

Refonte du site internet 2026

Cahier des charges

Rédaction équipe communication de l'Athénée
25/11/2025

L'Athénée est un théâtre parisien disposant d'une salle à l'italienne de 500 places et une salle de 90 places, dont la programmation est principalement dédiée au théâtre musical, avec également du théâtre, de l'opéra, des récitals piano-voix et du jazz.

Calendrier

Décembre 2025 – janvier 2026 : devis et choix du prestataire

Février – mars 2026 : design et validation des maquettes

Avril : développement

Mai : prise en main et intégration des données par l'équipe de l'Athénée

Juin 2026 : mise en ligne

Budget

15 000 – 20 000 euros

Puis redevance annuelle pour maintenance

Actuellement

Le site et la newsletter actuels ont été dessinés et sont gérés depuis 2004 par l'agence DWM, avec gestion interne restreinte pour l'équipe comm du théâtre. Certaines modifications de texte et le moindre développement est en effet facturé et cette dépendance au prestataire implique un délai et un coût dans la mise en place des changements.

En 2022, **le coût du site** était de 10 000 euros l'année en 2022 et **de 8700 euros en 2023**.

Enfin, **l'identité visuelle créée par le studio Violaine&Jérémy** spécialisé en typographie et éditions imprimées. La brochure papier s'apparente à un livre d'artiste, au façonnage complexe et fin, pratiquement sans textes, pour laisser toute la place au travail d'illustration. En 2025, c'est l'illustratrice Camille Jacquilot qui a illustré les spectacles.

Cette identité a été déclinée sur le web mais ce n'est pas idéal : **le site actuel reproduit les codes du print**, les typographies ne sont pas adaptées, les fonds de page non plus, le site lui-même n'est pas pensé 'mobile first'.

Objectifs du nouveau site

Conserver la navigation simple et standard que nous avons actuellement avec améliorations

- . Accès directs : Billetterie / Programmation / Infos pratiques
- . Clarifier et fusionner certains éléments de menus
- . Une architecture de site standard, déjà vue ailleurs, on ne veut pas révolutionner la navigation sur un site de théâtre

Développer une identité visuelle numérique aussi qualitative que l'identité papier

- . Recherche graphique directement pensé pour le web, pas une déclinaison du print
- . S'accompagne aussi de la refonte de la Newsletter, d'une nouvelle grille Insta

Back office adapté à nos besoins et usages :

- . Gestion à 99% en interne (sauf migration annuelle et évolutions majeures)
- . Avoir un CMS pour un gain de temps et d'argent

Audience

- Spectateur habitué de l'Athénée qui vient pour la saison
- Spectateur d'autres lieux qui vient pour un spectacle, un concert ou un artiste précis sans connaître l'Athénée
- Nouveau visiteur qui vient pour découvrir le lieu, ou voir un opéra, un récital de classique
- Professionnels du spectacle vivant, de la musique et du secteur artistique en général
- Associations et enseignants qui cherchent à savoir nos actions autour des spectacles ou à faire une visite guidée ou sortie de groupe

En 2024 :

45 800 utilisateurs actifs

92 000 vues de la home page

9 000 vues de la page Voyage de Gulliver

Nos demandes pour le futur site

> Fonctionnalités incontournables

- Agenda au mois
- Responsivité : mobile first
- Mise à jour automatique de la home page
- Barre de recherche (champ texte)

> Contenus et ressources à mettre en ligne

- Textes
- Photos
- Vidéos
- Audios
- Dates
- Formulaire newsletter
- Pdf
- Hyperliens

> Back office et administration

- CMS : standard (Drupal, Kirby...), pas de solution propriétaire
- Autonome sur l'édition de textes et images et logos
- Intervention ponctuelle du prestataire pour les modifications majeures de type :
archivage de la saison et mise en ligne de la nouvelle, création d'un nouveau template, changement de la couleur ou des items de menus.
- SEO : champs préremplis, avec possibilité de personnaliser les infos
- Suivi statistique : Matomo, Google Analytics
- Site administré par
 - 1 chargée de communication
 - 1 stagiaire
 - 1 responsable comm

> Billetterie : Sirius

Pas d'intégration souhaitée, seulement hyperlien

> Newsletter : BrevoSend

Souhait d'utiliser un outil en ligne grand public et adapté à notre activité. C'est BrevoSend qui est envisagé à l'heure actuelle pour le rapport prix/usage/possibilité de design

Intégration du formulaire d'inscription à la newsletter dans le design du site

> Archivage saisons passées

- Pas d'intégration des anciens contenus dans le nouveau site : redirection vers ancien site via hyperlien
- Archivage des saisons : système à définir

> Design

Notre site internet, contrairement à la brochure papier, est un lieu de **mise en valeur des photos et vidéos** au sujet des spectacles. Ces contenus que nous recevons des artistes et boîte de production sont **très disparates** dans le style, la qualité d'image et contenu de la photo (plans serrés, larges, portrait d'artistes, plateau/spectacles, épurée ou très chargée). Nous avons besoin définir une **manière de traiter ces sources pour éviter les dissonances**, de dévaloriser ou trop valoriser certains spectacles, que le site soit un paysage unifié et cohérent.

Aussi, nous souhaitons pour le site de l'Athénée mêler **identité forte et marquée** avec un design **aéré et élégant** pour que les accès principaux ressortent rapidement (Agenda, Programmation, infos pratiques). Que ce design soit pensé à partir des usages et possibilité du web, que ce **ne soit pas un placage du travail print** en web. Nous pensons que l'identité forte peut résider dans :

- Choix typographiques
- Animation de certains éléments graphiques (translation, flou, grain, colorisation...)
- Trouver un moyen d'identification des types de rendez-vous (opéra, concert, théâtre, théâtre musical, jeune création) : chaque tag a une couleur ? ou traitement photographique différent ? Un bloc texte avec les infos du spectacle qui couvre une partie la photo ?
- Faire un lien avec le print en gardant des éléments communs, par exemple : palette de couleurs, faire exister le travail d'illustration sur les pages fixes

On ne veut pas :

- D'un site de vente en ligne, e-commerce
- D'un catalogue, base de données type médiathèque
- D'un site portfolio, vitrine
- D'un site de galerie d'art ou de marque de luxe

Sélection de sites Internet

On aime bien :

Scène nationale de l'Essonne

scenenationale-essonne.com/

- carrousel vidéo ou photo en page d'accueil qui intègre le menu et les boutons en header
- accès à la billetterie immédiat sur l'interface d'accueil (en haut à droite)
- menu burger
- barre calendrier sous le carrousel sur la page d'accueil avec identification des jours de jeu
- swipe sur les prochains rdv
- Les blocs des prochains rendez-vous contiennent : titre, artiste, type de spectacle, date, lieu
- propose des spectacles en rapport avec celui regardé sur la page
- en bref : le site permet de répondre aux besoins de différents types de spectateur : recherche par date, par spectacle, avoir une vision rapide mais efficace des spectacles de la saison.

Charleroi danse

charleroi-danse.be/fr

- Jeux typographiques du logo en home page et dans le nom des lieux BXL et CHA : jeux assez courts et simples, ce qui donne la patte graphique sans surcharger la page, sans la rendre difficile à lire. Les jeux fonctionnent en mobile et desktop, il n'y pas une version où l'animation est figée
- Seulement 3 couleurs : noir blanc rouge. Permet de mettre en valeur les photos et le graphisme
- Home page : fonds de couleurs selon les rubriques, rouge pour les spectacles, noir pour les activités secondaires
- Page spectacle : le footer donne toutes les infos date heure lieu tickets durée, les photos se swipent (pas de flèches), sur desktop il y a des flèches
- Adaptation mobile/desktop : fond noir sur mobile, fond blanc sur desktop, swipe photo sur mobile, flèches cliquables sur desktop...
- Bémols :
Le clic sur un spectacle ouvre une fenêtre qui se superpose à la home page : seule option pour la quitter, fermer avec la croix en haut de page, le retour en arrière du navigateur ne fonctionne pas
Le menu vertical sur desktop, difficile à lire et utiliser

Opéra de Paris

operadeparis.fr/#agenda

- Calendrier : voir le moins complet, signe distinctif sur les jours avec programmation. Lorsque l'on clique sur la date s'affiche les rdv de cette journée avec les détails

Ménagerie de verre

<https://menageriedeverre.com/>

- Légèreté générale sur le téléphone
- Sur les pages spectacles : faire apparaître les dates/horaires rapidement et à côté du bouton réservez

On ne veut pas :

Théâtre des Gémeaux parisiens

theatredesgemeauxparisiens.com/

- Pas d'accès direct à la billetterie
- Home page : titre du spectacle + photo (aucune autre info)
- Pas de narration, de thème, de ton : c'est une liste d'information, il n'y a pas de travail graphique et éditorial, de mise en avant de certains contenus

Théâtre Sorano

theatre-sorano.fr/infos-pratiques/

- Mauvaise responsivité sur mobile :
Sur desktop, le site est fluide, on comprend les différentes rubriques mais sur mobile on ne parvient pas à différencier les 3 rdv en carrousel des 3 rdv les uns sous les autres sous le carrousel, « Télécharger le programme » est traité comme un rdv

Théâtre public de Montreuil

theatrepublicmontreuil.com/

- Sur desktop : beaucoup trop d'informations, l'œil est perdu
- Sur mobile : ça fonctionne, actus en carrousel à swiper et dessous agenda cliquable

MC93

mc93.com/

- Pas d'accès direct à la billetterie ni à l'agenda
- Menu déroulé en permanence
- Doublons : deux chemins d'accès pour les infos pratiques par exemple
- Home page trop chargée
- Très grande taille de caractère