

## Analyse de 5 sites Internet pour enfants :



# Sommaire

<b>Introduction .....</b>	<b>1</b>
<b>1.<a href="http://www.tiji.fr">http://www.tiji.fr</a>.....</b>	<b>3</b>
1.1 Identification de l'éditeur.....	3
1.2 Contenu & Concept.....	3
1.3 Dimension graphique & ergonomique .....	6
1.4 Valeurs éthiques .....	7
1.5 Sécurité des utilisateurs .....	8
1.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles .....	8
1.7 Dimension commerciale.....	9
1.8 Tiji vu par les utilisateurs .....	10
<b>2.<a href="http://www.hasbro.com/littlestpetshop/fr_FR">http://www.hasbro.com/littlestpetshop/fr_FR</a> .....</b>	<b>12</b>
2.1 Identification de l'éditeur.....	12
2.2 Contenu et concept.....	12
2.3 Dimension graphique & ergonomique .....	15
2.4 Valeurs éthiques .....	15
2.5 Sécurité des utilisateurs .....	16
2.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles .....	16
2.7 Dimension commerciale.....	17
<b>3.<a href="http://kids.dailymotion.com">http://kids.dailymotion.com</a> .....</b>	<b>19</b>
3.1 Identification de l'éditeur.....	19
3.2 Contenu & Concept.....	20
3.3 Dimension graphique & ergonomique .....	21
3.4 Valeurs éthiques .....	22
3.5 Sécurité des utilisateurs .....	22
3.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles .....	23
3.7 Dimension commerciale.....	23
<b>4.<a href="http://fr.barbie.com">http://fr.barbie.com</a> .....</b>	<b>26</b>
4.1 Identification de l'éditeur.....	26
4.2 Contenu & Concept.....	26
4.3 Dimension graphique & ergonomique .....	29
4.4 Valeurs éthiques .....	29

4.5 Sécurité des utilisateurs .....	30
4.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles .....	31
4.7 Dimension commerciale.....	32
4.8 Barbie vu par les utilisateurs .....	33
<b>5.http://www.habbo.fr.....</b>	<b>35</b>
5.1 Identification de l'éditeur.....	35
5.2 Contenu & Concept.....	36
5.3 Dimension graphique & ergonomique .....	38
5.4 Valeurs éthiques .....	38
5.5 Sécurité des utilisateurs .....	39
5.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles .....	40
5.7 Dimension commerciale.....	41
5.8 HABBO vu par les utilisateurs .....	42
<b>Nos recommandations .....</b>	<b>44</b>

## Introduction

Les enfants passent de plus en plus de temps devant les écrans et plus particulièrement devant les écrans d'ordinateur et ce dès le plus jeune âge. Les nouvelles générations grandissent avec ce nouveau media qui leur sert à la fois de distraction et de support scolaire. 87,5 % des foyers composés d'au moins un enfant de moins de 15 ans possède un ordinateur.<sup>1</sup> Les enfants se sont tellement appropriés l'ordinateur qu'ils vont expliquer à leurs propres parents son fonctionnement, on parle alors de socialisation inversée.

Face à ces mutations profondes qui persistent depuis plusieurs années nous avons voulu étudier l'offre sur Internet à destination des enfants de moins de 15 ans. Pour cela, nous avons tout d'abord navigué sur plusieurs sites avant de faire notre choix. Nous souhaitions analyser 5 sites différents les uns des autres. Nous avons donc opté pour une transversalité que ce soit au niveau des âges et des contenus. Nous avons ainsi sélectionné : un site d'une chaîne TV jeunesse à destination des plus jeunes : TIJI ; un monde virtuel nécessitant l'achat d'un produit au préalable à destination des 3-6 ans : Petshop ; un site tout nouvellement mis en place et répondant aux nouvelles pratiques des jeunes Internet : Dailymotion kids ; un site à destination des petites filles de plus de 8 ans issu d'une marque légendaire : Barbie et enfin un site s'adressant aux préados dans lequel il est possible de chatter et donc de se socialiser : Habbo.

Ensuite, nous avons établi différents critères d'analyse pour nous permettre d'étudier tous les aspects de ces 5 sites. Voici les critères que nous avons retenus et les raisons associées :

- **L'identification de l'éditeur** : Pour savoir qui est à l'origine de ce projet. Les grandes entreprises mettent souvent leur « patte » à leurs projets et on retrouve ainsi les principales valeurs de certaines marques ou entreprises.
- **Le contenu et le concept** : Il était primordial d'expliquer ce qu'il est possible de faire sur chaque site soit leur finalité.
- **La dimension graphique et ergonomique** : Il nous paraissait important de regarder comment le site est construit, quels peuvent être les points forts visant à séduire les enfants. L'appropriation et l'utilisation sont-elles faciles ?
- **Les valeurs éthiques** : En tant que parents, nous serions sensibles à ce critère. En effet, il est toujours bon de savoir comment les sites « punissent » les enfants en cas de

---

<sup>1</sup> [http://www.afjv.com/press0805/080506\\_enfants\\_ecran\\_analyse\\_mediometrie.htm](http://www.afjv.com/press0805/080506_enfants_ecran_analyse_mediometrie.htm)

dérapiage mais également de quelle manière ils véhiculent des valeurs telles que l'entraide, la solidarité, etc...

- **La sécurité des utilisateurs & la confidentialité des données personnelles** : Ces deux critères sont actuellement au cœur des débats médiatiques à travers notamment l'utilisation des réseaux sociaux numériques, c'est pour cette raison que nous avons décidé de traiter ces points qui peuvent également mettre en péril et nuire à la sécurité des plus jeunes.
- **La dimension commerciale** : A travers ce dernier critère nous avons souhaité porté un regard aux business model de chacun des sites Internet et voir en quoi ce dernier peut avoir un impact sur le comportement des jeunes internautes.

A travers ce dossier nous allons donc vous présenter les caractéristiques de chaque site un à un. Nous présenterons en premier le site à destination des tous petits TIJI pour finir par celui s'adressant aux plus âgés, les préados : Habbo. Nous ferons une synthèse pour chacun de ces sites afin de mettre en avant les remarques les plus pertinentes. Pour fini, dans la conclusion de notre dossier nous nous mettrons dans la peau d'un conseiller pour la création d'entreprise et vous dirons ce qu'il faut faire ou ne pas faire si vous souhaitez développer un site Internet pour les enfants.

## 1. <http://www.tiji.fr>



Tiji.fr est le site préféré des moins de 7 ans. Il permet de retrouver tous les héros de la chaîne télévisée des 2-7 ans. CANAL J INTERNATIONAL SAS propose, sur son site Internet [www.tiji.fr](http://www.tiji.fr), plusieurs services destinés aux enfants de 6 ans à 14 ans ainsi qu'aux parents.

Les plus jeunes téléspectateurs de Tiji peuvent profiter sur le site Internet de la chaîne d'un contenu riche en sons, en images et en vidéo, pour éveiller leurs sens. Au menu : vidéos, jeux, fiches pratiques et "encyclopédiques", trucs.

Le site a donc été entièrement repensé pour offrir aux plus jeunes un espace simple à appréhender. Il a notamment été conçu pour que les enfants qui ne savent pas encore lire puissent tout de même y passer du bon temps.

### ***1.1 Identification de l'éditeur***

**Editeur :**

CANAL J INTERNATIONAL SAS  
26, rue François 1er 75008 PARIS

**Hébergement-Sécurité:**

Le site est hébergé sur les matériels de CANAL J INTERNATIONAL SAS par la société MGN dont le siège social est au 150 rue Galliéni 92100 Boulogne-Billancourt.

### ***1.2 Contenu & Concept***

**Concept :** Tiji est un site Internet où l'enfant peut réaliser diverses activités : jouer à des jeux d'adresse, de réflexion, faire de la cuisine, colorier, fabriquer des sons, envoyer des cartes, bricoler, faire des jeux liés à la musique et regarder des vidéos. Des activités ludiques et éducatives à la fois. Des espaces sont dédiés aux plus petits et d'autres aux plus grands.

Le site Internet de TiJi est donc un espace d'éveil, de découvertes et de jeux pour les enfants. Partout sur le site, ceux-ci sont guidés par les deux personnages fétiches de la chaîne, TiJinou et TiJibelle, et peuvent même communiquer avec eux !

**Contenu :** Voici quelques impressions écran pour expliquer ce qu'il est possible de faire sur TiJi.



**Le jeu des 5 différences**

**Cuisina**

**Boules de neige**  
 Pour préparer de bonnes boules de neige, il suffit de suivre notre recette !  
 Cliquez sur les flèches en bas pour passer à une autre recette.

Le clafoutis  
 Les recettes de cuisine  
**Le clafoutis**

Choco glacé  
 Les recettes de cuisine  
**Le choco glacé**

Les crêpes  
 Les recettes de cuisine  
**Les crêpes**

Boules de  
 Les recettes de cuisine  
**Boules de neige**

Saupoudre de la noix de coco râpée sur une assiette.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

tralala

Cuisiner à l'aide des explications données

**Titeuf 1**

**Rubrique :** Coloriage Canal J

**Catégorie :** Coloriage Titeuf

**Présentation :** Assez grand pour être en moyenne classe de la grande école, mais trop petit pour signer ses mots d'absence ou de retard, Titeuf n'en finit pas de cogiter de la mèche pour "pô" perdre la tête !

Bon coloriage Titeuf !

> [En savoir plus sur Titeuf](#)

---

> [Ta pancarte](#) avec Titeuf  
 > [Ta carte anniversaire](#) avec Titeuf  
 > [Ton courrier](#) avec Titeuf  
 > [Tes diplômes](#) avec Titeuf

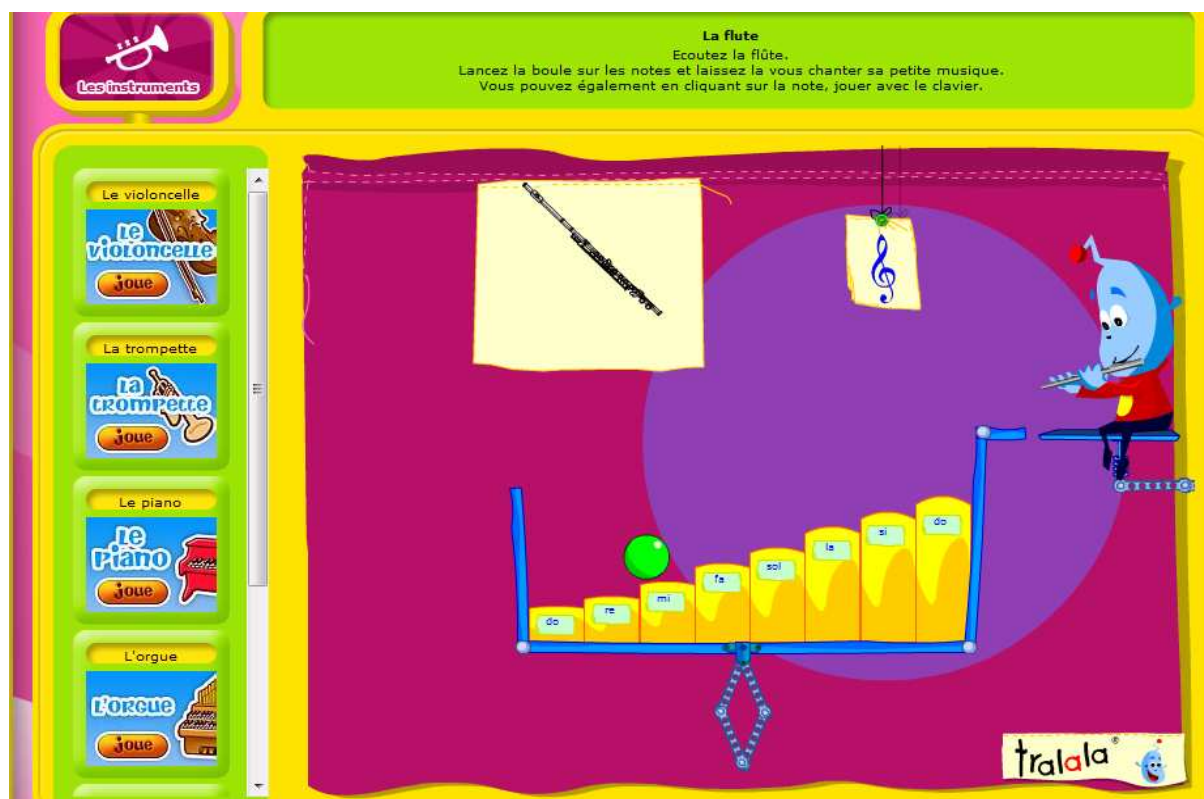
> [Plus de créations avec tes images](#)

> [Tout l'Atelier Créatif](#)

Imprimer Télécharger le coloriage PDF

Colorier les héros des dessins animés de la chaîne télévisée





### Jouer de la flûte

On peut noter que les activités proposées par le site Tiji sont très ludiques, notamment grâce à la présence des héros de dessins animés. Toutefois, elles permettent à l'enfant de développer des capacités musicales par exemple ou bien apprendre des notions sur l'alimentation.

Pour certaines activités, la participation du parent est indispensable comme par exemple, pour la l'activité cuisine. Jouer en apprenant est une des valeurs que Tiji souhaite véhiculer. De plus, par le biais d'activité conjointe parents-enfants, le site souhaite que l'enfant ne s'isole pas face à son ordinateur.

### **1.3 Dimension graphique & ergonomique**

Il est assez difficile de se repérer sur le site. En effet, beaucoup de rubriques sont présentes. Les activités sont multiples et elles sont très dispersées à travers l'écran. Comprendre où se situe pour un nouvel utilisateur est assez complexe et nécessite un certain degré d'expertise. Il faut un certain temps pour s'approprier tout ce qui est mis à la disposition du joueur. L'utilisateur nouveau peut avoir la sensation d'être perdu dans cet univers complexe.

Graphiquement, les interfaces de Tiji sont assez simples, des formes arrondies, et très colorées principalement du jaune, bleu et violet.

### ***1.4 Valeurs éthiques***

Les activités et jeux sur le site Tiji sont à caractère non violents. En effet, les utilisateurs naviguent dans un monde merveilleux, le monde de leurs héros de dessins animés. Les images et les textes ne sont pas violents.

De plus, on peut remarquer que les activités proposées permettent à l'enfant de se développer psychologiquement et acquérir de nouvelles compétences. Tiji est soucieux d'un bon avenir pour les utilisateurs.

Si les enfants ont des comportements inappropriés, utilisent ou diffusent des informations à caractère pornographique, etc... ils se verront bannis du site. Tous contenus illicites entraînent une suppression du compte.

De plus, nous pouvons noter qu'il existe une boutique en ligne. Autrement dit, l'enfant peut à tout moment acheter un produit. En effet, il est nécessaire d'avoir une carte bleue. Il arrive parfois par le manque de surveillance des parents que l'enfant aille chercher le porte monnaie de ses parents.

## **1.5 Sécurité des utilisateurs**

Voici ci-dessous les extraits sur la protection des utilisateurs.

**Des restrictions d'accès entre les mineurs et majeurs existent, bloquant techniquement la possibilité d'entrer en discussion. Il est également précisé que la fonction « webcam » sur le Service de Chat n'est pas un outil de captation vidéo, mais un simple outil de dialogue et d'échanges privés entre deux Utilisateurs.**

**CANAL J INTERNATIONAL SAS a la faculté de résilier immédiatement et de plein droit, sans aucun préavis l'Inscription d'un Utilisateur dont le comportement est manifestement illicite, et/ou de supprimer des Contenus manifestement illicites.**

**CANAL J INTERNATIONAL SAS se réserve par ailleurs le droit de ne pas mettre en ligne certains Contenus susceptibles d'être illicites, sous réserve d'en informer préalablement l'Utilisateur. Celui-ci bénéficiera alors d'un délai de 10 jours pour justifier de la licéité du Contenu qu'il souhaite publier.**

**Les mineurs sont admis à s'inscrire, à la condition expresse qu'ils aient préalablement obtenus de leurs parents (ou de la personne exerçant l'autorité parentale) l'autorisation de le faire et de fournir les informations et adresses électroniques auxquelles toute communication peut leur être transmise.**

**Il est rappelé aux parents et à toute personne exerçant l'autorité parentale, qu'il leur appartient, d'une part, de déterminer quels Services leur enfant mineur est autorisé à utiliser et, d'autre part, de surveiller l'utilisation que celui-ci fait de ces Services.**

On peut noter que la sécurité des enfants est primordiale. Le consentement des parents est demandé. Tiji met tout en œuvre pour que l'enfant ne soit pas exposé à des comportements dangereux.

## **1.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles**

Lors de l'inscription sur le compte, quelques informations sont demandées telles que le nom, prénom, le pseudo, la date de naissance et une adresse e-mail. Ces données feront l'objet d'un traitement dans les conditions conformément prévues par la loi du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. Tiji n'explique à aucun moment en quoi consiste cette loi.

Autrement dit, on ne sait ce que Tiji fait de nos données personnelles, étant donné qu'il faut une certaine expertise pour comprendre un texte de loi. De plus, lorsqu'on clique sur les publicités, on peut se demander si nos données fournies sur Tiji sont enregistrées ou non par l'entreprise émettrice de la publicité.

## 1.7 Dimension commerciale

Tiji est un site gratuit où les enfants peuvent jouer aux activités, sans avoir besoin d'acheter des pièces, de la monnaie.

Il existe de la publicité sur le site.



On constate qu'elle se situe en haut et au milieu de la page d'accueil. La publicité est présente dès que l'on clique pour faire une activité. On peut noter que trop de publicités sont présentes sur ce site. Le mot « publicité » est noté dessus pour que l'enfant ne confonde pas avec les activités du site.

De plus, une boutique en ligne est à la disposition des internautes. Par exemple, dans la rubrique « trucs à faire » où l'enfant peut du bricolage, une fenêtre s'ouvre pour acheter un produit correspond au thème. Voici la copie d'écran illustrant ces propos.



Lorsque l'on clique sur le produit pour l'acheter, nous sommes directement dirigés vers l'hyperlien du site, dans ce cas ci, c'est le site de la Fnac.

Cette boutique permet à Tiji de recevoir de l'argent puisqu'il place des produits d'enseignes de magasin.

### **1.8 Tiji vu par les utilisateurs**

« Un outil ludique pour les petits »  
« Pas de violence »

*Tiji est un site destiné aux enfants, petits comme grands. De ce fait, le site tient compte des données mises sur son site. D'ailleurs, il stipule bien que tout contenu illicite est interdit et que l'internaute peut se faire supprimer son profil ainsi que son contenu. Le site véhicule des valeurs de joie, gaieté à travers son contenu et la forme du site.*

*Sur ce site, une rubrique spécifique aux parents est à leur disposition. Ceux-ci peuvent dialoguer entre eux sur les problèmes qu'ils rencontrent avec leurs enfants. Par contre, un système est mis en place pour que les majeurs ne puissent discuter avec les mineurs sur le chat. La sécurité de l'enfant est primordiale pour le site.*

*On peut noter la présence de beaucoup de publicités sur le site, qui sont très contraignantes pour l'utilisateur, étant donné qu'elles s'ouvrent très facilement. Cela n'a pas toujours avoir avec le contenu, l'activité faite à ce moment précis. Il est même arrivé qu'une publicité à caractère pornographique se soit ouverte lorsqu'un enfant l'a ouverte. De plus, le site ne nous informe pas sur le fait de l'utilisation des données personnelles enregistrées. Autrement dit, on ne sait pas ce que Tiji fait de nos données ainsi que les marques sur le site lorsqu'on clique dessus.*

*Par contre, un site où l'enfant peut apprendre en s'amusant. En effet, il peut faire une recette de cuisine et en même temps le site donne des conseils pour une alimentation saine.*

*On peut noter que le site incite une consommation conjointe entre parents et enfants. On pourrait croire que l'enfant se referme avec un ordinateur et ici tout est mis en œuvre pour instaurer un dialogue entre parents et enfants, et pratiquer une activité conjointe.*

## 2. [http://www.hasbro.com/littlestpetshop/fr\\_FR](http://www.hasbro.com/littlestpetshop/fr_FR)



Petshop est un monde virtuel pour enfants. L'enfant évolue à travers différents paysages avec son compagnon préféré : le petshop. A l'achat d'une peluche petshop, l'enfant se voit remettre un code. Muni de ce dernier, l'enfant, avec l'aide de ses parents, peut s'inscrire sur le site et accéder au monde virtuel.

Lancés en 2005, les petshop ont rencontré un vif succès. 10 millions de petshop ont déjà été vendus en France, et plus de 60 millions dans le monde entier. Depuis ces chiffres, Hasbro a décidé de lancer les peluches Petshop VIPs afin de donner une seconde vie à ces petits animaux en plastique.

### ***2.1 Identification de l'éditeur***

Hasbro est l'éditeur du site petshop vips. Fin 2008 Hasbro France, est devenu le numéro 1 en France des fabricants de jeux et jouets. Hasbro est une société américaine spécialisée dans les jouets et les jeux qui a été créée en 1923 par les frères Henry et Helal Hassenfeld à Providence, Rhode Island. Hasbro est la contraction de Hassenfeld Brothers.

HASBRO  
Savoie Technolac  
73370 LE BOURGET DU LAC  
France  
**Téléphone** : +33 4 79 96 48 48  
**Fax** : +33 4 79 96 48 20

### ***2.2 Contenu et concept***

**Concept** : Un monde virtuel, à destination des 7-12 ans, dans lequel les enfants peuvent adopter des animaux en achetant les peluches petshop dans les points de vente. Sur le collier de chaque peluche, se trouve un code permettant à l'enfant d'adopter un nouvel animal. Plus l'enfant a de codes plus il peut adopter d'animaux. L'enfant pourra alors jouer avec son animal, le nourrir, l'habiller, décorer sa maison, etc...

**Contenu** : Voici quelques copies d'écran visant à expliquer le concept du site petshop :



**Le journal Petshop : l'enfant peut accéder au calendrier, meilleurs scores, news, etc...**



**Nourrir son Petshop : l'enfant peut nourrir son petshop lorsqu'il clique sur la gamelle**



**Jouer avec son Petshop : Exemple du jeu la chasse aux papillons**





Habiller son Petshop



Acheter des vêtements et accessoires pour son Petshop



Décorer son appartement

A travers 10 univers différents l'enfant pourra se divertir, jouer avec son petshop. 28 jeux sont à la disposition de l'enfant, ce qui évite l'ennui et les effets rébarbatifs. Il existe également 4 magasins différents : le SUPER marché, le grand magasin, la boutique pour animaux et la jardinerie. Il existe une monnaie virtuelle sur le site des Petshop. Les joueurs gagnent des Kibbles en jouant aux différents jeux. Grâce à leur cagnotte, ils peuvent acheter des objets pour leur maison, leur animal ou encore de la nourriture.

L'enfant est assez libre sur le site. Il peut naviguer relativement facilement, tout dépend de son âge. Il a accès à une carte lui montrant sa position dans l'univers. Une fois la peluche achetée il peut utiliser toutes les fonctions du site. Il n'a pas de contacts directs avec les autres joueurs, mais uniquement par le biais des meilleurs scores.

En tant qu'adulte la finalité de ce site est claire : se distraire tout en apprenant des concepts de base tels que les couleurs, la manipulation de l'outil informatique, l'aisance dans la navigation, prendre soin d'un animal. Le dialogue avec les parents est favorisé par ce type de site puisque les enfants demanderont régulièrement de l'aide auprès de leurs parents (inscription et jeux). Les parents sont également à la source du concept puisqu'ils sont les acheteurs des peluches quand bien même les enfants en seraient les prescripteurs.

### ***2.3 Dimension graphique & ergonomique***

Le site est très agréable à regarder, joli, avec des couleurs vives, des formes rondes très adaptées aux enfants et plus particulièrement aux petites filles. L'interface et la navigation sont très simples. Seule l'inscription nécessite l'aide des parents du fait de la longueur du code présent sur le collier de la peluche. Une aide peut également être sollicitée pour les premières navigations.

Il y a que très peu de texte, et en revanche beaucoup de pictogrammes qui facilitent la compréhension pour les plus jeunes qui ne savent peut-être pas encore lire. Les jeux, activités sont très bien expliquées.

### ***2.4 Valeurs éthiques***

Le site des Petshop est un site très clos, très fermé. En effet, il faut un code pour pouvoir s'inscrire et donc une peluche achetée au préalable. Par ailleurs, les enfants n'ont pas la possibilité

de communiquer entre eux et donc pas la possibilité d'utiliser des mots grossiers qui pourraient nuire à l'image du site.

Les jeux sur le site sont souvent fait avec l'aide des parents pour les plus jeunes c'est pourquoi on peut noter une certaine rigueur dans le contenu et la forme.

Les enfants peuvent apprendre une multitude de chose telles que la dextérité, la manipulation du clavier, les couleurs, compter, acquérir certains réflexe, savoir perdre et bien d'autres encore. Le site des Petshop a donc une vocation éducative. On pourrait même parler de site ludo-éducatif où l'enfant apprend en s'amusant et ce de manière inconsciente.

## ***2.5 Sécurité des utilisateurs***

Un guide<sup>2</sup> est disponible pour les parents visant à expliquer le concept du site. Il est dit aux parents que le site Petshop est une aire de jeux entièrement sécurisée pour les enfants. « Le nom de l'enfant ne sera jamais totalement affiché », seront indiqués à la place le nom de l'animal et les trois premières lettres du pseudonyme de l'enfant et ce uniquement pour afficher les meilleurs scores. Ceci montre la sécurité du site Internet Petshop. Les enfants qui tenteront d'utiliser un gros mot comme pseudonyme n'auront pas accès au site et devront choisir un autre pseudonyme. Les parents n'ont donc rien à craindre pour leurs enfants qui n'auront pas de contact avec le monde « extérieur ». Le contrôle est plus simple à mettre en place car les enfants ne sont pas en relation directe.

Il n'y a rien d'autre à ajouter puisque la stratégie de Hasbro de ne pas mettre les enfants en contact est le principe même de sécurisation du site.

## ***2.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles***

Pour s'inscrire sur le site Petshop il n'est pas nécessaire d'utiliser des informations personnelles réelles. A aucun moment on ne cherche à savoir le prénom de l'enfant, son adresse ou encore son âge. Pour s'inscrire il lui suffit d'entrer le code de la peluche et de choisir un pseudonyme. C'est pour cela qu'aucune rubrique concernant la confidentialité et la sécurité des données

---

<sup>2</sup> [http://www.hasbro.com/littlestpetshop/fr\\_FR/default.cfm?page=Entertainment/onlinegames/virtual-world/virtual-interactive-pets/parent](http://www.hasbro.com/littlestpetshop/fr_FR/default.cfm?page=Entertainment/onlinegames/virtual-world/virtual-interactive-pets/parent)

personnelles n'est présente sur le site mis à part l'affiche du pseudonyme lors du classement des jeux expliqué précédemment.

## ***2.7 Dimension commerciale***

Pour pouvoir jouer sur le site de petshop et s'y inscrire, il est nécessaire d'avoir un code peluche. Toute la stratégie de Hasbro réside en ce point. En effet, si un enfant achète la peluche, le site sera un « bonus » ou encore un élément déclencheur dans le processus de décision d'achat. Si l'enfant découvre le site par le biais d'un ami, il voudra acheter une peluche pour obtenir un code et ainsi pouvoir s'inscrire sur le site Internet.

De plus, Hasbro a joué la carte de la peluche à collectionner. En effet, il existe différents modèles qui peuvent être enregistrés sur le site simultanément. Cela permettra à l'enfant de s'occuper de plusieurs animaux, compagnons en même temps. Ces derniers pourront alors jouer ensemble, s'amuser, vivre en parfaite harmonie.

Nous avons été confrontées à une autre stratégie marketing durant notre analyse. Nous disposons par le biais d'un enfant d'un code Petshop nous permettant d'analyser, de tester le site. Ce code est arrivé à expiration courant mars. A aucun moment lors de nos visites préalables il a été stipulé que les codes avaient une date limite de péremption. Un message est alors apparu lorsque l'on a voulu se logger. Ce dernier nous indiquait qu'il fallait enregistrer un nouveau code avec le 1<sup>er</sup> juin 2009 pour ne pas perdre notre compte et nos points déjà acquis. Sur ce message, il y avait un lien « pour plus d'informations » sur lequel nous avons cliqué. Ici nous était enfin expliqué que chaque code avait une durée de vie de 1 an et qu'au bout de cette durée il fallait enregistrer un nouveau code, soit acheté une nouvelle peluche pour continuer de jouer. On peut appeler ça une très bonne stratégie marketing....L'enfant devient « accro » aux jeux et les parents n'ont pas d'autres solutions que d'acheter une nouvelle peluche. Le peluche est-elle alors achetée uniquement pour le code ?

*Le site des petshop est très agréable graphiquement, il est très bien conçu et le contenu présent sur le site est en parfaite adéquation avec la cible. On peut même se surprendre en tant qu'adulte à se prendre au jeu et ainsi apprécier certains jeux mis en ligne. Les enfants ont une très bonne perception du site. C'est une manière pour eux de se distraire tout en apprenant.*

*Le point fort de ce site est la sécurité des utilisateurs. En effet, l'enfant ne peut pas communiquer avec les autres joueurs. Il a uniquement connaissance de leur existence à travers les « meilleurs scores ». Même cet espace est sécurisé puisque jamais le nom de l'enfant n'apparaîtra. Les parents peuvent ainsi laisser leurs enfants naviguer en toute sécurité même si certains préfèrent se distraire en famille.*

*Aucune donnée personnelle n'est demandée lors du processus d'inscription. Ainsi, les enfants et leur famille ne se verront pas envahi de publicités intrusives sur leur boîte mail ou à leur adresse postale.*

*La stratégie de Hasbro est beaucoup plus fine. Son business model repose dans l'aspect collectionnable des produits. On permet aux enfants d'utiliser le site pendant un an. De ce fait ils vont prendre leurs repères, s'approprier les jeux, devenir forts et vont solliciter leurs parents lorsque ce code arrivera à expiration. Les parents et les enfants n'ont pas conscience de cela lorsqu'ils achètent le produit la première fois. Les parents sont généralement satisfaits lorsqu'un produit plaît à leur enfant et cela sans nuire à leur développement personnel et leurs apprentissages. On peut donc dire « bien joué » à Hasbro pour avoir su allier une stratégie marketing et avoir su rassurer et séduire les parents dans un même temps.*

### 3. <http://kids.dailymotion.com>



Dailymotion Kids est une plateforme indépendante sur laquelle les enfants peuvent regarder des dessins animés et séries en streaming. Il s'agit d'une déclinaison de la célèbre plateforme Dailymotion. Une seule chose diffère par rapport à Dailymotion, on ne peut pas déposer et partager des vidéos pour raison de sécurité. Il s'agirait plutôt ici d'une chaîne télé sur Internet. Dailymotion Kids s'adresse aux enfants de 3 à 6 ans et de 7 ans et plus.

Quelques exemples de dessins animés classiques présentés sur DM Kids: Scooby Doo, Popeye, Bugs Bunny, Tom & Jerry, Mimi Cracra, Les Malheurs de Sophie, Petit Ours Brun, Babar, 64 rue du Zoo, etc...

Lancée fin 2008, la plateforme espère fidéliser les enfants de moins de 12 ans qui constituent déjà 5% de l'audience de la plateforme Dailymotion Kids, soit 38 millions de visiteurs uniques en octobre 2008 (dont 10 millions en France).<sup>3</sup>

#### ***3.1 Identification de l'éditeur***

Dailymotion est l'éditeur du site [dailymotionkids](http://dailymotionkids.com). Possédant la deuxième place au niveau mondial des sites de sa catégorie, juste après l'américain YouTube<sup>4</sup>, le site web de Dailymotion compte environ 40 millions de pages vues par jour et plus de 3 millions de visiteurs uniques par jour en mai 2007. Près de 15 000 nouvelles vidéos sont importées par jour. On compte 7 millions d'internautes inscrits sur le site. Le directeur général Marc Zaleski prévoit que Dailymotion sera rentable avant 2009 et annonce un chiffre d'affaire de 10 millions d'euros pour 2008<sup>5</sup>.

#### **Editeur :**

DailyMotion  
49/51 rue Ganneron  
75018 Paris  
France

**Téléphone:** + 33 1 77 35 11 11

---

<sup>3</sup> <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39385588,00.htm>

<sup>4</sup> Dailymotion lève 25 millions d'euros supplémentaires, NetEco, 31 août 2007

<sup>5</sup> Sommet TMT: Dailymotion prévoit d'être rentable avant 2009, Le Point, 19 mai 2008

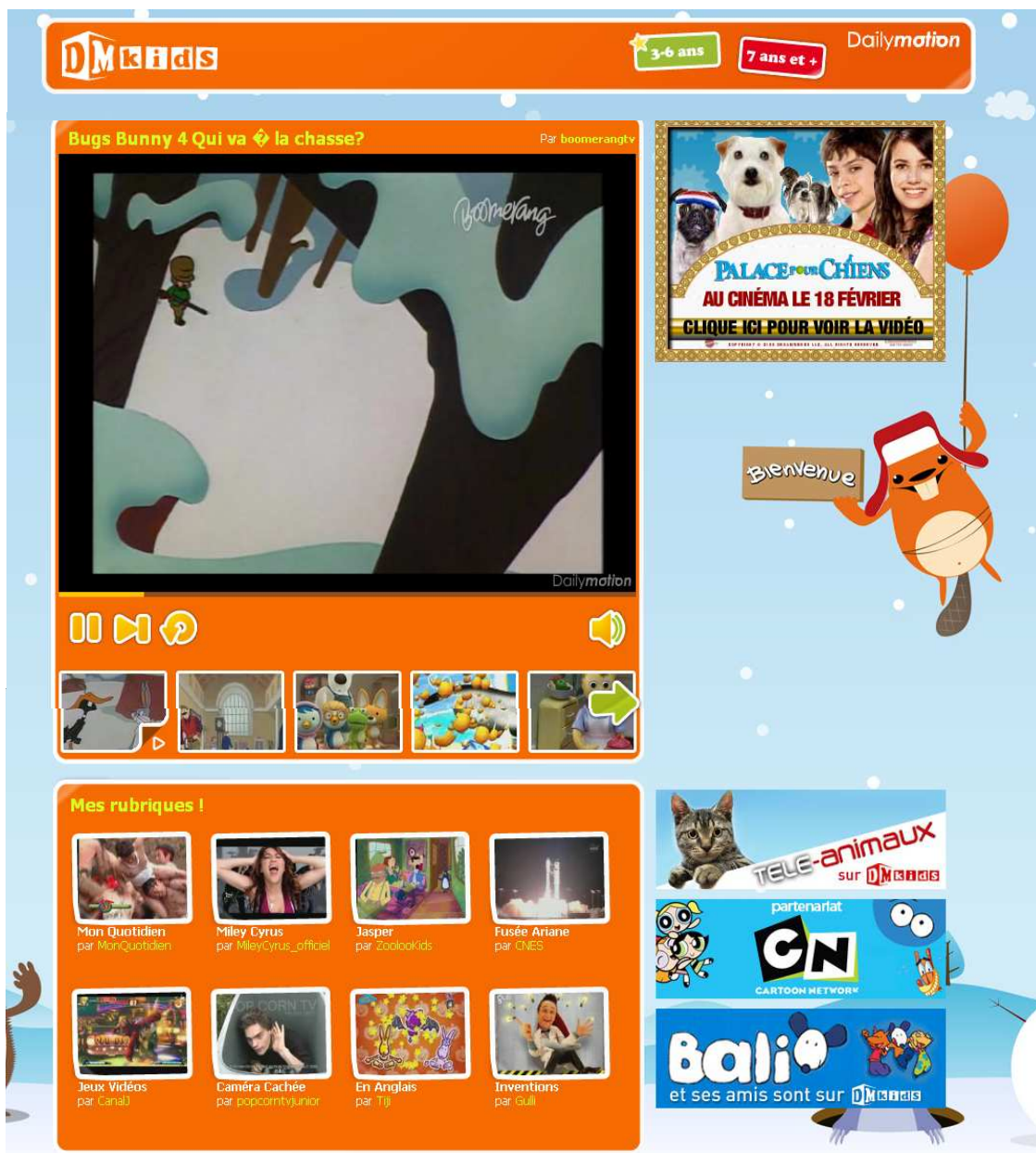
**Hébergeur:**

Dailymotion  
49/51 rue Ganneron  
75018 Paris  
France  
Téléphone : + 33 1 77 35 11 11

**3.2 Contenu & Concept**

**Concept :** Une plateforme mettant à disposition gratuitement des programmes pour enfants (dessins animés, séries télévisées, etc..). Les programmes sont diffusés en streaming à destination des enfants à partir de 3 ans.

**Contenu :** Voici quelques impressions écran pour expliquer l'architecture du site Dailymotionkids et ce que l'on peut y faire.



Voici la page principale du site Dailymotionkids. On peut noter la présence sur cette page de deux rubriques scindant le site en deux parties. L'enfant peut ainsi choisir quels types de programme il veut regarder.



Ensuite, l'enfant peut choisir sa vidéo à partir de « Mes rubriques » où les programmes sont classés en fonction de thèmes, principalement. Dans chacun de ces thèmes, sont présentes plusieurs vidéos. L'enfant est assez libre dans sa navigation. L'ergonomie du site permet une navigation facile et rapide.

En tant qu'adulte la finalité de ce site est claire : Permettre aux enfants de regarder des vidéos, leurs programmes préférés sur du matériel qui fait partie de leur vie quotidienne (ordinateur) et ce en toute sécurité. En effet, aucun partage, échange, dépôt de vidéos n'est possible actuellement.

Aucun guide n'est disponible pour les parents visant à expliquer le concept du site. Il aurait pu être judicieux d'expliquer aux parents l'aspect « sécurité » du site. En effet, les parents utilisent peut-être le site Dailymotion et seront donc réticents à la déclinaison Dailymotionkids sachant qu'elles sont les pratiques sur le site initial. Dailymotionkids revendique cette sécurité dans les revues de presse, articles publiés sur Internet mais oublie d'en informer les parents directement sur son site. Tous ne lisent pas les documents mis à disposition sur la toile.

### **3.3 Dimension graphique & ergonomique**

Le site Internet est agréable à regarder, les couleurs sont assez vives ce qui est relativement important si on s'adresse aux enfants. On notera également des formes rondes, des personnages rigolos.





L'interface et la navigation sont simples, peu de texte, les boutons du lecteur sont simplifiés :



### ***3.4 Valeurs éthiques***

A travers la plateforme Dailymotionkids, les parents et enfants vont être sensibilisés au téléchargement illégal. Ils pourront sur ce site regarder des vidéos en toute légalité et sans encourir de risques au niveau de la justice.

De plus, il faut noter une certaine diversité culturelle, du fait de la diversité des programmes proposés. Intrinsèquement, chaque programme va également véhiculer des valeurs fortes. Par exemple dans certains animés, on trouvera les notions de solidarité, d'honnêteté, et bien d'autres encore.

Il y a également la possibilité sur ce site de signaler tout abus. Cet espace se trouve tout en bas de la page, en tout petit et n'est pas très mis en évidence, mais il existe. En cliquant sur ce lien, on trouvera quelle est la procédure à envisager pour dénoncer un contenu. Un texte relativement lourd à lire, et pas du tout adapté aux enfants. Les parents pourront donc envoyer un courrier pur dénoncer le contenu. Notons la lenteur de la procédure.

### ***3.5 Sécurité des utilisateurs***

A priori, le site Dailymotionkids semble être sécurisé par rapport à son grand frère Dailymotion. C'est d'ailleurs pour rassurer les parents que ce dernier a été mis en place. En effet, il n'y a aucun partage, échange ou dépôt de contenu possible. Les enfants peuvent seulement consulter ce qui est mis en ligne par l'éditeur.

Les contacts entre les différents utilisateurs ne sont pas possible. Il n'y a pas d'interface, de chat ou autre outil quel qu'il soit.

A noter qu'il est stipulé dans les conditions d'utilisation la possibilité de s'inscrire, de se créer un compte. Cette fonctionnalité n'est pas présente à l'heure actuelle, peut-être est-ce un projet ? Est

stipulée également la possibilité de se créer un genre de playlist. Fonctionnalité non présente aujourd'hui.

## 9 Preuve, Conservation et Archivage

Les registres informatisés conservés dans nos systèmes dans le respect des règles de l'art en matière de sécurité, seront considérés comme preuves des communications de courriers électroniques, envois de formulaire d'inscription, téléchargements de vidéos et postages de commentaires. L'archivage des formulaires d'inscription est effectué sur un support de nature à assurer le caractère fidèle et durable requis par les dispositions légales en vigueur. Il est convenu qu'en cas de divergence entre nos registres informatisés et les documents au format papier ou électronique dont vous disposez, nos registres informatisés feront foi.

### ***3.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles***

Même si la possibilité de s'inscrire sur le site et donc d'entrer des données personnelles n'est actuellement pas mise en place, nous allons regarder ce qui est dit à ce sujet dans la charte d'utilisation pour une éventuelle utilisation future.

Ce que dit la charte reste assez flou. Les données personnelles sont modifiables à tout moment par l'utilisateur qui se doit d'être le plus honnête possible. Toutefois, rien ne parle de l'utilisation que peut faire Dailymotion de ces informations. A aucun moment le problème n'est soulevé dans la charte d'utilisation.

En ce qui concerne les informations relatives à la navigation, à l'activité de l'utilisateur sur ce site, Dailymotion précise quelques points. La charte parle de stockage mais n'aborde pas la durée. Il est également précisé que les informations peuvent être utilisées comme des preuves :

### ***3.7 Dimension commerciale***

Dailymotionkids est un site gratuit pour l'utilisateur. A l'avenir peut-être deviendra-t-il payant comme certains sites de streaming.

Dailymotion doit donc se rémunérer d'une manière ou d'une autre. A l'heure actuelle on note la présence de publicités sur le site. Voici quelques exemples :



Il s'agit ici d'un espace publicitaire dynamique → vidéo

Selon Neteco, les revenus publicitaires générés par DM Kids seront partagés sur une base de 50/50 entre Dailymotion et les fournisseurs de programmes.<sup>6</sup>

En proposant des programmes intégraux, Dailymotion va au delà de l'offre actuelle des sites pour enfants édités par TF1 (Tfou), M6 (M6Kid) ou les chaînes publiques (TooWam) et vient concurrencer les chaînes pour enfants spécialisées accessibles sur le bouquet CanalSat, dont les principales sont présentes sur DM Kids.

<sup>6</sup> <http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39385588,00.htm>

*Dailymotion kids est une plateforme permettant aux enfants de regarder leurs programmes préférés. Les fonctionnalités sont encore limitées puisque Dailymotion Kids a été créée il y a seulement quelques mois.*

*Ce qui peut être apprécié dans ce site c'est la volonté de Dailymotion de réorienter les jeunes internautes vers une plateforme qui leur est totalement dédiée et non plus sur la plateforme Dailymotion classique où il est possible de trouver tout et n'importe quoi.*

*Pour le moment il n'est pas possible de poster du contenu ce qui permet une sécurisation maximale de la plateforme. Le business model de Dailymotion kids repose probablement sur les espaces publicitaires présents sur le site. Pour l'instant l'accès est gratuit, à voir si des changements s'opèrent dans quelques temps.*

*En ce qui concerne la sécurité et la confidentialité des données personnelles il n'y a que très peu d'informations à ce sujet. Quand il y en a, on ne sait pas trop ce que Dailymotion compte faire de nos données. Tout ceci est à l'image du site : « en construction ». Pour l'instant aucune donnée personnelle n'a été recueillie puisqu'il n'est pas possible de s'inscrire sur le site.*

*Ce site est très bien agencé, très joli graphiquement et il est assez simple d'utilisation. Les enfants vont facilement se repérer grâce aux deux tranches d'âge. Une étude serait à refaire dans les prochains mois pour suivre l'évolution de Dailymotion kids.*

## 4. <http://fr.barbie.com>



Barbie.com est un site communautaire destiné aux filles. Il a été créé en 2007 par Mattel. Il est attrayant, ludique et épanouissement à travers une variété d'activité allant de l'art en ligne aux jeux interactifs. Barbie.com permet à ses membres de se construire un avatar, de voir des vidéos Barbie, d'acheter des goodies avec de la monnaie virtuelle, de chatter et de jouer à des jeux. Le site est disponible en 11 langues différentes. Aux Etats-Unis, en 2007, c'est 4 millions d'utilisatrices.

### ***4.1 Identification de l'éditeur***

Mattel 333 Continental Boulevard  
El Segundo, California 90245-5012, États-Unis

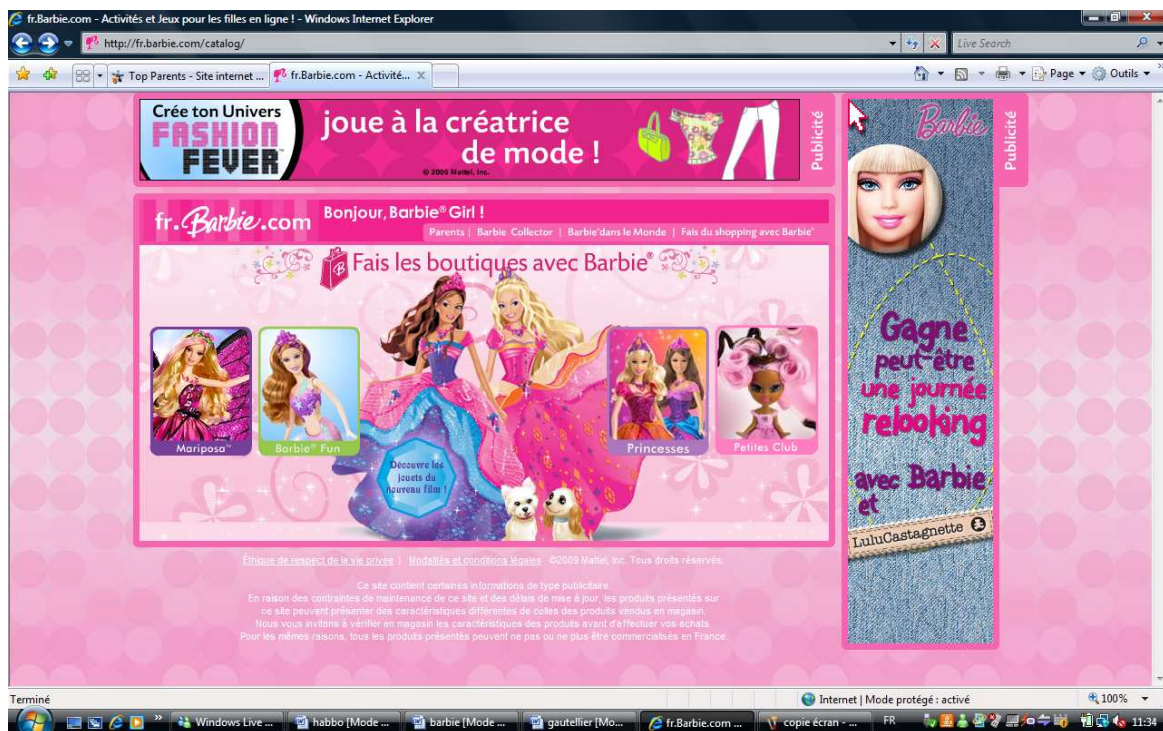
### ***4.2 Contenu & Concept***

**Concept :** une communauté virtuelle dans laquelle les filles peuvent créer leur propre identité virtuelle quasiment à l'infini (création d'un personnage et d'une chambre). Une individualisation où n'importe quelle modification est possible instantanément et à tout moment. Les joueuses peuvent chatter, jouer à des jeux.

**Contenu :** voici quelques impressions écran pour expliquer ce qu'il est possible de faire sur Barbie.com.



## Relooker Ken



## Faire du shopping



## Personnaliser le site Internet Barbie.com



## Décorer les pièces de la maison

De plus, il est possible de regarder la bande annonce du film, de gagner des lots en jouant (jeu de mémoire, coloriage, lire une histoire), de faire Barbie.com une page d'accueil.

Les parents sont vivement invités à participer aux activités de leur enfant. Beaucoup d'autonomie est laissé à l'enfant (très libre dans les jeux de création).

### ***4.3 Dimension graphique & ergonomique***

Il est très facile de se repérer sur Barbie.com puisque les rubriques sont toutes sur la page d'accueil. Le langage et le contenu sont adaptés à l'enfant (vocabulaire et activités simples). Il n'y a pas besoin de connaître les pratiques des communautés virtuelles pour jouer à celle-ci.

Graphiquement, les interfaces de Barbie.com sont simples (peu de rubriques), des formes arrondies, et très colorées (prédominance du rose). Les couleurs sont pastelées. C'est un site où la qualité graphique est recherchée (riche en décors).

### ***4.4 Valeurs éthiques***

Dans la rubrique « shopping en ligne », on peut noter qu'il est possible de sélectionner des Barbie d'une couleur de peau noire. Ceci montre que les différentes ethnies sont représentées (pas de racisme).

On peut noter la présence d'espaces culturels tels qu'un centre commercial, un T.V studio.

Les activités et jeux sur le site Barbie sont à caractère non violents. En effet, les utilisatrices naviguent dans un monde merveilleux, un monde de rêve. Les images, les textes ne sont pas violents. De plus, les activités proposées incitent les filles à découvrir l'art par exemple en invitant les parents à proposer à leurs enfants par exemple d'aller voir un ballet, un concert, un spectacle... Ces activités permettent d'acquérir une culture générale enrichissante. Ce n'est pas un site où l'enfant apprend à tuer des personnages par exemple. Mattel est soucieux d'un bon avenir pour les utilisatrices.



## 4.5 Sécurité des utilisateurs

Il est possible de faire du shopping, mais cette activité est seulement virtuelle, puisque les petites filles ne peuvent pas acheter les produits (seulement imprimer la liste pour le montrer à ses parents). Il faut être âgé au minimum de 18 ans pour faire des achats sur le site.

De plus, il est possible de chatter avec ses amis. Le site annonce qu'il ne faut pas utiliser un vocabulaire « méchant » sinon la personne peut être temporairement exclue du site. Lorsqu'on s'inscrit pour chatter, l'e-mail des parents est demandé pour que ceux-ci acceptent ou non l'autorisation à leurs enfants de chatter ou non. Ensuite, sur le chat, des phrases toutes seules sont déjà faites pour éviter que n'importe quoi soit dit. Voici la copie d'écran illustrant ceci.



## **4.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles**

Voici ce qui est annoncé dans la clause du respect de la vie privée par le site Internet Barbie.

### **Politique de respect de la vie privée en ligne**

Mise à jour de juin 2008

L'utilisation de ce site signifie que vous en approuvez les conditions générales.

Mattel Inc, et sa famille de sociétés (« Mattel ») s'engagent à protéger votre vie privée en ligne lorsque vous visitez un site Internet exploité par la société Mattel. Nous enregistrons uniquement les informations que vous ou votre enfant âgé de 13 ans ou plus nous fournissez de votre plein gré. Nous ne demandons et ne conservons aucun renseignement personnel en ligne sur les enfants de moins de 13 ans sans l'accord d'un parent ou d'un tuteur légal, à l'exception des quelques circonstances autorisées par la loi et décrites dans ces informations. Veuillez lire attentivement les informations ci-dessous afin de vous familiariser avec les termes de notre politique de respect de la vie privée sur Internet. Vous pourrez ensuite profiter pleinement, avec votre famille, de toutes les activités ludiques que nous proposons sur nos sites. Veuillez noter que ce site et les serveurs qui permettent son utilisation sont basés aux États-Unis. En utilisant ce site, vous acceptez qu'il transfère, collecte, traite et utilise des données.

Par contre, on peut remarquer que Mattel sans le consentement des parents utilise des données des enfants de moins de 13 ans dans quelques cas particuliers tels que l'adresse électronique pour répondre à leurs demandes et le site efface immédiatement après l'envoi de la réponse. Mais aussi, l'adresse électronique des parents lorsque l'enfant participe à un jeu concours.

De plus, on peut remarquer que le site invite les parents à discuter avec leurs enfants pour leur discuter sur la protection des données personnelles. En effet, les parents doivent apprendre à leurs enfants à ne jamais communiquer des données personnelles sur ce site et également sur les autres sites sans au préalable demander la permission aux parents.

Le site enregistre seulement les informations données de plein gré, par exemple, lorsqu'on signe le livre d'or ou que l'on participe à un concours... Les informations demandées sont le nom, le prénom, l'adresse, le numéro de téléphone et l'adresse électronique.

Voici les différents usages que Mattel peut faire des données transmises.

#### 4. Que fait Mattel avec les informations qu'elle recueille ?

Les informations personnelles recueillies auprès de vous, de votre enfant de 13 ans ou plus ou de votre enfant de moins de 13 ans (avec votre consentement) sont réservées à l'utilisation décrite lors de la demande d'informations. Par exemple, si vous vous inscrivez à un concours ou si vous achetez un produit, nous utilisons les renseignements fournis lors de l'inscription pour informer les lauréats du concours ou traiter votre commande. Occasionnellement, et uniquement si vous nous y avez autorisés lors de la demande d'informations, nous pouvons vous adresser, adresser à votre enfant de 13 ans ou plus ou à votre enfant de moins de 13 ans (avec votre consentement), une lettre ou un courrier électronique pour vous informer sur les nouveaux produits Mattel, les mises à jour de sites Web et les offres promotionnelles. Avec votre consentement, nous pouvons également transmettre ces informations à d'autres marques de Mattel, ainsi qu'à d'autres sociétés affiliées afin qu'elles puissent vous présenter, ainsi qu'à votre famille, les produits qui pourraient vous intéresser. Vous pouvez décider à tout moment de ne plus recevoir de publicité sur les produits et mises à jour de Mattel ou des sociétés affiliées ; il suffit de nous contacter à l'adresse [service@mattel.com](mailto:service@mattel.com). Vous trouverez également sur toutes nos lettres et sur tous nos courriers électroniques une option vous permettant de demander à ne plus recevoir ce type d'information à l'avenir.

Mattel respecte la confidentialité des données personnelles en demandant le consentement au préalable à l'utilisateur pour transmettre les informations. Par contre, cet accord n'est pas demandé lorsque Mattel utilise les données pour son propre site.

#### 4.7 Dimension commerciale

Barbie.com est un jeu gratuit mais il est possible de gagner des B dollars. Ces derniers sont de l'argent virtuel permettant de les dépenser au centre commercial pour acheter des vêtements, des meubles. Pour les gagner, il suffit de participer à des jeux, regarder des films comme au cinéma, créer un personnage et quelques B dollars sont donnés à l'inscription.

Il existe de la publicité sur le site.



On constate que la publicité se situe en haut et à droite de la page. Dans cet exemple, il est possible de gagner un relooking Lulu Castagnette grâce à Barbie. De plus, le mot « publicité » est écrit et mis en évidence sur la publicité. La même publicité est présente tout au long des activités sauf lorsqu'on dans Barbie girl où il y a le chat.

#### ***4.8 Barbie vu par les utilisateurs***

« Barbie m'a permis de trouver ma propre place »

« Barbie m'a permis d'avoir mon propre espace personnel »

*Barbie.com est un site communautaire à destination des filles. Il propose à ces dernières des activités notamment créatives. De plus, la particularité de ce site est le fait qu'il mêle les parents et les enfants. En effet, le site incite les parents à jouer avec leurs enfants mais aussi il propose aux parents des activités artistiques dans la vie réelle. On peut noter que l'enfant n'est pas laissé seul face à l'écran d'ordinateur, c'est une consommation conjointe entre parents-enfants.*

*On peut noter que le respect aux données personnelles et la sécurité des données est un aspect primordial pour Mattel. Autrement dit, l'enfant est obligé d'avoir la confirmation par mail de ses parents pour qu'il puisse par exemple chatter avec ses amis. D'ailleurs, à chaque fois que l'enfant chat, un message au préalable lui prévient de ne pas divulguer d'informations personnelles à son sujet.*

*On peut remarquer que la présence de la publicité n'est pas intrusive étant donné qu'une seule marque de publicité est présente sur le site, ciblée pour les filles (en ce moment Lulu Castagnette).*

*Mattel à travers son site ne véhicule pas de violence, seulement des valeurs d'amour, d'amitié...*

*Nous pouvons affirmer que le site respecte à travers son contenu la cible visée c'est-à-dire les petites filles. Par contre, on peut se poser la question de savoir si ces filles ne vont pas avoir des problèmes dans la vie réelle. En effet, sur le site, elles peuvent acheter des vêtements comme elle souhaite et peut être qu'elles voudront faire la même chose mais que leurs parents leurs diront non par manque d'argent. On peut se demander si elles sauront faire la part entre la fiction et la réalité.*

## 5. <http://www.habbo.fr>



Habbo est un MMOG<sup>7</sup>, jeu en ligne massivement multi-joueurs, soit encore une communauté virtuelle. Habbo a été créé en 2000 par Sampo Karjalainen et Aapo Kyrölä pour promouvoir un groupe de rock. Le géant télécom finlandais Elisa Oyj a ensuite racheté le projet et le service a été lancé en Finlande en 2000 puis au Royaume-Uni en 2001. Depuis cette date, Habbo n'a cessé de se développer pour arriver en France en novembre 2004.

Habbo c'était déjà 100 millions d'inscrits dans le monde en 2008. 70% des utilisateurs sont des ados âgés de 13 à 16 ans.<sup>8</sup> En France, Habbo a franchi le cap des 7 millions d'utilisateurs en 2008.<sup>9</sup> Toutefois, il faut faire la part des choses entre compte créés et comptes actifs.

### ***5.1 Identification de l'éditeur***

« **Sulake Corporation Oy, HABBO** est une marque déposée de **Sulake Corporation Oy** dans l'Union Européenne, les Etats-Unis, le Japon, la république populaire de Chine et autres juridictions. »<sup>10</sup>

« Sulake is an online entertainment company focused on virtual worlds and social networking. Our main product is HABBO, one of the world's fastest growing virtual worlds and online communities for teenagers. »<sup>11</sup>

#### **Editeur du site internet Habbo.fr**

Sulake France  
EURL au capital de 5.000 euros  
RCS : 478 259 211 RCS NANTERRE  
Siège social : 10-14 rue du Sergent Bobillot  
92400 Courbevoie  
Téléphone : 01.49.97.04.80  
Directeur de la publication : Isabelle Layer

#### **Hébergeur**

Interoute Deutschland  
Albert-Einstein-Ring 5  
14532 Kleinmachnow  
info@interoute.de  
<http://www.interoute.de>

<sup>7</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/Habbo\\_Hotel](http://fr.wikipedia.org/wiki/Habbo_Hotel)

<sup>8</sup> <http://www.mondespersistants.com/news/business-100-Millions-de-comptes-Habbo:10990/>

<sup>9</sup> <http://www.neteco.com/247012-monde-virtuel-social-reseau-habbo.html>

<sup>10</sup> <https://www.habbo.fr/register> (bas de page)

<sup>11</sup> <http://www.sulake.com/>

## 5.2 Contenu & Concept

**Concept :** Une communauté virtuelle dans laquelle les joueurs peuvent discuter, se rendre visite, visiter leurs appartements, acheter des objets pour meubler leurs appartements, habiller leurs avatars ou encore faire des échanges d'objets.

**Contenu :** Voici quelques impressions écran pour expliquer ce qu'il est possible de faire sur Habbo.



Visite d'un appartement



Rubrique événements avec notamment les jeux organisés par les autres utilisateurs



**L'exemple du jeu du frigo**



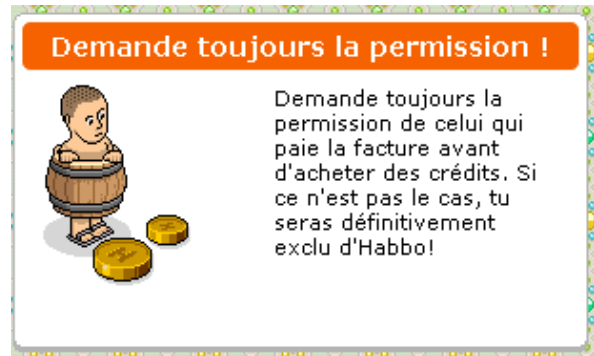
**L'exemple du jeu des chaises musicales**

Un chat est également présent pour permettre aux différents joueurs de communiquer. Il s'agit d'un chat de « groupe » où toutes les personnes présentes dans la pièce peuvent discuter entre elles mais également d'un chat « privé » où l'on peut discuter avec ses amis en tête à tête.

En tant qu'adultes les finalités de ce site Internet restent quelque peu confuses. La présence et la fonction du chat est relativement explicite par ailleurs les différentes actions possibles restent floues (jeux, évènements, etc...).



L'enfant est relativement libre sur le site. Il peut aller et venir dans différents appartements comme bon lui semble. C'est un monde d'ados, à aucun moment les parents ne sont conviés sauf éventuellement pour acheter des crédits. D'ailleurs, dans la rubrique « achat de crédits », seule une petite fenêtre stipule à l'enfant qu'il doit demander la permission à celui qui paie la facture.



Un guide des parents est disponible mais en tout petit en bas de la page d'accueil du site Habbo et ce sur un arrière plan qui cache la visibilité du texte...Nous savons tous que placer une rubrique en bas de page avec les mentions légales n'est pas propice à la lecture. Ainsi les parents n'ont pas accès directement au document. Habbo aurait-il des choses à cacher ou à se reprocher vis-à-vis des parents ?

Aucun outil n'est mis à disposition des familles pour dialoguer, pour favoriser la discussion entre ses membres. Habbo se présente vraiment comme étant le refuge des enfants.

### ***5.3 Dimension graphique & ergonomique***

Il est assez difficile de se repérer dans cet environnement où les rubriques et fonctionnalités sont multiples et surtout dispersées à travers l'écran. Comprendre le principe de Habbo pour un nouvel utilisateur est assez complexe et nécessite un certain degré d'expertise et/ou l'aide de joueurs plus anciens. Il faut un certain temps pour s'approprier tout ce qui est mis à la disposition du joueur. L'utilisateur nouveau peut avoir la sensation d'être perdu dans cet univers complexe.

Graphiquement, les interfaces de Habbo sont assez simples, des formes carrées, et colorées. Ce n'est pas un site d'une grande qualité graphique.

### ***5.4 Valeurs éthiques***

Dans un premier temps, il faut noter la possibilité de choisir la couleur de peau des avatars. Cette fonctionnalité peut être source de lutte contre le racisme. Ensuite, à l'intérieur du jeu, des modérateurs sont là pour contrôler les propos de chacun.

Des HabboGuides sont là pour aider les nouveaux joueurs ou les joueurs en difficulté. Cette fonctionnalité met en avant des principes de solidarité que les enfants intègrent sans même s'en rendre compte.

Si les enfants ont des comportements inappropriés, utilisent ou diffusent des informations à caractère pornographique, etc... ils se verront bannis du site. Ainsi l'adresse IP de l'ordinateur connecté au site Habbo, durant l'infraction commise, sera bloquée. L'accès à Habbo ne pourra donc plus se faire.

Des espaces culturels sont mis à disposition des avatars dans le jeu. On note ainsi la présence d'une Habbobibliothèque, de salles de spectacles, d'un studio TV, de pubs, de salons, etc...

Le site Habbo répond parfaitement au droit et à la liberté d'expression puisque les enfants sont libres de leurs paroles tant qu'elles ne sont pas déplacées ou qu'elles ne portent pas atteinte aux autres utilisateurs.

## **5.5 Sécurité des utilisateurs**

En ayant passé quelques heures sur le site Habbo, nous nous sommes aperçus qu'il existait des modérateurs automatiques sur le chat. En effet, un système de cryptage est mis en place. Ainsi les mots grossiers sont remplacés par le mot « Bobba ». Il en est de même lorsque l'on essaie de donner son adresse mail. Toutefois, les ados feignent et dispersent leurs mots : une lettre par ligne pour que ce dernier ne soit pas crypté. De nouveaux mots sont également inventés tels que « Gros Noob » pour dire « Gros Nul ». De plus, ils font volontairement des fautes d'orthographe pour que les mots ne soient pas cryptés.

Du côté des parents, une rubrique « sécurité » est mise en avant dans le guide des parents ayant pour objectif de les rassurer :

### **Mes enfants sont-ils en sécurité dans l'Hotel ?**

Habbo est régi 24h/24, 7jours/7, par des modérateurs professionnels. Les membres du personnel ont tous été soumis à une enquête de moralité. Ils justifient tous d'une expérience significative en matière d'animation de communautés Internet.

A l'intérieur de l'hôtel, toute conversation passe par un filtre de langage avant d'apparaître à l'écran. Ce filtre exclut tout propos injurieux, raciste et sexuel. Ce filtre s'applique aux noms d'Habbos et à leurs missions ainsi qu'aux noms d'appartements et à leurs descriptions. Chaque jour, ce filtre est réactualisé. Il répertorie plusieurs centaines de mots et de termes indésirables.

En complément à toutes ces actions, nous nous efforçons d'éduquer nos utilisateurs sur la meilleure façon de se comporter pour surfer en toute sécurité dans l'hôtel et sur Internet. Ces informations sont aisément accessibles à la rubrique [Sécurité](#). Enfin, nous diffusons régulièrement des conseils de sécurité à l'intérieur du jeu.

Dans l'exemple noté ci-dessus, on voit que les grossièretés ne sont pas toujours cryptées par le système de modération... Il existe un énorme décalage entre ce qui est annoncé aux parents et ce que font réellement les enfants.



A noter qu'il n'est pas possible pour les joueurs de dénoncer un comportement inapproprié de la part d'autres joueurs.

## ***5.6 Confidentialité et sécurisation des données personnelles***

Voici ce qui est annoncé dans le guide parents concernant la protection des coordonnées et plus largement des données personnelles des enfants et adolescents :

**Les coordonnées de mon enfant sont elles protégées à Habbo Hotel ?**  
Nous appliquons une **CHARTRE DE PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES** très stricte : nous ne communiquerons les coordonnées de votre enfant ni à ses camarades Habbo ni à aucune entreprise autre que Sulake. Sachez aussi que les membres du personnel de Sulake ont tous été soumis à une enquête de moralité pour pouvoir travailler au contact d'enfants et d'adolescents.

Lorsque nous nous rendus sur la charte de protection des données personnelles<sup>12</sup>, le discours change légèrement. Les données personnelles sont, selon cette charte, le nom, l'adresse postale, l'adresse email, les noms d'utilisateurs et mots de passe, l'âge, la date de naissance, les numéros de téléphone, un numéro et une date d'expiration correspondant à une carte de bancaire. Ensuite les

<sup>12</sup> <http://www.habbo.fr/papers/privacy>

pistes sont brouillées. On nous dit d'un côté que les données ne seront pas communiquées à des tiers sauf :

- Aux sociétés du groupe Sulake
- Partenaires commerciaux
- Etablissement bancaire de Habbo
- Sous-traitants de Habbo
- Acquéreurs éventuels de l'entreprise
- Fournisseurs de biens ou prestataires de services
- Bureaux de crédits et agences de reporting
- Réquisitions judiciaire, policières ou administratives
- Aux représentants légaux

Les exceptions sont toute de même relativement nombreuses. Après la lecture de la charte de protection des données personnelles, nous sommes dans le flou total de ce qu'il advient des données personnelles. Une chose est sûre, elles ne sont pas exclusives au site Habbo.

Quant aux finalités, elles sont diverses et variées. Cela passe par la gestion du compte des utilisateurs, l'envoi de newsletter ou encore conserver les données à titre de référence.

Les informations communiquées dans le chat et les forums sont publiques dès leur publication.

### **5.7 Dimension commerciale**

Habbo est un jeu gratuit mais équiper son appartement avec du mobilier est payant. Il y a également la possibilité d'adhérer au club Habbo. La monnaie utilisée est le « Crédit Habbo ». Son prix moyen est de 17 centimes d'euros. Cela varie en fonction du mode de paiement. Voici ce qui est proposé actuellement sur le site.<sup>13</sup>

<b>Audiotel</b>	<b>Internet plus</b>	<b>SMS</b>	<b>CB</b>	<b>Ticket surf</b>	<b>Facture France Télécom</b>
<b>1,35 €</b> l'appel + <b>0,34 €</b> par minute = 9 crédits	<b>1 €</b> = 5 Crédits <b>5 €</b> = 28 Crédits <b>10 €</b> = 60 Crédits <b>15 €</b> = 95 Crédits <b>30 €</b> = 200 Crédits	<b>1 €</b> + le prix d'un SMS = 5 crédits	<b>10 €</b> = 60 crédits <b>20 €</b> = 122 crédits <b>30 €</b> = 185 crédits <b>40 €</b> = 250 crédits <b>50 €</b> = 315 crédits	A partir de <b>1 €</b> pour 5 Crédits	<b>1 €</b> = 5 credits <b>5 €</b> = 28 credits <b>10 €</b> = 60 crédits <b>15 €</b> = 95 crédits <b>30 €</b> = 200 crédits

<sup>13</sup> <http://www.habbo.fr/credits> (10 février 2009)

En moyenne, les utilisateurs de Habbo dépensent 10 € par mois en crédits. Grâce à ces derniers ils vont pouvoir acheter des meubles et ainsi décorer leur(s) appartement(s). Il n'est pas du tout possible de gagner des crédits Habbo. La seule façon d'en obtenir c'est d'en acheter. L'incitation à l'achat de crédits sur le site de Habbo est très implicite. Peu de publicités relatives à cela sont mises en place mais pour avoir un bel appartement il faut des crédits. C'est un cercle vicieux.

Il existe également des pixels qui sont distribués en fonction du temps passé sur le site. Avec les pixels, une rubrique spéciale existe dans le catalogue pour acheter ou louer des objets, accessoires.

En ce qui concerne les publicités elles sont peu nombreuses sur le site de Habbo. Sur la page d'accueil on note deux espaces publicitaires uniquement qui sont quelque peu mêlés aux autres informations. Une publicité pour des jeux en ligne, et une autre pour un film diffusé au cinéma. Rien de bien méchant. Au niveau de la zone « virtuelle », de chat, il n'y a aucune publicité. C'est dans cette zone où les joueurs passent le plus de temps. On notera uniquement des publicités sur les écrans de chargement lorsque les joueurs changent de pièce. Il s'agit de publicités pour Habbo, notamment pour promouvoir le Habbo Club.

### ***5.8 HABBO vu par les utilisateurs***

« Ca devient de la dépendance »

« On ne fait rien à part chater »

« C'est de l'arnaque »

« C'est pour les gamins de 12 ans et ils parlent que de cul, c'est lourd ! » (romainsexy 18 ans)

*Habbo.fr est un site communautaire à destination des ados âgés entre 10 et 15 ans. On peut être très critique sur le fond de ce site. En effet, il n'y a concrètement pas grand-chose à faire sur Habbo. Les utilisateurs le reconnaissent eux-mêmes. Toutefois ils aiment y passer du temps. Il s'agit en quelque sort d'un chat amélioré car il possède des éléments visuels tels que les avatars et les appartements. C'est surtout un moyen de rentabiliser le site pour les créateurs. En effet, le business model de Habbo repose en grande partie sur l'achat de crédits pour « améliorer » son appartement et son avatar. Si on ne paie pas les fonctionnalités sont limitées.*

*L'enfant est seul face à son écran, les parents lui laissent plus de liberté arrivé à cet âge. De plus les parents se sentent dépassés et ne vont donc pas chercher à pénétrer dans l'intimité de leur enfant qui grandit de jour en jour. Habbo est en quelque sorte le refuge pour ados.*

*Habbo met en avant un guide pour aider les parents à comprendre la finalité du site mais faut-il encore qu'ils soient au courant que leurs enfants fréquentent ce site. Habbo explique également toutes les notions de protection des données, on notera un réel effort même si dans la pratique il s'avère difficile de comprendre ce que fait Habbo des données des enfants.*

*Il n'y pas de publicité sur le site puisque le business model actuel suffit à rentabiliser le site.*

*Il faut rester prudent quant à l'utilisation de ce site du fait de la non présence des parents derrière leurs enfants mais également du fait de l'utilisation du paiement en ligne. Il est déjà arrivé à certains utilisateurs de se voir pirater leur compte et débiter une soixantaine d'euros directement sur leur facture Internet Orange...*

## Nos recommandations

A travers cette étude, nous avons analysé cinq sites Internet : Tiji, Petshop, Dailymotion kids, Barbie et Habbo. Pour cela nous avons mis en place une série de critères d'analyse que nous avons définis dans l'introduction. Après avoir analysé l'ensemble des sites nous sommes désormais en mesure de vous établir une liste de recommandations au cas où vous souhaiteriez développer un site Internet ayant pour cible les enfants.

Pour structurer nos recommandations nous allons vous les présenter en suivant la trame du dossier, soit par critère. Pour concevoir et développer un site Internet il faut :

- Mettre en évidence **l'identification de l'éditeur**. En fait dans la majeure partie des cas, il faut fouiller sur les sites voir même sur des sites annexes pour trouver cette information. Elle est indispensable puisqu'elle permet aux parents, notamment, de se rassurer quant à l'émetteur de votre site.
- Que **le contenu et le concept** soient clairement identifiables. Votre site Internet doit être clairement organisé à l'aide de rubriques. Rien ne sert de mettre trop d'informations sur la page d'accueil par exemple. Il faut bien choisir les termes et images utilisés. Le contenu doit être riche et idéalement combiné un apport éducatif avec un apport ludique pour une certaine crédibilité auprès des parents et pour séduire dans un même temps les enfants.
- Que le site soit **ergonomiquement** bien conçu. En effet, il doit être simple d'utilisation pour les enfants et surtout adapté à l'âge de chacun.
- Que le site véhicule **les valeurs** de votre marque ou de votre produit pour rester en parfaite adéquation. Sont également primordiales des valeurs telles que la solidarité, l'entraide, les différences d'ethnies. Tout dépend du contenu de votre site cependant les valeurs éthiques peuvent être véhiculées à travers les jeux par exemple ou dans les choix des photos mises en ligne.
- Que vous choisissiez une option en ce qui concerne **la sécurité des utilisateurs**. En effet, deux choix s'offrent à vous. Dans un premier temps, il est possible d'ouvrir le site entre utilisateurs tel qu'un chat. Pour mettre cela en place une certaine rigueur est nécessaire. Il faut mettre en place un système de modération à part entière. Ce doit être le cœur de votre projet. Plus les enfants seront jeunes plus cette variable sera importante. Si vous ne vous sentez pas en mesure de mettre un tel système en place il vous est possible d'interdire toute discussion, toute forme de communication entre utilisateurs (cf. petshop). Cela limite les fonctionnalités

mais vous assure une certaine sécurité des utilisateurs et donc une certaine confiance de la part des parents.

- Que soit clairement expliqué et mis en avant sur le site tout ce qui concerne **la confidentialité et la sécurisation des données personnelles**. Cette variable est de plus en plus importante du fait de l'actualité. Les Internautes commencent à prendre conscience de l'utilisation de leurs données faites par les différents sites sur lesquels ils se sont inscrits. Si vous souhaitez utiliser les coordonnées des personnes indiquez-leur clairement lorsqu'ils vont remplir les champs. Ne pas mettre uniquement une rubrique en bas de page du site qui ne sera pas consultée par les Internautes et encore moins par les enfants. Si vous vous adressez directement aux enfants lors de leur inscription, parlez-leur dans un langage simple et non juridique.
- Que vous mettiez en place une réelle **stratégie commerciale**. Toutefois, cette dernière doit être en adéquation avec le contenu et le concept de votre site. Si vous souhaitez mettre de la publicité sur votre site, acceptez uniquement les produits qui ciblent la même tranche d'âge que vos visiteurs. Faites attention à ne pas mettre de la publicité qui pourrait porter atteinte aux valeurs de votre site. Vous devez garder le contrôle sur cet élément. Confiez votre publicité à une agence nécessite une certaine confiance car en quelque sorte vous perdez la main sur ce qui sera fait. Votre site Internet doit être rentable, c'est à vous de mettre en place un business model adéquat.

Il est relativement important de faire attention à tous ces critères et principalement à ceux concernant la protection des données et la sécurité des utilisateurs pour des questions d'éthique. Ceci est vrai pour tout site Internet mais encore plus pour ceux à destination des enfants. Pour être sûr de vos choix, travaillez en collaboration avec le service juridique et testez toujours votre site avant de le lancer.