

FrancVert

LE WEBZINE ENVIRONNEMENTAL

LA VULGARISATION SCIENTIFIQUE SUR INTERNET, LE CAS DU WEBZINE FRANCVERT

*Adapté du rapport de Johan Gass,
stagiaire pour Francvert*

Avril 2005



TABLE DES MATIÈRES

PREMIÈRE PARTIE — ANALYSE ET RECOMMANDATIONS FACE À LA LECTURE DE DIFFÉRENTS WEBZINES EN ENVIRONNEMENT	1
Introduction	1
La diffusion de l'information en environnement sur Internet : les webzines, les bulletins et les portails	2
Analyse plus poussée de dix des webzines de notre étude	5
Les webzines en environnement	5
Les bulletins en environnement	8
Les portails en environnement	10
Les sites de journaux d'information	12
Recommandations pour le webzine Francvert	14
Annexe 1 — Grille d'analyse	17
Annexe 2 — Financement des webzines	18
Annexe 3 — Liste des webzines	19
DEUXIÈME PARTIE — SONDAGE	21
Introduction	21
Méthodologie	22
Qui sont les répondants ?	23
La pertinence d'un magazine électronique	25
Le contenu que devrait favoriser un magazine électronique québécois en environnement	27
Préférences en ce qui concerne la couverture géographique des informations traitées	27
Préférences en ce qui concerne la structure d'un magazine électronique	27
Préférences face aux différents sujets environnementaux	30
De quelle façon les internautes veulent-ils être en interactions avec le webzine	31
Comment les internautes souhaitent t'ils voir apparaître l'information et quels outils multimédias ou graphiques préféreraient-ils ?	32
Synthèse des résultats du sondage	34
Conclusion	35
CONCLUSION GÉNÉRALE	38

LISTE DES FIGURES

Figure 1 – Site de PLOS Biology	5
Figure 3 – Détails du site de PLOS Biology	5
Figure 4 – Site d'Envirozine	6
Figure 5 – Site du journal du CNRS	7
Figure 6 – Le site de National Geographic : édition en ligne	8
Figure 7 – Le site de canopée en ligne	8
Figure 8 – Détail du site de canopée en ligne	9
Figure 9 – Le site d' <i>Earth Trends</i> avec les différentes images de fond.	10
Figure 10 – Illustration pour le lien entre l'agriculture et les <i>urbains</i>	11
Figure 11 – Illustration sur le réchauffement climatique	11
Figure 12 – Illustration pour les pluies acides.	11
Figure 13 – La page principale du site	12
Figure 14 – La page principale du site	12
Figure 15 – Détails de la page principale du site et des articles recommandés par les internautes	13
Figure 16 – Lecture d'un article sur lemonde.fr	13
Figure 17 – Détails de la barre d'outils disponible en lisant un article	13
Figure 18 – Statut des répondants	23
Figure 19 – Résultats du sondage : possibilité de consultation des derniers numéros parus	28
Figure 20 – Résultats du sondage : Possibilité de consultation des articles récemment parus	28
Figure 21 – Résultats du sondage : possibilité d'imprimer en PDF	29
Figure 22 – Résultats du sondage possibilité d'imprimer article par article	29
Figure 23 – Résultats du sondage : préférences pour les sujets	30
Figure 24 – Résultats du sondage : l'interactivité	31
Figure 25 – Résultats du sondage : détail du type d'interactivité, premier choix	32
Figure 26 – Résultats du sondage : détail de la préférence pour les outils audio-visuels : premier choix des sondés	33

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 – Synthèse des différents webzines analysés dans le cadre de cette étude	3
Tableau 2 – Synthèse des caractéristiques des sites	14
Tableau 3 – Résultats du sondage : la pertinence d'un média d'information	26
Tableau 4 – Résultats du sondage : la couverture géographique préférée par les internautes.	27
Tableau 5 – Résultats du sondage : type d'information préférée	30
Tableau 6 – Résultats du sondage : type d'interactivité	31
Tableau 7 – Résultats du sondage : préférence pour les outils audio-visuels	32

PREMIÈRE PARTIE — ANALYSE ET RECOMMANDATIONS FACE À LA LECTURE DE DIFFÉRENTS WEBZINES EN ENVIRONNEMENT

INTRODUCTION

Le mandat de ce stage se situe dans le domaine de la vulgarisation des sciences environnementales, et plus particulièrement sur l'utilisation d'internet pour la vulgarisation en environnement.

Le webzine (magazine sur internet) Francvert, est un magazine électronique de vulgarisation et de sensibilisation environnementale créée par l'Union Québécoise de Conservation de la Nature (UQCN) et les Éditions en environnement Vertigo en 2003. L'UQCN a possédé pendant de nombreuses années un magazine papier disponible en kiosque portant le même nom : Francvert.

Les attentes pour sa nouvelle forme électronique sont importantes, et c'est dans ce but que ce stage a été réalisé. L'objectif principal du stage était de déterminer comment il était possible d'exploiter au maximum internet pour pouvoir diffuser la connaissance environnementale de l'UQCN au public québécois.

Les questions principales de ce travail furent donc :

- comment améliorer le magazine Francvert ?
- quels sont les aspects à développer pour améliorer l'intérêt des internautes et l'attrait de ce site ?

Pour répondre à cette question, nous avons caractérisé et analysé différents formats de diffusion de l'information en environnement existant sur Internet. Nous avons effectué l'analyse de ces sites multimédias afin de répondre à d'autres questions plus spécifiques, telles :

- Quels sont les différents webzines francophones en environnement et autres sur la Toile ?
- Comment sont-ils construits ?
- Et comment pourraient-ils nous inspirer pour apporter des améliorations au webzine Francvert ?

Enfin pour pousser plus loin nos analyses et réflexions, un travail complémentaire a été mené : la construction d'un sondage, reposant sur 28 questions. Nous nous sommes donc interrogés face aux internautes, afin de savoir qui ils étaient, et en quoi se définirait pour eux un webzine en environnement.

Les deux parties complémentaires de ce travail nous ont ainsi éclairés sur le phénomène des webzines et nous ont amenés, dans le cadre de Francvert, à proposer des pistes de réflexion face à l'attrait des internautes pour ce site, et ce, pour une meilleure diffusion de l'information environnementale au Québec.

LA DIFFUSION DE L'INFORMATION EN ENVIRONNEMENT SUR INTERNET : LES WEBZINES, LES BULLETINS ET LES PORTAILS

Pour cette analyse, nous avons essayé de faire une brève revue de différents webzines en environnement, qu'ils soient francophones, anglophones, hispanophones ou lusophones, à partir de moteur de recherche comme *Google* ou à partir de la connaissance de certains sites.

Le but de cet exercice était tout d'abord de faire un court inventaire des possibilités de formes et d'outils déjà disponibles sur Internet sur la question de la communication de l'information en environnement. Nous avons donc recueilli dans un tableau les principaux sites qui présentaient des points intéressants quant aux outils audio-visuels et interactifs (Cf le tableau Excel intitulé : grille d'analyse des webzines).

En bref, nous avons essayé de déterminer ce qui pouvait être susceptible d'augmenter l'intérêt d'un internaute face à un site d'information sur l'environnement. Dans le même ordre d'idées, nous avons également analysé des sites d'information grand public telle « *lemonde.fr* » afin de découvrir qu'elles étaient les approches de communication développées par des médias de grande réputation, où la force de marketing et de la promotion est sans comparaison avec des groupes communautaires ou à but non lucratif comme les associations en environnement.

Pour réaliser cette étude, nous avons donc regardé les différents sites sur plusieurs points précis afin de les catégoriser, et afin d'entamer une analyse plus fine.

C'est ainsi que nous approcherons cette analyse à l'aide d'un tableau synthèse des 25 sites en environnement retenus. Ces 25 sites ont été choisis pour leur pertinence en regard à la question de ce rapport. Il est à noter que plus de 40 sites relatifs à la question environnementale avaient été répertoriés en amont (près de 50). Puis dans un second temps, nous décortiquerons 10 sites susceptibles d'apporter plus d'informations.

Le but d'une telle approche étant de pouvoir mieux saisir qu'elles seraient les différentes possibilités et les différents moyens de communication disponibles dans ces sites, il s'agira donc de déterminer à la fin de cette partie un certain nombre de recommandations face aux approches les plus originales, les plus communes, celle à éviter ou les plus prometteuses.

Ces recommandations seront destinées au développement futur du webzine Francvert, un magazine apparu récemment sur Internet et dont l'ambition principale est de mieux communiquer ces informations avec le lecteur, et donc de déterminer les moyens les plus adéquats en fonction des moyens dont le magazine dispose.

Tableau 1 – Synthèse des différents webzines analysés dans le cadre de cette étude

NOM	Public cible	Nombres de pages en défilé	Lisibilité	Navigation	Format	Photo	Outils interactifs
Webzines en environnement							
Envirozine	Grand public canadien	2	Très bonne	Très facile	HTML	oui	Non
L'enjeu	Jeune public québécois et monde de l'ERE	6	mauvaise	moyenne	HTML et PDF	Non	Non
H2O magazine	Grand public	3	Très bonne	Très facile	HTML	Oui	Oui
Le journal du CNRS	Grand public français	2	Très bonne	Très facile	HTML	Oui	Oui
L'État de la planète	Grand public	5	Bonne	Facile	HTML	non	Oui
En direct-Élement	Grand public	2	moyenne	moyenne	HTML	non	Oui
World river review	Spécialistes	16	moyenne	difficile	PDF	Oui	Non
Ambiente ecologico	Grand public hispanophone	1	bonne	Très facile	HTML	Oui	Oui
Journal do meio ambiente	Grand public brésilien	6	bonne	moyenne	HTML	non	Non
Revista Senac e Educação Ambiental	Grand public hispanophone	1	Bonne	difficile	HTML et PDF	Oui	Non
Symbioses	Spécialistes de l'ERE	2	moyenne	moyenne	HTML et PDF	Oui	Non
National Geographic	Grand public	2	Très bonne	Très facile	HTML	Oui	Oui
PlosBiology	Grands publics et spécialistes	2	Très bonne	Très facile	HTML	Oui	Oui
Bulletins environnementaux							
Envîle Express	Communauté de Montréal	10	moyenne	difficile	HTML et PDF	non	Non
Bulletin de la TERR	Grand public, Estrie	9	Bonne	difficile	HTML	non	oui
CANOPIÉE	Spécialistes	4	moyenne	moyenne	HTML et PDF	non	oui
Science Pour tous	Professeur et vulgarisateur en science	2	moyenne	Facile	HTML	non	Oui
Science et environnement	Grand public	1	bonne	difficile	HTML	Oui	Non
Sciences Express	Communauté de la faculté des sciences de l'UQAM	23	bonne	difficile	HTML et PDF	Oui	Non
Portail							
Courrier de l'environnement - INRA	Communauté des chercheurs de l'INRA, France	2	moyenne	difficile	HTML et PDF	Oui	Non
Porte-voix	Regroupement des CRE du Québec	1	bonne	Facile	HTML	non	Non
Earth Trends	Professionnels en env.	1	bonne	Facile	HTML	non	Non
Webzine d'information							
lemonde	Grand public français	4	Très bonne	Très facile	HTML	Oui	Oui
Radiocanada	Grand public canadien	3	Très bonne	Facile	HTML	Oui	Oui
Cyberpresse	Grand public canadien	3	bonne	Facile	HTML	Oui	Oui

Remarques : 1. Pour ce qui est du détail, se référer à la grille d'analyse complète disponible sur le CD-ROM. 2. Pour la section rubrique Outils interactifs originaux, cette colonne doit caractériser si le site contient une ou des rubriques interactives autres que des photos et outils de recherche dans les archives. Un exemple pourrait être des sondages en direct, une animation visuelle, un envoi d'articles possible à *un tiers*.

Ce tableau résume une analyse plus poussée des 25 sites en environnement choisis (disponible sur CDROM) . Ce tableau prenait en compte 15 critères. Ce tableau synthèse ci-dessus présente les 7 critères les plus pertinents.

Plusieurs aspects sont soulevés à la lumière de cette analyse préliminaire :

- Tout d'abord, le grand public francophone est déjà ciblé par un certain nombre de webzines en environnement. Mais il reste à savoir si cette information est largement connue du public et si celui-ci est satisfait de cette couverture environnementale sur Internet, et tout particulièrement au Québec.
- De même, le format HTML est généralement préféré au format PDF, et quand le format PDF est présent, il nuit à la navigation sur le site. 8 sites sur 25, soit 32 % présentent en effet ce format.
- Il faut ajouter également que le nombre de pages en défilé dépasse rarement 4 pages (6/25), la majorité des sites visent donc à développer un site clair avec une structure simple et compacte (19/25).
- De plus, 10 sites sur les 25 sélectionnés ne possèdent pas de photographies illustrant le contenu, et 12 ne possèdent pas d'outils interactifs, soit 40 % et 48 % de cet échantillon : ceci indique une relative pauvreté dans les moyens visuels et interactifs employés sur les sites en environnement sur Internet.
- Enfin, pour ce qui est des bulletins, il est visible que cette catégorie est celle où les efforts de communication sont les moins visibles : le nombre de pages en défilé y est souvent élevé, le format PDF souvent présent et les outils visuels ou interactifs y sont très peu développés.

ANALYSE PLUS POUSSÉE DE DIX DES WEBZINES DE NOTRE ÉTUDE

Il s'agira ici de résumer en quelques lignes et d'illustrer quelques magazines qui ont été d'une grande importance dans cette analyse. Ces sites ont été sélectionnés pour montrer des points pertinents et positifs ou pour des lacunes importantes sur lesquelles nous reviendrons dans la partie recommandation.

Nous verrons donc dix sites en détail sur les 25 de l'analyse. Nous y décrirons alors le contexte, le groupe à l'origine de sa création, les particularités du site en tant que tel et enfin, pourquoi il a retenu notre attention. De même, nous avons fourni des exemples pour les quatre catégories de sites vus dans le tableau 1.

LES WEBZINES EN ENVIRONNEMENT

1. PLOS BIOLOGY

www.plosbiology.org/plosonline

Le groupe Public Library on Science est très actif dans le domaine de la publication scientifique, notamment en médecine et en biologie, ce groupe joue un rôle majeur dans la diffusion des connaissances scientifiques du fait de l'accès gratuit à ces publications.

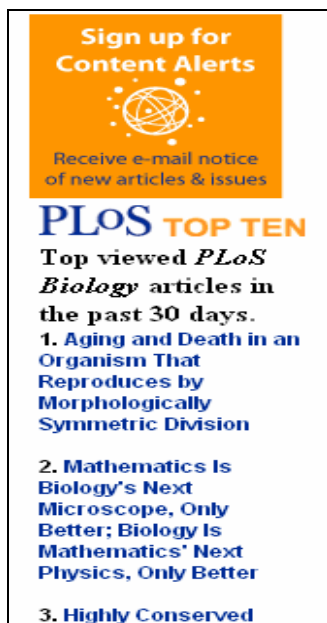


Figure 3 — Détails du site de PLOS Biology



Figure 1 — Site de PLOS Biology

Current Issue: January 2005 View Table of Contents

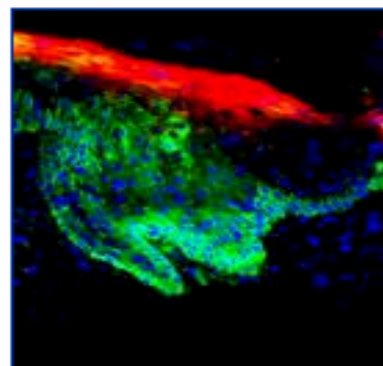


Figure 2 — Détails du site de PLOS Biology

Plos Biology est un magazine dont certains détails font ressortir de grandes caractéristiques de la vulgarisation et des moyens de sensibilisation du public à l'environnement sur Internet.

- En ce qui concerne la mise en page, le défilé n'excède pas deux pages, la structure spatiale est donc très claire et l'internaute voit s'étaler une barre d'outil très épuré, plusieurs articles traités en quelques rubriques fondamentales et auxquels il peut accéder directement en ligne. Ces articles sont agrémentés de photos qui illustrent le sujet traité.
- L'originalité de l'approche de ce magazine se manifeste également dans certains outils proposés comme le thème de la page de couverture en fonction des numéros des magazines. Ce point de présentation du webzine a été observé seulement trois fois sur les 25 sites de références analysés, et sur les quarante répertoriés, à savoir sur Canopée et le journal du CNRS.
- Cet outil pourrait être plus développé, il n'apparaît ici que dans une petite fenêtre lors de l'ouverture, et il mérite (pourquoi pas) d'être mis en valeur. On pourrait imaginer, par exemple, une page de couverture titre qui pourrait disparaître après un clic et qui pourrait personnaliser chaque numéro.
- De même la rubrique : « plos top ten », est également très intéressant, car elle permet à l'internaute d'accéder directement aux meilleurs articles de la revue.

2. ENVIROZINE

http://www.ec.gc.ca/envirozine/french/home_f.cfm

Ce webzine bilingue d'Environnement Canada est hébergé sur le site du gouvernement fédéral.

Ce site tient en une page, il est d'une grande simplicité sans pour autant être vide.

La mise en page est celle du site d'Environnement Canada, cependant des photos et des couleurs rendent agréable la lecture de ce webzine. Les rubriques *numéros précédents*, et *furetez par sujet* permettent d'accéder à tous les articles publiés dans le webzine.

Comme dans le cas de PlosBiology, on peut donc accéder aux anciens numéros et ainsi permettre l'accès à un supplément d'information. En ce qui concerne la rubrique *furetez par sujet*, plusieurs thèmes sont proposés permettant d'accéder à un certain nombre d'articles.



Figure 4 – Site d'Envirozine

De plus, des photos sont disponibles et on peut les agrandir en cliquant tout simplement sur l'image. Les sujets abordés traitent d'environnement, de santé, de nouvelles issues des recherches d'environnement Canada et des nouvelles environnementales au Canada. Ce webzine est très bon, car simple et facile d'utilisation. Les textes sont peu nombreux, mais très bien documentés.

Le point soulevé par ce magazine est la simplicité de l'information transmise. Il est vrai que cette clarté quant à la structure et à l'information sur ce site est peut-être exagérée. Cependant plusieurs autres sites répertoriés comme celui de santé Canada et H2O magazine, abordent cette même simplicité. L'idée principale ici est de ne pas « noyer » l'internaute dans une masse d'information trop importante et de naviguer sur une structure de site épurée au maximum, dans la mesure du possible.

3. JOURNAL DU CNRS

<http://www2.cnrs.fr/presse/journal/>

Ce webzine est le magazine du Conseil national de recherche scientifique - CNRS. Un groupe français très reconnu. Le webzine est donc un portail de la recherche fait au sein de ce groupe et est aussi un outil de sensibilisation du public.

Il est très bien conçu et rassemble un ensemble de concepts très accrocheurs comme la photo commentée du mois, la photo de première page, point que nous avons abordé plus haut.

Le dossier multimédia accessible en dehors du magazine, est exceptionnel et demande beaucoup de moyen, mais reste un bel exemple des possibilités techniques sur Internet.

Pour ce qui est de la photo commentée du mois, ce concept autour d'une photo ou d'une série de photos permet de mettre en valeur un point d'actualité ou de réflexion.



Figure 5 — Site du journal du CNRS

Le sujet de celle-ci pourrait être dans le cas d'un magazine environnemental, des photographies portant sur un dossier d'actualité en environnement (exemples : photographies de déboisement ou des photos de personnalités publiques).

De plus, au niveau de la fréquentation, celle-ci est forcément haute du fait du lien entre le serveur officiel du CNRS et le journal, situé à l'intérieur du site. Ceci est un point important de réflexion, à savoir l'indexation sur Internet, le taux de fréquentation et comment l'augmenter.

4. NATIONAL GÉOGRAPHIQUE MAGAZINE

<http://www.nationalgeographic.com/ngm/>

Ce webzine est la version Internet gratuite du célèbre magazine. Ce magazine basé sur l'émotionnel et l'image, montre une caricature de la vulgarisation possible sur Internet. En effet, tout ici est fait pour captiver l'internaute, des animations en continu, des dossiers multimédias avec images, sons et vidéos.

Il y a donc beaucoup de moyens pour la mise en œuvre de ce site, le personnel technique et rédactionnel se chiffrant à environ 100 personnes ! Nous sommes loin de l'univers plus restreint des webzines en environnement qui souvent se réalisent avec peu de moyens financiers et avec 1 à 3 personnes travaillant sur un site.

Il y a donc beaucoup de moyens pour mettre en place tant d'effets visuels, toutefois le contenu en souffre un peu, mais la qualité technique est irréprochable.



Figure 6 – Le site de National Geographic : édition en ligne

À noter que la structure du webzine même avec tant de travail reste abrégée, ce qui nous ramène au point de la simplicité de l'information : si un site comme celui-ci où nous pouvons supposer qu'une équipe de marketing et de communication travaille à plein temps, le résultat reste sur une page, la simplicité du site serait donc d'un attrait majeur pour l'internaute.

LES BULLETINS EN ENVIRONNEMENT

1. CANOPÉE

http://www.ecofac.org/Canopee/_CanSomNum.htm

Le journal Canopée est développé grâce à un budget du fond européen pour le développement. Il s'agit du groupe de conservation et d'utilisation rationnelle des écosystèmes forestiers d'Afrique centrale.



Figure 7 – Le site de canopée en ligne

L'argument soulevé ici est le problème d'un webzine uniquement en format PDF. En effet, bien que de bonnes idées comme la page de couverture soient appliquées au webzine, le fait de devoir télécharger un fichier demandant beaucoup de mémoire et de ne pas pouvoir naviguer librement réduit fortement l'intérêt du contenu à moins d'avoir une recherche particulière.

Ce n'est pas que le format PDF soit mauvais, mais dans le cas de séduire un internaute et de vouloir le fidéliser ce format n'est pas adapté à la vitesse d'internet. Ces fichiers PDF pourraient être des documents d'appoint, mais en aucun cas la structure principale du site.

CANOPEE

BULLETIN SUR L'ENVIRONNEMENT

n°26 - Mai 2004



Sommaire et
téléchargement des articles

Nous a
prestigi
grands
d'espèc
aux relè
du fait c
matière
souvent
le qualifi
l'enserr

Figure 8 – Détail du site de canopée en ligne

2. SCIENCE EXPRESS

<http://www.sciences.uqam.ca/scexp>

Le journal sciences express est un bulletin d'information sur la faculté des sciences de l'UQÀM. Ce webzine est reconnu comme étant une grande innovation quant à la sensibilisation du monde universitaire et du grand public face à la science au Québec.

Cependant, ce bulletin illustre parfaitement le manque de ressources pour toucher un public plus large, la structure du site est en défilé (23 pages), et ne correspond pas à une forme « séduisante » de magazine sur Internet. Cependant, contrairement à d'autres bulletins, celui-ci présente de nombreuses photos qui illustrent les propos écrits, colorant d'intérêt certaines parties des numéros.

3. ENVÎLE EXPRESS

<http://www.cremtl.qc.ca>

Ce webzine a été conçu par le conseil régional en environnement de Montréal. Le but de ce bulletin est d'informer les partenaires et le public de Montréal.

Le thème principal est donc l'activité associative en environnement sur Montréal et les avancées dans ce domaine.

Tout comme sciences express, le défilé est assez long et empêche de voir la structure globale du site en 1 ou 2 pages, ce défilé donne en effet une impression de floue quant à la structure. Passé la première page, le texte prend une place monopolisante et il s'étale jusque dans la marge droite. La lisibilité en devient alors très difficile sur plein écran.

LES PORTAILS EN ENVIRONNEMENT

1. EARTH TRENDS

<http://earthtrends.wri.org/>

Ce site, financé par le World Resource Institute, informe en premier lieu les professionnels de l'environnement. Les informations contenues sur ce portail sont de portée mondiale.

Ce qui a attiré notre attention fut surtout l'animation de la première page, qui est vraiment excellente. À savoir, dans la barre de navigation, l'image de fond avec une couleur particulière change en fonction du positionnement de la souris sur différents sujets. On pourrait imaginer une animation semblable dans un webzine avec une image de fond ou une couleur du logo changeante selon le sujet de l'article.



Figure 9 – Le site d'Earth Trends avec les différentes images de fond.

2. INRA

<http://www.inra.fr/Internet/Produits/dpenv/pa.htm>

Ce site est celui de l'Institut national de recherche agronomique - INRA (France).

Ce site, au format dépassé et à la conception quelque peu hétéroclite, est rempli d'informations pertinentes.



Figure 10 – Illustration pour le lien entre l'agriculture et les urbains

En premier lieu, au niveau de la conception on pourrait voir apparaître une banque d'images humoristiques en relation avec les sujets de recherches couverts. Ce point est très intéressant, car on peut constater à quel point les caricatures sont présentes dans nombre de médias d'information grand public (le monde, le canard enchaîné, l'autre journal, Radio-Canada).

On peut donc comprendre l'intérêt de la caricature pour capter l'attention du public, voir la fidéliser, et ce, sans enlever le sérieux du contenu, et la renommer de ces différents médias. C'est le seul exemple de tentative trouvé pour les médias environnementaux, le seul autre exemple étant le monde.fr avec le caricaturiste Plantu.



Figure 11 – Illustration sur le réchauffement climatique



Figure 12 – Illustration pour les pluies acides.

De même, on peut accéder sur ce site à un véritable dossier en ligne sur la vache folle constamment remis à jour avec les nouvelles avancées de la recherche sur le sujet, une sorte de forum scientifique.

Enfin, en ce qui concerne la diffusion de ce webzine et sa fréquentation, nous avons pu avoir des informations quant aux statistiques de fréquentation de ce site, fourni gracieusement par Alain Fraval. Elles montrent que la source principale des internautes est le site d'accueil du webzine, le site de l'INRA, suivi de près par les recherches sur les moteurs de recherches. Cette information tend donc à nous suggérer qu'il ne faut pas sous-estimer l'importance des liens sur Internet et de différents partenariats possibles pour augmenter la lisibilité d'un webzine sur la toile.

LES SITES DE JOURNAUX D'INFORMATION

1. LE MONDE

www.lemonde.fr

Ce webzine est la version gratuite du journal papier français *Le Monde*. La structure de ce magazine est excellente, très claire.

L'intérêt de ce magazine est de prouver qu'on peut fournir beaucoup d'informations tout en gardant une structure simple d'accueil qui ne dépasse pas 4 pages en défilé.



Figure 13 – La page principale du site



Figure 14 – La page principale du site

Les articles prioritaires sont mis de l'avant dans les premières lignes avec un bref résumé, l'éditorial et les chroniques suivent, mises en valeur par une autre couleur. Enfin, le reste des articles apparaît classé en thème et où l'on ne voit apparaître que des titres, mais des titres accrocheurs.

Enfin, un dernier encadré met en lumière les 10 articles les plus lus du moment, un dernier point fort qui accroche l'attention.

CULTURE

Arts : Christo emballe Central Park, moins les New-Yorkais

Théâtre : Luca Ronconi noue avec maestria un drame viennois d'Arthur Schnitzler

Danse : L'illusoire innocence de Quivala

Kurdistan, les survivants de Mahabad

AUJOURD'HUI

Objets : une veste de protection multi-usage pour les sportifs

Automobiles : R 16, la révolution discrète

Design : esprit haute couture

articles recommandés par les internautes du Monde.fr

1 - Chasseurs d'internautes • Culture	6 - Quand des entreprises poussent leurs salariés à se faire justiciers • Entreprises
2 - Jean-Marie Lustiger fin de mission • Horizons	7 - Guerres, religions, valeurs morales : et si l'économie ne comptait plus ? • A la Une
3 - Namu au pays des filles • Horizons	8 - Le 53 du loto vénitien ressort après 21 mois d'éprouvante absence • A la Une
4 - Quarante ans après, les anciens d'Occident revisitent leur passé • France	9 - A Rio de Janeiro, la coexistence entre la ville et ses favelas est menacée par la guerre des gangs • Amériques
5 - Test réussi pour la plus puissante des fusées Ariane • Sciences	10 - La Corée du Nord affirme être dotée de la bombe atomique • Asie-Pacifique

La colonne de droite est réservée aux outils multimédias. Tous ces outils sont très pertinents : l'actualité de la semaine en images, des récits multimédias, des dossiers, des sondages en temps réel.

Figure 15 – Détails de la page principale du site et des articles recommandés par les internautes

le Monde.fr

10 février 2005

Abonner au Monde.fr : 6€ par mois

Identifiant: ***

Garder en mémoire

Publié?

Recevoir les newsletters gratuites

Actualités

Newsletters

Multimédia

Images

Télécharger

Références

Archives

Blogs

Rugby

Le Monde.fr

10.02.05 | 14h40

MIS À JOUR LE 10.02.05 | 15h40

Abonnez-vous au Monde.fr

A Rio de Janeiro, la coexistence entre la ville et ses favelas est menacée par la guerre des gangs

LE MONDE | 10.02.05 | 14h40

Pour être informé avant tout le monde, recevez nos alertes par e-mail.

Abonnez-vous au Monde.fr

Rio de Janeiro de notre envoyé spécial

Les hôtels affichent complet. Rio de Janeiro a reçu 700 000 touristes pour le carnaval. Ni les agressions, ni la découverte, fin décembre, de cadavres carbonisés près du "sambodrome" où défilent les écoles de samba, ni la criminalité en hausse ne les ont découragés.

"Les réservations pour la haute saison se font très en avance, explique un hôtelier. Et par rapport à d'autres régions du monde, le Brésil est plutôt pacifique." Des touristes fortunés ont pris la précaution d'embaucher des gardes du corps (80 euros l'heure), voire de circuler en voiture blindée (535 euros).

Les morres couverts de baraques ont fait de Rio une ville partagée entre la "favela" (bidonville) et "l'asphalte". A Ipanema ou à Copacabana, les hôtels proposent un tour guidé à la favela Rocinha, visitée en son temps par le pape Jean Paul II. Le prospectus souligne

sur le net

- La France à Rio de Janeiro

Informations générales sur le site du consulat

A lire aussi

- Les "bloco" de carnaval s'emparent des rues de Rio de Janeiro

LE MONDE.FR | 05.02.05

Figure 16 – Lecture d'un article sur lemonde.fr

Le seul défaut pourrait être de ne pas avoir de photos disponibles en lisant les articles au lieu d'une publicité omniprésente (source de revenus du journal).

tes par e-mail.

Imprimer

Envoyer par email

Classer cet article

100 touristes
décembre, de
s écoles de
.
vance,
u monde, le
ris la
'heure), voire

e partagée
J à
ela Rocinha,
ctus souligne

sur le net

- La France à Rio de Janeiro

Informations générales sur le site du consulat

A lire aussi

- Les "bloco" de carnaval s'emparent des rues de Rio de Janeiro

LE MONDE.FR | 05.02.05

Figure 17 – Détails de la barre d'outils disponible en lisant un article

RECOMMANDATIONS POUR LE WEBZINE FRANCVERT

Tableau 2 – Synthèse des caractéristiques des sites

Sites	Points forts	Points faibles
Plos Biology	■ -Site construit en 2 pages ■ -Page de couverture ■ -Photographies illustrant les articles ■ -Sélection des 10 meilleurs articles ■ -Accès aux anciens numéros	
Envirozine	■ -Sites construit en 2 pages ■ -Photographies illustrant les articles	■ Peu d'articles disponibles
Journal du CNRS	■ -Page de couverture ■ -la photo commentée du mois	
National Géographique magazine	■ Outils visuels et multimédias très présents : photographies, vidéos, sons, animations flash -photographie du mois ■ Site construit en 2 pages	
Canopée	■ Page de couverture	■ Format PDF ralentissant la navigation
Science express	■ Photographies illustrant les articles.	■ Sites construit en défilé : plus de 20 pages.
Envîle express		■ Textes s'étalant sur la marge de droite ■ Peu d'images disponibles
Earth Trends	■ Image de fond changeant selon la rubrique sélectionnée	
INRA	■ Caricature et banque d'images ■ Dossier en ligne	■ Site très compliqué et peu lisible
Lemonde.fr	■ Site construit en 4 pages et ce, avec beaucoup d'informations ■ Distinction entre les rubriques ■ les 10 meilleurs articles sélectionnés par les internautes ■ En lisant un article : ■ Imprimer cet article (sans passer par un fichier pdf) ■ Envoyer par email à un ami ■ Articles traitant du même sujet disponible dans la banque de donnée ■ Sujets connexes sur Internet	■ Peu de photos illustrant les articles

Ces recommandations ont été émises à la suite du processus d'analyse décrit ci-dessus et avec l'apport d'autres informations contenues dans la grille d'analyse initiale.

En partant des caractéristiques identifiées, nous recommanderions les éléments suivants.

■ Mise en page

- La longueur en défilé d'un *webzine* ne devrait pas excéder 3 à 4 pages (Francvert en possède 5).
- Pour ce qui est de Francvert, on pourrait imaginer un logo de présentation moins imposant ou avoir une première page d'introduction où on pourrait trouver en plus du

logo, une photo de couverture propre à chaque numéro.

- De même, le résumé des différents articles pourrait être réservé à 1 ou 2 articles clés dans un numéro, les autres étant placés avec un titre accrocheur en gras : cela aiderait à « condenser » le site.

■ Lisibilité

- Comme nous avons pu le voir dans le cas du magazine Canopée, l'utilisation du PDF peut être un frein à la navigation sur un site : la seule utilité d'un PDF est le caractère imprimable de celui-ci. Mais on pourrait se référer alors aux rubriques « imprimer cet article », disponible par exemple sur le monde.fr.
- De plus en ce qui est attrait au caractère choisi, et à la couleur de fond, il faudrait privilégier un caractère noir sur un fond blanc et hésiter à mettre un fond de couleur sur un texte qui va être lu sur écran comme c'est le cas pour certains sites comme le site de l'AQPERE et celui d'Envûle express.
- Enfin, pour ce qui est de la marge et de la largeur des textes, il faudrait s'inspirer de la majorité des sites étudiés et ne pas empiéter sur les marges de gauche et de droite. Un texte s'étalant un plein écran est en effet difficile à lire.

■ Clarté des rubriques

- Toujours selon notre interprétation, l'éditorial devrait se détacher du reste des articles, peut-être par un fond de couleur différente (comme c'est le cas dans le monde.fr) ?
- De plus, les différentes rubriques sont séparées à l'heure actuelle par une mince barre, il serait important de renforcer cette distinction entre les différentes rubriques avec tout simplement une autre couleur de caractère pour le titre de ces rubriques.

■ Outils visuels ou interactifs

- La *bande de droite* pourrait être envisagée pour introduire des outils interactifs comme l'actualité environnementale de l'année en image, les sondages en direct, les questions-réponses, forums, la photo du mois...
- Cette barre d'outils à droite est employée dans le monde.fr, National Geographic magazine: online edition, ainsi que le site de Radio-Canada et un grand nombre d'autres webzines en environnement.
- La *photographie* est un outil essentiel et simple peu ou pas assez utilisé dans les magazines en environnement sur Internet. Il faudrait donc envisager pour chaque article le minimum d'une photo pour accrocher et mieux décrire un sujet au lecteur.
- Pour le *concept de première page*, j'ai trouvé très intéressant de retrouver ce concept dans le magazine Plos Biology et Canopée en ligne, ainsi que dans le journal du CNRS. Ce concept reprend l'image pour caractériser un numéro du magazine, lui donnant en cela beaucoup de personnalité.
- C'est un beau défi d'avoir à chaque numéro une photo montage correspondante, cela me semble faisable sur une première page d'introduction. De mêmes natures, la photo du mois ou le dessin du mois (présent par exemple dans le journal du CNRS), allègent le contenu écrit pour laisser place à l'image et à l'émotion. En étant placée chaque mois dans une rubrique elle pourrait en outre mettre le lecteur dans un état d'attente (et de fidélisation).
- Pour ce qui est d'un *classement des meilleurs articles* (le monde.fr), on pourrait imaginer un concept semblable effectué sur une base annuelle ou mensuelle. Ce concept met en effet de l'avant le jugement du lecteur et permet de démarquer les

éléments qu'ils trouvent les plus intéressants.

- De plus, ce type de classement entraîne un effet boule de neige : tout le monde veut savoir pourquoi cet article est le premier...
- Le lecteur pourrait être également pris à parti avec une option interactive : « recommander cet article à un ami » (également vu dans le monde.fr), le lecteur se voit alors acteur, et de plus, fait une publicité extraordinaire pour le magazine.

■ Contenu

- Peut-être faudrait-il introduire des comptes rendus de conférences et des entrevues de personnes pertinentes pour chaque numéro ?
- De même l'idée d'une chronique environnementale, où le chroniqueur réagit et prend le pouls de l'actualité environnementale est une donnée, selon moi, à considérer, mais nécessitant un talent certain (exemple : on pourrait prendre l'exemple des chroniques comme celle de le monde.fr ?).

■ Fréquentation

- Comme les statistiques discutées dans le paragraphe traitant du site de l'INRA, les courriers de l'environnement, Internet est comme un réseau de route où les pancartes sont indispensables pour bien se rendre à destination ou pour visiter.
- Il faut donc avoir de nombreux partenaires, que ce soit des sites environnementaux, universitaires, collégiaux et autres (en fonction des sites et du type d'internaute). Francvert a déjà de tels partenariats et le site de l'UQCN pourrait être un appui pour guider les internautes.
- Mais la publicité pourrait se faire de façon plus physique, en couvrant par des pancartes des événements médiatiques ou culturels avec des affiches, en distribuant des collants et autres tracts dans des lieux publics ou en activant un réseau de bouche à oreille.

■ Financement

- D'après *l'Étude de faisabilité de 2002 de transfert environnement* (rapport interne), un besoin d'un magazine environnemental est apparu suite à la fermeture de nombreux magazines environnementaux dont Francvert.
- Ce fait pourrait appuyer une campagne de levée de fonds pour le développement de Francvert, qui aurait une place importante dans les médias environnementaux québécois et dans la francophonie (capacité énorme au niveau d'Internet). Ces groupes subventionnaires pourraient être gouvernementaux, privés ou internationaux.
- De même sur des sites très fréquentés, la publicité est un moyen de financement de plus en plus courant pour les *webzines* environnementaux, mais il faut jouir d'une certaine renommée pour que la publicité soit vraiment rentable.
- Enfin, certains magazines ont créé des versions payantes de leur site par le biais d'un abonnement mensuel peu coûteux (le monde.fr). Cette version est un complément de leur site gratuit qui comprend de l'information et/ou du matériel multimédia et interactif très attrayant. Mais là encore, cela nécessite un investissement non négligeable et une visibilité et une renommée déjà conséquente.

ANNEXE 1 — GRILLE D'ANALYSE

■ Lisibilité

La lisibilité fait référence à l'esthétisme du site et à la clarté du contenu des articles et de la présentation. Celle-ci a trait au graphisme, aux différents objets visuels utilisés, à l'agencement des textes ainsi qu'aux polices et aux couleurs choisies.

■ Navigation

La navigation fait référence à la capacité et au niveau de complexité lors des déplacements dans les différentes parties du site analysé. Cette capacité dépend notamment des outils de navigation comme les barres d'outils et de la structure du site.

■ Webzine

C'est une production écrite de différents articles et outils multimédias portant sur différents sujets. Cette information est renouvelée périodiquement sur Internet à une adresse donnée.

■ Bulletin

Une production écrite ou multimédia, renouvelée périodiquement sur Internet, mais faisant référence à un organisme en particulier.

■ Portail

Site Internet présentant un thème donné renouvelé de façon non systématique.

ANNEXE 2 — FINANCEMENT DES WEBZINES

Il existe différents moyens employés selon les *webzines* et leurs origines :

- Organisme subventionnaire, car le webzine fait partie de cet organisme (ex. :d'envirozine avec environnement Canada, et de la majorité des bulletins et portail)
- Subvention gouvernementale ou privée du fait de la diffusion d'un intérêt commun (ex. de l'état de la planète)
- La publicité en tant que telle (ex. de la revue d'écologie en direct *Elements*)
- Et également l'inscription soit au magazine papier (*Plos Biology*, *National Geographic*) soit à une version plus complète du webzine (ex *lemonde.fr*)

Bien sûr ces différentes façons de procéder peuvent être complémentaires...

ANNEXE 3 — LISTE DES WEBZINES

40 des sites répertoriés

- Le journal du CNRS
<http://www2.cnrs.fr/presse/journal>
- L'État de la planète
<http://www.delaplanete.org/>
- Canadian geographic
<http://www.cangeo.ca/magazine/default.asp>
- Equiterre
<http://www.equiterre.qc.ca/>
- Friends of the earth international
<http://www.foei.org/>
- La revue électronique en sciences de l'environnement - Vertigo
<http://www.vertigo.uqam.ca/>
- Greenpeace
http://www.greenpeace.org/international_en/
- Envirozine
http://www.ec.gc.ca/envirozine/french/home_f.cfm
- Delirium environnemental
<http://www.radiodelirium.net>
- Québec science
<http://www.cybersciences.com/>
- CRE Québec
<http://www.cre-capitale.org/cre.html>
- The Ecologist
<http://www.theecologist.org/>
- AQPERE
<http://www.aqpere.qc.ca/>
- L'enjeu
<http://www.enjeu.qc.ca/010/>
- H2O magazine
<http://www.h2o.net/magazine/sommaire/francais/sommaire.htm>
- En direct-Élement
<http://www.elements.nb.ca/index1.htm>
World river review
<http://www.irn.org/pubs/wrr/>
- Ambiente ecologico
<http://www.ambiente-ecologico.com>
- Zone eco.com
<http://www.zone-ecolo.com/>
- Eco flash
<http://www.nesda.kabissa.org/ressources&ecoflash&index.html>
- Ministère de l'Écologie et du Développement durable
<http://www.ecologie.gouv.fr/sommaire.php3>
- Journal do meio ambiente
<http://www.jornaldomeioambiente.com.br/>
- Revista Senac e Educação Ambiental
<http://www.jornaldomeioambiente.com.br/>
- Symbioses, le magazine de l'éducation relative à l'environnement
<http://www.reseau-idee.be/symbioses/symbioses52.htm>
- PlosBiology
<http://www.plosbiology.org/plosonline>
- National Geographic Magazine : online edition
<http://www.nationalgeographic.com/ngm/>
- Cre Montréal Envîle Express
<http://www.cremtl.qc.ca/node.php?id=328>
- Bulletin de la TERR
<http://www.environnementestrie.ca/terr/bulletin/volume3no5.html>
- CANOPÉE- Bulletin sur l'environnement en Afrique Centrale
<http://www.ecofac.org/Canopee/CanSomNum.htm>
- Science Pour tous
<http://www.sciencepourtous.qc.ca/>
- Science et environnement
<http://www.ec.gc.ca/science/fsplash.htm>
- Sciences Express
<http://www.sciences.uqam.ca/scexp>
- Courrier de l'environnement de l'INRA
<http://www.inra.fr/Internet/Produits/dpenv/pa.htm>
- Foundation Nicolas Hulot
<http://www.planete-nature.org/>
- Sea river newsletters
<http://www.sea-river-news.com/>
- Porte-voix
http://www.rncreq.org/bulletin/vol4/26_08_04.htm
- Earth Trends- The environmental information portal
<http://earthtrends.wri.org/>
- Lemonde.fr
<http://www.lemonde.fr>
- Radio-Canada
<http://www.radiocanada.ca/>
- Cyberpresse
<http://www.cyberpresse.ca/>

Les 25 sites étudiés

- H2O magazine
<http://www.h2o.net/magazine/sommaire/francais/sommaire.htm>
- En direct-Élement
<http://www.elements.nb.ca/index1.htm>
- World river review
<http://www.irn.org/pubs/wrr/>
- Le journal du CNRS
<http://www2.cnrs.fr/presse/journal>
- Envirozine
http://www.ec.gc.ca/envirozine/french/home_f.cfm
- L'enjeu
<http://www.enjeu.qc.ca/010/>
- Science Pour tous
<http://www.sciencepourtous.qc.ca/>
- Science et environnement
<http://www.ec.gc.ca/science/fsplash.htm>
- Ambiente ecologico
<http://www.ambiente-ecologico.com>
- Journal do meio ambiente
<http://www.jornaldomeioambiente.com.br/>
- Revista Senac e Educação Ambiental
<http://www.jornaldomeioambiente.com.br/>
- Symbioses, le magazine de l'éducation relative à l'environnement
<http://www.reseau-idee.be/symbioses/symbioses52.htm>
- PlosBiology
<http://www.plosbiology.org/plosonline>
- National Geographic Magazine : online edition
<http://www.nationalgeographic.com/ngm/>
- Cre Montréal Envûle Express
<http://www.cremtl.qc.ca/node.php?id=328>
- Bulletin de la TERR
<http://www.environnementestrie.ca/terr/bulletin/volume3no5.html>
- CANOPÉE- Bulletin sur l'environnement en Afrique Centrale
http://www.ecofac.org/Canopee/_CanSomNum.htm
- Sciences Express
<http://www.sciences.uqam.ca/scexp>
- Courrier de l'environnement de l'INRA
<http://www.inra.fr/Internet/Produits/dpenv/pa.htm>
- Porte-voix
http://www.rncreq.org/bulletin/vol4/26_08_04.htm
- Earth Trends- The environmental information portal
<http://earthtrends.wri.org/>
- Le journal du CNRS
<http://www2.cnrs.fr/presse/journal>
- L'État de la planète
<http://www.delaplanete.org/>
- Lemonde.fr
<http://www.lemonde.fr>
- Radio-Canada
<http://www.radiocanada.ca/>
- Cyberpresse
<http://www.cyberpresse.ca/>

DEUXIÈME PARTIE —

SONDAGE

INTRODUCTION

La première partie de ce travail visait à dresser un portrait sommaire des webzines en environnement, d'analyser leurs structures, leurs contenus et de proposer un certain nombre de recommandations. Les recommandations destinées au webzine Fr@ncvert explorent ainsi certaines pistes de réflexion.

Cette deuxième partie du travail explore subséquemment ces mêmes questions mais sous un angle d'analyse complémentaire, à savoir un sondage chez des personnes utilisant déjà internet.

C'est ainsi qu'au long de 28 questions, ce sondage nous a permis de tester à l'aide d'une centaine d'internautes québécois, ces pistes de réflexion portant sur le webzine d'environnement qui leur paraîtrait idéal : dans sa forme, son interaction et son contenu.

Selon une enquête gouvernementale de 2002, 91.6 % des québécoises et des québécois se disent plutôt intéressés par l'environnement (Conseil de la science et de la technologie, Québec, 2002. Enquête sur la culture scientifique et technique des québécois et des québécoises. 244 pages).

Cette statistique légitime la présence d'un webzine Québécois d'information sur l'environnement. Mais nous voulons ici comprendre ce que les internautes attendent d'un tel média.

La question n'était donc pas ici de savoir si les sondé(e)s étaient intéressé(e)s par l'environnement, mais comment faire pour les intéresser à un webzine en environnement.

Nous tenterons donc d'éclaircir certains points comme :

- Quel seraient leurs attentes face aux objectifs d'un tel webzine : qu'attendraient-ils du média ?;
- Leurs préférences en ce qui concerne la couverture géographique des informations traitées;
- Les préférences face aux différents sujets environnementaux;
- Les types de rubriques qu'ils souhaitent voir;
- De quelle façon les internautes veulent-ils être en interaction avec le webzine;
- Comment souhaitent-ils voir apparaître l'information et quels outils multimédias ou graphiques préféreraient-ils ?;
- Qui sont les internautes et potentiels lecteurs du webzine, quels sont leurs comportements sur Internet.

MÉTHODOLOGIE

Le questionnaire a été créé sur un fichier Word et repose sur 28 questions. Après avoir créé le questionnaire, il fut décidé de l'envoyer via Internet : nous avons alors ciblé plusieurs listes d'envoi électroniques.

- Une première fut constituée par le forum de la maîtrise et du doctorat en environnement de l'UQÀM.;
- La deuxième fut la liste d'envoi de l'UQCN;
- La troisième une liste de courriel d'ONG environnementales et enfin, une liste de courriels personnels fut utilisée;
- Enfin le sondage fut installé sur le site Internet du webzine et de l'UQCN

Le fichier fut ainsi envoyé le 15 septembre et les répondants devaient retourner, avant le 15 octobre, le fichier complété aux deux adresses suivantes : gasss.johan@courrier.uqam.ca et francvert@uqcn.ca .

Le résultat escompté était d'environ 100 réponses. Le 15 octobre, 103 réponses nous avaient été retournées. Les données ont été rentrées dans un fichier EXCEL.

QUI SONT LES RÉPONDANTS ?

Il faut tout d'abord admettre que ce sondage est très modeste, compte tenu des effectifs, il peut seulement nous donner une tendance générale ou des pistes de réflexions. Ainsi, aucun étudiant du secondaire ou de CÉGEP n'ont été rejoints. Le sondage a été effectué via Internet sur 103 personnes : le ratio homme femme est de 57 hommes pour 46 femmes.

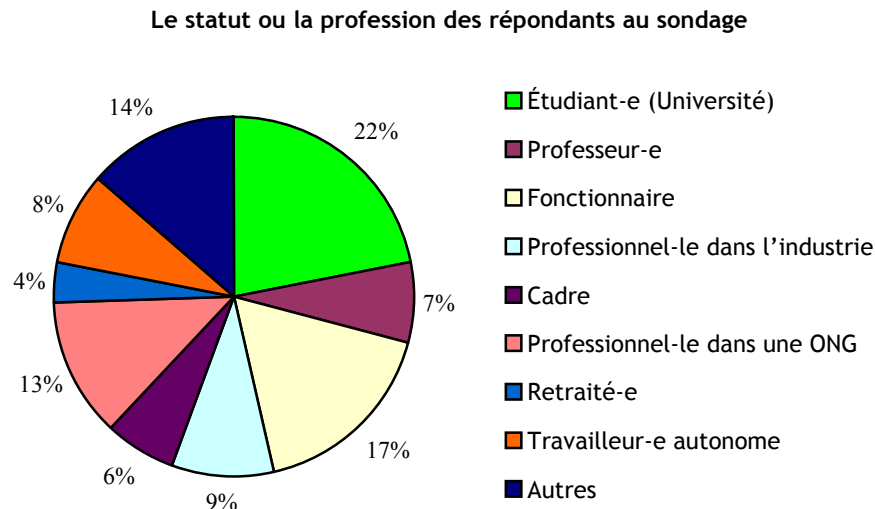


Figure 18 – Statut des répondants

Les listes d'envoi ont ainsi ciblé des étudiant(e)s universitaires intéressé(e)s par la question environnementale (liste de l'UQÀM), des membres de l'UQCN, des professionnels en environnement (liste d'ONG) et des particuliers. La figure 1 montre d'ailleurs très bien cet échantillonnage : 22 % des répondants sont des étudiants universitaires, 17 % des fonctionnaires, et 13 % des professionnels en environnement. 70 % des sondés sont membres d'une ONG mais uniquement 20 % le sont de l'UQCN. En outre, la majorité des répondants connaissaient déjà le magazine papier FrancVert ((57 %) et le webzine FrancVert (55 %).

L'âge des répondants était majoritairement (56 %) situé entre 25 et 40 ans. Les 40 ans et plus représentaient 31 % des répondants, tandis que les 20-25 ans représentaient seulement 12 %. Aucun répondant n'avait moins de 20 ans. Cette distribution correspond en grande partie à la clientèle type de l'UQCN (fonctionnaire, retraités, professeurs) ou celle que l'organisme désire rejoindre. Selon un sondage interne de l'UQCN, plus les Québécois sont scolarisés plus ils sont intéressés à devenir membre d'un organisme

environnemental. Les étudiants sont à 77 % intéressés à devenir membre d'un organisme environnemental. Ce sondage donnera des indications sur cette clientèle.

En ce qui concerne l'utilisation d'Internet, Les sondés sont des adeptes de l'Internet, car 95 % d'entre eux l'utilisent à chaque jour. Ils l'utilisent entre 5 et 10 heures par semaine. L'utilisation principale consiste à consulter les courriels et faire des recherches (92 % des sondés), mais aussi à lire les nouvelles en ligne (57 % des sondés). Ils utilisent à 64 % une connexion haute vitesse. Autant pour la navigation sur Internet que pour le type de branchement, les sondés sont nettement au-dessus de la moyenne québécoise. En effet, seulement 59,9 % des adultes québécois utilisent régulièrement Internet et 38,1 % de ceux-ci ont une connexion haute vitesse (CEFRIQ, 2005¹). Les répondants au sondage sont des citoyens ne représentant pas nécessairement la population adulte québécoise. La méthode pour les rejoindre a certainement influé sur les résultats, mais l'objectif était de rejoindre des personnes utilisant Internet et non de développer des approches pour aller chercher ceux qui n'utilisent pas régulièrement Internet (qui ne sont pas des lecteurs potentiels), ou qui ne sont pas branchés sur le réseau.

¹ http://www.cefrio.qc.ca/rapports/Rapport_abrege_NETendances2004.pdf

LA PERTINENCE D'UN MAGAZINE ÉLECTRONIQUE

51 % des sondés connaissent un webzine et 45 % connaissent déjà Francvert. Toutefois, il existe une certaine incompréhension dans la définition d'un magazine électronique, car à la question *si vous connaissez un webzine identifié lequel* les réponses concernent majoritairement des bulletins d'information d'organisme (Équiterre, Environmental Defense, AQPERE, CRE-Québec, etc.) ou encore des revues avec un site mais dont la parution des articles est uniquement – ou majoritairement – sur support papier (Québec Science, The Ecologist, etc.). Cette incompréhension est un facteur confondant pour les réponses de ci-dessous et elle doit être considérée dans l'interprétation que nous faisons de celles-ci.

52 % des sondés consulteraient un magazine électronique à chaque mois et 27 % de 2 à 3 fois par années. Seulement 6 % des sondés ont répondu que *jamais* ils ne consulteraient un magazine électronique, tous les autres ont répondu de *chaque jour* à de *2 à 3 fois par années*. Les personnes les plus réticentes aux webzines 33 % de l'échantillon, consulte rarement ou jamais un magazine électronique car elles n'y pensent pas (42 %) ou elles n'apprécient pas la lecture devant un écran d'ordinateur (50 %).

54 % des répondants consulterait un magazine dans un intérêt général, 40 % pour des intérêts spécialisés (travail, répondre à la question d'un enfant) et 5,5 % pour des travaux scolaires. Considérant la population échantillonnée, il est peu surprenant (et même rassurant) d'observer que l'utilisation du magazine ne sert pas aux travaux scolaires universitaires de second cycle.

Les répondants au sondage aimeraient majoritairement (60 %) recevoir les nouvelles parutions mensuellement. 20 % aimeraient les recevoir à chaque semaine ou encore par cycle de trois mois.

Ces résultats jumelés à ceux illustrés dans le tableau 1 relève clairement que les sondés considèrent la diffusion et l'information comme un objectif important d'une ONG en environnement. Le tableau révèle que différents objectifs sont considérés comme important pour un ONG en environnement, mais que parmi ceux ci, la sensibilisation et l'éducation du grand public des gestionnaires et des entreprises sont considérés prioritaires par les gens interrogés. Ainsi, ils sont 85 % à trouver *très important* ou *extrêmement important* la sensibilisation et l'éducation du public et 74 % à considérer très important ou extrêmement important La sensibilisation et l'éducation des entreprises et des gestionnaires. Par ailleurs, ils sont 73 % à établir le lobbying et la pression sur le gouvernement comme un objectif très important ou extrêmement important.

Comme nous le verrons plus loin les répondants au sondage, en ce qui les concerne, désirent de l'information particulière, tant au niveau du contenu, qu'au niveau géographique.

Quel est selon vous l'importance des différents objectifs d'une ONG en environnement

<i>Aucunement important</i>	<i>Peu important</i>	<i>Important</i>	<i>Très important</i>	<i>Extrêmement important</i>
Le lobbying et la pression auprès des gouvernements				
2	4	21	33	42
La présence dans les médias				
3	4	23	40	33
La sensibilisation et l'éducation du public				
2	1	9	32	56
La sensibilisation et l'éducation des entreprises et des gestionnaires				
1	7	17	34	42
Le rassemblement et le regroupement des organismes en environnement				
2	9	27	34	25
La participation aux consultations publiques				
0	4	26	39	31
L'intervention sur le terrain avec des projets pilotes				
2	6	19	41	33
La recherche scientifique sur les enjeux environnementaux				
0	12	26	32	30

Tableau 3 – Résultats du sondage : la pertinence d'un média d'information

Dans un tel contexte, le webzine Francvert devrait orienter ses mandats dans cette même direction. Francvert est de part ses objectifs initiaux un outil de sensibilisation et d'éducation du public. À la lumière du sondage, l'aspect de la sensibilisation et l'éducation des entreprises et des gestionnaires pourraient être développées. Mais cela peut difficilement se faire dans le cadre un même outil de diffusion et l'organisme devra se positionner sur ce point. Notons que le RNCREQ a lancé un magazine sur support papier (en collaboration avec un éditeur français) s'adressant aux décideurs et fonctionnaires municipaux. Le premier volume portait sur l'eau. En outre, le RESEAU, avec *Vecteur Environnement* développe ce créneau de la sensibilisation et l'éducation des entreprises et des gestionnaires.

LE CONTENU QUE DEVRAIT FAVORISER UN MAGAZINE ÉLECTRONIQUE QUÉBÉCOIS EN ENVIRONNEMENT

PRÉFÉRENCES EN CE QUI CONCERNE LA COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DES INFORMATIONS TRAITÉES

Les sondés voient donc leurs préférences nettement marquées pour l'actualité québécoise, suivit des informations canadiennes puis internationales. Une logique de proximité peut donc ici se voir, les répondants étant plus préoccupés par des contraintes environnementales qui les touchent. Toutefois, en ce qui concerne le Québec, les sondés voient leurs préférences à l'actualité nationale puis à l'actualité régionale. Peut-être que cette particularité montre que les sondés voient l'environnement Québécois dans son ensemble et que les problèmes régionaux découlent de problématiques nationales ?

Quelle couverture géographique devrait-on privilégier pour les informations publiées dans un webzine de vulgarisation environnementale ?					
Premier choix	deuxième	troisième	quatrième	cinquième	dernier choix
Québécoises - Régionale					
27	28	14	12	11	13
Québécoises - Nationale					
55	25	4	5	5	2
Canadiennes					
8	24	45	13	6	2
Internationales - Amériques					
8	11	19	48	7	3
Internationales - Pays en développement					
3	8	13	14	40	27
Internationales - Europe					
6	2	13	5	23	49

Tableau 4 – Résultats du sondage : la couverture géographique préférée par les internautes.

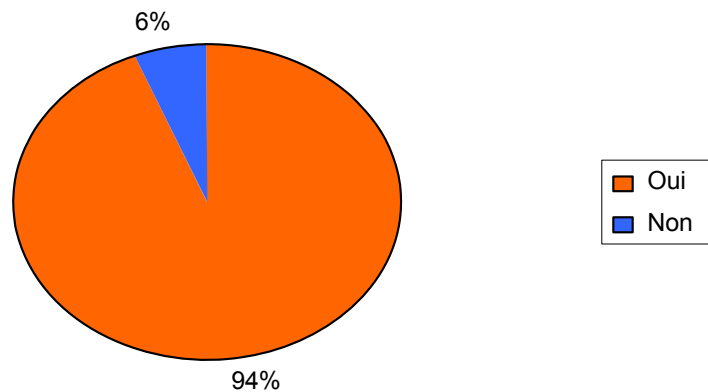
Classement : 1 québécoises-nationale, 2 québécoises-régionale, 3 canadiennes, 4 Internationales-Amériques, 5 Internationales-pays en voie de développement, 6 Internationales-Europe

PRÉFÉRENCES EN CE QUI CONCERNE LA STRUCTURE D'UN MAGAZINE ÉLECTRONIQUE

Les questions 14, 15 et 16 et 17 du sondage visaient à découvrir comment les internautes voyaient la perspective d'accéder à une base de données d'articles et d'autre part, quelle était leur préférence face au format de l'article et à la perspective de les imprimer.

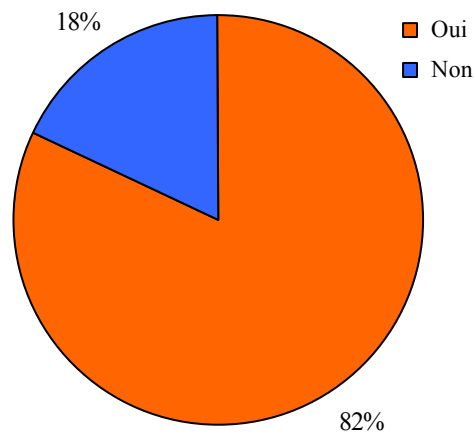
En ce qui est attrait à une base de donnée d'article, les résultats étaient très clairs. Comme les montrent les figures 6 et 7, 94 % des sondés désirent pouvoir consulter les derniers numéros parus, et 83 % souhaiteraient pouvoir consulter les articles déjà parus selon des thèmes donnés.

Considérez vous important d'avoir la possibilité de consulter les derniers numéros parus ?



**Figure 19 – Résultats du sondage :
possibilité de consultation des derniers numéros parus**

Souhaiteriez vous pouvoir consulter tous les articles récemment parus selon plusieurs thèmes donnés?



**Figure 20 – Résultats du sondage :
Possibilité de consultation des articles récemment parus**

Pour ce qui est du format pdf et de la possibilité d'imprimer. Les résultats montrent que les internautes sondés désirent majoritairement avoir la possibilité d'imprimer le webzine sous un format pdf (95 %, figure 8).

Mais seul 10 % souhaitent pouvoir le télécharger dans son ensemble (figure 9). La majorité veut donc pouvoir imprimer les articles un par un.

Considérez-vous important d'avoir la possibilité d'imprimer le webzine dans un format déjà pré-établi (PDF) ?

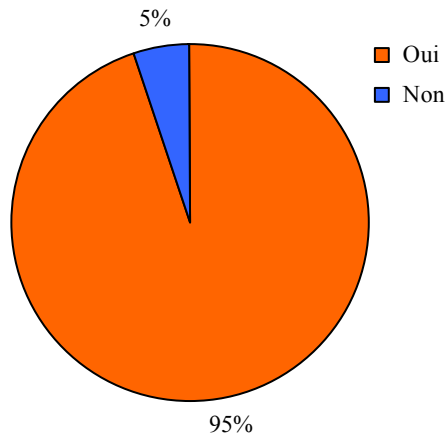


Figure 21 – Résultats du sondage : possibilité d'imprimer en PDF

Désirez-vous pouvoir imprimer le numéro article par article ou dans son ensemble ?

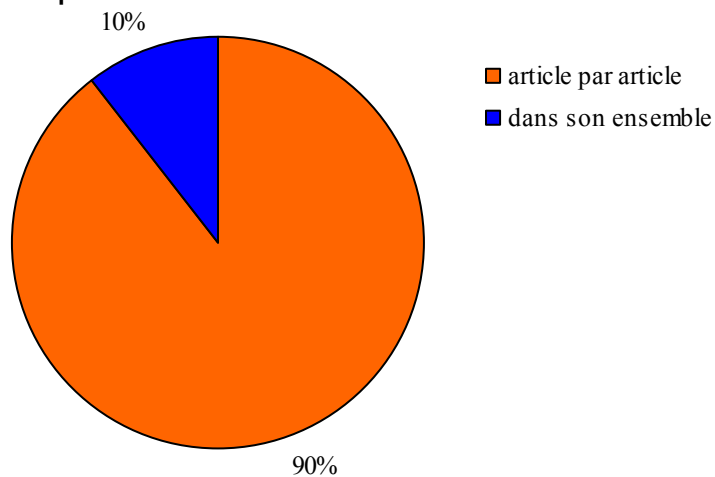


Figure 22 – Résultats du sondage possibilité d'imprimer article par article

PRÉFÉRENCES FACE AUX DIFFÉRENTS SUJETS ENVIRONNEMENTAUX

Tous les sujets semblent d'importance égale pour les personnes sondées, cependant la gestion durable de l'eau semble se détacher légèrement.

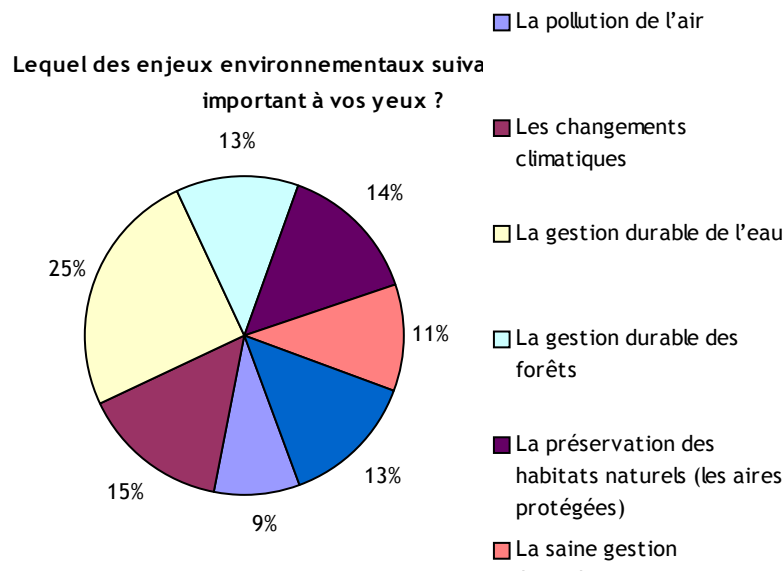


Figure 23 – Résultats du sondage : préférences pour les sujets

Quel type d'information intéresse le plus les sondés ?					
	1	2	3	4	5
	Aucun intérêt	Peu intéressant	intéressant	Très intéressant	Extrêmement intéressant
Des informations sur des événements auxquels vous pouvez participer (colloques, séances d'information, audiences publiques, campagnes de sensibilisation, pétitions, marches, etc.)	4	13	36	34	18
Des récits « écotouristiques »	9	33	39	20	4
Des dossiers de vulgarisation	1	10	26	44	25
Une revue de presse hebdomadaire	3	22	38	25	20
Des rubriques <i>trucs et astuces</i> «pour faire les choses autrement»:	0	7	26	32	40
Des résumés de conférence et actes de colloque à saveur environnementale :	1	13	43	38	8

Tableau 5 – Résultats du sondage : type d'information préférée

Les valeurs sont les nombres de réponses comptabilisées.

Il est très intéressant de constater dans cette question qu’une rubrique « trucs et astuce » pour faire les choses autrement, semble susciter beaucoup d’intérêt parmi ces internautes.

De même, les dossiers de vulgarisation semblent être également d’une importance non négligeable.

DE QUELLE FAÇON LES INTERNAUTES VEULENT-ILS ÊTRE EN INTERACTIONS AVEC LE WEBZINE

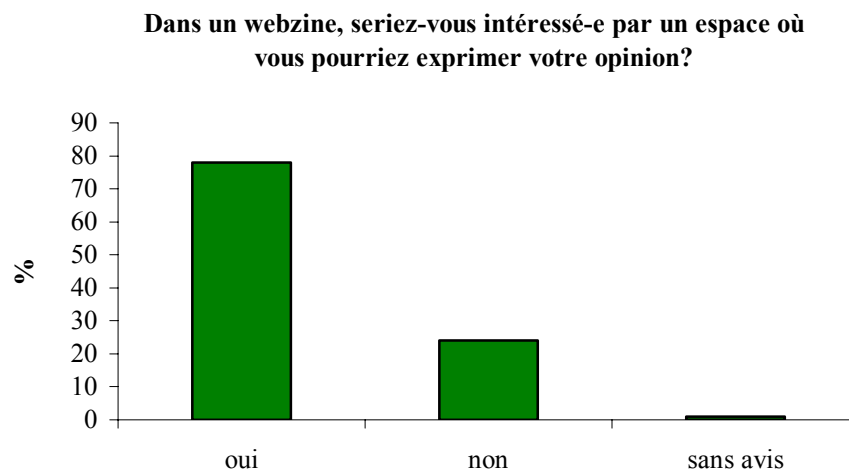


Figure 24 – Résultats du sondage : l’interactivité

Comme le montre les résultats de la figure 12 : près de 80 % des personnes interrogées souhaiteraient exprimer leur opinion dans un webzine.

Cette majorité écrasante nous incite à trouver des moyens et des recommandations face à cette envie et à explorer plus en profondeur cette donnée.

De plus en ce qui est attrait aux préférences des sondés face à cette interactivité, environ 40,5 % aimeraient pouvoir s’exprimer avec des réactions écrites et presque 37 % souhaitent pouvoir poser des questions à des spécialistes (tableau 6 et figure 25).

Si vous êtes intéressé par un espace où vous pourriez exprimer votre opinion, quel aspect privilégieriez-vous ?				
	Premier choix	deuxième	troisième	quatrième
Des sondages	15	14	21	27
Des réactions écrites	34	26	14	7
Des notes d’appréciation sur les articles	4	15	20	18
Poser des questions à des spécialistes	31	31	10	7

Tableau 6 – Résultats du sondage : type d’interactivité

Les valeurs sont le nombre de réponses comptabilisées.

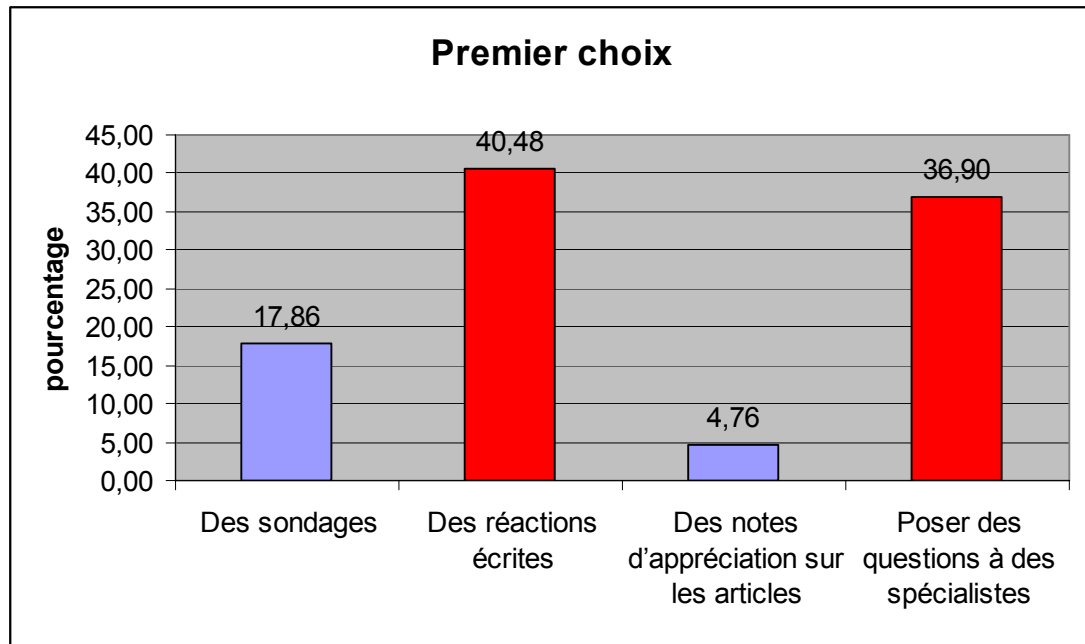


Figure 25 – Résultats du sondage : détail du type d'interactivité, premier choix

COMMENT LES INTERNAUTES SOUHAITENT T'ILS VOIR APPARAÎTRE L'INFORMATION ET QUELS OUTILS MULTIMÉDIAS OU GRAPHIQUES PRÉFÉRERAIENT-ILS ?

Parmi la liste d'outils audio-visuels suivants, quelles sont les propositions qui vous semblent les plus intéressantes					
Premier choix	deuxième	troisième	quatrième	cinquième	dernier choix
L'illustration des articles avec des photos	65	13	10	2	4
Des vidéos reportages	21	22	15	18	7
Des entrevues filmées avec des personnalités ou des spécialistes des questions environnementales	4	16	26	25	10
Des entrevues audio avec des personnalités ou des spécialistes des questions environnementales	8	7	27	32	11
Une caricature pour chaque numéro	5	18	17	3	16
Une page de couverture personnalisant chaque numéro	13	21	9	8	28

Tableau 7 – Résultats du sondage : préférence pour les outils audio-visuels

Les valeurs sont les nombres de réponses comptabilisées

Ce dernier tableau montre que les internautes considèrent l'illustration des articles avec des photos comme un élément indispensable, de même que les résultats de la figure 26 : 56 % considère la photographie comme le premier de leur choix.

De plus, la préférence pour l'utilisation d'outils comme les vidéos reportages ou des reportages audio semble affirmer le désir d'avoir des outils plus attrayants qu'un simple texte, utilisant aux mieux les capacités d'un média sur Internet où sons, textes, vidéos et images pourraient se compléter. La figure 16 montre que 18 % des sondés mettent le vidéo reportage en premier choix pour ce qui est des outils audio-visuels.

En ce qui est attrait à la caricature, qui était mentionnée dans une des recommandations face aux webzines, cet outil ne semble pas être priorisé par les internautes.

Pour ce qui est du concept de première page, 11,2 % des sondés trouvent que cet outil est le meilleur choix, ce qui sera discuté suite au tableau synthèse.

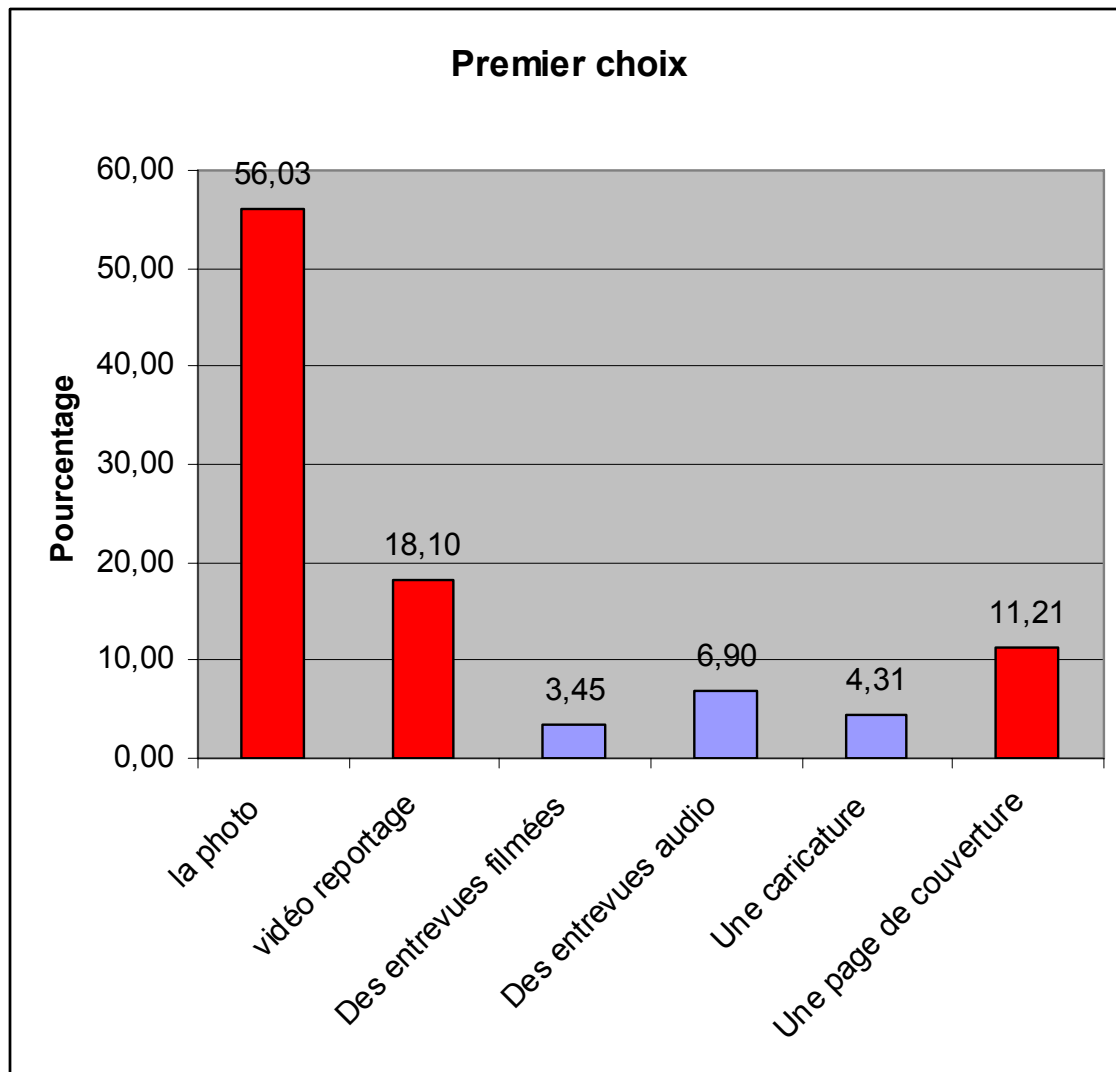


Figure 26 – Résultats du sondage : détail de la préférence pour les outils audio-visuels : premier choix des sondés

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DU SONDAGE

Les thèmes abordés face aux résultats du sondage	Recommandations
La préférence géographique	L'actualité québécoise nationale est à privilégier, suivie des activités régionales québécoises.
Le mandat d'un webzine	Nécessité de développer ces deux approches : ■ le lobbying, et la pression sur le gouvernement ■ la sensibilisation du public et des entreprises
Banque d'articles et impression	■ possibilité de consulter une banque d'Articles en lignes ainsi que les anciens numéros. ■ pouvoir imprimer article par article
Les sujets traités	■ ne négliger aucun sujet vu qu'il n'y a pas de préférences particulières. ■ Des rubriques de vulgarisation et des rubriques pour faire les choses autrement devraient être développées.
L'interactivité	■ Il doit y avoir des outils pour entrer en interactivité avec les internautes. ■ Les réactions écrites et les questions posées directement à des spécialistes semblent être des voies à considérer.
Les outils audio-visuels	■ La photographie est l'outil favori selon les sondés : il faudrait l'utiliser systématiquement. ■ le vidéo reportage, les entrevues audio et des concepts comme la page de couverture devraient être envisagés.

CONCLUSION

Nous avons pu constater en première partie de ce rapport que le phénomène de la sensibilisation environnementale sur Internet prenait une forme multiple : Webzine en environnement, bulletin ou portail. Et que selon ces formes, les outils de communications utilisés différaient, les plus riches étant pour les Webzines.

Les webzines en environnement ont en effet le but d'attirer et de fidéliser le lecteur en lui apportant de l'information tout en facilitant sa lecture sur le site. C'est en ce sens que certaines recommandations ont été apportées à Francvert, pour mieux toucher l'internaute et l'intéresser. Ces différentes recommandations visaient une réduction de la longueur du site et une meilleure clarté des rubriques, une meilleure lisibilité, une plus grande utilisation d'outils visuels comme les photos et l'utilisation d'outils interactifs.

La deuxième partie de cette étude nous a permis de vérifier certaines de ces recommandations. C'est ainsi que nous avons découvert que la majorité des répondants étaient fortement intéressés par l'aspect interactif d'un webzine en environnement. Cette interactivité se traduisait chez eux par la possibilité de réagir face au contenu d'un webzine en environnement, et de pouvoir poser des questions à des spécialistes.

Cette interactivité, et notamment le désir de pouvoir s'exprimer à l'écrit, pourrait se traduire par la nécessité de créer des forums de discussion ou des blogues, une forme de forum beaucoup plus à la mode sur le net. On pourrait de même, imaginer un blogue où un spécialiste pourrait répondre à certaines questions d'actualité en environnement ou sur le sujet du mois.

Cette interactivité pourrait se traduire également par l'idée des « 10 meilleurs articles », suggérée dans les recommandations de la première partie de ce travail. Ce concept s'appuie sur un classement sommaire des articles lus par l'internaute. Par exemple, à la suite d'un article, une simple question s'afficherait comme : « recommander cet article », avec au choix une, deux ou trois étoiles (trois étoiles étant un excellent article).

L'internaute verrait ainsi son jugement pris en compte pour réaliser une rubrique « les 10 meilleurs article recommandé par les lecteurs de Francvert ». Cette rubrique pourrait dans un même temps être un condensé des articles les plus lus et donc ayant un fort attrait pour tous les internautes.

De même, cette interactivité pourrait s'exprimer avec des outils simples comme le fait, après lecture d'un article, de pouvoir l'envoyer à un ami, ou autrement, de pouvoir imprimer cet article.

Enfin dans le même domaine, toujours un lisant un article, le lecteur pourrait accéder à des titres d'articles connexes dans la bande de droite, ayant accès ainsi à une banque d'Articles antérieurs.

Pour résumer, on pourrait imaginer une barre d'outil spécifique lors de la lecture d'un article. Une barre d'outil où l'on pourrait voir les fonctions : « imprimer cet article »,

« envoyer cet article », « lire des articles sur le même sujet » et « recommander cet article »

D'une autre nature, parmi les différents outils multimédias ou visuels proposés, la photographie est ressortie comme un des outils préférés des répondants concernant leur attente face à un webzine en environnement. La photo étant l'outil visuel le plus simple à utiliser sur un webzine (comparé à des entrevues filmées ou audio, à des animations au format flash...), ce point mérite d'être souligné et envisagé pour améliorer l'intérêt des internautes pour un webzine tel que Francvert.

De même, d'autres outils utilisant la photo comme la page de couverture ou la photo du mois pourraient être envisagés. Sachant que dans le passé, Francvert avait déjà organisé de véritable concours de photos amateurs sur son magazine, rien n'empêche d'effectuer le même type d'événement sur la nouvelle version électronique de Francvert, exploitant le pouvoir de l'image.

Enfin en ce qui est attrait au contenu, il est clair que la sensibilisation et la vulgarisation des problèmes environnementaux était une priorité pour notre échantillonnage par rapport à d'autres objectifs potentiels d'un tel média.

Le mandat de Francvert étant la vulgarisation et la diffusion de l'information en environnement pour le public québécois, il est clair que la mission de Francvert s'articule parfaitement avec les attentes des internautes face à un webzine en environnement, ce qui est très prometteur.

Parallèlement, l'action alternative était un autre point qui retenait l'attention des sondés. Ce point pourrait être développé avec une rubrique mensuelle, de type « pour faire les choses autrement ».

En outre, les attentes face à du lobbying et une pression sur les gouvernements pourrait arguer dans le sens de chroniques plus impliquées et plus critiques comme des chroniques environnementales et des caricatures, toutes deux proposées dans les recommandations de la première partie.

Cependant ce point mérite réflexion car la caricature n'a pas semblé soulever beaucoup d'enthousiasme dans la question relative aux outils audio et visuels.

De plus, pour ce qui est de la couverture géographique de l'information traitée, l'actualité québécoise nationale et régionale semble être la plus porteuse d'intérêt. Ce que tend à montrer notre sondage, les internautes étant peut-être plus sensibles à des problématiques environnementales les touchant directement.

Nous pouvons donc à l'aide de ces résultats soulever des pistes de réflexion quant aux moyens pour mieux attirer et donc sensibiliser le public face à un webzine en environnement et soulever des pistes d'amélioration pour une nouvelle plate-forme pour le magazine Francvert.

Des efforts sont à fournir notamment dans la forme du site, qui doit permettre une utilisation simple et efficace. La lisibilité doit être également excellente, privilégiant peu de texte et sur une largeur assez courte.

Des efforts sont également à fournir quant aux outils visuels et interactifs utilisés : mettre plus de photographies pour illustrer un propos ou un moment fort de l'activité environnementale, mettre à disposition de nouveaux outils comme des entrevues vidéo ou audio.

La photographie devrait donc être omniprésente pour un tel magazine, dont un des mandats de l'organisme éditeur est de préserver la nature québécoise dans toute sa beauté.

Une photo pourrait apparaître dès l'ouverture de la page, avec la photo couverture. Une photo pourrait décrire une rubrique comme la photo du mois, et toujours la photo viendrait compléter le texte d'un article, car on le sait bien, une photo vaut mille mots.

Enfin, étant la vitrine d'un organisme de protection de la nature, Francvert se doit d'être inventif, dynamique et critique à l'égard de la société. Cette critique pourrait s'appuyer sur des rubriques régulières, des chroniques de personnalités connues ou inconnues, sur des caricatures, des manifestes et autres informations pouvant alerter le public.

Et enfin, pour mettre l'emphasis sur la vulgarisation des problèmes environnementaux, des dossiers pourraient être réalisés en fonction de certains thèmes et ce, en relation avec les experts, comme le fait déjà Francvert et en privilégiant l'interactivité entre des experts et le public.

Un webzine idéal en environnement pourrait alors peut-être s'imaginer comme suit : une photo ouverte sur le numéro du mois, qui nous amènerait à une table des matières très concise avec plusieurs rubriques spécifiques, une barre d'outil de droite présentant la photo du mois, un concours photo, l'actualité des trois derniers mois en images, des forums ou des blogues de discussion en relation avec un spécialiste.

Des critiques de pratiques ou de politiques pourraient s'exprimer clairement à l'aide d'une photo commentée, d'une chronique ou d'une caricature.

La rubrique les meilleurs articles pourrait se retrouver à chaque numéro, évoluant en fonction du temps et de recommandations des internautes.

Enfin après avoir cliquer sur un titre d'article prometteur, outre les photos accompagnant le sujet, une barre d'outil permettrait d'envoyer, d'imprimer, de conseiller cet article ou d'en lire d'autres sur des sujets connexes.

L'emphasis serait donc mise sur un contenu et un contenant dynamique et critique, où l'image et l'interactivité auraient une importance considérable.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Nous avons pu constater en première partie de ce rapport que le phénomène de la sensibilisation environnementale sur Internet prenait une forme multiple : magazine électronique en environnement, bulletin ou portail. Il a aussi été relevé que selon sa forme, les outils de communications utilisés différaient, les plus riches étant pour les magazines électroniques.

Les webzines en environnement ont en effet le but d'attirer et de fidéliser le lecteur en lui apportant de l'information tout en facilitant sa lecture sur le site. C'est en ce sens que certaines recommandations ont été apportées à Francvert, pour mieux toucher l'internaute et l'intéresser. Ces différentes recommandations visaient une réduction de la longueur du site et une meilleure clarté des rubriques, une meilleure lisibilité, une plus grande utilisation d'outils visuels comme les photos et l'utilisation d'outils interactifs.

La deuxième partie de cette étude nous a permis de vérifier certaines de ces recommandations. C'est ainsi que nous avons découvert que la majorité des répondants étaient fortement intéressés par l'aspect interactif d'un webzine en environnement. Cette interactivité se traduisait chez eux par la possibilité de réagir face au contenu d'un webzine en environnement et poser des questions à des spécialistes.

Cette interactivité, et notamment le désir de pouvoir s'exprimer à l'écrit, pourrait se traduire par la nécessité de créer des forums de discussion ou des blogues. Un mode plus personnalisé d'interaction entre le webzine et ses lecteurs. On pourrait de même, imaginer un blogue où un spécialiste pourrait échanger sur certaines questions d'actualité en environnement ou sur le sujet du mois.

Cette interactivité pourrait se traduire également par l'idée des « 10 meilleurs articles », suggérée dans les recommandations de la première partie de ce travail. Ce concept s'appuie sur un classement sommaire des articles lus par l'internaute. Par exemple, à la suite d'un article, une simple question s'afficherait comme : « recommander cet article », avec au choix une, deux ou trois étoiles (trois étoiles étant un excellent article). L'internaute verrait ainsi son jugement pris en compte pour réaliser une rubrique « les 10 meilleurs articles recommandés par les lecteurs de Francvert ». Cette rubrique pourrait dans un même temps être un condensé des articles les plus lus et donc ayant un fort attrait pour tous les internautes.

De même, cette interactivité pourrait s'exprimer avec des outils simples comme le fait, après lecture d'un article, de pouvoir l'envoyer à un ami, ou autrement, de pouvoir imprimer cet article. Enfin dans le même domaine, toujours un lisant un article, le lecteur pourrait accéder à des titres d'articles connexes dans la bande de droite, ayant accès ainsi à une banque d'articles antérieurs. Ainsi, on pourrait imaginer une barre d'outils spécifiques lors de la lecture d'un article. Une barre d'outils où l'on pourrait voir les fonctions : « imprimer cet article », « envoyer cet article », « lire des articles sur le même sujet » et « recommander cet article »

Par ailleurs, parmi les différents outils multimédias ou visuels proposés, la photographie est ressortie comme un des outils préférés des répondants concernant leur attente face à un webzine en environnement. La photo étant l'outil visuel le plus simple à utiliser sur un webzine (comparé à des entrevues filmées ou audio, à des animations au format flash...), ce point mérite d'être souligné et envisagé pour améliorer l'intérêt des internautes pour un webzine tel que Francvert.

De même, d'autres outils utilisant la photo comme la page de couverture ou la photo du mois pourraient être envisagés. Sachant que dans le passé, Francvert avait déjà organisé de véritable concours de photos amateurs sur son magazine, rien n'empêche d'effectuer le même type d'événement sur la nouvelle version électronique de Francvert, exploitant le pouvoir de l'image.

Enfin en ce qui concerne le contenu, il est clair que la sensibilisation et la vulgarisation des problèmes environnementaux étaient une priorité pour notre échantillonnage par rapport à d'autres objectifs potentiels d'un tel média. Le mandat de Francvert étant la vulgarisation et la diffusion de l'information en environnement pour le public québécois, il est clair que la mission de Francvert s'articule parfaitement autour des attentes des internautes face à un webzine en environnement, ce qui est très prometteur. Parallèlement, l'action alternative était un autre point qui retenait l'attention des sondés. Ce point pourrait être développé avec une rubrique mensuelle, de type « pour faire les choses autrement ».

En outre, les attentes face à du lobbying et une pression sur les gouvernements pourraient arguer dans le sens de chroniques plus impliquées et plus critiques comme des chroniques environnementales et des caricatures, toutes deux proposées dans les recommandations de la première partie. Toutefois, ce point mérite réflexion, car la caricature n'a pas semblé soulever beaucoup d'enthousiasme dans la question relative aux outils audio et visuels.

Par ailleurs, en ce qui concerne de la couverture géographique de l'information traitée, l'actualité québécoise nationale et régionale semble être la plus porteuse d'intérêt. Ce que tend à montrer notre sondage, les internautes étant peut-être plus sensibles à des problématiques environnementales les touchant directement.

Nous pouvons donc à l'aide de ces résultats soulever des pistes de réflexion quant aux moyens pour mieux attirer et donc sensibiliser le public face à un webzine en environnement et soulever des pistes d'amélioration pour une nouvelle plate-forme pour le magazine Francvert. Celles-ci seraient :

- Des efforts sont à fournir notamment dans la forme du site, qui doit permettre une utilisation simple et efficace. La lisibilité doit être également excellente, privilégiant eu de texte et sur une largeur assez courte.
- Des efforts sont également à fournir quant aux outils visuels et interactifs utilisés : mettre plus de photographies pour illustrer un propos ou un moment fort de l'activité environnementale, mettre à disposition de nouveaux outils comme des entrevues vidéo ou audio.

- La photographie devrait donc être omniprésente pour un tel magazine, dont un des mandats de l'organisme éditeur est de préserver la nature québécoise dans toute sa beauté.
- Une photo pourrait apparaître dès l'ouverture de la page, avec la photo couverture. Une photo pourrait décrire une rubrique comme la photo du mois, et toujours la photo viendrait compléter le texte d'un article, car on le sait bien, une photo vaut mille mots.
- • Étant la vitrine d'un organisme de protection de la nature, Francvert se doit d'être inventif, dynamique et critique à l'égard de la société. Cette critique pourrait s'appuyer sur des rubriques régulières, des chroniques de personnalités connues ou inconnues, sur des caricatures, des manifestes et autres informations pouvant alerter le public.
- • Finalement, pour mettre l'emphasis sur la vulgarisation des problèmes environnementaux, des dossiers pourraient être réalisés en fonction de certains thèmes, et ce, en relation avec les experts, comme le fait déjà Francvert et en privilégiant l'interactivité entre des experts et le public.

Un webzine en environnement pourrait alors s'imaginer comme suit :

- une photo ouverte sur le numéro du mois, qui nous amènerait à une table des matières très concise avec plusieurs rubriques spécifiques,
- une barre d'outils de droite présentant la photo du mois,
- un concours photo,
- l'actualité des trois derniers mois en images,
- des forums ou des blogues de discussion en relation avec un spécialiste.
- des critiques de pratiques ou de politiques pourraient s'exprimer clairement à l'aide d'une photo commentée, d'une chronique ou d'une caricature.
- la rubrique « les meilleurs articles » pourrait se retrouver à chaque numéro, évoluant en fonction du temps et de recommandations des internautes.
- Enfin, après avoir cliqué sur un titre d'article prometteur, outre les photos accompagnant le sujet, une barre d'outils permettrait d'envoyer, d'imprimer, de conseiller cet article ou d'en lire d'autres sur des sujets connexes.

L'emphasis serait donc mise sur un contenu et un contenant dynamique et critique, où l'image et l'interactivité auraient une importance considérable.