

## 1. DIAPO TITRE

Objectif séance :

Cette après-midi sera consacrée aux pré-requis. On va balayer les aspects organisationnels et stratégiques préalables à la mise en service d'un portail et appréhender des notions qui doivent éclairer votre démarche projet.

Le but est de vous aider à savoir où aller et comment y aller.

- ligne éditoriale
- création de contenus
- valorisation des services et collections
- organisation
- finalité de l'outil portail
- légitimité
- chaîne de publication et de validation des contenus
- design informationnel
- community management
- compétences à acquérir
- évaluation

## 2. DIAPO « Moi, je suis ... »

Présentation personnelle

Etablissement, 2 projets de portails 2000 et 2007, solutions Archimed.

Je n'ai pas la prétention de détenir la vérité : débat, discussion, confrontation des points de vue

impermanence des notions liées aux web, secteur mouvant (ce que je dis aujourd'hui je ne l'aurai pas dit il y a 5 ans, et je ne le dirai pas dans 5 ans), être à l'affut.

## 3. DIAPO « Et vous ? »

Tour de table :

- qui êtes vous ?
- Dans quelle structure ?
- Quel projet ?
- Solution retenue ?

## 4. DIAPO « Qu'est ce qu'un portail »

A quoi ça sert ?

définition de rebat.

Angle technique, flou sur les contenus et les enjeux stratégiques.

## 5. DIAPO « Le portail est un phantasme. »

Cette vision du portail en tous cas :

portail n'est pas le centre du monde ni du web, les usagers ne vont pas commencer une recherche sur votre portail.

Ils viendront sur votre portail s'ils ont quelque chose à y faire et/ou si vous communiquez sur l'existence même. Cf Tacheau : les usagers ne vont pas venir tenir salon sur votre portail. Défaut profession : croire que les usagers vont se ruer sur un service uniquement parce qu'il existe.

portail vs Google.

On oublie et on prend un autre angle

6. DIAPO « Alors, c'est quoi un portail ? »

Le portail est VOTRE SITE WEB

Attention aux appellations : portail = vocabulaire professionnel à réserver aux professionnels ou aux tutelles pour se faire mousser (ie valoriser sa position, ses activités).

Aux usagers, on parlera de site web (ou internet)

7. DIAPO « Un outil de communication »

Avant tout, le portail est un outil de communication.

Il doit refléter l'identité numérique de votre établissement.

Vitrine institutionnelle,

8. DIAPO « De la communication avant toute chose »

Il doit faire partie d'un dispositif global de communication.

Mission de service public : desservir un public .

Pour la remplir le mieux possible, il faut que votre public soit informé des vos actions et collections, services.

Valorisation de l'image de la bib, trop souvent perçue comme un réservoir de livres. Pour le faire venir, vous devez proposer une image attractive.

Désaffection des BU.

Principe : intuitif, convivial.

9. DIAPO « la communication est un métier »

Faites vous aider (service com, prestataire extérieur)

Attention à l'amateurisme et au ringard, rien de pire pour l'image de l'établissement.

La communication est un tout : full time job, 1 personne à plein temps là-dessus, c'est une priorité.

Avec un budget, et du matos (photo, vidéo, logiciel graphique).

Rédiger un plan com.

Intégrez tous les domaines de la com (web, papier...).

Pourquoi rédiger les plans ? Pour formaliser les procédures, pour se fixer des objectif, changement de personnel...

10. DIAPO « Plan de com Lyon 1 »

<http://www.slideshare.net/knitandb/plan-communication-scd-lyon>

### 11. DIAPO « Projet de refonte ? »

Faites un bilan :

- Qu'est ce qui a marché,
- qu'est ce qui n'a pas marché.
- Pourquoi ?
- Quels sont les manques ?
- En quoi le site en place n'est il plus satisfaisant ?
- Quelles nouvelles fonctionnalités ?
- Formalisez vos réponses (grille de lecture)

### 12. DIAPO « Valorisez votre expérience »

Vous avez une expertise, une expérience, utilisez la.

Valorisez là : blog, twitter, article : Oui, ça intéresse les gens. Même si vous vous êtes plantés. Valorisation de votre établissement auprès de la profession.

### 13. DIAPO « Alambic numérique »

Ça peut être un outil de com externe voire interne.

### 14. DIAPO « Trouver son public »

Evidence mais qui a des implications fortes sur le projet et son contenu

### 15. DIAPO « Pour qui ? »

La première question à se poser

### 16. DIAPO « Le portail n'est pas destiné aux bibliothécaires »

il est destinés à vos usagers

Oubliez tout le vocabulaire pro : ne parlez pas de périodiques, mais de journaux, magazines, revues. PEB, OPAC, monographie, fiction, catalogue  
Idem pour les notices : de quels champs le public a t'il besoin ? couv. Ill .en coul.!

Se mettre au niveau de l'utilisateur

### 17. DIAPO « Des publics »

L'utilisateur type n'existe pas.

Grand écart entre des publics différents :

- BM (enfants, ados, seniors) BU :
  - L1 et enseignant chercheur, doctorants
- pas les mêmes besoins, pas le même ton

### 18. DIAPO « Trouver le ton juste »

2 pistes :

Ton neutre :

- on parle à tout le monde sans différenciation
- on fournit à tous les mêmes ressources, infos.

- Simple à gérer, mais robinet d'eau tiède, faible efficacité.

Des portails :

- Ne plus raisonner en terme d'outil unique
- Avoir des accès différenciés
- Meilleure efficacité en terme de diffusion

19. DIAPO « Des exemples »

20. DIAPO « BM Toulouse »

<http://jeunesse.bibliotheque.toulouse.fr/>

21. DIAPO « Pallesgavebod »

<http://www.pallesgavebod.dk/>

22. DIAPO « des portails thématiques »

Clermont BCU

Code couleur : on ne dispense à l'utilisateur que des infos, ressources, qui sont susceptibles de l'intéresser.

23. DIAPO « légitimité »

Le projet doit dès le départ être légitime

24. DIAPO « Auprès de la tutelle ou de la direction »

Se faire mousser : valoriser votre projet, savoir se vendre : plus qu'un site web, portail documentaire, SID, facilitateur d'accès, fédérateur d'accès, agrégateur de service....

Si vous êtes directeur, indiquer le cap à suivre, donnez votre avis mais faites confiance aux gens qui sont responsables.

Si vous êtes chef de projet, bouchez toutes les failles :

vous proposez un blog ? Alors il faut une responsable éditorial, charte éditoriale rédigée.

Vous mettez en place une page Facebook ? Insérez la dans un plan de communication, listez les participants et l'orientation éditoriale.

Soyez INATTAQUABLE (ie ne passez pas pour l'hurluberlu avec des idées fantasmées).

25. DIAPO « par le personnel »

Scindez le projet en plusieurs briques que vous confierez à des personnes en charge = implication de chacun

Le projet ne doit pas être considéré comme le joujou ou l'apanage de geeks ou de happy few.

Intégrez autant que possible l'équipe dans la démarche projet : faites des présentations du projet, des points sur l'état d'avancement, montrez l'architecture, l'interface graphique qu'ils auront à maîtriser, intégrez les aux

tests. Justifiez vos décisions, vos partis pris

26. DIAPO « Ne réinventez pas l'eau chaude »

Projet web réalisé comme s'ils avaient découvert internet la semaine précédente.

allez voir ce qui se fait ailleurs

- Questionnez :
- comment c'est fait,
- Pourquoi c'est fait ?
- Pour qui c'est fait ?
- Quels produits et pourquoi ?
- Quelle charge de travail ?
- Quelle organisation ?
- C'est valorisant pour les gens qui ont planché sur un truc de savoir que ça plait, et que ça va être repris. Cf carousel sur e bulco repris sur dole

27. DIAPO « Formez vous et formez vos équipes »

Appréhender les nouveaux usages documentaires, engranger de l'expérience, devenir des experts.

(facebook, Google+, flux rss, twitter, veille, blog...)

accompagner et former le personnel.

Ex : vous proposez des flux rss, savez vous les utiliser ? Le personnel sait-il les utiliser ?

BU : formation des usagers.

Idem Zotero.

28. DIAPO « faites de la veille »

Principe : perdre du temps au début (organiser votre veille) pour en gagner à la fin

Biblioblogosphère francophone active

Mine d'information, échanges via les commentaires

Proximité, communauté par twitter ou facebook et google+

29. DIAPO « le bouillon »

veille collaborative de 25 veilleurs initiée par Silvère Mercier, mis en forme par Etienne Cavalié

Accessible via rss, email, twitter, friendfeed

2 formules : le bouillon (la totale) ou le nectar (les articles les plus partagés)

30. DIAPO « Nouveaux outils, nouvelles compétences »

but : ne pas se transformer en informaticien, mais pouvoir comprendre et appréhender le dialogue avec un fournisseur et/ou un service info.

Débrouillabilité : ça reste du bricolage

appropriation de votre portail,

ne pas dépendre de votre prestataire,  
Idéal : avoir un informaticien dans l'équipe. Sinon, il faudra acquérir des compétences (souvent au moins une personne qui sait se débrouiller ou que ça intéresse)

31. DIAPO « HTML »

obligatoire, le langage du web,  
CMS ont des interfaces qui permettent d'éditer les pages web, mais toujours bon de connaître le code

32. DIAPO « CSS »

La mise en forme séparée du contenu.  
Permet de changer très rapidement et simplement la charte graphique  
Firebug

33. DIAPO « Javascript »

Le langage de l'interaction : menu déroulant, calendrier, modifier un affichage en fonction d'une action (si la souris passe dessus, si on clique...)

34. DIAPO « XML, XSL »

Balises qu'on peut créer de toutes pièces. Gère les contenus, et les relations entre termes.  
XSL va permettre de transformer le contenu du XML en HTML. Possibilité de filtrer, de poser des conditions.

35. DIAPO « infographie »

Notions indispensables sur les formats de fichiers, savoir recadrer une image, la rétrécir, l'agrandir...

36. DIAPO « Serveur web »

Endroit où est stocké le site  
Logiciel qui gère l'accès au site : Microsoft IIS ou Apache  
Savoir relancer IIS ou apache en cas de plantage du site  
Sauvegarde : doit être stockée dans un autre endroit

37. DIAPO « LDAP »

Avoir des notions sur le contenu de l'annuaire, et son architecture  
Utile pour créer un compte invité ou modifier un mot de passe erroné

38. DIAPO « Choix d'une solution »

2 alternatives

39. DIAPO « Portail clé en main »

cahier des charges, appel d'offres, choix d'un prestataire...  
Rédiger un cahier des charges nécessite une bonne connaissance du marché car

le prestataire va répondre en fonction de son produit

Le prestataire va répondre en fonction de SON produit : soit il ne sait pas faire, et là c'est à vous de savoir si c'est important ou pas. Soit il propose des développements spécifiques : cher et peu évolutif., problème de maintenance.

Les + : outil unique, installé et paramétré par le prestataire

Les - : cher, appropriation limitée, peu évolutif, peu modifiable

#### 40. DIAPO « briques séparées »

Permet d'éviter le marché public

#### 41. DIAPO « Solutions commerciales »

Aquabrowser : Opac à facette

#### 42. DIAPO « Solutions libres »

LE + Philosophie du libre : gratuit, opensource, égalité, communautés

Le - : demande des compétences info, mettre les mains dans le cambouis.

Piège : penser que la solution intégrée sera supérieure ou plus performante et qu'elle demande moins de compétences ou d'appropriation. L'appropriation doit être la plus poussée possible.

#### 43. DIAPO « Retour d'expérience »

Passer d'un portail Archimed à un portail sous Drupal

Portail clé en main dont on ne trouve pas la clef et sur lequel on n'a pas la main et dont les performances sont jugées insuffisantes

Volonté d'utiliser des outils libres et collaboratifs

Recrutement d'un développeur

Choix de Drupal : stable et très utilisé : Maison Blanche, Mediapart.

Importantes communautés de bibliothécaires

#### 44. DIAPO « Le futur s'écrit aujourd'hui »

Compatibilité supports mobiles : impératif dès maintenant.

Ex : e-BULCO : +257% de connexions depuis des supports mobiles en un an

Comment ça marche ? Script détection de client : si ça vient d'un ordi, on affiche la version normale, si ça vient d'un smartphone, ou autre, on affiche la version optimisée pour ce support.

Création d'application cf BM Toulouse.

#### 45. DIAPO « Testons »

Phase de test avant la mise en production :

charge du serveur

test des services

Mise en place de parcours type (tel type d'utilisateur fait telle démarche puis telle démarche...). C'est le moment de rectifier le tir car il y aura toujours des surprises. C'est l'occasion d'impliquer toute l'équipe.

Un site web doit fonctionner à 99% et sur toutes les navigateurs/OS

46. DIAPO « Evaluation »

Voir plus loin que l'ESGBU,

Mettez tout de suite en place de outils statistiques et d'évaluation : bien souvent on regarde les outils de stats bien longtemps après la mise en prod, et on constate qu'ils ne sont pas paramétrés comme il faudrait, qu'il faut les compléter par d'autres outils.  
utilisation des normes.

<http://assessmentlibrarian.fr/>

47. DIAPO « Design informationnel »

Design informationnel : préparer et mettre en forme l'information pour qu'elle soit perçue de façon efficiente.

48. DIAPO « don't make me think »

Votre site doit être intuitif, convivial.

Les contenus doivent être clairement identifiable immédiatement.

49. DIAPO « Design is how it works »

On ne fait pas fait joli pour faire joli mais pour que l'information puisse passer correctement

Le contenu est roi : c'est ce qui fait la valeur de votre site. Mais l'utilisateur est l'empereur : si le site est mal fichu, les usagers ne reviendront pas.

Les services et contenus doivent être orientés vers l'utilisateur

50. DIAPO « Less is more »

Moins, c'est plus = moins, c'est mieux.

Architecture simple, plus facile à dire qu'à faire

Moins de navigation, plus de contenus

Ecrire pour le web a ses spécificités :

Texte court et simple (le ton juste à trouver, décalé ?)

Titre permet d'identifier le contenu clairement et immédiatement

Paragraphes bien identifiés avec des titres permet une lecture rapide (scan)

51. DIAPO « Vers la création de contenus »

Portail avec infos type horaires, accès, modalités de prêt et d'inscription + services (OPAC, dossier lecteur) = degré zéro du portail.

Le site web est un outil qui permet d'aller plus loin, de faire plus.

52. DIAPO « Le portail est un coquille vide »

Vous avez décidé de l'architecture de votre portail, maintenant il faut l'abreuver en contenu : Le contenu est roi. C'est ce qui va fidéliser le public : s'il n'y pas de nouveautés, le public ne viendra pas.

53. DIAPO « Apporter une valeur ajoutée »

Ne plus se limiter à proposer uniquement des informations brutes sur l'établissement (agenda culturel, horaires, plans d'accès) et des services (opac, réservation, dossier lecteur)

Valorisation des collections : voir après

actions : culturelles, expos, partenariat : mise en valeur, aller plus loin que l'annonces, reportages, photos, vidéos, compte rendus, diffusion en direct sur le web

services : tutoriels, screencast : base de données, catalogue, services

#### 54. DIAPO « Devenir journaliste de ses collections »

Rôle de prescripteur : éclairer les usagers sur les collections, donner son avis critiques et non pas coup de coeur,

Force recommandation : usager peut aussi être producteur de contenus, ou pouvoir donner son avis.

Médiation numérique : transformer les processus existants pour les étendre au web

Un outil : le blog

Ex : everitoutheque, mediamus

#### 55. DIAPO « Chaîne éditoriale »

La charte : doit être validée et conçue par tous les agents.

On y trouve :

- Les objectifs
- Les sujets abordés
- La modération ou pas des commentaires
- Les possibilités pour les usagers de contribuer
- Rappel des règles d'écriture pour le web

Le rédac'chef : le chef d'orchestre, va coordonner l'action, valider les publications (respect de la charte), organiser les conférences de rédactions (faire le point, prévoir un calendrier des publications, marronniers, faire le lien avec les manifestations)

Rédacteurs : Difficulté à susciter les vocations de blogueurs (difficulté évoquée : manque de temps, compétences rédactionnelles). Convaincre les collègues de l'utilité de la démarche, que le travail ne fait que commencer lorsque le document est en rayon.

#### 56. DIAPO « Mediathèque Romans »

<http://labibapprivoisee.wordpress.com/2011/06/02/un-exemple-de-projet-de-mediation-globale-dans-les-mediatheques-du-pays-du-romans/>

#### 57. DIAPO « BRAINSTORMING »

brainstorming au début de l'année (tout le personnel) : on détermine les thèmes (liens avec les animations) : quels contenus, quelles ressources ? Qui participe (bib, usagers, partenaires). Établissement d'un planning (dates limites de rendus)

des contenus, dates de publications)

58. DIAPO « Rédaction »

chaîne de publication et de validation des contenus : rédacteurs rédigent leur billets dans le blog : doit correspondre à la ligne éditoriale (élaborée et validée par tous les agents), doit respecter le cahier des charges de l'écriture pour la web respecter l'écriture pour les web (longueur limitée, être signé, avoir un titre explicite, enrichi de liens et de contenus multimédia. Le coordonnateur valide et publie (légitimité de son rôle, rôle moteur accompagnement relance)

59. DIAPO « Déclinaison sur tous les supports »

médiation globale : exemple : critique d'un livre : blog, catalogue (avis des lecteurs/bib), étiquette sur le bouquin, publiée sur le lettre bimestrielle de la bib (papier et numérique), dossier documentaire sur prezi, dissémination automatique sur Facebook et twitter.

60. DIAPO « Dissémination »

Le portail est mort : vision d'un outil unique qui ferait tout. Les standard du web 2.0 ont imposé la dissémination. Les usagers ne vont pas passer leur journée sur vos portails. La bibliothèque hors de son site web

61. DIAPO « dissémination des outils »

Architecture ouverte, faire exister les services en dehors du site web  
Nécessite une communication

Vous devez investir les réseaux sociaux.

.Réseaux sociaux = tuyaux. Une source mais plusieurs canaux de diffusion.

62. Community management :

notion qui vient du privé, gestion de l'image de la marque sur les réseaux sociaux et plus généralement sur le web : ex : réponses aux questions sur Amazon Marketplace sur des forums extérieurs au site Amazon.

Animation sur les réseaux sociaux (facebook, twitter, flickr...).

Application aux bibles :

Proximité, immédiateté (accueil par chat)

positionnement sur les réseaux sociaux : approche pragmatique, on y va parce que les gens y sont. Ne signifie pas approbation politique de FB. Tisser des liens avec les usagers, dialogue, faire passer rapidement des infos à bcp de monde, interactivité.

Mise en place d'une page (et non pas profil), onglets...(voir Livrearbitre)

Liens avec portail/blog : articulation à trouver : Communication et information sur FB et blog et twitter (dissémination, réplique), vitrine institutionnelle et services sur portail. Visibilité : ex signet BULCO, lien avec site institutionnel et portail (ex encart sur e-bulco, lien avec FB ULCO), communiquez sur l'ouverture de la page (signet, tract, affiche)

Bon à savoir : Facebook est une coquille vide : à remplir. L'administration

d'une page Facebook peut parfois amener à s'arracher les cheveux.  
Etre à l'affût Google+

63. DIAPO « Tranquille pour un moment ? »

Le portail est lancé, tout roule, on peut s'endormir sur ses lauriers...

64. DIAPO « Pas vraiment »

Communiquer sur l'ouverture d'un portail  
usagers : tract, affiches, signets

Presse

Autres bibs : promouvoir son établissement auprès de la profession.

Votre « pompe à contenus » doit être amorcé avant la mise en production :  
roder le circuit, former les collègues, appropriation des outils.

65. DIAPO « Evolution »

Savoir être attentif (messages, dialogues avec les usagers, stats, évaluation)  
pour rectifier le tir.

Ex du lien vers le billet du blog expliquant l'authentification

Charte graphique à revoir tous les 2-3 ans.

Faire évoluer l'outil en douceur : Google et Amazon ont bcp changé mais  
l'architecture de la page n'a pas changé.