

# CR Séance 1 - Groupe 7-COMM - 11/02/13

Présents :

- *Encadrants* : Claude Guédat, Isabelle Augé-Blum
- *Groupe projet* : Paul Mougél (Chef de projet), Guillaume Burel, Baptiste Metge, Fabio Guigou, Xiao Yu Feng

Durant cette réunion, l'équipe a présenté son idée de projet, consistant en la création d'un produit qui permettrait **au sein d'une communauté de capitaliser sur les discussions et les contenus**. L'outil est ainsi destiné à devenir une alternative aux outils de collaboration actuels. Des synergies seraient créées à l'aide d'outils reconnus et répandus tels que la discussion instantanée, les fils de discussion et les articles de fond pour mener à bien cette mission. L'emphasis serait mise sur la simplicité d'utilisation et l'émergence de contenus de qualité. L'outil permettrait aux communautés de créer un espace d'échange fédérant des internautes partageant un intérêt commun. Les utilisateurs pourront promouvoir les contenus pertinents. Il sera aussi possible de capitaliser sur les discussions instantanées, de nature volatile, en les pérennisant et en les transformant en fil de discussion ou article de fond.

D'un point de vue pratique, l'équipe avait pensé à plusieurs cas d'utilisation, qu'il conviendra de préciser et affiner par la suite :

- la création de communautés gratuites et ouvertes à tous ;
- la création de communautés sur invitation ou soumises à l'approbation des membres existants, certainement payantes ;
- la création de communautés privées, dans le cadre par exemple d'une entreprise ou association.

L'équipe a convenu avec ses encadrants que les réseaux sociaux actuels et les outils utilisés (tels les mails) ont actuellement atteint leurs limites et que la création d'une alternative était légitime. Il a été de plus remarqué que de nombreux sites internet suivent la règle des 90/9/1 : sur 100 utilisateurs, seul 1 contribue à la création d'information, tandis que 9 la partagent et la commente. Une immense majorité ne fait que consommer le contenu. Enfin, il a été noté qu'une hiérarchie complexe d'utilisateurs (simples membres, modérateurs, administrateurs, etc.) pouvait entraîner des disparités entre les prérogatives de ces derniers.

Les problèmes suivants ont été soulevés :

- modération des contenus : la communauté s'autogère-t-elle ? Faut-il un administrateur ? Comment gérer les contenus abusifs ou non pertinents ?
- quel public est ciblé par le produit ?

Les points suivants seront à corriger et travailler d'ici la prochaine session :

1. Description succincte du projet
2. Cible visée par le produit
3. Business model

Il a également été convenu que M. Guédat fournirait à l'équipe une documentation à propos de réseaux sociaux internes à une entreprise.