

# CREDIS

Réseau régional des acteurs de  
l'économie solidaire en Auvergne

## Etude de réalisation d'une plate-forme collaborative régionale



## Introduction

Le présent projet s'inscrit dans une démarche collective que le CREDIS a voulu faire émerger depuis quelques mois, notamment grâce au séminaire **Internet collaboratif, outils de développement durable** «Construire ensemble la mutualisation des compétences, et la capitalisation des expériences des porteurs de projet d'initiatives locales.»

En tant que collectif régional, nous nous sommes souvent retrouvés au carrefour des demandes entre structures de l'économie solidaire de différents réseaux, sollicités pour établir des mises en relation informelles.

Ces demandes de mutualisation (qui a un comptable en temps partagé, qui connaît un imprimeur «durable»...), nous nous en sommes progressivement rendu compte, démontraient l'absence d'un outil global de communication pour les associations et les organismes d'économie solidaire, qui leur permettent de se connaître, au-delà de leurs réseaux sectoriels ou statutaires. Plus précisément, les constats suivants ont pu émerger :

- Le besoin d'un outil informationnel efficace est présent, tant pour le développement des structures (activité, vente de produits ou services), que pour les avantages induits par la mutualisation de services et de compétences.
- L'information existe, mais est **éparpillée** dans les multiples réseaux et fédérations
- le public (et donc le consommateur) ne peut aujourd'hui se faire une idée globale sur le secteur de l'économie solidaire en Auvergne du fait de cet éparpillement de l'information.
- Comment rassembler cette information sans créer un énième système parcellaire ?

L'utilisation d'Internet n'était pas un pré-supposé lors de la collecte des besoins dans les ateliers collectifs mené lors du séminaire du 12 mars, mais a été rapidement identifiée comme une donnée incontournable.

La mise en œuvre largement participative de cet outil internet collaboratif, l'ouverture souhaitée de la démarche à des entreprises engagées dans une économie socialement responsable au côté des associations et des coopératives, ainsi que son ancrage territorial permettront une mise en œuvre concrète des valeurs de l'économie solidaire.

Nous voulons tirer parti des plus-values technologiques d'Internet pour ce faire :

- Le fait de pouvoir **agréger** sur la même page de résultats des actualités régionales, des rencontres et des offres d'emploi dans ce secteur **provenant de plusieurs sources** serait une réelle évolution par rapport aux nombreux annuaires papiers existants.
- Chaque fédération, tête de réseau, union régionale a souvent ses propres nomenclatures d'activité, rarement compatibles entre elles, et souvent obscures pour le grand public. Décrire sa propre structure avec un certain nombre de **mots-clés simples**, sans devoir utiliser un vocabulaire technique permettra de franchir le fossé qui sépare le public de l'ESS.

La révolution technologique proposée par internet va nous permettre en effet de développer la coopération entre les acteurs pour rendre les activités de chacun plus efficaces du point de vue économique, social et environnemental en favorisant un travail autour des critères de progrès et une **valorisation des performances de développement durable** plutôt qu'un travail de sélection et d'exclusion des acteurs.

Cet outil permettra enfin de rendre visible l'étendue de cette économie de progrès en devenir.

# Sommaire

## 1. Constat et objectifs

- Points de départ de la proposition ..... 4
- Une réflexion collective sur nos besoins ..... 4
- Principe de mise en oeuvre d'une gestion collaborative ..... 6
- Un outil territorialisé ..... 6

## 2. Revue des sites consacrés à l'ESS sur le web

- MyCoop ..... 8
- La BDIS ..... 8
- Rhône-Alpes Solidaire ..... 9
- Le marché citoyen ..... 10
- T'es solidaire ..... 10
- Zen3.net ..... 11
- Ressources Solidaires ..... 11
- Social-Planet ..... 12

## 3. Modélisation du système

- Mutualisation des outils ..... 13
- Un utilisateur = un individu ou une structure ..... 14
- Typologie des utilisateurs ..... 14
- Liaisons entre utilisateurs ..... 15
- Notion de «groupe» dans les réseaux sociaux ..... 15
- Origine et définition des contenus diffusés ..... 15
- Commentaires : libre expression et réputation ..... 17
- Partage des informations avec les partenaires ..... 17
- Agenda : favoriser les rencontres physiques ..... 18
- Anonymat, coordonnées et politique de confidentialité ..... 18
- Mot-clés ( ou «tags» ) ..... 19
- Utiliser les réseaux sociaux ..... 20

## 4. Design et interface utilisateur

- Principes généraux ..... 21
- Univers graphique ..... 21
- Inscription facile ..... 21
- Accès rapide à l'information ..... 22
- Saisie de l'information ..... 22
- Mots-clés ..... 23

## 5. Mise en oeuvre

- Développement de la plate-forme ..... 24
- Choix de l'annuaire ..... 24
- Hébergement et stockage des données ..... 25
- Le moteur de recherche ..... 25
- Calendrier de réalisation ..... 26
- Budget prévisionnel ..... 27

# 1. Constats & objectifs

## Points de départ de la proposition :

### Une centaine d'acteurs potentiels et une dizaine de têtes de réseau mobilisées :

Dans le cadre de sa gestion du dispositif FSE 10B, puis FSE 4.2.3, le CREDIS s'est trouvé en relation avec plus d'une centaine de nouveaux projets de terrain dans le champs de l'économie solidaire et du développement local au côté des rapports qu'il entretient avec les principales têtes de réseau associatives ou coopératives.

### Des niches d'efficience à développer :

De ces projets ont émergé de plus en plus fréquemment des demandes de mise en réseau pour des échanges techniques basés sur de la capitalisation d'expérience, ou sur des relations de complémentarité de services.

### Une demande latente non satisfaite

Par ailleurs de plus en plus de consommateurs déjà sensibilisés à la démarche d'achat responsable pointent une carence dans l'information proposée notamment concernant les passerelles entre les différents marchés socialement responsables (production, culture, services, épargne, dons, échanges, mutualisation).

On s'aperçoit en effet qu'une demande latente d'étendre les champs de consommation de personnes captées par un réseau représente un véritable réservoir de croissance du secteur. De surcroît, la présentation de l'étendue des propositions d'une économie socialement responsable devrait permettre une meilleure mobilisation du grand public néophyte.

### Proposition :

Une démarche participative de développement d'un outil collaboratif.

## Une réflexion collective sur nos besoins

Le CREDIS a lancé en mars 2010 une démarche participative de développement d'un outil collaboratif pour répondre à ces enjeux.

Un premier séminaire de travail avec des porteurs de projet, des représentants de tête de réseau, et des universitaires associés à la démarche a été organisé dont le compte-rendu exhaustif est disponible sur [www.credis.org/reseau\\_acteurs/seminaire\\_collaboratif](http://www.credis.org/reseau_acteurs/seminaire_collaboratif).

Le sujet de la réflexion de l'atelier du matin portait sur les collaborations possibles entre structures de l'économie sociale au niveau régional, le but final étant de mettre en lumière comment ces collaboration pourraient être améliorées et , plus précisément, sur quels thèmes portaient les demandes ou les offres de chacun.

Le constat initial partagé par les 4 groupes de travail réunis sur la situation actuelle portait sur le manque de mutualisation entre les acteurs : «Nous ne connaissons pas les structures voisines de l'ESS», «Nous aurions pu partager cet employé»...

Les participants étaient donc invités à donner des exemples concrets de propositions ou de recherche d'information, de mutualisation de moyens, nécessaires au développement ou tout simplement à la vie de leur structure.

De façon synthétique tout d'abord :

#### a) Les catégories choisies pour la classification de ces propositions :

- ▶ **Compétences** : Cette catégorie regroupe toutes les offres de compétences spécialisées, qui peuvent correspondre aux produits ou services fournis par la structure, mais aussi à des compétences internes qui pourraient être mutualisées (emplois à temps partagé).
- ▶ **Activité** : Cette catégorie porte sur les besoins humains, le recrutement ou la recherche de bénévoles. Elle a pour spécificité de s'adresser particulièrement à des personnes à priori extérieures à l'économie sociale (étudiants, chômeurs, public en insertion).
- ▶ **Ingénierie** : Bien que ce type de collaboration puisse être intégré aux compétences, il a été isolé de manière à identifier le besoin en accompagnement des structures.
- ▶ **Information sectorielle** : Ce terme désigne la recherche, la diffusion, et également le regroupement «intelligent» d'informations destinées au collectif : comment trouver des structures voisines (en terme d'activité mais surtout en terme de territoires), être alertés de façon sélective des événements du réseau...
- ▶ **Matériel** : Tout ce qui peut être mis en commun, donné, troqué, qu'il s'agisse d'équipement, de locaux ou encore de terres agricoles.

L'examen de la répartition des catégories fait apparaître la prépondérance de deux chantiers importants au niveau de la mutualisation possible entre les acteurs de l'économie sociale en Auvergne : la mise en commun des compétences et le partage des informations.

La partie «information sectorielle» pourrait d'ailleurs être considérée comme un moyen d'appui à la réalisation de la mutualisation des compétences : mieux se connaître afin de mieux travailler ensemble.

#### b) Notion de «notation des utilisateurs» sur un site web de type réseau social

Parmi les contributions sur l'apport d'Internet (pendant la première présentation puis dans les discussions en ateliers), cette mise en garde est revenue plusieurs fois :

La tendance à «noter» les participants des réseaux sociaux selon leurs contributions ou le nombre de leurs relations doit être envisagée de manière totalement différente pour l'économie solidaire - voire selon certains, être complètement évacuée : outre les possibles abus d'un tel système de notation, il n'apparaît pas compatible avec les valeurs de solidarité que nous portons.

De la même manière, les commentaires négatifs ou les notations négatives n'ont pas leur place dans un dispositif visant à appuyer le développement des structures. Un site de réseau social relevant de l'économie solidaire ne devrait donc pas appliquer aveuglément les pratiques ayant cours ailleurs (facebook, viadeo), mais ré-inventer ses propres processus de promotion.

L'une des voies proposées, l'auto-évaluation de l'utilisateur, rejoint le concept de «progrès» des entreprises prôné par le Mouvement de l'Economie Solidaire (le-mes.org) .

Au travers de différentes questions sur sa structure, l'utilisateur pourrait obtenir une notation correspondant à son adhésion à différentes valeurs de l'économie solidaire :

- ▶ activité économique
- ▶ responsabilité sociale
- ▶ responsabilité environnementale
- ▶ gouvernance collective

## Principe de mise en oeuvre et de gestion collaborative

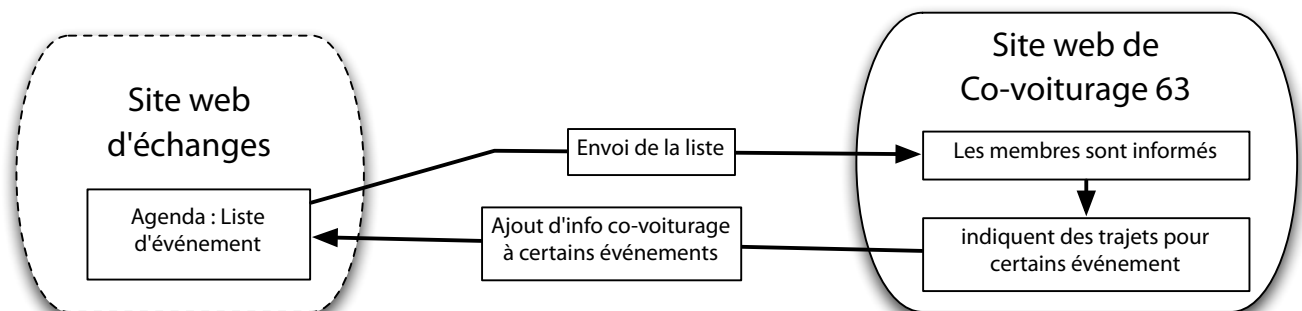
Nous voulons construire cette plate-forme en collaboration avec différents réseaux (insertion, environnement, culture...) afin de la rendre utile aux différents utilisateurs finaux (les structures économiques, les consommateurs et les porteurs de projet).

Cette élaboration collaborative passe par :

- ▶ Le repérage des besoins réels des acteurs (démarche entamée après le séminaire du 12/03, qui se poursuit actuellement par des sondages ciblés menés par le CREDIS)
- ▶ La réflexion sur les outils ou systèmes d'informations dont chaque réseau dispose déjà en interne et qui serait susceptible de profiter à l'ensemble (outils de diagnostics, d'accompagnement, de financements...)
- ▶ Finalement, la mise en oeuvre d'un site internet qui devra pouvoir intégrer les outils existants de nos partenaires régionaux, en favorisant les interactions avec leurs propres sites internet et la circulation des utilisateurs entre les différents systèmes.

La prise en compte dès le départ de la diversité et de la richesse de ces outils partagés va nous permettre de définir une architecture informationnelle adaptée.

Exemple : le partenariat technique avec Covoiturage 63 permettrait de relier tous les événements de l'agenda collectif au site de co-voiturage et ainsi de pouvoir proposer en retour sur la plate-forme collective la possibilité de co-voiturer sur un événement donné, même (et surtout si) l'utilisateur n'est pas encore membre de Covoiturage Auvergne.



## Un outil territorialisé

L'analyse des différents outils existant et des expériences de réalisation de plate-forme dans le monde (cf compte-rendu séminaire) nous a conduit à mesurer l'importance capitale de faire porter la démarche par un collectif d'acteurs de terrain...

L'objectif de cet outil : Inciter les acteurs de l'économie sociale et solidaire, et au-delà l'ensemble des entrepreneurs socialement responsables à coopérer davantage par l'échange économique, le partage de ressources ou la mutualisation de moyens afin d'augmenter leur efficacité.

- ▶ Or toutes les expériences en Europe et ailleurs le montrent, cette dynamique ne peut être obtenue sans la participation des futures parties prenantes (les acteurs du territoire) à la construction de l'outil, celui-ci n'est en effet qu'un médium pour faire dialoguer les acteurs sur leurs besoins et leurs envies. Par ailleurs aucun réseau national ou européen efficace et réellement populaire n'existe pour le moment, seule la BDIS propose un annuaire sur 12 régions avec lequel nous effectuerons d'ailleurs une passerelle.

- ▶ Par ailleurs pour des questions évidentes d'économie de coût, s'appuyer sur la richesse locale déjà organisée et structurée permet de la capitaliser dans la plate-forme à moindre coût.

Nous avons donc souhaité rencontrer à nouveau après le séminaire du 12 mars 2010, les principales têtes de réseau qui ont tout de suite manifesté leur intérêt pour cet outil à développer en commun : Plate-forme 21, CRES, Club des 1000, réseau de l'IAE, C2RA (plate-forme des accompagnateurs), Union Régionale des SCOP, FR CIVAM, Avia 63, UREI, Auvergne Biologique, réseau commerce équitable.

Un certain nombre d'acteurs animant des dynamiques thématiques souhaitent participer au projet : Covoiturage Auvergne, UPC éco construction, Crefad, Cotravaux, Terres de lien, Cynorhodon, réseau des Cigales, Réseau rural.

Enfin nous bénéficions par ailleurs d'une base de plus de 150 porteurs de projets dont beaucoup de responsables nous ont confirmé leur besoin de voir émerger un tel outil.

L'accent devant être mis sur la réactivité à l'émergence des propositions, il nous semble capital de travailler en premier lieu sur un territoire et avec des acteurs que nous connaissons bien mais qui forment néanmoins une masse critique suffisante. L'Auvergne nous semble un premier territoire cohérent, il n'est pas impossible que la démarche nous amène à élargir le territoire au massif central.

## **Un dialogue avec l'université**

Lors du séminaire du 12 mars nous a été également posée la question de la fonction de centre de ressources et de documentation sur l'économie solidaire au niveau régional.

Des pôles existent dans plusieurs régions, et nous pourrions fournir un support aux chercheurs et aux étudiants intéressés par la constitution d'un tel outil.

D'autre part, des partenariats avec des sites existant pourraient soutenir cette démarche :

- ▶ Réseau Inter-Universitaire d'Economie Sociale et Solidaire ([www.riuess.org](http://www.riuess.org))
- ▶ Thèses d'économie sociale et solidaire ([theses-ess.ouvaton.org](http://theses-ess.ouvaton.org))
- ▶ Réseau Ouest de recherche en Economie Sociale et Solidaire Région Pays de la Loire
- ▶ Le nouveau site UDAPRO de l'Université d'Auvergne (passerelle sur la question de l'ESS)

## 2. Revue des sites consacrés à l'ESS sur le web

### Objectifs de cette «revue de web» :

- ▶ Evaluer la place donnée sur les sites existants à la **collaboration** et la **mutualisation** entre acteurs régionaux de l'économie solidaire.
- ▶ Nous inspirer des forces et des faiblesses de fonctionnement de ces sites.
- ▶ Ne pas reproduire l'existant inutilement.

### MyCoop ([www.mycoop.coop](http://www.mycoop.coop))

<b>Positionnement</b>	Réseau social dédié aux coopératives, lancé par le mouvement des SCOP, plutôt axé sur l'animation, les questions/réponses, le débat.
<b>Points forts</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Opération médiatique réussie sur le <u>créneau</u> «réseau social ESS»</li><li>✓ Gros travail de référencement et de <u>partenariats</u> avec d'autres sites-phares (ressources solidaires)</li><li>✓ Approche graphique soignée, <u>tendance</u> «site Web 2.0 à forte interactivité» très affichée.</li></ul>
<b>A éviter</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Moteur de <u>recherche inefficace</u> ( un mot-clé ne renvoie pas vers les membres qui ont choisi ce mot-clé pour se définir!)</li><li>● Les groupes de membres ne sont <u>pas classés</u> (et donc inutilisés)</li><li>● D'une manière générale, très peu d'interactions entre membres</li><li>● L'attractivité du site est finalement basée sur les <u>articles publiés</u>, mais ceux-ci sont surtout rédigés par des habitués du site, le plus souvent d'autres «têtes de réseau».</li></ul>
<b>Choix techniques</b>	CMS généraliste : Typo3 , visiblement non spécialisé sur les fonctions sociales, mais plutôt sur la publication, comme SPIP. Hébergement <u>dédié</u> (infrastructure partagée avec Crédit Coopératif ?)
<b>Popularité</b>	PR5 - Estimation visiteurs: environ 1000 visiteurs / jour. *

### La BDIS ([www.la-bdis.org](http://www.la-bdis.org))

<b>Positionnement</b>	Recensement exhaustif des structures de l'économie solidaire au niveau national. Outil de recherche professionnel.
<b>Points forts</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Réflexion avancée sur les nomenclatures propres à l'ESS et sur une charte éthique commune permettant d'englober ses composantes.</li><li>✓ Outil incontournable du point de vue de la représentativité du secteur auprès des institutions et par les statistiques et données agrégées qu'il pourrait fournir.</li><li>✓ Choix techniques Open Source, notamment en géo-localisation.</li></ul>

<b>A éviter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● L'interface d'exploitation des données est encore trop technique, peu attrayante pour le «grand public».</li> <li>● La nomenclature d'activités, assez technique est elle aussi assez éloignée de ce qui peut être utilisé par le grand public : pas de <u>souplesse sémantique</u> dans la recherche.</li> <li>● A ce jour , la BDIS n'est couplée à aucun système de collaboration, mise en relation des acteurs</li> </ul>
<b>Choix techniques</b>	Développement personnalisé basé sur des modules «open source» financés par la Fondation pour le progrès de l'homme. Hébergement <u>mutualisé</u> sur les infrastructures de Globenet à Paris.
<b>Popularité</b>	PR3 - Estimation visiteurs : entre 50 et 150 visiteurs/jour. *

## Rhône-Alpes Solidaire ([www.rhone-alpesolidaires.org](http://www.rhone-alpesolidaires.org))

<b>Positionnement</b>	Plate-forme régionale de <u>partage d'information</u> dédiée à l'ESS, déclinée sur plusieurs sites territoriaux ( Rhône-Alpes, Isère, Rhône, Drôme-Ardèche ) ayant chacun leur propre mise en page.
<b>Points forts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Couverture territoriale divisée en sites locaux, communiquant entre eux, chaque site étant géré par une structure partenaire.</li> <li>✓ Beaucoup d'articles, utilisation de tags (mots-clés)</li> <li>✓ Agenda d'événements</li> <li>✓ Ergonomie et design de qualité</li> </ul>
<b>A éviter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Qualifier «d'outils» des listes d'articles triés sur le même mot-clé...</li> <li>● Module cartographique peu ergonomique (et non fonctionnel)</li> <li>● Finalement, peu d'interactions sociales possible entre les membres de la plateforme, hormis un forum web classique.</li> <li>● Lors d'une recherche sur un mot-clé précis, les résultats de recherche ne sont pas du tout classés, on va donc retrouver des informations légales, des offres d'emplois ou des structures dans le même listing, sans distinction de catégories de données (principe des «meta-data»).</li> </ul>
<b>Choix techniques</b>	Plateforme de <u>publication d'articles</u> basée sur le CMS Drupal, chaque membre étant un rédacteur. Hébergement <u>dédié</u> sur les infrastructures de OVH.
<b>Popularité</b>	PR4 - Estimation visiteurs : entre 150 et 500 visiteurs/jour selon les sites territoriaux. *

## Le marché citoyen ([www.lemarchecitoyen.net](http://www.lemarchecitoyen.net))

Site incontournable, analysé ici même si la fonction de vente de produits et de services n'a pas été relevée comme une priorité par les membres du CREDIS et les structures régionales déjà consultées.

<b>Positionnement</b>	«L'annuaire pour consommer autrement» répertorie les commerçants et les producteurs sur différents secteurs d'activité ayant une démarche écologique et/ou équitable .
<b>Points forts</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ergonomie grand public étudiée , navigation régionale ou par biens de consommation (icônes larges sous le titre)</li><li>✓ Un module cartographique agréable à utiliser.</li><li>✓ Travail de référencement important, créneau très bien occupé.</li><li>✓ Partenariat avec le mouvement de Pierre Rabhi (Colibris) qui ajoute un important listing de petits producteurs.</li><li>✓ Modèle économique basé sur l'abonnement du commerçant qui souhaite fournir plus d'informations (mais est-ce durable?)</li></ul>
<b>A éviter</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>⊙ Une mise en page dictée par la technologie qui finit par confiner l'information recherchée dans un toute petit espace qu'il faut dénicher parmi les multiples encarts.</li><li>⊙ En cas de non-adéquation sur deux mots-clés recherchés, aucun résultat sur l'un des deux mots-clés n'est proposé.</li><li>⊙ Si les 2 mots-clés sont trouvés, la recherche est encore partielle</li><li>⊙ Recherche de synonymes ou mots proches non supportée.</li></ul>
<b>Choix techniques</b>	Développement original de la plateforme par un prestataire en PHP. Hébergement <u>mutualisé</u> sur les infrastructures de OVH.
<b>Popularité</b>	PR6 - Estimation visiteurs : + de 1000 visiteurs/jour *

## T'es Solidaire ([www.tessolidaire.com](http://www.tessolidaire.com))

<b>Positionnement</b>	«Communauté des acteurs de l'économie solidaire» Monétisation de contenu (modèle presse) sur le thème de l'ESS.
<b>Points forts (?...)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ N°1 sur la requête Google «réseau social de l'économie solidaire» grâce à la technique de référencement dite du «bulldozer» sur les mots-clés autour d'«économie solidaire», plus de 150 000 liens.</li><li>✓ Agrégation automatique de toute information publiée sur le web incluant le mot «association», «solidaire», «mutuelle»...</li><li>✓ Vente d'articles de presse magazine spécialisée</li><li>✓ Présentation très «entreprise» certainement appréciée par certains (lectorat des groupes de presse liés à ce site)</li></ul>

<b>A éviter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● le site s'auto-qualifie communauté de l'ESS, mais on trouve peu de sites internet du secteur qui y font référence, l'essentiel du référencement provient d'annuaires.</li> <li>● Publicité omniprésente, annonceurs sans rapport avec l'ESS.</li> <li>● Forums de discussions déserts.</li> </ul>
<b>Choix techniques</b>	Développement personnalisé, hébergement partagé avec Territorial.fr, «le portail des professionnels territoriaux».
<b>Popularité</b>	PR4 - Estimation visiteurs : entre 200 et 300 visiteurs/jour *

### Zen3.net et Yinternet.org

*Cet outil a été cité par Pascal Delille lors du séminaire du 12 mars car également utilisé au Brésil.*

<b>Positionnement</b>	Plateforme gratuite pour réseaux sociaux «éthiques».
<b>Points forts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Possibilité de créer son mini-site immédiatement</li> <li>✓ Plateforme créée par des associatifs, ce qui se remarque dans les concepts utilisés (on se définit comme ceci : mes orientations, mon passé, mon présent, mon avenir, mes réseaux.</li> </ul>
<b>A éviter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● On peut trouver absolument tout et son contraire, beaucoup de pages personnelles, peu de relations finalement.</li> <li>● Technologie assez ancienne, simplifié ne veut pas forcément dire simpliste, les internautes aussi ont évolué !</li> <li>● La mise en relation existe via les groupes, mais reste introuvable...</li> </ul>
<b>Choix techniques</b>	Développement interne. Infrastructure de l'association Yinternet.org
<b>Popularité</b>	PR4 - Estimation visiteurs impossible (sous-domaines, mini-sites)

### Ressources Solidaires ([www.ressources-solidaires.com](http://www.ressources-solidaires.com))

<b>Positionnement</b>	«Emploi, Recrutement et Actualité de l'économie sociale» Sous forme d'association, ce site propose une agrégation quotidienne d'articles consacré à l'ESS, provenant du web ou plus rarement rédigé en interne, ainsi qu'un service de publication d'annonces d'emploi (adhésion) et de soumission de CV (partenariat payant ?)
-----------------------	--

<b>Points forts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Référence sur la veille d'actualité consacrée à l'ESS.</li> <li>✓ Optimisation dans l'utilisation des autres réseaux sociaux pour la rediffusion des articles pour augmenter la notoriété du site.</li> <li>✓ Les membres peuvent aussi blogguer sur le site, et donc faire bénéficier leur communication de sa réputation.</li> </ul>
<b>A éviter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pas d'interaction, mais ce n'est pas le but du site</li> <li>● Modèle économique non solidaire basé sur l'achat d'un droit à l'information (annonces d'emploi), ou l'annonceur et le consommateur sont tous deux mis à contribution.</li> <li>● Serveur mal dimensionné (ralentissements ou accès partiel au site)</li> <li>● L'agrégation systématique de contenus tiers.</li> </ul>
<b>Choix techniques</b>	Base SPIP personnalisée - hébergement mutualisé chez OVH
<b>Popularité</b>	PR5 - Gros référencement naturel via le RSS, les agrégateurs de news type Wikio et les blogs, facebook, twitter, viadeo etc (17 000 liens) 1000 visiteurs / jours ou plus *

## Social Planet ([www.social-planet.org](http://www.social-planet.org))

<b>Positionnement</b>	«Le web de l'initiative sociale et solidaire en Europe» est porté par la société référente en France sur ELGG, une plateforme open source de création de réseaux sociaux, cette société ayant par ailleurs une clientèle proche de l'ESS.
<b>Points forts</b>	✓ Exhaustivité dans l'utilisation des outils techniques actuels
<b>A éviter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● revers de cette médaille : interface technique, débutant s'abstenir</li> <li>● groupes vides souvent auto-promotionnels</li> <li>● stratégie de recrutement basée sur le «buzz», qui va favoriser avant tout les structures déjà très actives sur Internet, qui vont certainement sur-utiliser le système pour leur promotion.</li> </ul>
<b>Choix techniques</b>	ELGG ( <a href="http://www.elgg.org">www.elgg.org</a> ) sur serveur dédié OVH.
<b>Popularité</b>	PR4 - peu de liens - entre 50 et 150 visiteurs/jours *

\* : Les statistiques sont des moyennes effectuées d'après plusieurs sources estimatives (Statbrain, Sitemeter, Alexa...) et ne sont donc pas précises.

### 3. Modélisation du système

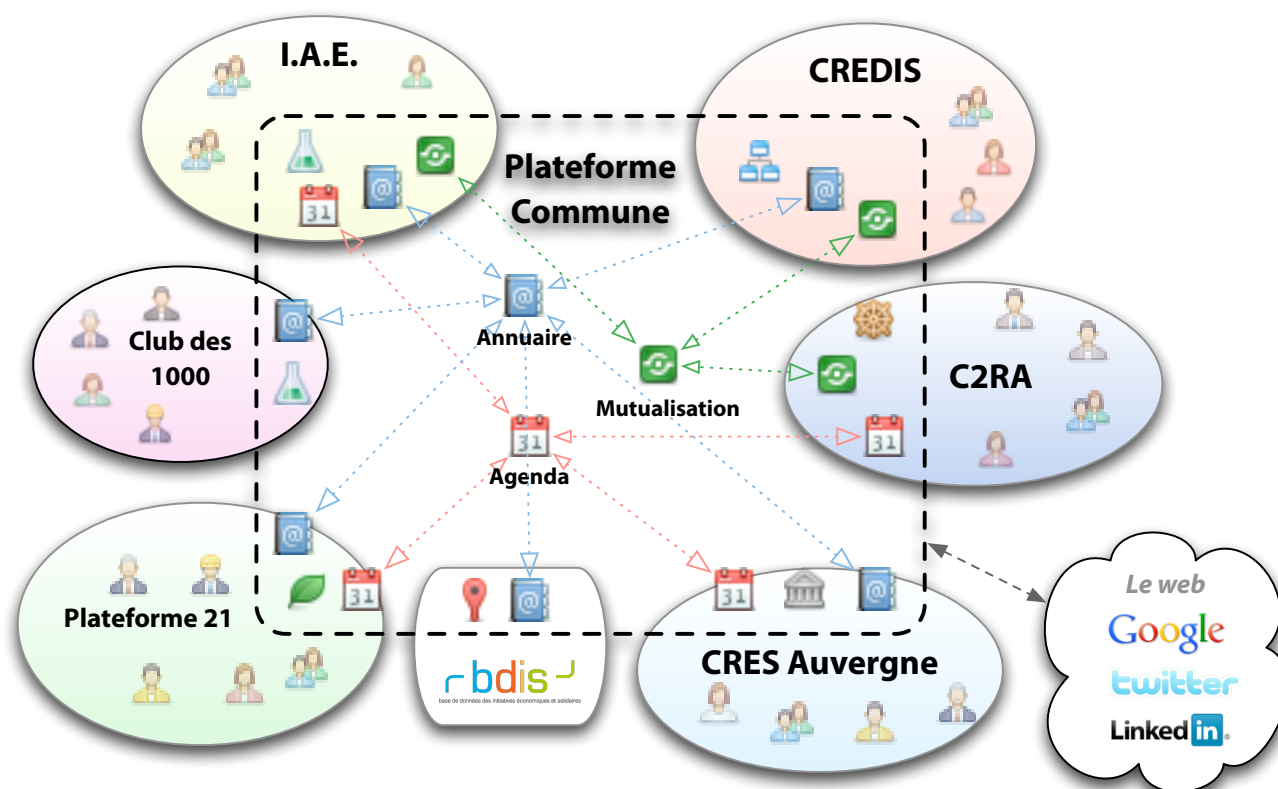
#### Mutualisation des outils

Le principe est de mutualiser certaines informations afin que tous les partenaires puissent ensuite bénéficier de cette ressource améliorée par le collectif.

Exemples d'outils classiques «augmentés» par la plateforme collective :

- ▶ **Répertoire** d'acteurs. Permettre la mise à jour en temps réel sur plusieurs sites des coordonnées ou des actualités d'un acteur en particulier.
- ▶ **Agenda** : en partageant son agenda, chacun pourra récupérer un agenda enrichi par exemple sur la base de mots-clés propres à son secteur d'activité.
- ▶ **Mutualisation** : Chaque site n'ayant pas implémenté de systèmes d'annonces, un listing affichant les annonces des membres de ce réseau pourra être affiché, tandis que le site collectif affichera lui toutes les annonces de tous les réseaux.

*Exemple de configuration, tous les partenaires potentiels ne sont pas affichés*



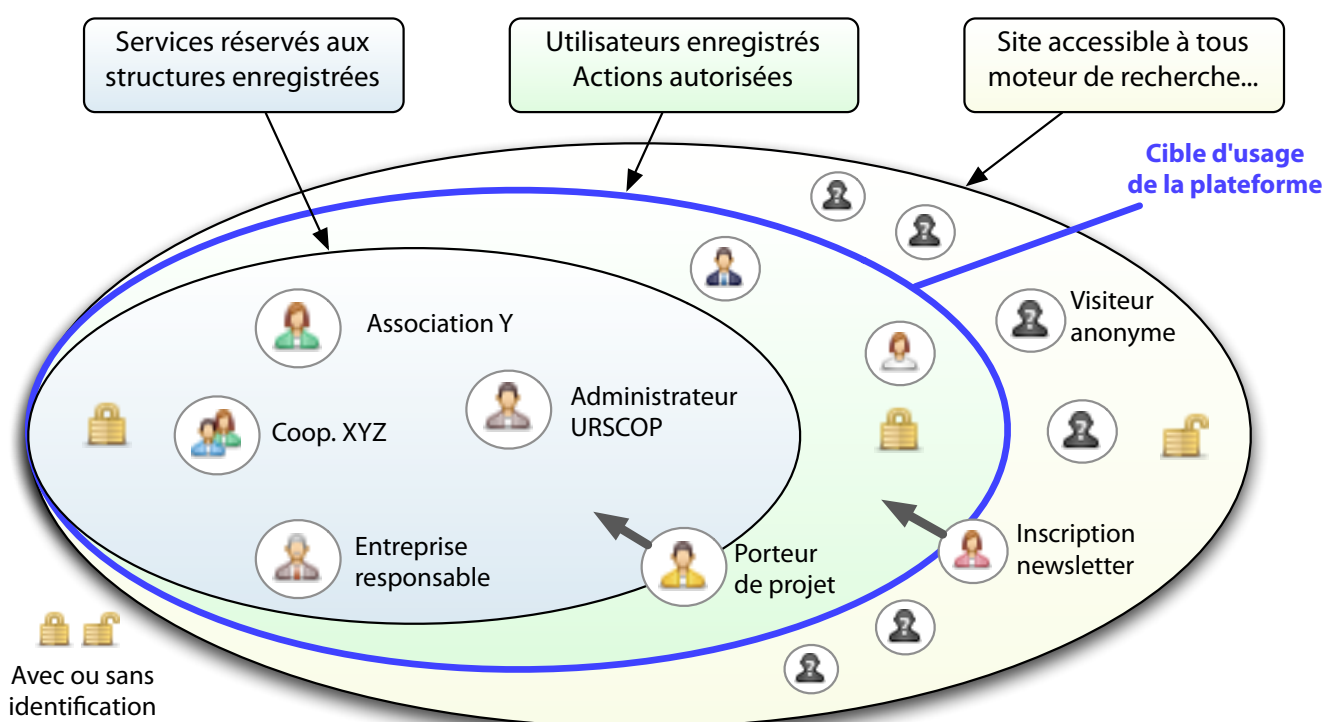
Outils proposés par la plateforme	Outils des partenaires pouvant être mutualisés	
Agenda des événements	Bilan environnemental	Conseil juridique
Répertoire de structures	Echange d'expériences	Accompagnement
Mutualisation (offres/demandes)	Geo-localisation	Mise en réseau

*Concernant les aspects techniques de la mise en commun de ces informations, voir plus loin*

## Un utilisateur = un individu ou une structure

Voici les raisons qui ont guidé ce choix stratégique :

- ▶ La représentation d'une personne morale doit pouvoir être détachée des individus qui la composent. Son organisation peut évoluer rapidement, et notre plateforme ne doit pas refléter les éventuels conflits internes qui peuvent surgir dans la vie de cette structure.
- ▶ Les membres d'une structure enregistrée doivent pouvoir également utiliser le site avec un **compte** personnel, en tant que citoyen, militant ou encore consommateur, ce qui leur assure leur liberté de parole individuelle. Rien n'empêche que leur **profil** mentionne leur implication dans une structure référencée sur le site (si la structure autorise cette référence).
- ▶ Un compte peut évoluer : individu enregistré devenant porteur de projet (accès aux informations réservées aux structures), puis structure référencée. Cela permet aux responsables de tester le site avant de s'engager au nom de leur structure.



## Typologie des utilisateurs

1. Utilisateur **anonyme** du site. Il n'a accès qu'aux informations publiques.
2. Utilisateur **enregistré** : à partir d'une inscription à une lettre d'information, ou pour pouvoir envoyer un message à un autre membre, nous avons collecté l'e-mail de cette personne et éventuellement sa localisation géographique. Informations publiques uniquement.
  - 2.1. **Structure en création** : si l'utilisateur désire faire part de son projet aux autres membres, et donc apparaître dans la listes des projets en création. Par ce statut, il obtient l'accès aux informations partagées par les structures, et peut bénéficier d'un suivi de son projet.
  - 2.2. **Structure existante** : l'utilisateur fournit du contenu au site au nom de sa structure : actualités, annonces, événements. Il a accès à toutes les informations du site. Sur un site rassemblant des organisations devant collaborer, c'est ce niveau qui nous intéresse.

## Liaisons entre utilisateurs

L'intérêt principal d'un site de type «réseau social» pour notre projet, c'est d'utiliser les méthodes de **mise en relation améliorée** qu'il peut permettre, en proposant à l'utilisateur des connections auxquelles il n'avait pas pensé.

Les propositions de mise en relation «spontanées» du système, sont basées sur les points communs géographiques ou sectoriels facilement identifiables mais également sur les relations communes que deux structures pourraient avoir, l'objectif étant de simuler l'effet de «bouche à oreille» et de multiplier ainsi les collaborations ou mutualisations de moyens.

Les possibilités de liaison entre utilisateurs retenues :

- ▶ **Lien professionnel** : «J'ai travaillé avec telle structure». Le lien doit être accepté par les deux parties, il suppose donc une bonne entente, et une éventuelle recommandation. L'utilisation de ce critère peut permettre de personnaliser les recherches effectuées par une structure, en mettant en avant ses contacts, mais peut également permettre à un consommateur de visualiser les interactions économiques «assumées» de chacun.
- ▶ **Lien d'affiliation** : «Je suis membre ou salarié de telle structure». Ce lien a plutôt une fonction d'affichage social pour l'individu mais n'influera pas sur les résultats de recherche.

## Notion de «groupe» dans les réseaux sociaux

Une pratique assez courante sur les site de réseaux sociaux est de permettre aux individus de se rassembler volontairement dans un groupe à partir d'une thématique particulière ( ce qui a donné des milliers de groupes inutiles sur Facebook , comme : «groupe de ceux qui n'aiment pas les tartines grillées» ).

La question n'était pas de juger de la pertinence de la chose ( les individus aiment naturellement intégrer des groupes ) mais plutôt de l'adéquation de ce type de fonctions avec nos objectifs.

Argument en faveur des groupes	Commentaire et proposition
Possibilité d'ouvrir un espace de réflexion sur une thématique particulière et de compter le nombre de personnes intéressées...	... et le plus souvent, cela ne va pas plus loin que le fait de se compter. Un nouveau sujet sur un <b>forum</b> peut être plus efficace et interactif.
Cela permettra aux individus non enregistrés en tant que structure de créer des espaces d'expression.	Porte ouverte à la pollution des thèmes du site par des individus en manque de reconnaissance. La solution pour eux : <b>créer</b> leur projet solidaire !
Les groupes permettent de créer des liens entre utilisateurs non reliés entre eux.	D'autres types de liens sont possibles, comme expliqué dans le paragraphe précédent.

## Origine et définition des contenus diffusés

Le site ne doit pas se limiter à la publication de communiqués (c'est un des écueils que nous avons relevé dans la revue de web) mais doit en priorité encourager les rencontres et les collaborations. La publication d'informations constitue toutefois la partie la plus visible du site, c'est donc un élément indispensable à son fonctionnement.

Les différents types de contenus retenus sont les suivants :

Type de contenu	Auteur	Origine	Interactions possibles
<b>Actualité</b> , liée à une nouvelle activité, un nouveau produit	▶ structures uniquement	▶ posté sur le site ▶ site partenaire ( <i>RSS</i> )	▶ commentaires * ▶ partager (rediffuser)
<b>Événement</b> daté : festival, formation, réunion...	▶ structures ▶ individus *	▶ posté sur le site ▶ site partenaire ( <i>format vCalendar</i> )	▶ commentaires * ▶ partager (rediffuser) ▶ co-voiturage
<b>Annonces</b> de troc, don, mutualisation de moyens	▶ structures ▶ individus *	▶ posté sur le site ▶ posté ailleurs ( <i>widget</i> )	▶ répondre ▶ partager (rediffuser)
<b>Profil d'une structure</b> , page de présentation à personnaliser	▶ structures uniquement	▶ activé sur le site ▶ peut être synchronisé avec un annuaire externe	▶ lien professionnel ▶ contact e-mail
<b>Projet</b> de création d'activité	▶ individus	▶ créé sur le site ▶ créé ailleurs ( <i>widget</i> )	▶ commentaires * ▶ accompagnement ▶ recherche financements
<b>Produit ou service</b> proposé par la structure (phase ultérieure)	▶ structures uniquement	▶ créé sur le site ▶ importation de catalogue produits ( <i>RSS, XML</i> )	▶ commentaires * ▶ partager (rediffuser)

\* : l'asterisque indique une modération à posteriori systématique, donc un filtrage.

Chaque structure pourra décider, pour chaque information publiée si elle sera publique, ou affichées seulement aux membres d'organisations enregistrées sur le site.

Exemple : la recherche d'un emploi partagé en graphisme ne doit pas donner lieu à un afflux de CV et de sollicitations non souhaités pour la structure en demande.

La priorité est donc donnée à la communication des structures, mais les individus / citoyens / consommateurs peuvent participer de plusieurs manière à la vie du site :

- ▶ Commentaires (modérés comme vu plus haut «libre expression» )
- ▶ Emission d'annonces : nous ne devons pas couper les structures des offres potentielles de mutualisation ou de dons émises par des particuliers.
- ▶ Création d'activité : nous pouvons encourager les individus concernés par l'économie solidaire à créer leur activité en leur proposant un bouquet d'outils adaptés. Grâce au partenariat avec le C2RA, la CRES et le CREDIS, il devrait également être possible de faciliter la mise en relation avec les financeurs potentiels, en effectuant un tri à partir du profil de chaque projet.

Les contenus devront inclure une durée de vie (automatique pour les événements, à fournir pour les annonces) et bien entendu, un certain nombre de mots-clés afin de pouvoir être irriguées dans les différentes parties du système ou automatiquement envoyées aux membres inscrits au systèmes d'alertes par email.

Dans le cas de contenus provenant de sites partenaires ou de sources généralistes (exemple : flux RSS émanant du blog d'une association), les mots-clés appliqués seront par défaut les mots-clés rattachés à la structure émettrice.

## Commentaires : libre expression et réputation

Lorsqu'on évoque dans la même phrase les réseaux sociaux et les entreprises, on imagine tout de suite les plaintes du consommateur venant ternir l'image du commerçant/fabricant.

La possibilité pour les individus/citoyens/consommateurs d'émettre des commentaires sur les actualités ou les événements diffusés sur la plate-forme doit être encadrée par une **modération** à posteriori, mais qui n'a pas vocation à évacuer tout commentaire négatif.

Plusieurs cas de figure sont à envisager :

- ▶ Message grossier, illicite, insultant : effacement immédiat.
- ▶ Dénonciation de la qualité d'un produit ou d'un service rendu :  
La structure sera invitée à répondre au client directement par e-mail afin de résoudre le problème hors du site. La réputation de la structure pourra être rétablie par un second commentaire précisant «le problème évoqué par .... a trouvé une résolution».  
Un guide-conseil sur la relation client sur le web sera fourni aux structures dès leur inscription.
- ▶ Remise en question directe d'une valeur mise volontairement en avant par la structure. Exemple :  
«Pourquoi la coopérative ... laisse tourner son éclairage toute la nuit et ensuite dit ici qu'elle respecte l'environnement ?».  
La structure est dans ce cas contactée directement afin de s'expliquer préalablement avec le modérateur sur la question. En fonction de sa position, la structure peut être invitée à exercer son droit de réponse en public, ou choisir de réviser son auto-évaluation.

Cette liste de cas non exhaustive ne doit pas nous détourner du feed-back positif que peuvent représenter ces commentaires pour une petite structure, en terme d'encouragements, d'indicateurs de satisfaction. Si cette fonction manque à notre plateforme, les structures de l'ESS se tourneront à long terme vers des sites gratuits qui le proposeront ( groupe facebook... ).

## Partage des informations avec les sites partenaires

Les formats standardisés cités dans le tableau des contenus sont connus et standardisés. Beaucoup de structures les utilisent déjà sans le savoir : **un flux RSS** est une version expurgée d'une liste d'actualités, mise à jour en permanence. La structure peut ainsi continuer à publier ses actualités sur son propre site, ou sur le site de son réseau, en sachant qu'elles seront automatiquement répercutées sur la plate-forme d'échange.

Une collaboration plus intégrée peut être mise en oeuvre grâce à un **Widget** : on nomme ainsi une inclusion sur un site web d'une petite application ou d'un formulaire hébergé ailleurs. C'est par le biais de ces inclusions que nous proposerons à nos différents partenaires des outils mutualisés qui n'existaient pas sur leur propre site, mais étaient présents sur le site d'un autre partenaire régional.

**Exemple concret** : la mutualisation des annonces. Chaque partenaire pourra, grâce à un simple code à insérer sur son propre site, disposer d'un formulaire de dépôt d'annonces, qui pourra être personnalisé aux couleurs du site.

Seront bien entendu affichées simultanément une sélection d'annonces récentes, qui pourront être préalablement filtrées par l'administrateur du site sur lequel ce widget est installé : l'URSCOP pourrait préférer ne pas afficher les annonces provenant de SARL ou d'associations.

## **Annuaire partagé**

Une des bases de cette plateforme passe par un annuaire assez exhaustif des structures d'économie solidaire sur la région. Nous mobilisons pour cela les ressources de plusieurs partenaires référents dans leur domaine, afin qu'ils puissent amener cette information.

Mais rassembler à un instant T ces informations sans fournir le moyen de mettre à jour aisément ces données hypothéquerait dès le départ la pérennité de la plateforme.

Une réflexion sera donc menée au cas par cas avec chaque partenaire pour déterminer comment, au-delà du lancement de la plate-forme, leur système informatique pourra interagir avec l'annuaire partagé.

L'un des bénéfices direct de cette synchronisation permanente sera la possibilité pour les têtes de réseau de disposer de listes de mailings spécialisées hors de leur secteur d'activité propre.

## **API externe**

La mise en place de web-services (**API externe**) directement interrogeables depuis un autre système pourront être mis en place courant 2011, grâce notamment à l'utilisation de Lucene/Solr (voir au chapitre «Mise en oeuvre»).

## **Agenda : favoriser les rencontres physiques**

Un événement de l'agenda est une forme particulière d'information postée sur le site : Il devrait pouvoir permettre de servir d'invitation personnelle afin que les utilisateurs intéressés puissent cliquer dans l'e-mail ou sur la page de l'événement pour indiquer «je serai présent» .

Outre le côté pratique de la chose, un système gratuit de pré-inscription, cela permet également aux utilisateurs de savoir qu'ils pourront rencontrer sur place tel ou tel autre membre du réseau.

Un partenariat avec l'association **Co-Voiturage 63** est également prévu pour permettre d'afficher sur le site, pour chaque événement, le nombre de co-voitureurs inscrits sur le site web de CV 63. Ce lien nécessitera l'appui technique de la société qui a conçu le site de CV63, des négociations ont été entamées avec ce prestataire.

Nous comptons enfin exploiter les moyens techniques existants pour promouvoir au maximum les événements relayés sur la plate-forme afin de jouer pleinement le rôle d'amplificateur de la communauté : micro-formats, utilisation des réseaux dédiés : Upcoming, Twitter ...

## **Anonymat et coordonnées**

Un **pseudonyme** sera demandé à tous les utilisateurs individuels.

Le site public, c'est à dire le site visible aux utilisateurs non membres de structures référencées (ce qui inclut les moteurs de recherche) n'affiche pour les différentes informations que le pseudonyme pour désigner l'auteur de l'information.

Les structures sont évidemment identifiables en mode public ou privé.

Concernant la collecte de données, voici les principes généraux retenus :

- ▶ Les emails ne sont pas destinés à être divulgués, mais peuvent par contre être utilisés par les membres de la plate-forme pour composer des mailings vers les autres membres.
- ▶ Ne demander que les données strictement nécessaires aux fonctions demandées par l'utilisateur. Telle information contre tel niveau de service.
- ▶ Toujours donner à l'utilisateur le choix de rendre public ou pas chaque information.

En pratique, cela correspond à une démarche graduelle.

Pour prendre un exemple , il pourra paraître déplacé de demander à une organisation, dès son inscription, d'indiquer le nombre de ses salariés ou encore son code APE.

Par contre, cette demande pourra sembler totalement justifiée dès lors que la structure demande à pouvoir disposer d'un service de veille personnalisée des financements destinés à sa structure ou à son champ d'activité...

Le profil d'une organisation pourra ainsi contenir de plus en plus de données, suivant le nombre de services auxquels elle souhaitera adhérer. Toutes ces données seront modifiables et comporteront pour chacun une option «public/privé» pour déterminer si elle seront affichées sur la page de l'organisation.

La parution dans la **BDIS** pourra être une autre de ces options : si vous désirez apparaître dans la base nationale, vous devez renseigner certains champs de nomenclature supplémentaires.

## Politique de confidentialité

La revente de fichiers d'emails des utilisateurs de la plateforme n'est pas acceptable.

Par contre, il pourra être proposé aux organisations membres de pouvoir envoyer des mailings commerciaux ciblés aux autres adhérents de la plateforme. Ces mailings ayant pour origine le système, il ne sera pas nécessaire de fournir les adresses à l'expéditeur : il suffira de préciser le rayon d'action ou le secteur d'activités via le système de mots-clés pour cibler un certain nombre d'organisations.

Ces mailings pourront être modérés en cas de dérapage commercial contrevenant à la charte du site, et également être limités en volume.

Ce service étant en général inexistant sur d'autres réseaux, ce pourrait être un service payant.

## Notifications automatiques par email

Popularisés par des sites de vente ou d'immobilier, les alertes email sont un confort supplémentaire offert à l'utilisateur qui n'a pas à revenir sur le site pour obtenir les informations qui peuvent l'intéresser, mais aussi un moyen sûr de ré-activer régulièrement le lien entre les utilisateurs et le site.

Ces notifications pourront être de plusieurs types :

- ▶ Proximité : être averti de toute nouvelle info dans un périmètre défini (50 km à la ronde) autour de son adresse : plutôt orienté vers les utilisateurs-consommateurs.
- ▶ Mots-clés : être tenu au courant de toute nouvelle actualité, demande ou offre de service sur le mot-clé «solaire».
- ▶ Catégorie : Actualités, offres, demandes, sujets de forum, événements
- ▶ Et bien sûr une combinaison de ces différents critères

La fréquence d'envoi des notifications devra être réglable, de quotidienne à mensuelle, avec un réglage de base de «tous les 15 jours» afin de ne pas trop solliciter les nouveaux inscrits.

## Mot-clés ( ou «tags» )

Le mot anglais «tag» renvoie à la notion d'étiquette dont on peut affubler n'importe quel texte, personne ou organisation afin de pouvoir lancer facilement des **recherches transversales**.

Le réflexe habituel en matière d'arborescence de l'information d'organiser des informations avec nos «bonnes vieilles catégories», ce qui revient au principe des «dossiers».

Mais nous attendons plus d'un système informatique qu'un simple rangement par dossiers, nous voulons qu'il puisse trouver l'information à travers tous les dossiers!

- ▶ La saisie d'au moins un ou deux tags doit être proposé et/ou obligatoire pour chaque saisie d'information pour toute annonce, offre, actualité, nouvelle inscription.
- ▶ Une liste pré-établie de tags devra être proposée à l'utilisateur dès qu'il a saisi son information. Ce type de suggestions n'empêche pas de proposer un nouveau mot-clé, qui pourra ensuite être validé par le modérateur en tant que mot-clé de premier plan ou être rattaché en tant que synonyme à un tag déjà existant (ce qui ne remplacera pas l'entrée de l'utilisateur).

L'utilité du système doit être rapidement évidente pour l'utilisateur, et ceci dépendra de la pertinence des e-mails de notifications que nous lui enverrons, la personnalisation de l'affichage du site, toutes ces choses étant passées au filtre de ses centres d'intérêt...

### **Mot-clés définissant l'utilisateur**

Comment espérer qualifier un individu ou une organisation avec des mots-clés ?

- En proposant une formulation amusante (exemple de Zen3 ), par exemple  
ce que vous faites tous les jours : solaire , informatique , anglais , mécanique  
ce qui vous intéresserait : Afrique , coopération , musique
- En limitant également le nombre de mots-clés : cinq semble être un maximum en ce qui concerne une annonce ou une actualité, on pourrait aller jusqu'à 10 pour un individu ou une organisation.

### **Utiliser les réseaux sociaux (facebook, twitter ...)**

Ces réseaux commerciaux ne partagent pas spécialement les valeurs défendues par la plateforme que nous désirons créer, mais sont à prendre en compte sur un point précis : l'inscription rapide. Une personne possédant déjà un compte Facebook ou Google acceptera plus facilement, lorsqu'il lui sera demandé de s'inscrire, de cliquer deux ou trois fois sur un bouton «OK» plutôt que d'avoir à renseigner une nouvelle fois son email, un nouveau mot de passe à retenir, etc...

Cette opportunité sera d'autant plus exploitable que les systèmes se normaliseront. La norme OAuth 2 est déjà utilisée par Facebook, Google ou Twitter.

Un système spécifique pourrait justifier un investissement supplémentaire : l'identification via l'API contacts d'Orange, fournisseur d'accès assez répandu.

### **Proposer de nouveaux outils**

Au-delà de l'intégration et du partage des outils disponibles auprès de nos partenaires, nous avons été également sollicité pour la mise en oeuvre d'outils techniques non encore créés à ce jour :

La réunion par vidéo-conférence par l'intermédiaire du site en est une, rendu nécessaire par le relief et le climat de notre région majoritairement rurale.

Les barrières techniques à ce type de rencontres sont aujourd'hui levées, grâce à l'augmentation des débits ADSL et l'amélioration des techniques de compression de la vidéo.

Plusieurs serveurs open-source (Red5 Flash Server, Darwin streaming server) permettent aux utilisateurs d'utiliser leur webcam pour envoyer leur image vers un serveur réflecteur qui va centraliser les requêtes et réunir les participants.

Les expérimentations sur ce type d'outil pourront prendre place plutôt pendant la seconde année de réalisation, et pourront profiter des méthodes déjà acquises en matière de diffusion d'événements et de mises en relations des acteurs.

## 4. Design et interface utilisateur

Aza Raskin, l'un des spécialistes actuels en terme d'interfaces numériques, a posé le problème en ces termes : «**pour l'utilisateur, l'interface, c'est le produit**».

Ce qui veut qu'il ne sert à rien d'avoir un corpus de données extraordinaire et une logistique sans faille : si la première impression lors de l'utilisation du système est mauvaise, l'utilisateur passera à autre chose très rapidement.

### Principes généraux

Bien que dans sa première phase, la plateforme soit destinée avant tout aux acteurs de l'économie solidaire et aux interactions entre eux, elle doit être conçue dès le départ avec une exigence non négociable de clarté et de simplicité d'utilisation.

La cible initiale est un responsable de structure qui a une culture web limitée : il sait utiliser l'e-mail et rechercher sur Google mais n'est inscrit sur aucun réseau social.

Il s'agira donc de le convaincre, éventuellement en partenariat avec son réseau associatif d'origine de la pertinence de s'approprier la plateforme pour la communication de sa structure plutôt que les recommandations provenant du «bouche à oreille» : telle association a créé son compte facebook, telle autre partage ses photos sur Picasa, etc...

Dans ce contexte, la moindre complication dans l'utilisation de la plateforme accentuera la résistance déjà créée par le fait de ne pas «faire comme toute le monde».

Notre plateforme se doit donc d'être exemplaire :

- ▶ Au niveau de la fraîcheur et de la **convivialité** du graphisme. Nous prévoyons pour cela la collaboration sur les 3 ans avec un illustrateur régional, à même de créer un univers graphique correspondant à l'économie solidaire.
- ▶ Au niveau des méthodes de **saisie et de navigation** sur le site. L'expérience du CREDIS en la matière est issue du travail mené depuis 2009 sur notre interface de saisie du dossier de candidature FSE 4.2.3, utilisée par plus de 500 associations en Auvergne et en Ile-de-France.

Le nom de la plateforme fera l'objet d'un travail collectif visant à définir une identité originale, autour d'un concept ou d'un nom simple (orientation grand public) : pas d'acronymes abscons, le nom du site doit devenir un réflexe.

### Univers graphique

Le travail avec l'illustrateur consistera dans la création de repères graphiques forts rattachés au nom du site : mascotte, personnages reconnaissables, pouvant donner matière à des variations au fur et à mesure de l'ajout de services.

De nouvelles possibilités rendues possibles par l'évolution de certains langages du web (javascript) devraient nous permettre de faire intervenir également des animations intégrées aux pages : boutons animés, aide en ligne présentée par un personnage, toujours en lien avec l'illustrateur.

L'illustrateur pressenti pour travailler sur ce projet a plusieurs sites web à son actif, et le design de l'interface d'un logiciel de lecture à destination des professionnels de l'éducation.

## Inscription facile

C'est une des recommandations techniques les plus répandues lorsqu'on parle de site web 2.0 grand public : **pas plus de quelques secondes**, les informations minimales, et un **formulaire simple**, aéré, en gros caractères, convivial. Il s'agit d'abord d'afficher visuellement et concrètement la facilité d'utilisation de la plateforme.

Dès la première inscription, la machine se met en route et nous pouvons ensuite utiliser toutes les techniques à notre disposition pour compléter nos données : relance par email, accès à d'autres parties du site. Tout ceci peut être fait graduellement, et sera adapté à la fréquence et à l'importance de l'activité de l'utilisateur sur le site.

## Accès rapide à l'information

Le service fourni doit l'être de manière efficace, dès la première visite et dès la première page. Arriver à donner une information de valeur à l'utilisateur rapidement est la garantie de marquer de manière positive son expérience sur notre site (et nous savons que cette sélection sur le web est rapide et impitoyable).

Le moteur de recherche doit donc être accessible sur toutes les pages, et capable d'utiliser les informations relatives à l'utilisateur pour lui proposer des résultats attrayants (utilisation de sa ville de connexion pour un anonyme, de ses coordonnées pour un membre inscrit).

Nous devons apprendre à connaître notre public, et donc à tester plusieurs systèmes de présentation et d'accès à l'information. Un exemple de visualisation désormais classique : le nuage de mots-clés, grossi selon leur fréquence d'usage sur les pages consultables.



Exemple de double classement de mots-clés (taille et couleur/catégorie) - Quero.fr pour Exalead

La vitesse d'affichage de l'information doit également être au rendez-vous, c'est d'ailleurs maintenant l'un des critères officiels de Google dans l'élaboration de son classement des résultats. Deux techniques sont présentées en dernière partie pour aborder ce besoin (Solr & memcache).

## Saisie de l'information

Poster une information sur le site doit être l'opération la plus fluide et la plus simple possible.

Il ne doit donc y avoir qu'une seule page pour cela, et un formulaire qui s'adaptera en temps réel au besoin : Dans le cas d'une annonce, seuls les champs nécessaires seront affichés, mais pour un événement le formulaire affichera les champs correspondant : date, heure, localisation...

Le but est d'éviter absolument d'avoir un processus trop long ou découpé en plusieurs étapes : tout doit pouvoir être renseigné sur un même écran, en une seule prise, pour que l'expérience d'ajout de contenu soit rapide et qu'on y revienne sans mauvais souvenirs...

## Mots-clés

L'architecture sémantique du site, basée sur les mots-clés choisis par les utilisateurs pour décrire leur contenu, est vitale pour pouvoir proposer un croisement des informations, et la fameuse «mise en relation assistée par ordinateur» rendue possible par Internet.

Il s'agit donc de guider l'utilisateur avec une interface ludique, lors de cette étape, pour diffuser au mieux ses intentions.

*Exemple d'utilisation d'un plugin jQuery (ici Autosuggest)*



- ▶ Un mot-clé est de préférence composé d'un seul mot.
- ▶ Un mot-clé est légitime dès lors qu'il permet de naviguer de manière transversale dans l'information : si beaucoup d'utilisateurs décrivent leur contenu avec le terme «sourire», ce mot doit pouvoir être un mot-clé.
- ▶ Les utilisateurs doivent donc pouvoir toujours proposer de nouveaux mot-clés.
- ▶ Trop de mots-clés = éparpillement de l'information, la base des mots-clés doit donc être entretenue régulièrement afin de fusionner les synonymes, éliminer les mots-clés orphelins ou sous-utilisés.

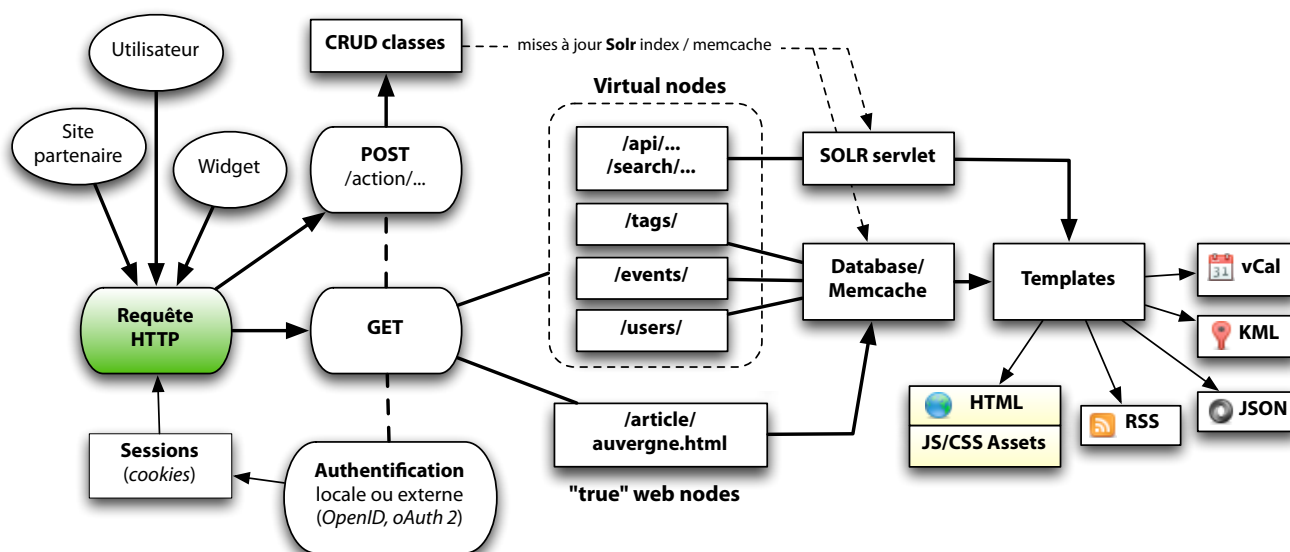
## 5. Mise en oeuvre

### Développement de la plateforme

Le développement du moteur du site sera publié en Open Source, afin de mutualiser cette initiative avec d'autres régions ou d'autres projets similaires.

Le moteur du site devra s'appuyer sur des fonctionnalités communes à tous les CMS (arborescence de pages, flux d'actualités...) mais sera conçu dès le départ pour gérer des données de différents types (événements, fiches structures, annonces...) et les transmettre sur différents canaux, en respectant les formats standards : XHTML, vCal, PDF, JSON, XML-RPC...

### Exemple de schéma global de fonctionnement



Le système peut être défini comme un processeur multi-canal (XHTML, RSS, format brut JSON, etc) qui traitera indifféremment les requêtes, puisqu'elles doivent pouvoir venir de systèmes associés (sites des partenaires) qui ne nécessiteront que les données brutes et pas «l'emballage» HTML prévu pour la page web.

Les standards sont utilisés dès que possible afin de permettre des changements de technologie en cours de route (le format KML peut être utilisé avec Googlemaps ou OpenStreetmaps).

### Choix de l'annuaire

La question du stockage des profils est l'une des décisions qui devra être prise en accord avec les techniciens des différents partenaires.

Le choix d'un annuaire unifié de type LDAP, permettant des synchronisations multiples serait une solution idéale, mais il faudra compter avec les structures et les habitudes existantes.

La possibilité de pouvoir proposer des listes d'e-mailing actualisées (emails non commerciaux) aux réseaux partenaires pourra faciliter l'adoption de nouveaux outils en ce domaine.

## Hébergement et stockage des données

Le serveur dédié comprendra une base MySQL (ou PostgreSQL selon la nécessité d'implémenter ou pas des données spatiales), mais sera doublé en production par l'utilisation d'un serveur Memcache destiné à servir plus rapidement la plupart des objets couramment demandés (liste des dernières actualités, page de profils, etc). La charge sur la base de données est ainsi réduite.

En cas de dépassement des capacités du serveur, La base SQL pourra être transféré sur un serveur voisin, dans le même datacenter. Le serveur d'application doit pouvoir être séparé d'Apache, de la même manière.

La sauvegarde des données se fera quotidiennement sur un serveur esclave MySQL et par des scripts gérés par le CMS lui-même.

Le serveur dédié pourra également héberger des applications-soeurs, comme des interfaces personnalisées pour les partenaires qui n'auraient pas de site web ou souhaiteraient adopter la même plateforme technique pour leur intranet (ce qui faciliterait bien entendu la communication entre systèmes).

## Le moteur de recherche



Le moteur de recherche de la plateforme est le **pivot central du site**.

Nous avons donc sélectionné le logiciel le plus avancé sur le segment de la recherche sémantique sur le web : le tandem Lucene/Solr de la fondation Apache.

Ce système Open Source fonctionne comme un servlet Java interfacé via une API REST HTTP, délivrant ses réponses en format XML ou JSON, crée son propre index des contenus, à partir de messages de la base de données du site, ou d'autres sources (flux RSS, fichiers PDF, second site...)

### **Analyse sémantique**

Les champs importés dans l'index peuvent être normalisés/transférés par des filtres, de même que les expressions recherchées par l'utilisateur :

- ▶ normalisation des dates, des majuscules, des tailles de titres...
- ▶ pondération des mots-clés en tenant compte des synonymes (Solr gère cet aspect)
- ▶ stemming («racinisation») afin d'extraire les mots sémantiquement proches. Les verbes sont remis à l'infinitif, et les mots réduits à leur racine ( voir <http://snowball.tartarus.org/> )

### **Recherche à facettes**

Ce concept permet de détailler les résultats de recherche à l'utilisateur de manière à ce qu'il puisse lui-même affiner sa recherche sans risquer de composer une **requête sans résultats**.

Le principal avantage est la clarté de l'information exposée, cette technique est actuellement déployée sur tous les sites importants (voir la nouvelle colonne de gauche des résultats de Google). Exemple ci-dessous : après une recherche «canapé» sur un site de vente de mobilier en ligne, 150 articles apparaissent, mais le site propose aussi de raffiner cette liste en cliquant simplement sur un des liens suivants :

Nombres de places	Matières	Caractéristiques
▶ 2 places (17)	▶ Tissu (103)	▶ Non déhoussable (135)
▶ 3 places (76)	▶ Cuir (27)	▶ Déhoussable (10)
▶ 5 places (46)	▶ Microfibres (4)	
Couleurs	Styles	Prix
▶ Beige (25)	▶ Contemporain (45)	▶ moins de 300 € (25)
▶ Blanc (14)	▶ Ethnique (10)	▶ 320€ - 480€ (34)
▶ Bleu (5)	▶ Moderne (93)	▶ 490€ - 650€ (23)
▶ Camel (2)	▶ Romantique (3)	▶ 690€ - 940€ (29)
▶ Gris (9)	▶ Rustique (10)	▶ plus de 990 € (39)

Ce résultat implique de prévoir l'adjonction de méta-données pour chaque information qui peut être indexée. Bien entendu, les choix de critères supplémentaires peuvent être différents selon chaque catégorie de résultats présentés. Exemples pertinents pour notre projet :

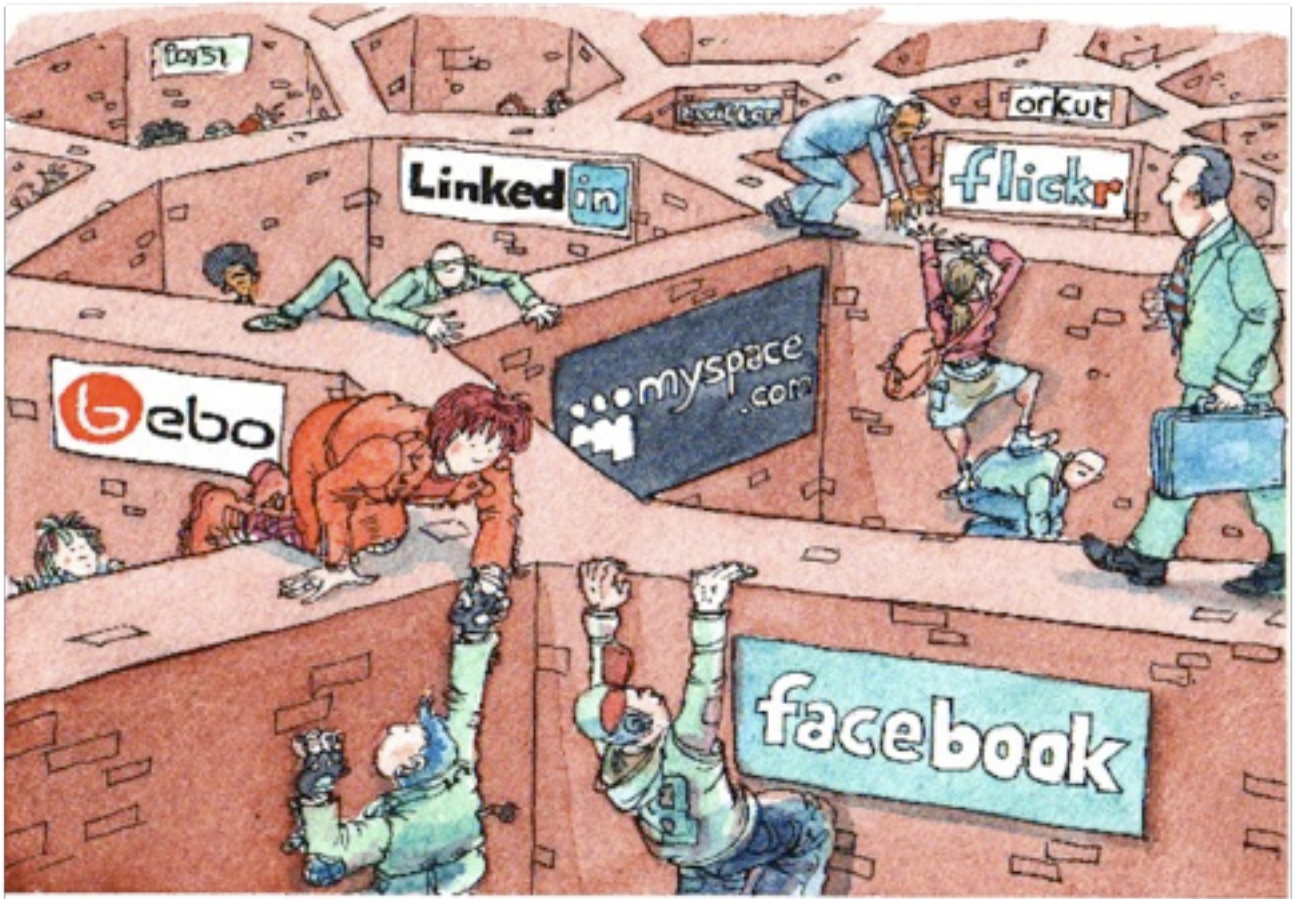
- ▶ « d'ici 1 mois » pour les résultats de l'agenda,
- ▶ « créées en 2009 » pour une liste de structures
- ▶ « à 30 km de chez moi », pour les événements, annonces ou structures
- ▶ « voir uniquement les offres (15) les demandes (10), les dons (5) » pour les annonces

Il serait effectivement judicieux d'utiliser des techniques libérées des contraintes liées aux limites administratives du territoire : une recherche d'échanges de services en se basant sur le code postal est inefficace. Une association de Haute-Loire doit pouvoir être avertie des offres de services provenant d'Ambert ou d'Arlanc, voire d'une structure non-auvergnate (Montbrison).

### ***Solr en tant que base d'un API externe***

Les fonctions d'indexation de Solr peuvent être utilisées de la même manière en interne pour le moteur de recherche qu'en externe, pour que d'autres sites accèdent à nos données

Proposer un API externe aux sites partenaires devient donc simplement une question d'interfaçage des requêtes entre le serveur web et Solr, et c'est une voie novatrice que nous devons exploiter, pour acquérir un statut de site interopérable, et non pas une plateforme de «capture de données» supplémentaire, comme le suggère l'illustration ci-dessous :



## **Planning de réalisation**

### **Septembre - octobre 2010 :**

- ▶ Réunions collectives avec les réseaux partenaires afin de récapituler ensemble et valider les différentes orientations qui seront prises par la plate-forme.
- ▶ Entretiens individuels entre le développeur et les techniciens de chaque réseau sur les protocoles de partage des données et le format des annuaires.

### **Septembre - novembre 2010 :**

- ▶ Mise au point du noyau minimum du serveur (CMS), qui permettra la publication et la sauvegarde des profils et des informations, ainsi que l'authentification.
- ▶ Début des tests de pertinence sur le moteur de recherche
- ▶ Lancement de la plate-forme en phase «beta-test»

### **Premier semestre 2011 :**

- ▶ Débuggage et rodage du système en partenariat avec chaque réseau partenaire et aux premiers participants.
- ▶ Finalisation des fonctionnalités de recherche (notamment recherche spatiale).

### **Deuxième semestre 2011 :**

- ▶ Passage de relais complet au CREDIS et aux réseaux partenaires en ce qui concerne l'animation et la modération du site.
- ▶ Le moteur étant rodé, implémentation de nouvelles fonctions, passerelles de connexion avec les sites tiers, les réseaux sociaux, Orange, etc : préparation de l'ouverture au grand public.
- ▶ Promotion et «recrutement» direct de nouvelles structures en participant à diverses manifestations régionales associatives avec notre stand dédié

### **Année 2012 - 2013:**

- ▶ Printemps 2012 : lancement grand public de la plate-forme (côté consom'acteurs), publicité presse.
- ▶ Technique : amélioration, ajout progressif de nouveaux partenaires, optimisation du serveur, liaison renforcée avec les réseaux nationaux (BDIS) et autres réseaux régionaux (Rhône-Alpes, Massif central).