant leurs coordonnées (adresse, numéro SIRET, numéro de téléphone), leurs présences sur les réseaux sociaux, et diverses rubriques pour soutenir la fondation et en savoir davantage sur ses activités.

→ The Fondation ARC  
→ Glossaire  
→ Partenaires  
→ Presse  
→ Nous rejoindre  
→ Plan du site

Les dossiers les plus consultés  
→ Cancers du sein  
→ Cancers de la peau  
→ Cancers du poumon  
→ Cancers de la prostate  
Voir tous les types de cancers | Traitements et soins

Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux  
X, Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram, TikTok

Contactez-nous → Je m'abonne à la newsletter →

Fondation ARC pour la recherche sur le cancer  
SIRET : 752 064 349 000 15  
9 rue Guy Môquet - BP 90003 - 94803 Villejuif Cedex  
01 45 59 59 59

Les ressources de la Fondation ARC proviennent exclusivement de la générosité de ses donateurs et testateurs. Vous bénéficiez d'une réduction d'impôt à hauteur de 66 % du montant de votre don, si vous êtes imposable sur le revenu, et de 75 % si vous êtes assujéti à l'IFI.

Dans l'introduction, nous avons observé l'évolution graphique de la Fondation ARC avec notamment le changement de sa charte graphique en 2022. Cette transformation a impacté le logo ainsi que l'ensemble du site web, adoptant quatre couleurs distinctes : le rose, le bleu, le vert et le jaune. L'interface du site suit logiquement ces choix de couleurs définis dans la nouvelle charte graphique, présents de manière cohérente à travers toutes les sections. Chaque rubrique du menu est associée à l'une de ces quatre couleurs spécifiques, tout comme les encadrés utilisés pour présenter des informations telles que le président de la Fondation ARC.



Espace chercheur | Supports d'information | Toute l'actualité |

S'INFORMER SUR LE CANCER | SUIVRE LA RECHERCHE | AGIR | LA FONDATION ARC

Espace chercheur | Supports d'information | Toute l'actualité |

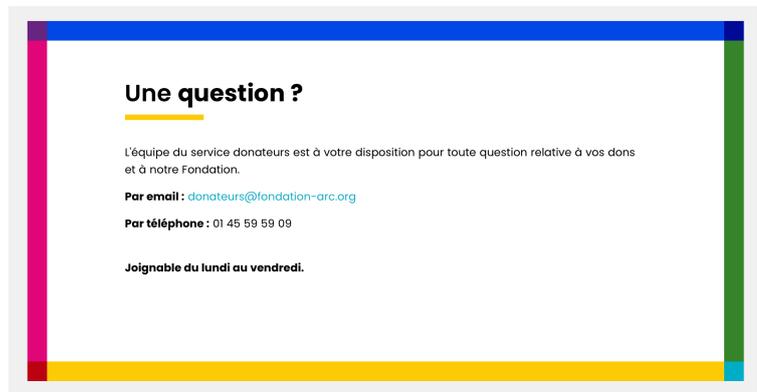
S'INFORMER SUR LE CANCER | SUIVRE LA RECHERCHE | AGIR | LA FONDATION ARC

Espace chercheur | Supports d'information | Toute l'actualité |

S'INFORMER SUR LE CANCER | SUIVRE LA RECHERCHE | AGIR | LA FONDATION ARC

Espace chercheur | Supports d'information | Toute l'actualité |

S'INFORMER SUR LE CANCER | SUIVRE LA RECHERCHE | AGIR | LA FONDATION ARC



Le site web de l'ARC Fondation pour la Recherche sur le Cancer maintient de manière efficace et cohérente ses principes graphiques. Dans l'ensemble, il adopte une identité visuelle claire et reconnaissable, caractérisée par l'utilisation d'une palette de couleurs spécifique et une mise en page uniforme. Le site intègre des éléments visuels tels que des images de chercheurs, des illustrations liées au domaine médical, et des éléments graphiques qui respectent une charte visuelle préétablie. Ces images et vidéos sont de qualité professionnelle et démontrent l'engagement sérieux envers la cause. De plus, le site n'hésite pas à partager des photos de personnes touchées par la maladie, renforçant ainsi l'authenticité et la sensibilisation à l'impact réel de cette pathologie. La présence de couleurs spécifiques, l'utilisation de typographies cohérentes et une disposition homogène des éléments sont également des éléments présents sur le site. Concernant le bandeau supérieur, il véhicule l'identité de l'organisation grâce au logo reconnaissable ainsi que son slogan. De plus, comme dit juste au dessus les couleurs sont présentes pour chaque catégorie

## 2. Graphisme

Le style graphique est maintenu de manière cohérente sur l'ensemble du site, sans qu'aucun contenu ne détonne ou ne compromette l'aspect visuel imposé par la Fondation ARC. En naviguant à travers les différentes pages du site chacune d'entre elles conserve la même esthétique conforme à la charte graphique. Ainsi, les pages de premier niveau sont en harmonie avec la page d'accueil, elle prolonge le graphisme, réutilise des éléments déjà présents sur la page d'accueil et garde les couleurs primaires du site. Cette concordance vient sûrement du fait de la transformation graphique de la fondation cherchant ainsi à insuffler un dynamisme visuel et à transmettre un message spécifique de manière percutante. Il en est de même pour les pages de deuxième niveau qui garde cette cohésion de couleurs, de formes, d'illustrations et de polices.

Le site nous guide vers de multiples pages, ce qui facilite l'accès à des niveaux plus profonds. Nous avons remarqué que malgré cette diversité de pages, elles conservaient globalement une

cohérence visuelle. Certaines étaient plus épurées, privilégiant une seule couleur dominante, principalement le bleu. Même les articles datant de plus de 10 ans demeurent simples et s'harmonisent avec les couleurs actuelles de la Fondation.

LES GRANDS DÉFIS DE LA RECHERCHE

Défi : Cancers du pancréas : améliorer le diagnostic précoce



LIRE LA SUITE

Faire un **DON**

Contribuer à la recherche sur le cancer

Défi : Cancers du pancréas : améliorer le diagnostic précoce

10 décembre 2012

Quand l'infrarouge fait « griller » les tumeurs

1 2 3 4 5 6 7 8

JE M'ABONNE À LA NEWSLETTER →

← Toutes les actualités

Échauffées par une lumière infrarouge, des nanoparticules s'échauffent et provoquent la mort des cellules cancéreuses à proximité.

Pour « tuer » les cellules cancéreuses, des physiciens ont eu l'idée de les faire chauffer, réduisant ainsi le risque de récidive.

Pour cela, ils absoignent de petites particules qui sont envoyées à proximité des cellules tumorales. Ces particules sont transformées à distance en sources de chaleur, chauffant les cellules voisines jusqu'à provoquer leur mort. L'équipe de l'université de Wake Forest (États-Unis) a mis au point de telles particules qui s'échauffent lorsqu'elles sont éclairées par une lumière infrarouge.

Les nanoparticules mesurent 50 nanomètres de diamètre, soit à peu près 200 fois moins qu'une cellule. Soumises à une lumière infrarouge, inoffensive et capable de pénétrer un tissu vivant, elles s'agitent en produisant de la chaleur : leur température peut atteindre 50 °C, et ce même après plusieurs cycles de chauffage. Les chercheurs ont bien l'habitude de ces « bouillottes » microscopiques lors d'une étude pré-clinique sur des cellules de cancer colorectal : plus de 90 % des cellules sont mortes après 5 minutes d'éclairage infrarouge des nanoparticules. L'avantage de ces particules : elles ne présentent pas de signe de toxicité. Reste à les guider de façon efficace vers les seules cellules cancéreuses pour épargner les cellules saines de la chaleur fatale à la tumeur.

G.F.  
Source : C.M. MacNeill et al. Low Band Gap Donor-Acceptor Conjugated Polymer Nanoparticles and their NIR-Mediated Thermal Ablation of Cancer Cells. *Macromol Biosci*. En ligne le 3 octobre 2012.

Chaque article présent sur le site offre la possibilité d'imprimer les documents avec une mise en page utilisant le code couleur rose. En outre, sur la page spécifique intitulée « supports d'information », les ouvrages, brochures et fiches sont clairement répertoriés et se distinguent par une couleur rose lorsque le curseur est positionné dessus.

Collection Comprendre et agir | Brochure

**Les néphroblastomes**

En collaboration avec le Dr Arnauld Verschuur et le Dr Claudia Pasqualini

Edition 2022

↓ Télécharger (pdf - 4,5 Mo) | Recevoir gratuitement

Collection Comprendre et agir | Brochure

**Les leucémies de l'enfant**

En collaboration avec le Pr Baruchel, hôpital universitaire...

Edition 2022

↓ Télécharger (pdf - 5,3 Mo) | Recevoir gratuitement

Collection Comprendre et agir | Brochure

**Les cancers de l'endomètre**

En collaboration avec la Dr Marie-Aude Le Frère-Beld...

Edition 2021

↓

IMPRIMER L'ARTICLE →

A présent, examinons si le style graphique est en harmonie avec :

- **L'affichage et print**

**LA PRÉVENTION DES CANCERS**

AGIR AU QUOTIDIEN

Intégrer les recommandations actuelles dans ses comportements quotidiens c'est de donner des moyens efficaces de réduire son risque de cancer.

→ 4 CANCERS SUR 10 POURRAIENT ÊTRE ÉVITÉS NOTAMMENT PAR L'ADOPTION DE NOUVELLES HABITUDES DE VIE :

ARRÊTER DE FUMER	LIMITER SA CONSOMMATION D'ALCOOL	ADOPTER UNE ALIMENTATION ÉQUILIBRÉE ET DIVERSIFIÉE	ÊTRE ACTIF	SE PROTÉGER DES UV
------------------	----------------------------------	--	------------	--------------------

Il n'existe pas de seuil en dessous duquel l'alcool ne représenterait pas un risque de cancer.

viande rouge, charcuterie et œufs à limiter

5 portions de fruits et légumes par jour

produits laitiers

aliments céréaliers

Au moins 5 / sem. 30 min minimum d'activité physique d'intensité modérée à élevée

1-2 fois / sem. renforcement musculaire

2-3 fois / sem. exercices d'équilibre et de mobilité articulaire

7 / 7 : au moins 1 h d'activité physique d'intensité modérée à élevée pour les enfants.

Prenons pour exemple une affiche datant du 11 mai 2023 qui vise à informer sur la prévention des cancers et l'action quotidienne à adopter. Au niveau du design, cette affiche s'écarte des normes et de la charte graphique précédemment observées. Elle met en avant des teintes vertes et orangées qui prédominent, ne reflétant pas les couleurs primaires du site Internet. De plus, les personnages représentés diffèrent du style habituel de la Fondation ARC, adoptant une apparence plus enfantine par rapport au style graphique et dynamique du site. Néanmoins, on retrouve le logo de la Fondation ARC en bas de l'affiche. Dans l'ensemble, cette affiche ne s'aligne pas avec la cohérence graphique établie par la Fondation ARC.



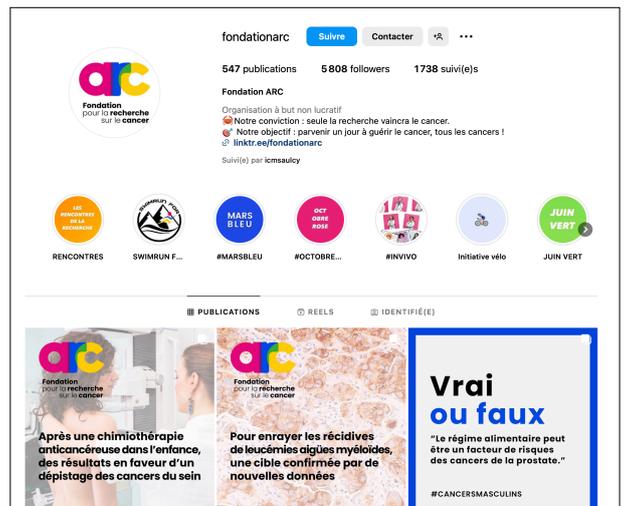
Notre conviction : la recherche apporte le cancer, notre ambition : faire reconnaître l'importance de la recherche française en oncologie. Notre espoir : prévenir au plus tôt le cancer, tous les cancers.



www.fondation-arc.org

## - Réseaux sociaux numériques

La cohérence du style graphique est principalement maintenue sur les réseaux sociaux, que ce soit à travers les publications sur Instagram, Facebook et LinkedIn. Ces contenus respectent les couleurs définies par la Fondation ARC : le bleu, le rose, le jaune et le vert. Par exemple, sur Instagram, leurs stories à la une s'harmonisent avec les couleurs distinctives de la Fondation, tout comme les publications interactives (vrai ou faux). En étant présents sur plusieurs plateformes de réseaux sociaux, ils parviennent à maintenir une cohérence dans leur charte graphique, même si leur activité peut varier d'une plateforme à l'autre.



## - Applications mobiles

Il n'existe pas d'application pour la fondation ARC pour la recherche sur le cancer.

## - Spots TV et cinéma

Depuis leur changement de charte graphique, la fondation ARC n'a pas fait d'apparition sur des spots TV et cinéma.

Dans la section "La Fondation ARC", un bref aperçu des valeurs de cette organisation est offert par la Fondation ARC.

Valeur a : **"Indépendance, responsabilité, intégrité"** -> en toute indépendance, libre de notre politique et de nos choix d'action, nous nous engageons, dans la durée, sur des moyens, des objectifs et des résultats que nous rendons publics. »

Valeur b : « **Imagination, coopération, efficacité** -> nous contribuons, avec rigueur et créativité, à la mise en œuvre de projets innovants et interdisciplinaires, pour provoquer des avancées décisives dans la recherche sur le cancer. »

Valeur c : « **Excellence, détermination, utilité** -> nous conduisons des programmes de soutien à la recherche au plus haut niveau d'exigence de méthode et de résultat. »

### Nos valeurs

**Indépendance, responsabilité, intégrité** : en toute indépendance, libre de notre politique et de nos choix d'action, nous nous engageons, dans la durée, sur des moyens, des objectifs et des résultats que nous rendons publics.

**Imagination, coopération, efficacité** : nous contribuons, avec rigueur et créativité, à la mise en œuvre de projets innovants et interdisciplinaires, pour provoquer des avancées décisives dans la recherche sur le cancer.

**Excellence, détermination, utilité** : nous conduisons des programmes de soutien à la recherche au plus haut niveau d'exigence de méthode et de résultat.

La valeur a est exprimée par diverses explications fournies par la Fondation. Notamment, dans la partie basse de la page (footer), un message exprimant la gratitude envers les utilisateurs et les donateurs symbolise leur indépendance. De plus, dans la section « La Fondation ARC », un titre

intitulé « Transparence financière » est suivi d'un article présentant les comptes de la Fondation pour l'année 2022 ainsi que les actions menées cette même année.

Les ressources de la Fondation ARC proviennent exclusivement de la générosité de ses donateurs et testateurs. Vous bénéficiez d'une réduction d'impôt à hauteur de 66 % du montant de votre don, si vous êtes imposable sur le revenu, et de 75 % si vous êtes assujetti à l'IFI.

### Transparence financière

Nous attachons une grande importance à la gestion rigoureuse de votre générosité, en déployant une action scientifique déterminée autour d'un objectif : **accélérer la recherche pour permettre de guérir 2 cancers sur 3 d'ici 2025**. Pour en savoir plus sur la gestion de nos comptes, consultez cette page dédiée.

[LIRE LA SUITE](#)

### Nos certifications et documents officiels

Déterminée à garantir un fonctionnement irréprochable, notre Fondation a obtenu l'agrément d'organismes reconnus.

- Nos rapports annuels
- L'essentiel des comptes
- Notre plaquette institutionnelle

## Notre action en 2022

### 154 nouveaux projets de recherche soutenus en 2022

#### Soutien aux talents

- 113 Aides individuelles
- 1 Leader en oncologie
- 1 Programme ATIP Avenir

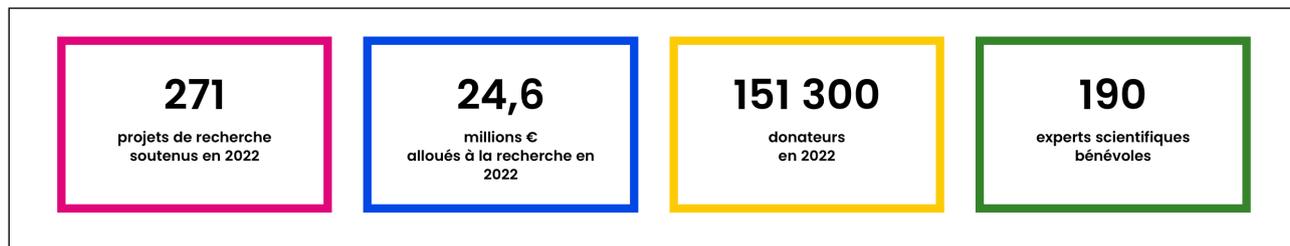
#### Recherche libre

- 17 Programmes labellisés Fondation ARC
- 66 Projets Fondation ARC

La valeur b est d'abord mise en évidence par la liste des actions réalisées en 2022 par la Fondation ARC, disponible dans la rubrique « Transparence financière ». Cette liste témoigne du soutien accordé par la Fondation à 154 nouveaux projets de recherche en 2022. Pour ce qui est de la coopération, sur le site Internet nous pouvons retrouver une multitude d'articles de chercheurs et de spécialistes illustrant la rigueur, la créativité et l'efficacité dans la mise en œuvre de projets novateurs. De plus, étant soignée et organisée, l'interface peut transmettre des valeurs de transparence dans la communication des informations, offrant aux

utilisateurs un accès facile et compréhensible aux ressources et aux données disponibles.

La valeur c comprend notamment les chiffres clés disponible en bas de la page d'accueil. Ces derniers témoignent de l'excellence et de la détermination que fait par la Fondation. La mise en avant des dernières avancées scientifiques, des projets de recherche innovants et des partenariats avec d'autres acteurs dans le domaine de la santé peuvent refléter des valeurs d'innovation et de progrès dans la lutte contre le cancer. La transcription de ces valeurs est adéquate dans les choix de l'interface



### 3. Érgonomie

Concernant les illustrations elles sont très généralement en rapport avec le texte. Elles sont abondantes sur la page d'accueil, mais à mesure que l'on progresse vers les niveaux de pages plus profonds (deuxième, troisième et quatrième niveaux), leur présence diminue. Cependant, lorsque des illustrations sont présentes, elles sont pertinentes par rapport au sujet abordé et ont un impact significatif.



Le site contient peu d'éléments animés, cependant, on peut trouver quelques vidéos qui viennent parfois approfondir le sujet traité. À titre d'exemple, cette vidéo aborde le sujet du cancer du sein dans le but d'informer et d'aider à mieux se protéger.

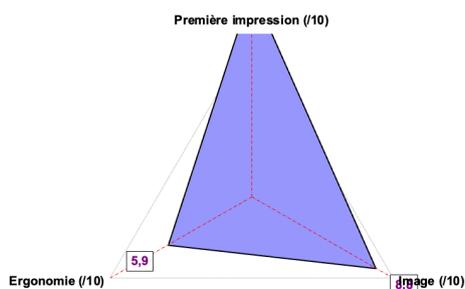


Des repères visuels sont utilisés pour naviguer sur le site ainsi que des icônes graphiques qui sont intégrées sur le site web, notamment pour représenter les réseaux sociaux dans la barre de menu supérieure ainsi qu'en bas de la page. De plus, chaque introduction d'article est accompagnée d'une flèche permettant de rediriger vers une autre page. Chaque rubrique ne possède pas un style graphique distinct, mais plutôt un style graphique uniforme adopté à travers l'ensemble des rubriques, formant ainsi un thème général pour le site.



Le site est responsive, offrant ainsi aux utilisateurs mobiles la possibilité de consulter son contenu sur des smartphones ou des tablettes. Cependant, il rencontre actuellement des problèmes de performance, avec un score ne dépassant pas 28. Le poids des images sont actuellement trop importantes et manque d'une optimisation sans perte. L'optimisation de l'image est généralement l'un des moyens les plus faciles de réduire le poids d'une page et, par conséquent, le temps de chargement de la page.





<b>Première impression (/10)</b>	<b>12,9</b>
<b>Image (/10)</b>	<b>8,8</b>
<b>Ergonomie (/10)</b>	<b>5,9</b>

### III. Analyse ergonomique

#### 1. Accessibilité

L'URL est simple et explicite : « <https://www.fondation-arc.org/> » puisqu'il tient en deux mot, fondation et ARC. ARC est le nom du site web dédié à la recherche pour le cancer et est dirigé par une fondation avec à sa tête Dominique Bazy. Ainsi, l'association de ces termes dans l'URL offre une représentation concise et directe du site web.

L'activité de la Fondation est clairement identifiable avec l'aide de l'URL ainsi qu'avec la lecture du logo « ARC - Fondation pour la recherche sur le cancer ». L'information nous vient directement avec plusieurs articles dédiés à vaincre et guérir le cancer. Une fondation est une personne morale de droit privé créée par un ou plusieurs donateurs pour accomplir une mission d'intérêt général. Les fondations existent et se développent grâce aux dons de toutes personnes voulant aider les avancés soutenus par cette dernière. On remarque aisément en se rendant sur le site web que l'appel au don est omniprésent. De plus, les dernières informations que nous pouvons rencontrer sur la page d'accueil nous informent sur le nombre de donateurs en 2022 ainsi que le nombre de fonds qui a été alloué à la recharge.

Notre mission

---

Dans un monde où le cancer reste une des premières causes de mortalité, nous avons la conviction que **seuls les progrès de la recherche permettront de guérir les cancers ! C'est pourquoi nous avons mis la recherche au cœur de notre mission**, une recherche sur le cancer et pour les individus, une recherche dynamique et positive, accessible au plus grand nombre.

Tout comme son activité, l'image de marque de l'organisation propriétaire est immédiatement identifiable dès l'arrivée sur le site web. En effet le logo vif et percutant nous amène à imaginer la charte graphique présentes de manière cohérente sur l'ensemble du site dès son ouverture.

Malgré le flux important d'informations sur la page d'accueil, le fait que le menu soit en permanence visible en navigant sur le site nous aide à identifier son contenu. Le menu est constitué de 5 catégories principales à savoir : s'informer sur le cancer, suivre la recherche, agir, la Fondation ARC et Faire un don. Ce menu demeure toujours visible, même lorsque l'utilisateur navigue entre les différentes catégories ou consulte différents articles. Sa permanence et sa visibilité constante offrent à l'utilisateur une navigation continue et accessible, évitant ainsi la confusion.

La fonctionnalité de recherche rapide est stratégiquement intégrée à l'ensemble des pages, offrant ainsi une accessibilité fluide et efficace pour permettre aux utilisateurs de trouver rapidement l'information recherchée, quel que soit l'endroit où ils se trouvent sur le site. Il existe une aide à la recherche qui propose une liste de résultats présentant les produits correspondants à la

recherche, permettant à l'utilisateur de trouver rapidement l'information souhaité sans avoir à parcourir l'ensemble du catalogue du site.

The screenshot shows the top navigation bar of the Fondation ARC website. On the left is the logo 'Fondation pour la recherche sur le cancer arc'. The navigation menu includes 'S'INFORMER SUR LE CANCER', 'SUIVRE LA RECHERCHE', 'AGIR', and 'LA FONDATION ARC'. On the right, there is a pink button 'JE FAIS UN DON' and icons for a document and search. Below the header, there are three main content blocks. The first block, titled 'Entreprises mécènes', features an image of a desk with a laptop and documents, and text stating that corporate contributions are essential for cancer research. The second block, 'Philanthropes, mécènes un engagement per...', includes an image of a young girl hugging an elderly man and text about mobilizing resources for cancer research. The third block, 'Organiser une collecte', features an image of a young girl hugging an elderly man and text about organizing fundraisers for events like weddings or retirements. Each block has a 'JE VEUX EN SAVOIR PLUS' link with a right-pointing arrow.

En étant connecté à un réseau wifi sur un ordinateur, le temps de chargement de la home page est assez rapide. Ce temps de chargement est le même lorsqu'on se trouve en 4G sur un téléphone portable. Il y a quand même des lacunes concernant les performances avec des indices de vitesse beaucoup plus long que recommandé.

Étant le site web d'une Fondation, ARC offre une interface riche en informations variées. Il n'y a pas un écart significatif entre ce que l'on pense trouver sur le site et ce que l'on nous propose. Au premier abord, les utilisateurs peuvent chercher principalement à faire un don, sans nécessairement anticiper la diversité des informations disponibles proposées par ARC.

## Mesures de performance

Les mesures suivantes sont générées à l'aide des données Lighthouse Performance.

Détails métriques  OFF

Première peinture contente ?	Beaucoup plus longtemps que recommandé 2.9s	Temps d'interaction ?	Beaucoup plus longtemps que recommandé 5,7 s
Indice de vitesse ?	Beaucoup plus longtemps que recommandé 5.0s	Temps de blocage total ?	Bien - Rien à faire ici 124ms
La plus grande peinture contente ?	Beaucoup plus longtemps que recommandé 3.5s	Changement de mise en page cumulatif ?	Beaucoup plus que recommandé 0.33

Globalement, le site web renferme une grande quantité d'informations, toutes présentées avec une cohérence visuelle : la police et la taille du texte demeurent uniformes. Les titres et sous-titres restent constants d'un article à l'autre, garantissant ainsi une continuité et une cohésion dans la transmission des informations. D'après les analyses, le site Internet pourrait éprouver des difficultés à afficher correctement son contenu sans les images, étant donné qu'elles représentent une part importante du site, en particulier sur la page d'accueil. En revanche, les pages de niveaux

inférieurs (deuxième, troisième, quatrième niveaux) sont plus susceptibles de s'afficher correctement même en l'absence des images.

Le moteur de recherche du site n'est pas paramétrable contrairement aux résultats qu'ils le sont. Plusieurs critères nous permettent de faciliter et clarifier le fonctionnement de ce dernier afin d'en optimiser l'utilisation comme un filtrage par année, par catégorie et par thématiques. Ces différents filtres permettent de ne pas perdre de temps dans nos recherches afin de trouver les réponses à nos questions.



FILTRE

Par année

Par catégories

Par thématiques

[Réinitialiser la sélection](#)

Les attributs "ALT" des balises <IMG> ne sont pas renseignés ni les attributs "TITLE" des balises <A>. Quand le curseur est placé sur une image, aucune réaction n'est observée, tandis que parfois, survoler un titre provoque l'apparition d'une couleur spécifique.

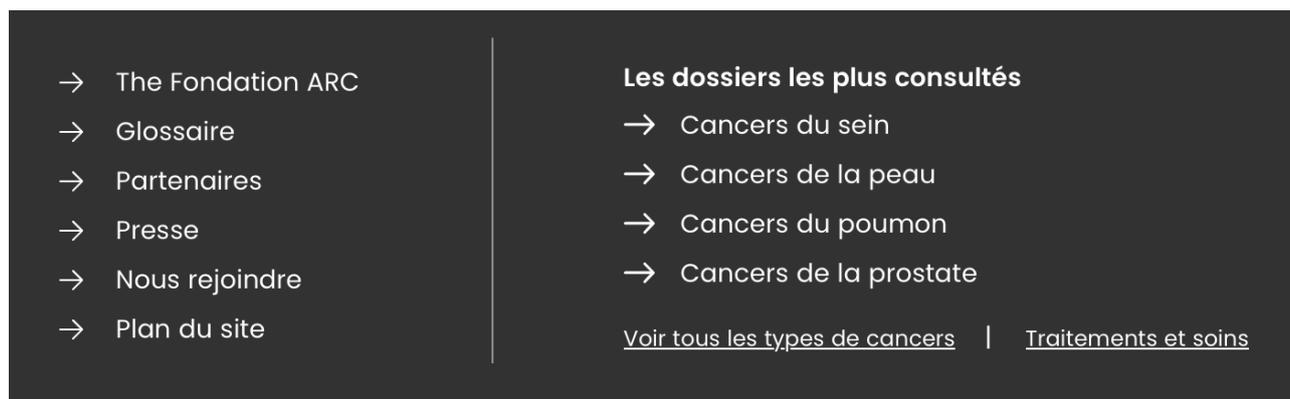


## 2. Navigation

L'occupation des éléments de navigation par rapport au contenu des pages internes fait référence à la façon dont les éléments de navigation d'un site web sont disposés ou utilisés en relation avec le contenu présent sur les pages internes du site. Cela concerne la manière dont les menus, les liens, les boutons ou d'autres éléments de navigation sont organisés, positionnés ou utilisés en fonction du contenu spécifique disponible sur les différentes pages internes du site. Sur le site web ARC, il y a une importante occupation des éléments de navigation par rapport au contenu des pages internes qui représenterait environ 60% de liens affichés sur les pages.

Grâce à la présence constante du menu sur toutes les pages, il est possible de retourner à la page d'accueil depuis n'importe quelle autre page du site. Sur ce menu, il n'existe pas plus de 7 entrée. Il y a 5 entrées principales qui sont donc optimisés car, selon la loi de Miller de 1957, on retient difficilement plus de 7 informations.

Il y a une présence des éléments de navigation, tels que les menus, les liens vers d'autres sections du site, ou d'autres outils de navigation, en bas de chaque page du site web. Cela signifie que les options de navigation, souvent présentes en haut de la page, sont également répétées ou reproduites en bas de la même page, offrant ainsi aux utilisateurs une manière alternative de naviguer dans le site sans avoir à remonter en haut de la page.



→ [The Fondation ARC](#)

→ [Glossaire](#)

→ [Partenaires](#)

→ [Presse](#)

→ [Nous rejoindre](#)

→ [Plan du site](#)

**Les dossiers les plus consultés**

→ [Cancers du sein](#)

→ [Cancers de la peau](#)

→ [Cancers du poumon](#)

→ [Cancers de la prostate](#)

[Voir tous les types de cancers](#) | [Traitements et soins](#)

Bien que le site propose de nombreuses rubriques, aucuns liens ne mènent vers des pages en construction ou vides, cela nous montre l'implication de la Fondation à fournir le maximum d'information aux utilisateurs.

Naviguer à travers les pages plus longues est simplifié, en particulier sur la page d'accueil où une flèche permet à l'utilisateur de remonter rapidement en haut de la page. De plus, la navigation est rendue plus aisée par la présence de multiples thématiques accompagnées de brefs résumés suivis de liens, ce qui facilite la recherche sur la page d'accueil. Cependant, sur le site de l'ARC, il n'y a pas véritablement de pages très étendues. La représentation des liens est standard.

La représentation des liens est standard mais généralement, les liens visités sont présentés dans une couleur différente ou avec un style visuel modifié par rapport aux liens non-visités. Ici, sur le site web de la Fondation ARC ce n'est pas le cas. Parmi les nombreux liens présents, aucun n'est indiscernable ou non identifiable. De même, il existe peu de lien emmenant vers un autre site web. Les signifiants textes/images sont efficaces car ils sont clairs et représentatifs. Des icônes intuitives ou des images significatives peuvent améliorer l'expérience utilisateur en rendant la navigation plus visuelle et compréhensible. Par exemple, à chaque début d'article, il y a une flèche qui nous amène au bon endroit.

[VOIR TOUTES LES ACTUALITÉS →](#)

Les téléchargements sont biens identifiés, à chaque fois annoté d'une couleur rose ou une icône suivie de la taille et du format du dossier.

Collection Comprendre et agir Brochure



**Le cancer colorectal**

En collaboration avec le Dr Maximilien Héran, o...

**Edition 2022**

↓ **Télécharger**  
(pdf - 2.4 MO) | 📖 **Recevoir gratuitement**

Ce site ne propose ni d'alternative textuelle ni de menus déroulants. À chaque étape de la navigation, une barre indiquant le menu est présente pour assurer un repère continu. Cette dernière ne représente aucunement une gêne pour l'utilisateur car elle est positionnée de manière à ne jamais recouvrir le contenu textuel.

L'impression des pages web est bien gérée car, à la fin de chaque article, est proposé l'option « Imprimer ». Cette fonctionnalité permet un accès plus rapide à l'impression des articles.

[IMPRIMER L'ARTICLE →](#)

Il n'y a pas d'option pour mettre en favoris un article ou une information. Néanmoins, il y a un onglet panier pour voir les deniers achats (dons, supports d'informations) effectués ainsi qu'une possibilité de s'abonner à la newsletter de la Fondation ARC.



Les éléments du menu, toujours accessibles à chaque étape de la navigation, fournissent un repère constant. Bien qu'il soit facile de se perdre dans l'information en cliquant de lien en lien, la présence constante du menu permet de revenir facilement au point initial si besoin est. De plus, le logo ARC, toujours présent également permet à tout moment de revenir à la page d'accueil facilement. Pour se repérer facilement il existe un plan du site se situant en bas de la page. Ce plan offre à la fois une perspective globale et détaillée des différentes rubriques du site web.



Il y a bien un fil d'ariane qui guide nos recherches pour pouvoir revenir sur nos recherches précédentes. Les utilisateurs peuvent naviguer facilement grâce à une meilleure compréhension de la structure du site.

Accueil > S'informer sur le cancer > Le cancer > Cancer : les traitements et les soins de support

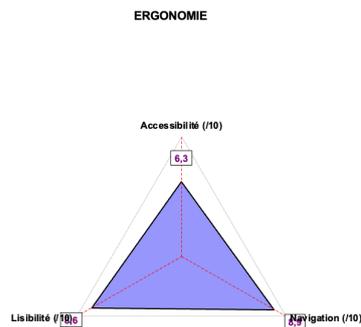
Les liens vers les réseaux sociaux sont disponibles 2 fois : une fois tout en haut dans la barre du menu et une fois dans le footer. Nous pouvons y retrouver notamment Instagram, LinkedIn, Facebook, Youtube...



### **3. Lisibilité**

Le contraste fond/ couleur est bien géré car nous avons la présence d'un fond épuré (blanc) accompagnés de textes noirs pour la majorité. On retrouve toujours les 4 couleurs du logo ARC à savoir rose, bleu, jaune et vert. Elles sont présentes à chaque article, rubrique, photos viennent ce qui apporte une touche de couleur tout en gardant une certaine harmonie car les textes gardent la même police et la même couleur. Les concepteurs visent à éviter la surcharge d'informations pour l'utilisateur. Pour ce faire, ils utilisent des titres et des sous-titres associés à des liens redirigeant vers l'article complet ou vers la catégorie correspondante, assurant ainsi une cohérence globale. Il n'y a pas de teinte saturée, chaque page reste très lisible. La présentation reste tout autant homogène et cohérente sur l'ensemble du site car il garde la même charte

graphique tout du long en gardant les mêmes couleurs, la même police, les mêmes formes... Cette disposition propose une lecture bien aérée. On notera l'absence de défaut concernant l'affichage des images et des animations.



---

<b>Accessibilité (/10)</b>	<b>6,3</b>
<b>Navigation (/10)</b>	<b>8,9</b>
<b>Lisibilité (/10)</b>	<b>8,6</b>

## Conclusion

Pour conclure nous avons analysé le site web de la Fondation ARC pour la Recherche sur le Cancer, de ce fait, plusieurs observations significatives émergent. En premier lieu, le site démontre une volonté évidente de fournir des informations claires et précises, mettant en avant une navigation accessible pour les utilisateurs. Sa rénovation récente de 2022, notamment au niveau de la charte graphique, est perceptible et bien appliquée. Le respect constant de cette charte graphique à travers chaque page démontre un sérieux dans la présentation visuelle et offre une expérience cohérente aux visiteurs. La navigation, bien que simple et directe, pourrait bénéficier d'améliorations pour une expérience utilisateur plus fluide. De plus, bien que le contenu visuel soit prépondérant et impactant, certaines pages pourraient améliorer la gestion des performances pour une meilleure accessibilité et rapidité d'affichage.

Malgré cela, il est clair que la Fondation ARC a accompli un travail considérable pour fournir un site informatif et esthétiquement attrayant. La cohérence dans la présentation visuelle, le respect des principes graphiques et la facilité de navigation font de ce site une ressource importante pour sensibiliser et informer sur la recherche sur le cancer. En résumé, le site de la Fondation ARC pour la Recherche sur le Cancer présente une bonne base, mais des améliorations pourraient être apportées pour une expérience utilisateur encore plus aboutie.



THOMAS  
Héloïse  
TD3

## Dossier initiation au référencement

Les résultats de recherche organique sont responsables d'environ 51% du trafic total sur les sites web, mettant en évidence l'importance vitale du référencement pour attirer des visiteurs sur un site internet. Le référencement naturel va permettre à une entreprise de se positionner le plus haut possible dans les résultats des moteurs de recherche pour les requêtes, les mots clés ou expressions les plus pertinentes en fonction des produits et service qu'elle propose.

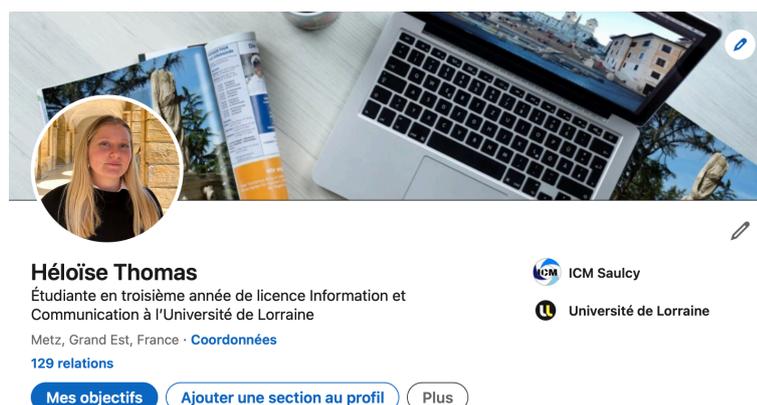
Dans le cadre de ce cours d'initiation au référencement, nous avons mis en œuvre des techniques de référencement pour améliorer notre visibilité dans les moteurs de recherche en utilisant les algorithmes, dans le but d'être repérés par les recruteurs en particulier.

Durant ce semestre, nous avons exploré diverses plateformes essentielles pour établir une visibilité en ligne, telles que : LinkedIn, Wordpress, ResearchGate, Twitter, TikTok et Youtube.

### I. Référencement via LinkedIn

En 2022, en France, LinkedIn comptabilise 23 millions de membres inscrits et 11,5 millions d'utilisateurs actifs par mois. LinkedIn est un réseau social professionnel en ligne créé en 2003 à Mountain View en Californie. Elle s'impose comme une plateforme permettant d'exprimer son expertise auprès des professionnels, bien plus que sur les autres réseaux sociaux. Cette plateforme permet de participer à la visibilité d'une entreprise ou d'une personne grâce aux algorithmes intégrés à la plateforme qui permettent, par nos interactions, d'être vus par le plus grand nombre. Les profils LinkedIn sont indexés par les moteurs de recherche. Un profil LinkedIn bien optimisé avec des informations pertinentes peut apparaître dans les résultats de recherche, augmentant ainsi la visibilité en ligne.

La première étape était de créer un profil LinkedIn, d'y intégrer nos informations personnelles et de développer un réseau solide en ajoutant, par exemple, nos collègues de licence.



#### • 1ère technique : la biographie

La première méthode de référencement abordée était axée sur notre biographie. Nous devons remplacer le pronom « JE » par « Héloïse THOMAS est... ». Plus de place pour un pronom personnel, nous devons parler de nous à la troisième personne du singulier suivie de l'auxiliaire « ÊTRE ».

Pourquoi cette formulation ? Car lorsqu'une personne recherche notre profil avec le terme « Héloïse THOMAS », LinkedIn, grâce à ses algorithmes, favorisera notre visibilité dans les

résultats de recherche en utilisant notre prénom et notre nom. L'ordre des termes revêt d'une importance.

### **Alors nous passons de ce texte :**

Je suis actuellement en troisième année de licence Information Communication à l'Université de Lorraine à Metz. En plus de mes études, j'ai été engagée en tant que volontaire service civique au Conseil Départemental d'Accès au Droit (CDAD) de la Moselle, où j'ai été chargée d'informer les jeunes sur leurs droits. J'ai donc pu allier mes études et cette mission afin de développer mes compétences dans le domaine de la communication.

### **À celui-ci :**

#### **Infos**

Héloïse Thomas est actuellement en troisième année de licence Information Communication à l'Université de Lorraine à Metz. En plus de ses études, elle a été engagée en tant que volontaire service civique au Conseil Départemental d'Accès au Droit (CDAD) de la Moselle, où l'étudiante a été chargée d'informer les jeunes sur leurs droits. Héloïse Thomas a donc pu allier ses études et cette mission afin de développer ses compétences dans le domaine de la communication.

Pour plus d'efficacité, notre prénom/ nom devra être utilisé au moins deux fois dans notre paragraphe. Ce dernier devra rester assez court, comprenant quelques lignes et en donnant des informations sur nous mais également sur une ou plusieurs expériences acquises.

#### **• 2ème technique : les expériences**

Nos expériences sont cruciales sur notre compte LinkedIn, elles permettent à notre réseau et aux recruteurs de connaître nos expériences professionnelles mais également de savoir qu'elles compétences nous avons acquis grâce à ces dernières.

Il est crucial d'accompagner chaque expérience d'un texte explicatif détaillant les compétences acquises pendant ce job, ce qui contribuera à susciter de l'intérêt pour cette rubrique.

### **Exemple :**



#### **Volontaire service civique au CDAD de la Moselle**

CDAD de la Moselle - Service Civique

janv. 2023 - sept. 2023 · 9 mois

Metz, Grand Est, France · Hybride

Héloïse THOMAS a réalisé une mission de service civique au CDAD de la Moselle afin d'informer les jeunes sur l'accès au droit. Toute personne doit pouvoir connaître ses droits et ses obligations, et être informée sur les moyens de les faire valoir.

Son travail a été d'informer les jeunes par le biais d'événements (projections de films, rencontres...) et d'affiches promotionnelles. Les réseaux sociaux l'ont aidé à promouvoir l'organisme ce qui lui a permis d'acquérir des compétences dans le montage photo, également vidéo et dans l'optimisation du compte afin de toucher un plus large public.

De plus, durant son service civique, Héloïse a eu l'opportunité d'organiser des événements au sein du Tribunal Judiciaire de Metz comme la Journée nationale de l'Accès au droit, des reconstitutions d'audiences avec des lycéens et des cinés-débats.

**Compétences :** Gestion de projet · Organisation d'événements · Création de plaquettes informationnelles · Publicité sur les réseaux sociaux · Informer sur l'accès au droit · Montage pour les réseaux sociaux

Le contenu explicatif de nos compétences devrait intégrer la même technique de référencement utilisée précédemment, mettant en avant notre prénom et notre nom pour améliorer notre visibilité.



**Conseil départemental d'accès au droit (CDAD) de la Moselle**  
Site Internet du CDAD de la Moselle



**CDAD Moselle (@point.justice.moselle) • Instagram photos and videos**  
Compte Instagram du Conseil Départemental de l'Accès au Droit de la Moselle.

De plus, il est crucial d'enrichir nos compétences et notre expérience avec deux supports visuels. Ces médias revêtent une importance capitale car ils illustrent et peuvent parfois être accompagnés de liens externes, renforçant ainsi notre profil.

Dans cet exemple nous pouvons retrouver le lien du site Internet du Conseil Départemental d'Accès au Droit (CDAD) ainsi que le lien de son compte Instagram.

Il est essentiel de soutenir les compétences de notre réseau de connaissance car cela les met en valeur et contribue à en acquérir davantage, démontrant ainsi notre crédibilité.

### Photographie



2 recommandations de compétences



Site internet

En résumé, pour exploiter efficacement ces techniques de référencement, il est primordial d'être au fait des dernières mises à jour de la plateforme. Cela implique d'avoir une photo de profil de qualité, une bannière attrayante, d'être actif, de posséder un réseau solide et de continuellement mettre à jour ses informations.

Lien de mon LinkedIn : [www.linkedin.com/in/héloïse-thomas-54b87b23a](https://www.linkedin.com/in/héloïse-thomas-54b87b23a)

## II. Référencement via Wordpress

Il y a plusieurs années, WordPress était principalement utilisé comme un outil pour créer des blogs, plutôt que pour concevoir des sites Web plus conventionnels. À l'origine, ces blogs étaient dédiés à des contenus plus longs, offrant beaucoup d'espace pour s'exprimer. Ensuite, est arrivé X (Twitter), où le format est devenu très concis, suivi de près par Facebook, introduisant un équilibre entre l'image et le texte.

Aujourd'hui, grâce aux modifications apportées au code de base et à l'important éventail de plugins et de thèmes disponibles pour WordPress, il est possible de concevoir n'importe quel type de site Web avec cette plateforme professionnel ou non.

**Comment Wordpress peut aider au référencement ?** Wordpress offre avec ça plateforme conviviale et flexible, du contenu optimisé pour les moteurs de recherche, ce qui peut contribuer à améliorer le classement et la visibilité d'un site web dans les résultats de recherche.

Ainsi, WordPress offre une grande diversité pour la création de sites Internet, mais ce qui captivent réellement les internautes, ce sont les récits en ligne, le storytelling. Les plateformes de médias sociaux cherchent à maintenir les individus dans un état d'esprit proche de l'enfance, car l'enfant est un consommateur idéal, prenant des décisions d'achat basées sur ses émotions, alors que les adultes ont tendance à trop réfléchir.

C'est précisément pour cette raison que WordPress peut nous aider à narrer des histoires, notre histoire. Cette approche contribuera à rendre notre CV plus attractif et captivant tout en transmettant un récit significatif.

**Technique de référencement** : écrire un récit détaillé de votre parcours professionnel en rédigeant un article qui narre notre CV. En parallèle, préparez une introduction captivante ainsi qu'un article dédié à nos centres d'intérêt, en intégrant des liens. Ces contenus seront enrichis par des techniques de référencement que nous allons examiner dans les prochaines étapes.

### • 1ère technique de référencement : le storytelling

Sur WordPress, il est important d'écrire comme si l'on s'adressait à un ami, en mettant l'accent sur l'honnêteté et la spontanéité. Notre texte doit refléter notre CV. Le but ici est d'attirer le lecteur.

Lors de la création d'un article sur WordPress, la première étape consiste à inclure notre prénom/nom dans l'URL. Ensuite, il est impératif d'insérer notre prénom dans le titre. Enfin, une dernière technique de référencement, similaire à celle de LinkedIn, réside dans l'importance de mentionner notre prénom/nom au moins cinq fois dans le texte, dont deux fois dès le premier paragraphe.

Dans notre texte, nous devons inclure 2 à 3 fois chacun des mots qui décrivent nos compétences que nous avons déjà utilisés dans les descriptions de nos photos sur LinkedIn. Puis, à chaque fin de paragraphe, nous devons ajouter des photos pertinentes accompagnés de légende comprenant notre prénom ainsi que les mots-clés évoqués dans notre texte.

Pour y parvenir, il est essentiel de narrer notre histoire de manière chronologique, en soulignant son originalité. C'est l'occasion où nous devons nous exprimer sans se conformer aux conventions habituelles. Notre texte doit donc faire plus de 40 lignes tout en étant captivant pour éviter un taux de rejet de la part des lecteurs.

Pour compléter notre CV en ligne, nous avons eu la possibilité de sélectionner un thème pour personnaliser l'apparence de notre blog et le rendre à notre image.

Texte : <https://heloisethomas2.wordpress.com/cv-heloise-thomas/>

### • 2ème technique de référencement : autres articles

Pour améliorer davantage notre blog, nous devons ajouter un article dédié à mes centres d'intérêt, mettant en lumière mon stage de 6 semaines incluant mes attentes sur ce dernier ainsi que nos aspirations futures. Cette publication vient compléter mon profil en offrant un aperçu plus détaillé de mes intérêts et de mes perspectives à venir. Lors de ces articles, il est intéressant de se citer soi-même et de citer 1 ou 2 collègues afin d

Pour accompagner notre premier blog, nous devons rédiger un bref article introductif de 5 à 10 lignes pour accueillir les lecteurs et les inviter à nous découvrir davantage. Grâce à ce texte introductif nous pouvons intégrer des liens qui redirigent le lecteur vers notre page « CV Prénom et Nom » et celle de nos « Centres d'intérêt ».

Texte centres d'intérêt : <https://heloisethomas2.wordpress.com/centres-dinteret/>

Texte introduction : <https://wordpress.com/page/heloisethomas2.wordpress.com/2>

**Lien du site** : <https://heloisethomas2.wordpress.com/>

### III. Référencement via Tik Tok

La puissance de TikTok dans le paysage numérique actuel est indéniable, illustrée par son impressionnante base d'utilisateurs de plus d'un milliard d'individus à travers le monde.

**Comment Tik Tok peut aider au référencement ?** TikTok offre une plateforme dynamique où le contenu peut devenir viral rapidement et où les interactions peuvent amplifier la visibilité en ligne. Cette exposition peut potentiellement profiter à d'autres plateformes et contribuer indirectement à une meilleure visibilité et à une plus grande reconnaissance d'une marque ou d'un contenu.

**Technique de référencement :** créer une vidéo Tik Tok de 1 à 2 minutes en racontant notre CV tout en utilisant les codes de cette application.

Dans cette vidéo, il est important de retrouver des mots clés notamment au début qui sont clairs et explicites. Nous pouvons également ajouter des sous-titres qui améliore non seulement l'accessibilité mais assure aussi que les mots-clés sont captés par l'algorithme, même si la reconnaissance vocale échoue.

Cette vidéo met en lumière comment notre comportement, notre ton, et notre style vestimentaire par exemple, jouent un rôle crucial dans le référencement. Ces éléments sont scrutés par les algorithmes de TikTok pour mieux cerner la nature du contenu de notre vidéo. Dans certaines vidéos, notre ton de voix peut être compris différemment par Tik Tok qui préfère un ton de voix naturel et personnel car les algorithmes de TikTok valorisent l'authenticité. Au contraire, un ton sérieux pouvant indiquer un contenu éducatif ou informatif.

Les algorithmes d'intelligence artificielle (IA) de TikTok peuvent identifier et interpréter diverses expressions faciales, y compris le sourire, le froncement des sourcils, et d'autres mouvements ou expressions du visage. En reconnaissant les expressions faciales, les algorithmes de TikTok peuvent mieux comprendre le type de contenu d'une vidéo. Les contenus qui génèrent des réactions positives comme les sourires, sont souvent plus attrayants et peuvent être privilégiés par l'algorithme pour maintenir l'engagement des utilisateurs sur la plateforme.

Comme illustré dans ma vidéo, j'ai choisi d'adopter un ton enjoué et dynamique, indiquant un contenu divertissant. J'ai abordé mon CV avec des réactions positives, de manière naturelle, tout comme je le ferais dans la vie quotidienne.

**Vidéo :**

<https://www.capcut.com/view/7319243238894731778?workspaceld=7216933188998889499>

### IV. Référencement via Research Gate

ResearchGate est une plateforme en ligne dédiée à la recherche scientifique et académique, offrant aux chercheurs un espace pour partager leurs publications, échanger des idées et collaborer avec d'autres experts.

**Comment Research Gate peut aider au référencement ?** Les publications partagées sur ResearchGate peuvent être indexées par les moteurs de recherche. Ainsi, elles peuvent apparaître dans les résultats de recherche, offrant une visibilité accrue à la recherche et aux travaux académiques. De plus, en participant à des discussions, en partageant des connaissances et en collaborant avec d'autres chercheurs sur ResearchGate, cela peut entraîner des interactions positives, renforçant ainsi la réputation et la crédibilité dans le domaine.

**Technique de référencement :** créez un compte sur researchgate en utilisant les mêmes techniques de référencement que sur LinkedIn.

Pour cela nous devons construire notre mur tout en ajoutant des personnes correspondant à notre sujet.

**Profil :** <https://www.researchgate.net/profile/Heloise-Thomas-4>

## V. Référencement via Twitter

Twitter, récemment X, est la plateforme de microblogage incontournable qui se distingue par sa capacité à propager l'information à travers le monde en temps réel, rassemblant une communauté dynamique de plus de 330 millions d'utilisateurs actifs mensuels.

**Comment Twitter peut aider au référencement ?** Premièrement, les tweets sont indexés par les moteurs de recherche comme Google. Les contenus bien référencés sur Twitter peuvent apparaître dans les résultats de recherche, ce qui élargit la visibilité en ligne. Deuxièmement, twitter favorise la diffusion rapide et virale du contenu. Les liens partagés sur Twitter peuvent être retweetés et amplifiés, augmentant ainsi les chances d'obtenir des visites (appelé des backlinks) vers un site web, ce qui est bénéfique pour le référencement.

**Technique de référencement :** Rédigez notre CV en 180 caractères en intégrant des hashtags pertinents par rapport au contenu de notre tweet (1 à 3 hashtags).

Pour se faire il faut avant tout faire des recherches sur les hashtags populaires et pertinent dans notre domaine. Comme pour chaque plateforme, il faut utiliser des mots-clés spécifiques à notre présentation.

**Voici un exemple de tweet qui répond à ces consignes :**



Bonjour, je m'appelle Héloïse THOMAS, #étudiante en troisième année de Licence Information et Communication à l'Université de Lorraine. Passionnée par la #communication, je vise à devenir consultante en #eRéputation. 🔍 📢

Lien vers mon compte Twitter : [https://twitter.com/thomas\\_heloise](https://twitter.com/thomas_heloise)

## VI. Référencement via Youtube

YouTube est la plateforme de partage de vidéos la plus influente au monde, accueillant plus de 2 milliards d'utilisateurs mensuels actifs. En tant que leader indiscutable dans l'univers du contenu vidéo en ligne, YouTube offre une portée massive et une diversité de contenus inégalée. Fondée en 2005, YouTube est devenu le plus grand site de partage de vidéos au monde, offrant une immense variété de contenus, des vlogs personnels aux vidéos éducatives, musicales et bien plus encore.

**Comment Youtube peut aider au référencement ?** Il existe des SEO (Search Engine Optimization) qui est un ensemble de techniques et de pratiques visant à optimiser un site web pour améliorer sa visibilité et son classement dans les résultats des moteurs de recherche comme Google, sur Youtube. Sur cette plateforme, ce SEO sert à optimiser les titres, les descriptions et les balises des vidéos sur YouTube avec des mots-clés pertinents qui peut améliorer la visibilité d'un contenu dans les résultats de recherche sur la plateforme. De plus, les vidéos peuvent apparaître dans les résultats de recherche universels de Google, offrant ainsi une chance supplémentaire de visibilité.

**Technique de référencement :** créez une vidéo d'au moins 4 minutes avec trois autres personnes sur vos compétences (issues de vos CV).

Pour ce faire dans notre vidéo doit apparaître des titres clairs et attrayants incluant des mots-clés pertinents. De plus il est conseillé de rédiger une description longue et informative en intégrant des mots-clés ainsi que des liens vers nos autres vidéos, site web, ou réseaux sociaux, ainsi que des appels à l'action comme s'abonner, commenter, mettre la cloche des notifications...

**Dans cette description il faut :**

- Une introduction pertinente, claire et concise de 100 à 150 caractères. Cela devrait inclure nos mots-clés principaux et donner aux spectateurs une idée immédiate de ce que la vidéo concerne.
- Fournir des détails plus approfondis et un contexte sur la vidéo, qui peuvent varier en longueur. Une bonne règle générale pourrait être d'atteindre entre 300 et 500 caractères ici, en fonction de la complexité du sujet.
- Faire un appels à l'action et ajouter des liens (100 à 200 caractères)
- Une description bien équilibrée de 500 à 800 caractères, en se concentrant sur la pertinence et l'engagement

**Vidéo :**



*Cliquez sur la vidéo pour pouvoir la regarder sur YouTube.*