

## **Stratégies de communication et analyse de sites web d'entreprises tunisiennes**

L'évolution importante de l'usage du numérique dans plusieurs secteurs économiques a eu pour conséquence la création, par beaucoup d'entreprises, de sites web. Pour certaines, il s'est d'abord agi principalement de faire « acte de présence » sur le web, de proposer au client une « vitrine » de leur activité et de présenter leurs produits et services sous le meilleur jour. D'autres entreprises ont opté pour des solutions leur permettant non seulement de présenter des produits, mais de les commercialiser par le biais de différentes applications établissant une relation personnalisée avec le client. Plus récemment, les entreprises ont également investi les réseaux sociaux de manière à multiplier les possibilités d'interagir avec le client.

Plusieurs méthodes d'analyse des stratégies de communication Web des entreprises ainsi que des interfaces de leurs sites sont proposées. Nous souhaitons réfléchir sur ces différentes méthodes en mobilisant des approches pluridisciplinaires, allant des sciences de l'information et de la communication à la sémiotique, à la sociologie culturelle ou encore au marketing pour circonscrire le « potentiel d'action » des interfaces de sites d'entreprises dans toutes leurs dimensions.

Ce colloque se propose donc d'examiner selon différents éclairages théoriques les résultats d'analyses de cas portant sur l'intentionnalité de communication des entreprises, les stratégies énonciatives mises en place sur les sites, les contenus textuels, iconographiques et iconiques et les dispositifs technologiques mobilisés.

Il couronne les activités de recherche des équipes impliquées dans le projet de coopération interuniversitaire franco-tunisien USET ( Usages des sites d'entreprises tunisiennes) Ce projet qui s'est poursuivi sur trois années ( 2010-2012) a permis de confronter différentes approches portant sur l'analyse des sites d'entreprises tunisiennes, leur réception dans un contexte interculturel ainsi que leur rapport avec les stratégies de communication de l'entreprise.



<http://www.isd.run.tn>

Université de la Manouba

Institut Supérieur de Documentation

Projet CMCU –USET (Usage des sites web d'entreprises tunisiennes)

## **Stratégies de communication et sites web d'entreprises tunisiennes**

*Colloque Tunis, ISD*

*12-13 Décembre 2012*

*Organisé par*

**Unité de Recherche « Bibliothèque numérique pour la valorisation du patrimoine »  
(Institut supérieur de documentation)**



*Avec la collaboration de*

**Laboratoire Paragraphe  
(Université Paris 8, France)**



**Centre de recherche sur les médiations  
(Université de Metz Paul Verlaine, France)**





**Mercredi 12 Décembre 2012**

9h00 – 9h30 Allocutions d’ouverture : Monsieur **Chokri Mabkout** (Président de l’université de la Manouba), Monsieur **Khaled Habchi** (Directeur de l’ISD), Madame **Raja Fenniche** (Responsable du projet USET Tunisie, ISD) , Madame **Alexandra Saemmer** (Responsable du projet USET France, Laboratoire Paragraphe, Université Paris 8)

**Président de la séance : Brigitte Simonnot** (Université de Lorraine, France)

9h30 – 10h30 Entre universalisme niveleur et différentialisme radical, les enjeux contemporains de l’interculturalité et de l’interactivité en organisations  
**Bertrand Cabedoche** (Université Stendhal Grenoble 3, France, Conférencier invité)

10h30 – 11h00 Pause café

11h00 – 12h00 Vers l'utilisation du web intelligence dans le traitement de l'information de veille commerciale au sein de la Pharmacie Centrale de Tunisie (PCT)  
**Yusra Seghir**, (Institut Supérieur de Documentation),  
**Souad Chouk** (École Supérieure de Commerce),  
**Khansa Zghidi** (Institut Supérieur de Documentation),  
**Thouraya Manai** (Pharmacie Centrale)

12h00 – 14h00 Déjeuner

**Président de la séance : Wahid Gdoura** (Institut Supérieur de Documentation, Tunisie)

14h00 – 14h45 Le site et sa refonte : analyse comparée des sites d’herbes de Tunisie  
**Alexandra Saemmer et Philippe Bootz** (Laboratoire Paragraphe, Université Paris 8)

14h45 – 15h30 Étude comparative des stratégies de communication des entreprises tunisiennes.  
**Mohamed Ben Romdhane, Besma Bsir et Abderrazak Mkadmi** (Institut Supérieur de Documentation)

15h30 – 16h00 Pause café

**Président de la séance : Khansa Zghidi** (Institut Supérieur de Documentation, Tunisie)

16h00 – 17h00 Questionner les stratégies de communication web d’entreprises tunisiennes : éléments pour une analyse en contexte interculturel  
**Brigitte Simonnot et Pierre Morelli** (Université de Lorraine France, Centre de recherche sur les médiations)

**Jeudi 13 Décembre 2012**

**Président de la séance : Bertrand Cabedoche** (Université Stendhal Grenoble 3, France)

9h00-9h45 Communication dans un contexte interculturel et sites Web : cas des petites entreprises tunisiennes  
**Sami Hachicha et Raja Daouès** (Institut Supérieur de Documentation)

9h45-10h30 La communication numérique d’entreprise entre intentionnalité et conception-réalisation (Cas du site Carthago Essences)  
**Abdelkader Ben Jdira** (Institut de Presse et des Sciences de l’Information)

10h30-11h00 Pause café

11h00-12h30 Séance d’évaluation des travaux effectués dans le cadre du projet USET (2010-2012)