

Amaury Renard

Refonte du site web du Lentic,
centre de recherche et d'intervention
de l'Université de Liège



Travail de fin d'études
présenté en vue de l'obtention du
grade de Bachelier en techniques graphiques
finalité techniques infographiques

Année académique 2013 - 2014

CATÉGORIE TECHNIQUE
Parc des Marêts - Rue Peetermans, 80 - 4100 Seraing

Table des matières

1. Note d'intention.....	4
2. Motivation Personnelle.....	6
2.1 Trois raisons principales.....	6
2.2 Quelques explications.....	6
3. Les objectifs du site.....	11
4. La définition du public-cible.....	15
4.1 Public-cible n°1: Les entreprises.....	15
4.2 Public-cible n°2: Le Lentic.....	15
4.3 Public-cible n°3: Les étudiants.....	16
5. L'évaluation de l'existant.....	17
6. Conception de l'interface.....	26
6.1 Maquettage et zoning.....	26
6.2 Modèle de navigation retenu.....	31
6.3 Sélection de couleurs.....	33
6.4 Choix typographiques.....	36
6.5 Contenus non-textuels.....	37
6.6 Adaptabilité du site.....	39
7. Développement Web Orbi.....	42
8. Utilisabilité.....	47
7.1 Google Analytics.....	52
9. Accessibilité.....	56
10. Architecture technique serveur.....	59
10.1. Les plugins utilisés.....	61

11. Conclusion.....	72
12. Quelques références.....	78

Note d'intention

Ce projet est pour moi l'occasion de mettre en avant mes capacités en tant que Webdesigner et intégrateur, il est la consécration de 3 années d'études au sein de la haute école de la province de Liège section Infographie.

Dans ce document je présente la refonte complète d'un site internet déjà existant depuis 2004. C'est-à-dire une refonte visuelle, une refonte du logo et une nouvelle intégration.

Il s'agit d'une véritable entreprise, elle n'est pas fictive et j'ai tenu pour ce travail à avoir un vrai client.

Votre lecture sera progressive, c'est-à-dire que vous aurez au départ mes motivations, mes objectifs ou encore mon public cible. C'est après que nous rentrons dans des détails plus « techniques ».

Avant de rentrer dans le vif du sujet, je souhaiterai remercier certaines personnes, qui ont tout à fait leur place en début de cet ouvrage :

- Carine Marchoul, pour sa bienveillance éclairée dans la révision de cet écrit.
- Dominique Vilain, pour sa passion pour le web et sa capacité à la transmettre.
- Émilie Anselm, pour les différents tests qu'elle a effectués à distance et son talent caché pour le Webdesign.

- François Pichault, pour avoir accepté que je m'occupe de son site comme projet de fin d'études.
- L'équipe du Lentic pour son dévouement malgré leur charge de travail déjà bien conséquente.
- Mes différents testeurs, Dorine, Manon, Rosy, Romain, Vincent et les autres.
- Mon entreprise de stage Eyaka avec qui je travaille toujours pour la bonne réalisation de ce projet.

Motivation personnelle

J'ai choisi pour projet de fin d'études de faire une refonte du site internet du LENTIC. Cette entreprise est un centre de recherche et d'intervention de l'Université de Liège, centrée sur les processus d'innovation organisationnelle. Elle dépend directement de la HEC, l'école de gestion de l'Université de Liège, la faculté d'économie et de management de l'Université de Liège et donc indirectement de l'université.

3 raisons principales

- La continuité d'une étape qui avait démarré lors des cours de Design en 2e année.
- La volonté d'avoir un «vrai» client.
- La détermination de trouver un compromis avec des personnes qui ne s'intéressent qu'au texte au détriment de tout aspect graphique.

Quelques explications

Tout a commencé en 2e lors du cours de Monsieur Jérôme Xhenseval. Nous étions chargés, pour le cours de Design, d'effectuer des refontes de sites web existants tout en justifiant la pertinence de nos choix graphiques et structurels, cela en relation avec le livre d'Ergonomie Web écrit par Amélie Boucher. Il était donc prévu de mettre en pratique ce que nous avions étudié avant Noël.

Lors de l'un des projets, j'ai décidé de m'occuper d'un site «vétuste» tant au niveau son apparence que de son élaboration interne, celui du «Lentic». Je devais réaliser une nouvelle page d'accueil. Cependant qui dit «entreprise», dit aussi «logo» et c'est là que mes recherches ont commencé. Je me suis longuement attardé sur l'élaboration du logo, processus que l'on retrouve surtout dans l'orientation 2D de ma formation, mais c'est un bon exemple de compétences transversales et qui plus est, de l'intérêt de posséder une connaissance des cours d'autres spécialisations afin d'être un minimum polyvalent.

Outre le fait de réaliser le logo, la page d'accueil a, elle aussi, été une expérience enrichissante et très gaie et je me suis longtemps demandé pourquoi je m'étais pris au jeu avec autant d'intensité et de plaisir à réaliser ce projet plutôt que les autres. En fait, je me suis rendu compte que je réalisais cette tâche fictive tout en ayant les critiques du vrai client.

C'est cet aspect qui m'a passionné, le fait d'avoir les avis, les remarques, les échanges avec la personne concernée par ce logo, mais pas qu'elles, avec toute une équipe alors que c'était uniquement un «travail scolaire». Cela n'a pas toujours été facile, je dois l'admettre, surtout lorsqu'on a un client «difficile».

Ce projet a continué une bonne partie de l'année et, à titre personnel, je continuais à demander l'avis de Monsieur Dominique Vilain concernant le logo et la page en question. J'ai fini par prendre goût à l'univers que dégageait cette entreprise et j'ai continué à m'y intéresser, j'ai donc trouvé logique en début de 3e de leur proposer mes

services quant à la réalisation d'un nouveau site d'une part et la réalisation de mon PFE.

Cependant, le véritable enjeu ne s'est dévoilé que progressivement au cours des premières rencontres que j'ai eues avec mon client. Il faut déjà se replacer dans le contexte universitaire. Il s'agit d'un monde particulier, au même titre que celui du Web... Il fallait que je trouve ma place, en tant que bachelier, au sein d'une équipe d'élite afin de m'imposer un peu et argumenter mes choix. Le principal intéressé étant professeur à l'université, cette collaboration a représenté un grand honneur pour moi.

Ce sont des penseurs, mais également de grands auteurs, je ne m'étonne guère de parfois avoir du mal à lire certains de leurs articles, j'ai parfois l'impression de lire une langue inconnue, mais ça me fait sourire à chaque fois puisqu'on est un peu pareil dans notre domaine.

Le véritable problème résultait qu'ils misaient tout sur le contenu et rien sur l'aspect graphique. Ce fut donc un long combat pour trouver des compromis et faire comprendre qu'un site web rempli uniquement avec du texte est tout simplement «imbuvable». Cependant, ne vous méprenez pas, si j'ai réussi à leur faire faire des efforts, ceux-ci étaient limités... Après tout, le client a toujours raison.

Voilà qui justifie ma dernière motivation principale. Sur un plan relationnel avec un client, je possédais déjà tout ce qu'il me fallait pour progresser et me rendre compte de la difficulté de trouver des solutions. Il faut comprendre que peu importe les choix que nous proposons, qu'ils

soient bons ou non, il faudra convaincre quelqu'un qui a bien souvent une idée préconçue en tête. Et c'était un challenge que je souhaitais pour mon projet.

En dehors de cela il fallait améliorer mes compétences techniques. J'ai choisi pour cela d'évoluer dans le Design et l'intégration. J'ai d'ailleurs pu compter sur mon stage pour mettre en oeuvre certaines idées, comme l'étude de certains plugins et autres.

L'objectif final étant pour moi de montrer ce que je pouvais offrir comme outil à l'entreprise en question, il fallait qu'une personne responsable soit en mesure de modifier et de gérer un maximum de contenu sur le nouveau site, j'allais donc pouvoir développer mes compétences au sein de wordpress, CMS (Système de Gestion de Contenu en français) permettant à la base de créer un blog, nous verrons plus tard que cet outil est devenu très puissant grâce à sa communauté. Il s'est développé d'une telle façon qu'il est customisable à souhait, ce qui m'a permis des recherches de meilleures performances tout en combinant un certains nombres de plugins dans le système (comme par exemple le fait d'avoir un site multilingue). Il faut savoir que l'entreprise a accepté de faire des frais pour l'achat d'un tel plugin, ce qui est une très bonne chose.

Côté Design, comme j'en ai parlé précédemment, il a fallu «se battre» avec le client pour lui faire comprendre que trop de texte ne donne pas envie de lire et encore moins de rester sur un site qui en serait «infesté»... C'était l'occasion pour moi de réaliser un projet qui serait, entre guillemets, parfait à plusieurs niveaux et qui respecterait

au mieux tout ce que nous avons vu au terme de ces 3 années : la recherche d'un Design innovant et qui se tient, qui rafraîchit l'ancien site, avec la confirmation des techniques vues en cours comme l'utilisation d'une grille, faciliter l'écriture du code avec un compilateur comme SASS, etc...

Je suis passionné de Design et c'est une des raisons qui m'ont poussé à faire un peu de photographie en hobby. Je ne suis pas un artiste, mais ça ne m'empêche pas de beaucoup apprécier l'aspect visuel et les éléments possédant une capacité d'attraction pour l'oeil et qui ne laissent pas indifférents.

En résumé le vrai challenge pour le Design était clairement de rendre un vieux site tout gris et sans aucun intérêt visuel, un minimum intéressant tout en gardant à l'esprit qu'il fallait que cela reste sérieux, ce qui, en soi, est compréhensible puisque c'est une équipe de recherche.

Les objectifs du site

Mon projet n'est pas sorti de ma tête. Enfin pas exactement puisqu'il s'agit de la refonte d'un existant. Mais il est n'est pas là par hasard. Il existe tout d'abord afin de présenter une entreprise, un groupe de personnes qui proposent des services.

Quels services ? Le lentic réalise des missions d'études pour des entreprises. Celles-ci sont de diverses natures : Recherche - Accompagnement - Evaluation.

En outre, cette entreprise répond à une demande d'autres entreprises qui veulent savoir si un projet sera pertinent, s'il y a moyen de le mettre en oeuvre, de trouver des solutions pour améliorer le fonctionnement d'une PME, de moderniser le fonctionnement interne ou encore de faire une évaluation de l'état actuel de l'entreprise.

La mission du lentic c'est cela, aider d'autres organisations, aussi bien du secteur marchand que non marchand, en Belgique comme sur la scène internationale.

La première approche du site internet de Lentic doit donc présenter la société, expliquer le travail qu'elle peut proposer, la manière dont celui-ci sera réalisé et surtout fournir de nombreux exemples de travaux déjà réalisés. Il va servir de site vitrine pour faire sa promotion.

Le travail effectué pour ces missions étant étroitement lié aux personnes qui les effectuent, il est important également d'avoir des informations sur le personnel. La présentation de tous les intervenants au sein de l'entreprise

prend donc une part importante, chaque personne étant spécialisée dans un domaine bien précis.

Il est question aussi de faire la promotion d'une succursale de l'université de Liège, à savoir HEC, pour montrer tous les domaines dans lesquels ils sont investis et leur compétitivité, aussi bien dans leur offre qu'en ce qui concerne leurs collaborateurs.

Dans un second temps, il est question pour le Lentic de rappeler qu'il s'agit d'un centre de recherche de l'université de Liège. Il maintient donc un lien avec les étudiants de l'université sous diverses formes. La présence d'une bibliothèque concernant ses domaines d'études, les quelques événements annuels qu'il propose ou encore les différents rapports qu'il effectue.

Afin de remédier à tout cela, il a fallu faire des choix:

Créer un design libre, mais sérieux ne faisant pas impression corporate (ou presque pas) a d'ailleurs été l'un des points les plus compliqués dans l'élaboration de ce travail.

La refonte du logo, symbolisant l'innovation et le changement.

Un plugin multilingue afin de rendre possible la consultation du site en Anglais pour la scène internationale.

Une présentation brève sur la première page.

Des coordonnées permanentes en bas de page afin de permettre à n'importe quel endroit du site d'obtenir le

lieu et les informations de contact.

Un rappel de parenté avec l'inclusion en bas de page des logos de HEC et de l'université de Liège.

Une page dédiée à l'explication des axes qui animent les recherches du Lentic.

Une page dédiée aux missions reprenant d'abord l'explication de chacune d'entre elles puis une classification par catégories ou alors un listing de toutes les missions. Il est alors aussi possible de classer les missions en fonction des chercheurs.

Une page Equipe qui liste toutes les personnes, où l'on peut consulter le CV détaillé de chacune tout en ayant l'occasion de rebondir sur leurs travaux en cours ou leurs publications au sein du Lentic.

Une page Contact, qui comme son nom l'indique donne la possibilité au visiteur d'envoyer un mail via un formulaire.

La possibilité de modifier le contenu du site un maximum (rajouter des chercheurs, rajouter des missions, un événement, etc.), et pour cela la mise en place de toute une organisation interne et architecturée afin de faciliter les modifications pour une personne lambda.

la possibilité d'extraire les publications d'Orbi. L'acronyme ORBi signifie «Open Repository and Bibliography» (répertoire et bibliographie institutionnels ouverts). Il forme aussi la locution latine «orbi» («pour le monde»)

et signe la volonté de l'Université de mettre davantage encore sa production scientifique à disposition de tous, sans contrainte financière ou technique. Tout cela est bien beau, mais c'est clairement un bon mélange pour tous les intervenants. Il y a moyen dans le site de faire des recherches avec filtres, mais cela reste très difficile à «digérer» visuellement et encore plus de s'y retrouver convenablement... L'objectif est donc d'extraire les publications qui concernent le Lentic. Il faut savoir que cela demande du temps pour le développement, car la sphère interne universitaire est très hiérarchisée. Il m'a fallu attendre deux mois avant d'avoir accès à Orbi pour pouvoir accéder un minimum au système et le comprendre.

Enfin voici une tâche qui avait été pensé mais qui s'est vue être laissée à l'état d'idée :

la possibilité de gérer la bibliothèque interne via le site, c'est-à-dire avoir dans une base de données le listing des livres, savoir s'ils sont prêtés, à qui et pour combien de temps... Cette tâche n'a pas été accomplie, car l'université gère déjà le prêt des livres au moyen de LibNet. La question se pose alors sur la redondance que provoquerait cette tâche, d'autant que les étudiants seront peut-être plus vite tentés d'aller sur le site actuel. Cependant si cette demande existe c'est parce que le Lentic a très peu de contrôle pour le moment.

La définition du public cible

Public-Cible n°1: Les entreprises

Il s'agit de personnes responsables d'une entreprise lambda devant se renseigner ou chercher une entreprise qui va se charger d'une étude les concernant.

Tâches qu'elles pourraient effectuer:

Se renseigner sur l'entreprise (elle fait quoi et comment ?).

Connaitre le palmarès de l'entreprise (quels clients leur font confiance ?).

Savoir quelles sont les personnes qui travaillent au sein de la compagnie, sur quel projet sont-elles en train de travailler ?

Prendre connaissance d'un rapport de mission complet.

Prendre connaissance des détails d'un éventuel événement.

Chercher les informations de contact du Lentic ou des personnes qui seraient éventuellement en train de travailler sur leur mission.

Public-Cible n°2: Le Lentic

Il s'agit des personnes qui constituent l'entreprise.

Tâches qu'elles pourraient effectuer:

Se renseigner et vérifier qui travaille sur quelle mission.

Consulter les rapports finaux.

Public-Cible n°3: Les étudiants

Il s'agit des personnes qui fréquentent l'université, peut-être plus spécifiquement les étudiants HEC ou dans le domaine de l'économie, mais pas forcément.

Tâches qu'elles pourraient effectuer:

Se renseigner sur l'entreprise (elle fait quoi et comment ?).

Trouver plus de renseignements sur des personnes ressources à contacter (les assistants de leur prof par ex).

Prendre connaissance des détails d'un éventuel événement.

Chercher les informations de contact du Lentic (ex. utilisation du formulaire pour prolonger un livre).

L'évaluation de l'existant

Établir le Design de ce site n'a pas été simple.

Lorsqu'on sait que le centre de recherche est une entreprise qui ne veut pas d'une image trop « corporate », qu'il souhaite un design sérieux tout en conservant des valeurs sociales sans pour autant afficher trop de photos de leurs collaborateurs, je dois dire que j'ai eu beaucoup de travail et du procéder à des adaptations de sites dits « corporate »

Le haut du site communément appelé « Header », est un élément fort important puisqu'il contient habituellement le logo du site et sa traditionnelle barre de navigation.



C'est clair et utilisable facilement, c'est un très bon exemple visuel.

Pour ma part j'ai procédé à quelques ajustements:

À côté du logo se trouve une barre de recherche. Aujourd'hui la majorité des recherches se font via des moteurs connus (Google, Bing, Yahoo, etc.). C'est devenu une habitude et c'est plus rapide que d'entrer sur un site via une adresse URL.

Mais c'est aussi l'intérêt d'un site internet, il faut que l'utilisateur parvienne à accomplir sa tâche, à trouver l'information le plus rapidement possible. Il va y avoir énor-

mément d'informations concernant les études du Lentic, il me paraît donc évident d'inclure une recherche pour faciliter l'accès à une mission. En ce qui concerne les moteurs de recherche moins connus, je me dois de vous citer Ecosia, dont 80% des gains sont reversés à des projets de plantation d'arbres.

Les drapeaux des langues. Ce que je trouve insupportable lorsqu'on va sur le site d'une grande marque c'est le choix des langues. Prenons Samsung par exemple, ce site nous apparaît d'office en néerlandais. C'est inacceptable d'autant qu'il y a eu une époque où c'était un vrai parcours du combattant pour changer de langue ! Maintenant, on utilise le «Footer» (le bas de page) et cela ne m'apparaît pas comme la meilleure solution.

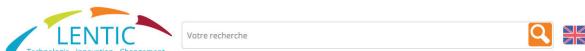


Tout simplement parce qu'il ne doit pas y avoir d'élément contraignant et surtout cela doit être très accessible si on ne veut pas que le visiteur quitte le site exaspéré. Une première solution serait la détection de la langue de l'utilisateur, mais cela ne doit pas non plus être une obligation. Ainsi, je pense notamment à des personnes qui, dans le cadre de leur travail, ont des ordinateurs dans une autre langue et qui seraient peut-être contentes de visualiser le site dans leur langue. Ensuite une autre solution mise en place par d'autres grandes marques est de proposer le choix des langues dès l'arrivée sur le site ou au moyen d'un «popup» (VandenBorre). C'est en effet une solution simple et définitive, mais le contrôle utilisateur est réduit puisqu'il est souvent difficile de rechanger après en cours de route, il faudra de nouveau aller fouiller dans les footer

du site.



J'en viens à la solution que j'ai mise en place, la visibilité du drapeau dans le haut du site pour permettre un choix même après détection de la langue. Il peut à tout moment et dans n'importe quel endroit du site changer la langue.



Actuellement, lorsqu'on arrive sur un site généralement corporate ou du moins à vocation commerciale, un principe très à la mode en ce moment, c'est de trouver juste après le menu, le «slider» classique:



Son utilité est toujours débattue aujourd'hui et certains n'hésitent pas à dire que ça ne sert à rien si ce n'est qu'améliorer un peu l'esthétisme du site. L'autre côté en revanche offre l'avantage de mettre en avant des éléments plus importants.

Comme on peut le voir sur l'exemple qui provient du site <http://www.gilai.ch/>, nous sommes face à un slider tout à fait esthétique, il transmet des photos représentatives et les valeurs de l'entreprise. Pour ma part pas de grande utilité.

Pour le Lentic, pas de slider. Nous en avons parlé avec l'équipe et cela leur posait problème si par exemple nous faisions défiler plusieurs missions. Tout simplement parce que ce n'est pas assez explicite quand de nouveaux utilisateurs arrivent, de comprendre que le Lentic travaille sur des missions d'étude. Nous avons donc décidé de laisser



une photo du bâtiment principal avec la présentation succincte de l'entreprise.

Autre effet de mode, la présentation de caractéristiques



accompagnées d'illustrations, par exemple un produit, des compétences ou points mis en avant pour valoriser l'entreprise en question.

Outre l'effet esthétique que produisent les icônes à côté du texte, l'importance de ce dernier peut souvent être non exhaustive.

D'une part, les 3 textes ici doivent mettre en avant les qualités premières de ce dont on parle afin de provoquer la réflexion chez l'utilisateur ou de l'appâter s'il s'agit d'un produit.

Ensuite, les internautes d'aujourd'hui balaient l'écran aussi vite que la lumière, et encore plus s'ils se retrouvent devant des pavés de texte. Il est donc important d'être clair et concis dans ce que l'on veut transmettre.

Pour le Lentic, j'ai réalisé une adaptation afin que le lecteur puisse rapidement savoir à qui ils ont à faire. C'est un peu l'ancien « Bonjour et bienvenue sur notre site » sauf que cela est présenté autrement et d'une manière plus brève.

Bien sûr on aurait pu utiliser cela uniquement pour mettre

Qui sommes-nous ?
Le Lentic est un centre de recherche et d'intervention de l'Université de Liège, centré sur les processus d'innovation organisationnelle. Il est devenu une référence incontournable dans l'analyse des évolutions du travail et des organisations, notamment en lien avec les technologies de l'information.

Que faisons-nous ?
Son équipe multidisciplinaire effectue des missions d'étude, de conseil et d'accompagnement dans des organisations de toute taille, du secteur marchand aussi bien que non marchand, en Belgique comme sur la scène internationale.

Notre approche ?
La spécificité de son approche théorique et méthodologique peut être appréhendée à partir des multiples publications que son équipe a accumulées depuis plus de 20 ans.

en avant les qualités du laboratoire et les présenter juste avant l'entreprise, mais la demande du client était de présenter un centre de recherches et non une entreprise qui cherche à faire de l'argent.

La partie du bas communément appelée « Footer » au départ servait souvent à indiquer uniquement le copyright, l'année, l'auteur, etc. Aujourd'hui elle est de mieux

en mieux utilisée.

Nous nous présentons GILAI est l'association qui regroupe l'informatique des Offices de l'assurance-invalidité (AI) de vingt cantons suisses et du Liechtenstein. Nous soutenons nos membres en déployant des solutions informatiques unifiées. Nous accomplissons notre mission d'une manière compétente, avec efficacité et dans un esprit de gestion rationnelle. En savoir plus	Nos membres Trouvez les adresses des Offices de l'assurance-invalidité (AI) des vingt cantons suisses et du Liechtenstein, membres de GILAI. Voir la carte	Contactez-nous GILAI L'informatique des Offices AI Rue des Moulins 18 - CP 506 CH-1800 Vevey Tél. +41 21 923 09 70 Formulaire et accès
--	---	---

Le «footer» est l'endroit où le lecteur arrive en fin de lecture. Ainsi, il représente un endroit stratégique. Mettre des informations à cet endroit facilite la navigation, accélère et rend plus confortable la visite du site.

Mettre un texte optimisé ou encore des liens vers des pages stratégiques est utile pour le référencement mais il ne faut pas oublier que c'est aussi utile pour les internautes.

Pour le Lentic je n'ai pas d'inspiration précise puisqu'on retrouve régulièrement des footers semblables. Or ici l'adaptation de ce site est précise:

Les coordonnées complètes avec affichage d'un plan. L'affichage d'une map à cet endroit n'est pas une chose qu'on retrouve souvent, mais il paraissait important, ne fut-ce que pour les étudiants qui viennent emprunter des livres au bâtiment ou les entreprises, de mettre l'accent sur les informations de contact. Il faut savoir également que l'accès au bâtiment est particulier puisqu'il se trouve au beau milieu des bois et son adresse n'est pas reconnue par les GPS. Dans ce sens j'ai dû faire la demande à Google pour ajouter ce point d'intérêt tout en modifiant l'adresse. On notera également qu'il s'agit d'une simple image, un clique suffit pour être redirigé vers la google

map, cela pour économiser des ressources et obtenir de meilleures performances au chargement de la page.

La répétition du menu principal pour faciliter l'accès à l'utilisateur.



La présence des logos ULG et HEC était une condition sine qua non à l'élaboration de ce site pour montrer l'apparentement à ces organismes. De base il aurait fallu les joindre au logo principal, mais ça ne donnait vraiment rien d'esthétique, il suffit de voir leur aspect pour comprendre et quand on sait que HEC a été réalisé avec le logiciel

Design. Élégant et facile à porter.

Un boîtier ultra-mince en aluminium anodisé. Tout un éventail de jolies couleurs.

Façonné à partir d'une seule pièce d'aluminium, l'iPod shuffle étonne par sa robustesse, son design et sa durabilité. Ses nombreux coloris en font un vrai petit accessoire de mode.

Des centaines de chansons à emporter.

Ne sortez jamais sans votre chanson préférée. En plus d'afficher jusqu'à 15 heures d'autonomie¹, l'iPod shuffle offre 2 Go de stockage. De quoi emporter des centaines de morceaux². Il a tout l'espace nécessaire pour contenir les titres essentiels à vos activités sportives ou à vos trajets quotidiens. Sans oublier un grand nombre de listes de lecture, mix Genius, podcasts et livres audio.



Il va partout. Avec tout.

Prêt-à-porter, prêt-à-emporter. Accrochez-le à votre manche, veste, tenue de sport, sac à dos ou sacoche. Il restera parfaitement en place, que vous courriez les magasins ou un 1 000 mètres. Et il reste même de la place pour un message personnel **grave**, lorsque vous le commandez sur l'Apple Store en ligne.

Paint, on a vite compris...

Présenter les caractéristiques d'un produit de manière dynamique et agréable est un enjeu important pour impressionner le client d'une part et pour convaincre et garder l'internaute sur son site d'autre part. Pour n'en citer qu'un, Apple le fait très bien avec ses produits, ici pour l'iPod shuffle.

Tout d'abord le rythme, le dynamisme. Personne n'a envie de lire un long texte qui se poursuit sur toute une page, surtout s'il s'agit d'une présentation de produit. Il faut donner du « peps » à la présentation et pour cela Apple n'hésite pas à mettre une partie du texte à gauche de la page et la suite sur le côté droit pour ne pas avoir un déroulement fixe et régulier.

Ensuite les images. On ne lit pas un roman comme on lit une page web. Le texte est souvent bien ennuyeux et nos utilisateurs sont de plus en plus « fainéants ». Agrémenter les textes d'images est une excellente alternative tout en combinant l'astuce pour le texte.

Enfin si cela vous choque de ne pas voir le texte en justifié, sachez que si c'est une bonne pratique pour la lecture

L'axe « mutations en GRH » se réfère à la transformation des pratiques de GRH dans les organisations :

- Quels sont les différents modèles possibles à cet égard ?
- Comment appréhender les innovations récentes (e-GRH, gestion des compétences, etc.) ?
- Quels liens les modèles de GRH entretiennent-ils avec les différentes formes organisationnelles ?
- Quel rôle la GRH peut-elle jouer dans la transformation effective des organisations ?

Mutations en GRH



ture d'un livre ou d'un rapport imprimé, ça l'est beaucoup moins pour le web. Si vous avez des connaissances

en typographie, il faut savoir que pour le moment nous sommes sans mécanisme permettant la césure dans les navigateurs. Un texte justifié pourrait alors donner des espaces entre les mots très variables.

Voici l'adaptation pour le lentic:

Voilà qui clôture les inspirations existantes qui m'ont motivé pour certaines parties du site, le reste étant une production personnelle en fonction des demandes du client comme nous le verrons plus loin.

Conception de l'interface

1. Maquettage et zoning

Comme je l'ai dit, tout a commencé en 2e année lors du cours de graphisme web. Il fallait alors à cette époque faire une refonte de la page d'accueil.

The screenshot shows the homepage of the LENTIC website. At the top right, there is contact information: 'LENTIC - Université de Liège', 'Boulevard du Rectorat, 19 - B 51 4000 Sart Tilman Belgique', 'Tél. : +32 4 366 30 70', 'Fax. : +32 4 366 29 47', and 'Email : Lentic@ulg.ac.be'. The main content area has a wireframe background. On the left, there is a sidebar with links: 'MISSIONS', 'AXES DE RECHERCHE', 'PROJETS', 'RESSOURCES', and 'EQUIPE'. To the right of the sidebar is a cartoon illustration of three people on a seesaw, with one person pushing another. Below the illustration is a red arrow pointing to the right. In the center, there is a section titled 'DERNIERES INFOS' containing text about 'Laboratoire d'études sur les nouvelles technologies, l'innovation et le changement'. To the right of this section is another text block: 'COMPRENDRE POUR MIEUX AGIR' followed by a paragraph about the center's mission and international recognition. At the bottom of the page, there is a footer with links: 'Missions | Axes de recherche | Ressources | Équipe | Contact | Plan du site' and a copyright notice: '© LENTIC - 2004 '.

A ce moment là je n'avais pas au préalable fait de maquette et j'étais directement passé sur HTML et CSS. Au final de l'opération je suis arrivé à ce résultat qui fut pendant des mois l'objet de nombreuses réflexions, mais également un accompagnement de Monsieur Vilain sur de nombreux détails, il faut l'avouer ce fut vraiment difficile de démarrer et d'avoir quelque chose de cohérent.

Laboratoire d'Etudes sur les Nouvelles Technologies l'Innovation et le Changement



Qui sommes-nous

Le Lentic est un centre de recherche et d'intervention de l'Université de Liège, centré sur les processus d'innovation organisationnelle. Il est devenu une référence incontournable dans l'analyse des évolutions du travail et des organisations, notamment en lien avec les technologies de l'information.



Que faisons-nous

Son équipe multidisciplinaire effectue des missions d'étude, de conseil et d'accompagnement dans des organisations de toute taille, du secteur marchand aussi bien que non marchand, en Belgique comme sur la scène internationale.



Approche

La spécificité de son approche théorique et méthodologique peut être appréhendée à partir des multiples publications que son équipe a accumulées depuis plus de 20 ans.



En ce moment...

28 et 29 mars 2013

Y a-t-il une vie après le New Public Management ?
Enjeux et défis de l'administration publique de demain.

[En savoir plus](#)



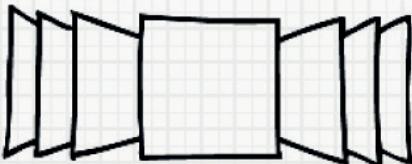
Mais c'était sans compter le fait que je voulais directement passer au code en ayant en tête la représentation que je me faisais de ce que je voulais. Quelle erreur et quelle perte de temps...

J'ai mis cela de côté, en ne sachant pas à cette époque que j'allais revenir sur ce travail. Ensuite démarra la dernière année avec le choix d'un PFE. Ce fut pour moi en toute logique de proposer ce travail (cfr motivation personnelle).

Mais cette fois-ci on allait faire cela dans règles de l'art. En me basant sur le premier travail, j'ai d'abord recommandé en faisant des maquettes tout en n'oubliant pas le site de base, puisque je m'étais fixé pour objectif un nouveau site qui fait plus neuf mais sans bousculer les habitudes des personnes du Lentic.



Accueil Axes de recherche Missions et Projets Ressources Équipe Contact



Laboratoire d'Etudes sur les Nouvelles Technologies l'Innovation et le Changement



Qui sommes-nous

Consectetur adipiscing elit. Fusce sit amet leo velit. Proin est ac facilisis magna. Cras convallis sem vitae ipsum dapibus facilisis.



Que faisons-nous

Natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Nullam id dolor id nibh ultricies volutpat.



Approche

Phasellus ac diam non nisi tincidunt. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusamus et iusto odio dignissimos.

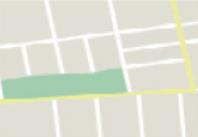


AGENDA - CONFERENCE

Consectetur adipiscing elit. Fusce sit amet leo velit. Proin est ac facilisis magna. Cras convallis sem vitae ipsum dapibus facilisis.



Plan d'accès





Coordonnées

- Téléphone
- Fax
- Email

J'ai donc démarré mon maquettage dans Balsamiq Mockups en réalisant les grandes pages du site. Il faut savoir qu'au départ le client était très ouvert pour les propositions et que ce n'est qu'après que cela s'est corsé. Nous avions quelques réunions préalables en début d'année afin de fixer quelques modalités, c'était en quelque sorte un petit cahier des charges, mais en soi j'avais carte blanche.

The image displays three wireframe prototypes of website sections:

- Contact Page:** Features a header with navigation links (Accueil, Axe de recherche, Missions et Projets, Ressources, Équipe, Contact). Below the header is a large text area with the heading "Nous contacter".
- Contact Form:** A "Contact" section containing input fields for Name, First Name, Company, Mobile, and a dropdown for "Your request". To the right is a large text area for messages and an "Envoyer" button.
- Access Plan and Coordinates:** Two boxes side-by-side. The left box, titled "Plan d'accès", contains a map with a green highlighted route. The right box, titled "Coordonnées", contains three checkboxes for "Téléphone", "Fax", and "Email".

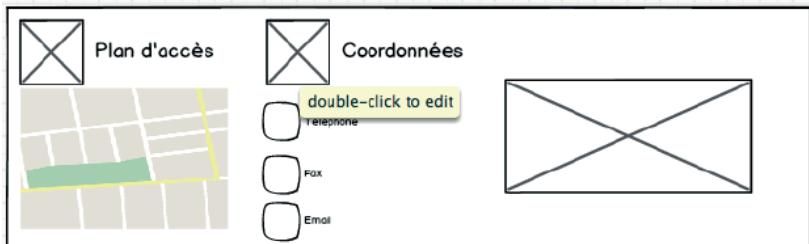
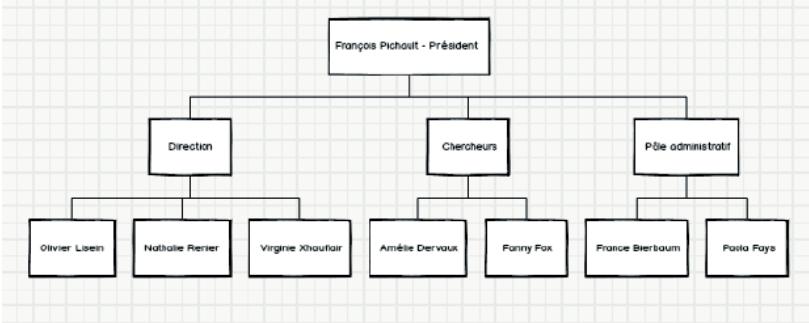
Mais cette étape que je sautais régulièrement est en fait très importante. Elle permet de représenter schématiquement l'organisation d'un site web, mais également de se faire une bonne idée d'où va découler les grandes étapes

d'interactivité et d'ergonomie.



Une équipe interdisciplinaire...

Fondé en 1986, le LENTIC rassemble actuellement une douzaine de chercheurs: sociologues, spécialistes des sciences de la gestion et de la communication, juristes, économistes, psychologues, ingénieurs, pédagogues, etc.



Je disais étape importante, mais c'est loin d'être assez fort comme qualificatif, c'est même pratique. Qui dit client dit jamais content, quand on nous donne carte blanche c'est un véritable leurre ! Une fois que l'on commence, c'est parti pour une multitude de modifications. D'où l'intérêt d'une maquette qui se fait rapidement, on peut dès lors la modifier facilement après avoir vu le client pour les modifications.

Il ne faut pas oublier qu'à un moment il faut arrêter le schéma avec le client sinon on passe des semaines sur des détails et cela représente une sacrée perte de temps, je l'ai vite compris et vu... Car même si cela représente une solide base, ça n'en est absolument pas une version définitive et cela, on le verra plus loin.

2. Modèle de navigation retenu

J'ai passé un peu de temps sur la réflexion de la navigation à travers le site. Outre le fait d'avoir intégré une barre de recherche en haut pour faciliter la recherche des plus paresseux ou des personnes voulant tout simplement être plus rapides, les tests utilisateurs au sein de l'entreprise montre que j'ai réussi mon travail concernant les habitudes avec l'ancien site. Les tests montrent en effet la préférence d'utilisation du menu général pour aller chercher l'information quand on sait où elle se trouve. Nous reviendrons sur les tests plus loin.

Au départ j'étais face à 7 onglets : Accueil - Axes de recherche - Missions - Projets - Ressources - Équipe - Contact.

Or nous nous sommes longtemps posé la question de la pertinence de différencier Missions et Projets pour au final leur démontrer que c'était la même chose. C'est un détail vous me direz, mais faire comprendre ça à des universitaires c'est autre chose...

Nous avons donc regroupé Missions et projets pour terminer la navigation avec 5 onglets:

l'Accueil pour la présentation générale.

Les Axes de recherche pour expliquer les grandes orientations des recherches menées par le Lentic.

Les Missions et projets pour décrire les grandes catégories de missions et les lister.

La page Ressource a quant à elle été supprimée, simplement parce qu'elle n'avait plus aucune utilité. Nous pouvions y retrouver avant les rapports de missions ou encore les différentes conférences. Or il faut préciser qu'aujourd'hui les conférences se retrouvent directement à l'accueil dans la partie actualité quand il y en a. La personne chargée du Lentic peut ajouter sans problème une photo, un document et du texte lié à cet évènement. Pareil pour les rapports de missions qui se retrouvent maintenant liées à chaque mission dans le détail de celle-ci.

L'Equipe qui présente chaque employé individuellement prend une place importante comme prévu au regard des retours des données Analytics. Nous y reviendrons plus tard également. Nous avons procédé à un tri dans cette page. Le lentic a demandé à catégoriser l'équipe afin de bien dissocier chaque personne. On peut donc retrouver une partie académique, les personnes qui sont intimement liées à l'université puisqu'elles sont professeures ou encore chargées de cours. L'équipe de recherche, entièrement dévouée au Lentic, et enfin l'équipe administrative.

Pour terminer la page contact, qui au moyen traditionnel d'un formulaire permet de contacter le Lentic de façon générale.

C'est un menu précis et concis c'est pourquoi j'ai fait des choix pour les versions mobiles que je détaillerai plus loin.

Concernant le moteur de recherche, il est là en tant qu'appoint au reste du menu. Le Lentic publie énormément d'informations et cela risque de devenir fastidieux ou bout de quelques années de retrouver un rapport ou une mission en particulier. D'où son intérêt pour une entreprise Lambda qui chercherait un ancien rapport la concernant ou qui désirerait voir celle d'une autre.

J'ai également répété ce menu dans le footer afin de faciliter la navigation, quand la personne arrive en fin de page, elle peut repartir directement sur une autre page principale.

3. Sélection des couleurs

Comme pour la page d'accueil réalisée en 2e année, le choix des couleurs était totalement pris au hasard, voilà d'ailleurs à quoi ressemblait le logo à l'époque:



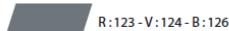
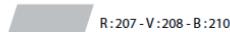
Je vous rappelle l'apparentement avec HEC et donc l'ULG. Outre le fait de devoir le rappeler sur le site avec leur logo respectif, nous avons décidé de reprendre la charte graphique de HEC pour les couleurs afin de rester



dans les mêmes tons.

Je dois avoué que ça m'a fait peur au début surtout pour le rouge et gris de HEC, mais encore plus quand j'ai vu que le logo avait été fait avec Paint, regardez la courbe passant devant les trois lettres, elle a été faite avec un pinceau de Paint... J'ai eu confirmation par après qu'il n'y avait pas vraiment de graphiste au sein du groupe.

Seulement voilà qui dit charte graphique, dit indéniablement un choix de couleurs. Et là je dois dire que j'ai beaucoup rit, puisqu'en fait il n'y a pas quelques couleurs, il y en a plus d'une vingtaine... C'était encore plus drôle quand on m'a dit que je pouvais piocher dedans... Voici



celles sur lesquelles nous sommes restés.
Nous avons donc fait un choix, restant tout de même dans la décision initiale qui était de donner un aspect évolutif, qui va vers le changement positif.



On motive le choix des couleurs par le départ des couleurs froides pour aller vers les couleurs chaudes. L'idée du changement positif, d'innovations servant à aller de l'avant.

Concernant les flèches qui entourent le Lentic, elles n'enferment pas tout le logo, elles laissent une légère ouverture à la fin pour créer un certain dynamisme, mais aussi pour insister sur les mots innovation et changement.

Tous ces aspects ayant été approuvés par l'équipe.

Concernant l'attribution de ces couleurs au site:

Le vert comme élément décoratif, venant jouer indirectement des rôles séparateurs ou simplement participer au graphisme du site.

Le bleu comme fond ou comme lien, il vient donner le fond de couleur de certains éléments comme la barre de menu ou le footer qui sont des éléments de navigations.

Enfin plutôt que le bleu par défaut des liens, il remplace cette couleur.

L'orange est très peu utilisée voir quasi inexistant, il sert notamment à attirer l'attention sur des informations plus importantes comme le bouton pour lister toutes les missions.

Le rouge pour les titres du site, c'est exactement la couleur reprise pour le logo de HEC, une demande de plus du Lentic pour l'apparentement.

A cela il faut ajouter le noir pour le texte et un gris pour certains fonds à titre purement illustratif, mais qui font la séparation dans axes de recherches.

4. Choix typographiques

Open Sans est une police sans serif créée en 2010 par Steve Matteson sur une commande de Google. Elle comporte 869 caractères et existe en cinq variantes de graisse (300 Light, 400 Normal, Semi-Bold 600, Bold 700 et Extra-Bold 800) avec pour chacune d'entre elles une version italique, soit un total de 10 variations. Il existe également une police séparée baptisée Open Sans Condensed avec trois variations de largeur. Open Sans a été conçue pour obtenir un rendu optimal aussi bien sur le web qu'en impression ou sur des interfaces mobiles. Elle est quasi identique à la police Droid Sans, mais se distingue par des caractères plus larges et par ses déclinaisons en italique. Wikipedia.

Je rappelle les nombreux compromis qu'il a fallu faire avec le client qui se serait contenté uniquement du texte

sur son site...

Cependant c'est une demande, un site qui reste sérieux, qui propose du contenu à lire et pas à survoler.

Il fallait dans ces conditions une police comme le dit la définition, proposant un rendu optimal puisque ce site est essentiellement composé de textes.

Concernant l'échelle des corps je suis parti du petit outil émanant de Thomas Hupkens, à savoir TYP'S A More Modular Scale.

5. Contenus non textuels

Comme je l'ai dit précédemment, ce site possède très peu d'illustrations puisque c'est une demande claire du client. Je vais démarer avec le plus facile, les icônes. Elles sont là à titre illustratif, mais se rapportent tout de même au sujet dont on parle. En soi elles ne sont pas indispensables à la compréhension et pourraient tout aussi bien être enlevées vu que le client voulait limiter ce genre d'aspect. Mais elles n'enlèvent rien au côté scientifique, au côté sérieux du site et elles ont été accepté par le client.

Elles proviennent du site <http://iconmonstr.com/>



Ensuite il me faut vous parler de la page des axes de recherche. C'est la seule page où vous pourrez voir des images en dehors de celle de l'équipe.

Elle est interpellante puisqu'elle est la réflexion de plusieurs mois avec le Lenticic...

En effet il n'est pas simple de trouver des photos se rapportant avec les mutations organisationnelles ou encore avec les mutations en GRH...

Or si j'avais creusé un peu ça m'aurait sauté aux yeux. Je m'explique:



Si vous avez été attentif à la page d'accueil de 2e année que j'avais réalisé il y avait bien une photo ! et pas des moindres.

Je l'avais complètement oublié cette photo lorsque j'avais démarré les recherches pour celles de la page des axes. Et pourtant c'était dans cette optique-là que le client voulait continuer, des engrenages.

Les engrenages symbolisent des personnes. Et pour arriver à ses objectifs, chaque engrenage est indispensable. Aussi bien au sein de l'équipe du Lentic que pour les sociétés qui requièrent leurs études. Il s'agit d'études visant quelques fois à aider une entreprise dans son fonctionnement d'où la symbolique des engrenages, puisque quand un engrenage arrête de fonctionner, c'est tout le mécanisme qui se bloque.

C'est vrai que cela peut convenir et je comprends tout à fait l'idée, à la demande du client nous avons répété encore trois fois cette idée mais avec une image plus mo-



derne pour rester dans la même optique, mais surtout parce que le client avait peur que cela fasse trop fantaisiste.

6. Adaptabilité du site

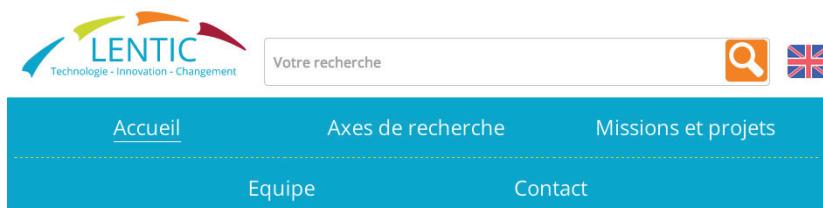
Comme je l'avais annoncé, je vais reparler du menu. Ayant

la chance d'avoir un menu relativement court, j'ai placé chaque onglet dans un bloc géré en pour cent pour qu'ils soient relativement adaptables en fonction de chaque écran. Les longs menus sont souvent cachés au profit d'un bouton qui affiche/cache le menu. Je n'en voyais pas l'utilité ici et encore moins de prendre un framework JS entier pour ce menu.

En version mobile il se déroulera simplement.



Pareil pour les versions tablettes, un mode responsive.



Enfin je n'ai pas mentionné le système de grille que j'ai utilisé. J'expliquerai pourquoi cela a été tardif dans les retours d'expérience.

<http://unsemantic.com>

Un système très simple et puissant, il intègre également un mode responsive que j'ai utilisé pour le site ainsi qu'une feuille de style pour les versions d'IE.

The screenshot shows the homepage of the Unsemantic website. At the top, there is a navigation bar with links for Home, About, Demo, CSS Documentation, and Sass Documentation. Below the navigation bar are two buttons: "Download Here" and "GitHub Repo". The main content area has two sections: "What is it?" and "Example Usage". The "What is it?" section contains a definition of "Unsemantic" as an adjective and noun, along with a quote from a developer. The "Example Usage" section shows a snippet of CSS code demonstrating a grid system.

What is it?

Unsemantic ['ənseməntik]

adjective

1. A [nonexistent](#) word that [developers use](#) to critique the work of their peers.

noun

2. Now, it's also a CSS framework. I mean hey... "If the shoe fits, wear it." ☺

Example Usage

```
<div class="grid-container">
  <div class="grid-25">
    I am 25% wide.
  </div>
  <div class="grid-50">
    I am 50% wide.
  </div>
  <div class="grid-25">
    I am 25% wide.
  </div>
</div>
```

Développement Web Orbi



J'en viens à la partie applicative du site. La partie développement pur c'est à dire la partie qui me posait le plus de difficulté puisque je n'ai jamais caché mes faiblesses en ce qui concerne le développement web, encore plus quand il s'agit de PHP.

Cependant j'y suis arrivé ! Cela aura peut-être l'air dérisoire, peut-être facile à vos yeux, mais pour moi cela a été le problème à surmonter pour ce projet de fin d'études.

Revenons sur l'objectif. Comme j'en avais parlé au début il s'agit des publications du Lentic qui se retrouve sur le site d'Orbi. Il fallait que celles-ci se retrouvent sur notre site, mais également sur la page de chaque personne un listing de chaque publication la concernant.

Voici la démarche pour laquelle j'ai opté :

On commence par le script. Tout d'abord nous avons une URL d'une page web qui liste l'entièreté des missions qui sont publiées par le Lentic, par chance cette page est régulièrement mise à jour automatiquement lorsqu'il y a une nouvelle publication. Elle provient d'un widget créé par Orbi et est rafraîchie sans problème régulièrement. Nous la renseignons donc dans notre script.

- La résiliosité : réseaux d'analyse et capitalisation du discours de travailleurs à l'égard d'un logiciel collaboratif**
RICHARD, FRANÇOIS, DÉPARTEMENT D'ANALYSE DE CIA, DÉPARTEMENT ANALYSTE, BOUCS, LAVAL, TRAVAILLERS, PARIS

Le concept de « résiliosité » est un nouveau terme d'origine anglaise qui a été introduit et accepté au sein de la recherche de l'Inserm. Ce dernier analyse ce qu'est la résiliosité et comment cette caractéristique antérieure n'a pas de connotation dans le discours des acteurs ? C'est ce que nous allons faire de discours dans cet article. Nous nous intéressons à la résiliosité dans le contexte de l'analyse de la résiliosité et de la capitalisation du discours de travailleurs à l'égard d'un logiciel collaboratif.

Options d'analyse et capitalisation du discours de modération : 3 étapes d'une administration hiérarchique

Quelles dynamiques d'identification organisationnelle lors de processus de modernisation? Analyse d'une administration belge

 Quelles dynamiques de formalisation organisationnelle lors de processus de repositionnement, **GESSLER**

In Revue Internationale des Sciences Administratives [= RISA] (in press), 80(mars).
Droits réservés à l'auteur, mais autorisé à la reproduction pour les enseignants et chercheurs. L'agence de droit moral mondial décline toute responsabilité pour les erreurs ou omissions éventuelles dans l'édition et la traduction.

- Résumé** **Quelles dynamiques d'identification organisationnelle lors de processus de modernisation? Analyse d'une administration belge.**

Dans l'analyse des processus de modernisation, l'importance de la perception de l'identité et de l'origine sociale des acteurs dans les relations interorganisatoires est, à ce jour, peu étudiée. Ce résumé présente l'analyse des identifications des trois managers.

Résumé **Quelles dynamiques d'identification organisationnelle lors de processus de modernisation? Analyse d'une administration belge.**

Dans l'analyse des processus de modernisation, l'importance de la perception de l'identité et de l'origine sociale des acteurs dans les relations interorganisatoires est, à ce jour, peu étudiée. Ce résumé présente l'analyse des identifications des trois managers.

En Revue Internationale des Sciences Administratives (« RISA ») (en page, 80)(mars).

...Pour une évaluation critique et événementielle au-delà de l'analyse (d'introspection). L'auteur fait mitz sur le développement avec un focus particulier sur les circonstances déclencheuses (Kivimäki et al., 2009 ; Thomé, 2010). Il peut être très intéressant d'ajouter du RIMA en continuant l'effacement. L'interrogation et la

Dans les diverses réformes canadiennes et américaines en vue de moderniser l'administration, l'accent est mis sur les marchés avec un focus particulier sur les citoyens. La pertinence de techniques managériales importées du secteur privé dans les organisations publiques (Perry et al., 1981), les réformes plus激進的 tendent à inclure

part, affirme que le RPPN est un projet nécessaire, dans la mesure où il vise à redéfinir ce qui constitue du territoire rural ((...)). 1998). Autant l'ancien (1990-2000) que le nouveau (2000-2010).

- À ses diverses formes et manifestations, le racisme fait partie de sa marche vers la fosse aux armes pour les citoyens alternatifs (Kroner, 2007; Thomé, 2012). Avec ces deux dernières années de l'MPD au pouvoir, l'apartheid et le racisme ont été mis en évidence dans de nombreux domaines de la vie quotidienne. Les derniers résultats intermédiaires montrent que le succès de l'opposition est à ce stade de l'opposition à l'ordre régional et national. L'opposition a démontré que les citoyens alternatifs étaient toujours dans la lutte pour l'égalité et l'unité de la population (Kroner, 2007).

¹Identité organisationnelle et résistances culturelles aux réformes : un point de départ à partir de l'analyse de la réforme Copernic (introduction du APR) dans les établissements d'enseignement supérieur et secondaire.

avons mené une enquête par questi-

Towards a typology of Labour Market Intermediaries (LMIs) dedicated to professional transitions
Communication date (2014, April 24)
Organization and Human Resource Management

- Towards a typology of Labour Market Intermediaries (LMIs) dedicated to professional transitions**

Generalization rate: 2015-2016, Management

Communication orale (2014, April 24)

Organization and Human Resource Management

LISERN, OLIVIER
Document pédagogique (2014)

- Organization and Human Resource Management**
Lecturer: Dr. rer. oec. Barbara Klemm, M.A., Ph.D.
Document: [pedagogikus](#) (2014)

Aiming at providing an overview of the main "Organization and Human Resource Management" domains, issues, and challenges, the "Organization and Human Resource Management" class is divided into a main chapter, "Understanding the diversity of organizations," from organizational theory as well as at the current "Human Resource Management" challenges and issues. These explanations are complemented by several synthesis tables (tables, graphics, etc.) throughout the theoretical developments. Video and Pictures are used to introduce the content of each chapter in a more practical way. The class is also designed to provide students with the opportunity to practice their understanding of the theoretical concepts through case studies. To do so, as each video study is introduced by questions the guide the students in their watching of the videos and in their analysis of the case studies.

well as to offer complementary explanations on some key theoretical issues and complete other theoretical concepts through additional and complementary points of view. 4. Finally, serve their understanding of the main theoretical concepts through real case analysis. To do so, we

Materials representation and

Modularité et prescriptive des nouveaux dispositifs de gestion et logiques identitaires des managers publics
En RV Publics : (2014), 4-2013/oct-nov-dec), 16-21

- ¹⁰ Hervé, FRANÇOIS, « Les nouveaux dispositifs de gestion et les indicateurs qualitatifs des managers publics en AV-Public », [2014], 16-17, p. 16-17. Il existe également un article de la revue *Administrative et de sciences publiques* intitulé « Indicateurs qualitatifs de la gestion publique : un état des connaissances et une analyse comparative des indicateurs qualitatifs de l'administration publique et de l'administration privée ».

PIOMAT, FRANÇOIS; SCHONHARDT, FRÉDÉRIC
In RH Public : (2014), 4-2013(oct-nov-déc), 16-21

Les pouvoirs régionaux sont devenus, ce

Le volontariat à l'épreuve de la professionnalisation des entreprises sociales

- Le volontariat à l'épreuve de la professionnalisation des entreprises sociales**

MOREAU CHARLOTTE
Conférence scientifique (2014, January 16)

NRM Under Review: An In-

 RPPM Under Pressure: An Inquiry in Theory
Esposito, Giovanni
Communication orally (2014)
This theoretical inquiry is undertaken on the basis of the problematization methodology proposed by Alvesson et Sandberg (2011) and deriving from a critical approach to management studies. In this paper, problematization is adopted not only to question the fundamental assumptions of New Public Management

- NPM Under Pressure: An Inquiry in Theory**
Edited by Michaela Schmid-Rippl (2014)

This theoretical inquiry is undertaken on the basis of the problematization methodology proposed by Alvesen and Sandberg (2011) and deriving from a critical approach to management studies. In this paper, problematization is adopted not only to question the fundamental assumptions of New Public Management

Pour extraire les données, j'ai eu recours à des fonctions PHP du nom de cURL, celles-ci permettent de communiquer avec des sites distants et donc de faire des actions spécifiques en l'occurrence ici extraire les données de la page. Ces données qui sont donc les publications en question sont stockées dans un tableau puisqu'avant de les avoir nous devons les séparer l'une de l'autre, car lors

de l'extraction nous avons un gros bloc de texte et non les publications distinctes.

Ensuite vient notre connexion à notre base de données toujours dans le script et le problème des mises à jour des publications. Si la page des publications se met à jour automatiquement ce n'est pas du tout le cas pour notre base de données, il fallait donc trouver une solution. Pour ce faire, lorsque la connexion à la base est effectuée et que nous sommes dans la table correspondante, je demande

```

try{
    $connex = new PDO ("mysql:host=localhost;dbname=leontic_bs", "root", "687yRfC6Be",array( //connexion à la BDD
        PDO::ATTR_ERRMODE => PDO::ERRMODE_EXCEPTION,
        PDO::ATTR_DEFAULT_FETCH_MODE => PDO::FETCH_ASSOC
    ));
    $connex->query('SET CHARACTER SET UTF8');
    $connex->query('SET NAMES UTF8');
} catch (PDOException $e){
    die($e->getMessage());
}

try{
    $req = 'SELECT * FROM orbi_post'; // on prend la table de la BDD créée pour ORBI
    $res = $connex->query($req);
    $posts = $res->fetchAll();
    print_r($posts);
} catch (PDOException $e){
    die($e->getMessage());
}

$dbCount = count($posts);

$reqDel = 'TRUNCATE TABLE orbi_post'; // on vide la table avant de la remplir

```

à mon script de vider complètement la table avant de la reremplir, de cette sorte nous avons chaque fois toutes les publications à jour.

Vient enfin notre boucle pour chaque publication, nous devons en effet trier les données que nous avons dans chaque publication à savoir le titre, le lien vers la publica-

```

if ($count != 0 && $count > $dbCount){
    for ($i = 1; $i < $count; $i++) { // on compte combien il y a de publications et on les prend une à une
        $item = null;
        $finalAuteur = null;
        $category = null;
        $blockSecondParam = null;

        //Découper Titre
        //strpos = position d'un ou d'une chaîne de caract
        //substr = retourne la chaîne de caractères à partir du texte
        $startTitle = strpos($items[$i], "<a");
        if ($startTitle != null) { // rechercher le caractère <a dans l'article
            $endTitle = strpos($items[$i], "</a");
            $startTitle2 = substr($items[$i], $startTitle, $endTitle); // recherche la fermeture du lien, première chaîne de caractère après le start
            $blockTitle = substr($items[$i], $startTitle, $endTitle-$startTitle2); // récupère le bloc du titre
            $startTitleEnd = strpos($items[$i], "</a");
            $endTitleStart = $startTitleEnd-$startTitle2; // récupère la début du titre, la fermeture de la balise image
            $endTitleEnd = strpos($items[$i], "</a");
            $endTitleStart += 2; // + 2 caractères
            $findTitleStart = $endTitleStart - $findTitleEnd-$endTitleStart; // récupère la fermeture du a;
            $title = substr($items[$i], $findTitleStart, $findTitleEnd-$findTitleStart); // on découpe le bloc pour obtenir le titre

            //Découper lien du Titre + concaténation URL
            $resultLien = array();
            preg_match('#<a class="[^"]+" href="[^"]+"#s', $blockTitle, $resultLien); // on cherche une chaîne de caractère dans blocktitle
            $link = "http://orbi.ulg.ac.be" . $resultLien[2];

            //Découper l'auteur
            $startAuteur = strpos($items[$i], "<br/>");
            $endAuteur = strpos($items[$i], "<br/>"); // on cherche les caractères
            $sendAuteur = substr($items[$i], $startAuteur, $startAuteur-$endAuteur);
            $blockAuteur = substr($items[$i], $startAuteur, $endAuteur-$startAuteur);
            $resultAuteur = array();
            preg_match_all('#<span class="author">[^<]+</span>', $blockAuteur, $resultAuteur);
            $resultAuteur = array_map(function($span) { return $span['author']; }, $resultAuteur);
            $finalAuteur = strip_tags($resultAuteur[0]);
        }
    }
}

```

tion sur le site Orbi, les auteurs, la catégorie de la publication et le contenu. Nous stockons toutes ces infos dans des variables différentes, de cette sorte chaque mission dans notre base de données aura ses informations bien triées.

Une fois le script terminé il faut exécuter celui-ci régulièrement afin que nous ayons chaque fois les dernières publications à jour.

J'en viens à la 2e partie de l'explication qui consiste au cron serveur, mais avant d'expliquer ce qu'est le cron, je vais vous parler d'une autre expérience que j'ai vécue. J'ai eu l'occasion en stage d'expérimenter un peu ce qui tourne autour d'un serveur web et son hébergement, j'ai donc eu le loisir d'en louer un, mais également de me lancer récemment dans la configuration serveur, c'est à dire installer moi-même le logiciel serveur HTTP. J'ai opté pour Nginx et non Apache par recommandations et je dois dire que c'est vraiment génial ! Ce n'est pas vraiment le sujet ici, mais en terme de performance il n'y a vraiment pas photo ! Si vous êtes familier à wordpress, vous l'êtes certainement aussi au fichier Htaccess. Et bien avec Nginx, fini les fichiers htaccess bien longs pour chaque site, maintenant quelques lignes suffisent pour rendre notre site performant.

Pourquoi je vous parle de ça et bien tout simplement parce que j'ai décidé de reprendre l'hébergement du Lentic sur mon serveur. De ce fait je devais faire le Cron manuellement et pas par OVH qui peut le faire facilement via une interface.

C'est quoi un Cron ? C'est une tâche planifiée sur notre

serveur. En l'occurrence ici, je suis sûr que vous vous en doutez, j'ai mis en place un Cron pour exécuter notre script Orbi une fois toutes les nuits afin d'avoir toutes les publications à jour.

```
0 0 * * * php /var/www/lentic.be_2/script.php
```

Enfin il ne reste plus qu'à redistribuer les infos sur notre wordpress. Pour cela j'ai opté pour une boucle qui vérifie que le nom de la personne se trouvant sur la page courante est égal au nom retrouvé dans le bloc auteur des publications. Si c'est le cas, on affiche la publication.

```
<?php  
$sNomPage = fr_texturize(get_field('prenom_nom'));  
foreach($wpdb->get_results('SELECT title,lien,auteur FROM orbi_post', OBJECT) as $oResult){  
    foreach (explode(' ', $oResult->auteur) as $sAuteur) {  
        $aAuteur = explode(',', $sAuteur);  
        $splitprenom = trim($aAuteur[1], " ");  
        $sSlug = $splitprenom.'.'.$aAuteur[0];  
  
        if( $sSlug === $sNomPage ){  
            ?> <li><a href="php echo( $oResult-&gt;lien );?&gt;"&gt;?<php echo( $oResult-&gt;title );?&gt;&lt;/a&gt;&lt;/li&gt;<br/            ?>  
        }  
    }  
}  
?>
```

Le reste étant plus facile, il ne restait plus qu'à créer une nouvelle page qui listerait toutes les publications du lentic et j'ai également ajouté un moyen de tri par catégorie.

Utilisabilité

Pour avoir des tests fiables, il aurait fallu proposer des tâches aux 3 cibles repérées à la base c'est-à-dire les entreprises clientes, le personnel du Lentic et les étudiants. Pour des raisons de temps, mais aussi de recherches compliquées j'ai du me limiter au personnel du Lentic qui a bien voulu accepté ou plutôt été autorisé de se prêter au jeu pendant les heures de travail ce qui ne fut déjà pas une mince affaire...

Concernant les deux autres panels, c'était compliqué pour plusieurs raisons:

Je ne côtoie pas les élèves, il aurait fallu que je prenne le temps de trouver des personnes ressources qui acceptent les tests, mais vu la période de blocage, il aurait fallu que je m'acharne pour en avoir un, qui plus est en relation avec le Lentic et pris par le temps je me suis dit que je n'allais pas courir après les gens inutilement.

Concernant les entreprises, même problème, mais encore plus compliqué puisqu'il aurait fallu téléphoner à des personnes responsables qui seraient en charge d'aller consulter le site du Lentic plus spécifiquement pour se faire une idée de leur travail... Bref encore beaucoup de temps et d'énergie et surtout de dérangement pour l'entreprise qui a déjà été bien brave.

Je suis conscient de l'enjeu de ces tests, mais il est clair qu'à eux seuls il mériteraient plusieurs semaines de tests et de réflexions.

Pour les personnes du Lentic, j'ai du m'arranger avec les agendas de plusieurs personnes pour pouvoir réussir à rassembler tous mes testeurs le même jour, ce ne fut pas une mince affaire, car ils sont débordés de travail ce qui est bien, preuve d'une société en bonne forme.

Malgré tout je fus agréablement surpris de l'implication de certaines personnes dans le test qui n'ont pas du tout hésité à parler un maximum. Cependant et c'est un peu embêtant la plupart des personnes étaient déjà allées sur le nouveau site donc ce n'était pas leur première visite. Mais preuve que l'objectif de ne pas les perturber en changeant les choses de place était de bon augure, les personnes furent ravies de me dire qu'elles ne se sentaient pas dépayسées par le nouveau site. Pour ne pas tomber dans des tests inutiles puisque je présentais déjà que ceux-ci allaient se dérouler sans encombre, surtout après la première personne, j'ai décidé de poser des questions sur les ressentis de l'expérience, si ça semblait bon à la personne ou encore si elle ne préfèrerait pas autre chose et dans quelle mesure.

Petite précision également, l'équipe du Lentic est constituée de nombreuses personnes de la gent féminine, lors du jour des tests et malgré la difficulté d'avoir un bon jour pour avoir un panel assez large, j'ai du me contenter de quatre dames pour les tests.

Enfin dernière précision, les trois premiers tests ont été effectués sur ma machine pour la simple raison qu'il m'était impossible de prendre plus de temps pour installer un logiciel de capture d'écran sur les ordinateurs des personnes concernées. Le dernier était un Mac, j'ai donc pu

utiliser sans problème la capture d'écran de QuickTime. En revanche et pour rester dans une certaine familiarité, le respect des navigateurs utilisés a été respecté.

Voici un résumé des tests avec les points importants:

Lorsque j'ai demandé d'aller chercher les missions concernant une personne, mon attente était de voir un clic sur la catégorie missions et dans les divers classements mis en place. Or il est apparu que certaines personnes préfèrent aller dans l'onglet équipe, d'où l'intérêt de lister les missions dans la fiche de chaque personne. Après les différents tests, les personnes ont manifesté leur désir de voir apparaître un bouton « voir toutes les missions » plutôt que quelques-unes qui sont les dernières. Cela permettrait un pont plus rapide. Ainsi que de nommer correctement la partie pour ne pas croire que la personne ne travaille que sur quelques projets.

Missions

Actions de Recherche Concertée, 2011-2016

Service Public Fédéral Emploi, travail et Concertation sociale, Belgique, 2012

GlaxoSmithKline Biologicals, Belgique, 2010-2011

Confirmation que les gens viennent pour voir ce que les employés effectuent comme mission.

Mise en évidence de la problématique pour trouver les rapports, certaines personnes cherchaient dans les missions pour les trouver ce qui en soi est logique, mais pas du tout en convention avec l'ancien site. Cet aménagement est effectué, car c'est une excellente idée.

L'idée de supprimer la catégorie ressource a été suggérée, notamment du fait qu'actuellement elle ne comprend que deux catégories, dont les rapports, qui pourraient finalement ne se retrouver quand la mission correspondante. Sur l'ancien site, il y avait également un listing de toutes les publications, mais qui n'a jamais fonctionné, il faudra voir quand j'aurai mis au point la récupération des publications ORBI. Il reste Evènements et là aussi la question se pose puisqu'il y de temps en temps un évènement annuel, cela vaut-il la peine de laisser cela comme ça ? Et bien non, la page ressources a été supprimé dernière-

Ressources à télécharger

Vous trouverez dans cette section du site un ensemble de documents disponibles en téléchargement.
Vous pouvez naviguez au travers des catégories, ou chercher à l'aide de mots-clés en utilisant le formulaire ci-dessus.



Evénements



Rapports

ment.

Une des personnes a cru pouvoir cliquer sur le titre Missions sur une fiche personne. D'où ma remise en question sur les titrages et les liens.

Pour consulter un rapport, le petit problème technique rencontré provenait du fait que Firefox télécharge le fichier et Chrome permet de le visualiser. Il y a eu alors un petit débat notamment sur le target_blank qui permet d'ouvrir un nouveau contenu dans un nouvel onglet. En stage on m'avait répété qu'il fallait proscrire cette pratique et même à l'école notamment, car on impact sur le contrôle de l'utilisateur, on sait aujourd'hui que la plupart comprends l'historique ou on de vagues notions que pour savoir retourner à la page précédente. Hors les questions

à mes utilisateurs démontrent que lorsqu'il s'agit d'un document émanant du site, la majorité des personnes préfèreraient l'ouverture du document dans un nouvel onglet malgré le fait que ces personnes n'aiment pas l'accumulation d'onglets ou que le fichier arrive dans un dossier de leur ordinateur.

Le tri des missions en fonction des catégories ou des chercheurs paraît flou voir totalement incompris, l'intitulé du titre a donc été modifié.

L'utilisation zéro du moteur de recherche, non pas par oubli ou manque de visibilité, mais parce qu'il s'avère que quand les personnes savent où chercher l'info, elles vont privilégier les onglets disponibles.

J'ai fait tester le moteur de recherche à la dernière personne, elle avoue trouver les moteurs traditionnels inefficaces, car trop de résultats. La solution pourrait être une méthode de filtrage, mais là on rentre dans un développement très conséquent, mais c'est à étudier pour quand il y aura énormément de missions listées.

Au final on peut voir que ce qui a le plus posé de problèmes était de s'attendre à retomber sur la page équipe lorsque l'on clique sur le nom d'une personne dans les missions. Ce problème est pallié pour les internautes qui arriveraient sur le profil équipe. En revanche je me pose toujours la question pour la personne qui tomberait d'abord dans les catégories de missions, le fait d'avoir renommé les titres me semble un bon compromis pour l'instant, il faudrait vraiment faire des tests avec des entreprises ou des personnes hors Lentic.

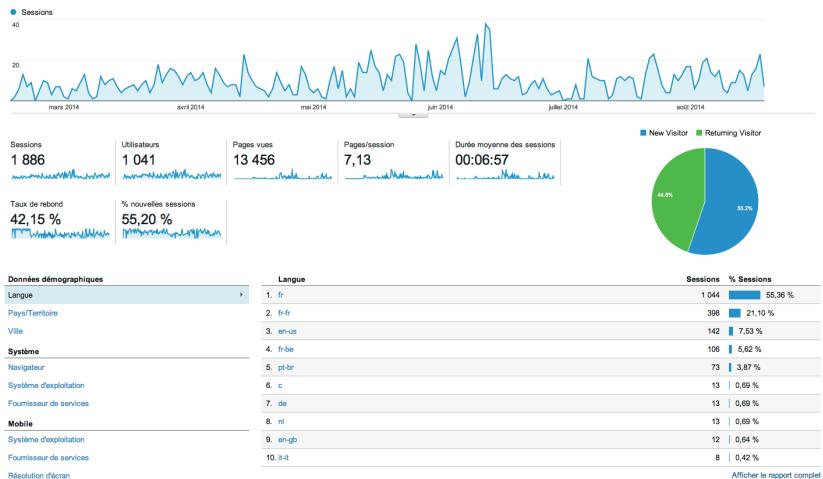
Pour l'ouverture du document dans la page, il semblerait que celle-ci soit problématique notamment, car les personnes oublient qu'elles peuvent revenir en arrière donc sensation d'être démunie face à ce comportement brusque. Maintenant il faut voir auquel cas la personne veut consulter le fichier immédiatement ou plus tard, dernière proposition qui serait en faveur du téléchargement dans un dossier ou l'ouverture dans un autre onglet. Hors document, je comprends quand on clique sur un lien externe cette problématique, mais je partage l'avis des utilisateurs des tests pour l'ouverture d'onglets. Il faudra étudier la question de savoir si dans un tel cas, on ne devrait pas prévenir correctement l'utilisateur, aussi bien pour des documents que pour changer de site.

Mes conclusions ne sont pas générales, elles s'appliquent pour les personnes de ce test utilisateur. Rappelons-nous bien que nous sommes tous différents face à la technologie. Je partage moi même pas mal de ces conclusions, par contre j'aurai plus tendance à utiliser le moteur de recherche par fainéantise.

Google Analytics

Concernant les données Analytics, voici la moyenne des données commençant le 16 février jusqu'au 19 août:

On notera le taux de rebond à 42%, c'est toujours beaucoup, mais il prend en compte la période où le site affichait une page d'attente avant la mise en place du projet un peu plus tard. Si on ne prend que le dernier mois, on arrive aux 30% hors vacances.



Les nouvelles sessions qui sont plus que prometteuses.

Un total de plus de 1000 visiteurs différents.

Le nombre de navigateurs étrangers, d'où l'intérêt du multilingue sur ce site !

Le navigateur le plus utilisé est Chrome et confirme donc son avancée.

Internet Explorer représente encore 15% d'utilisateurs et c'est d'autant plus intéressant de voir avec quelle version:

1. 11.0	114 (40,28 %)
2. 10.0	61 (21,55 %)
3. 8.0	54 (19,08 %)
4. 9.0	50 (17,67 %)
5. 6.0	4 (1,41 %)

Heureusement IE11 reste majoritaire, mais nous avons encore plus de IE8 que de IE9. On notera aussi la visite de

IE6, preuve qu'il n'a pas encore totalement disparu !

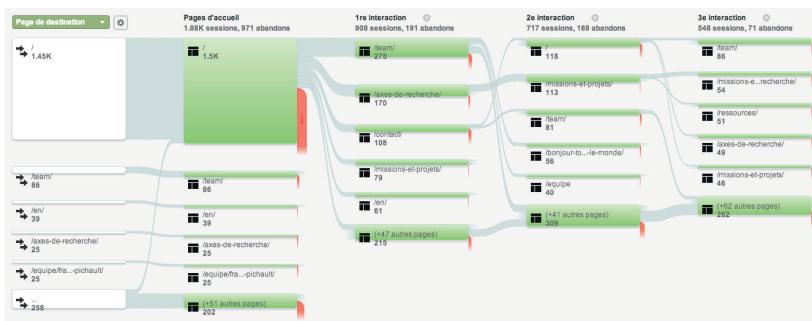
Il est intéressant de constater que la majorité des visiteurs viennent d'un moteur de recherche, ensuite viennent ceux qui tapent directement l'URL et donc connaissent de près ou de loin l'existence du Lentic. Pour le reste et cela est un excellent point, une centaine de visites nous proviennent d'un référencement sur d'autres sites en liaison avec le Lentic.

1. (direct) / (none)	756 (40,08 %)
2. google / organic	753 (39,93 %)
3. hec.ulg.ac.be / referral	76 (4,03 %)
4. semalt.semalt.com / referral	64 (3,39 %)
5. bing / organic	28 (1,48 %)
6. semalt.com / referral	24 (1,27 %)
7. www2.ulg.ac.be / referral	24 (1,27 %)
8. flexsecu.ulg.ac.be / referral	22 (1,17 %)
9. reflexions.ulg.ac.be / referral	20 (1,06 %)
10. bradfrostweb.com / referral	7 (0,37 %)

Ensuite la consultation des pages, je vous parlais que l'un des objectifs devait être de miser beaucoup sur la page de l'équipe, comme vous pouvez le voir la page la plus consultée après l'accueil aujourd'hui est la page équipe avec 1329 consultations ! Certains noms de l'équipe apparaissent en bas de classement et cela ne fait que commencer.

1. /	4 004	 29,76 %
2. /team/	1 329	 9,88 %
3. /missions-et-projets/	746	 5,54 %
4. /axes-de-recherche/	691	 5,14 %

Comme vous pouvez le voir sur cette photo des flux de comportement, le taux de rebond à 42% explique que la moitié des visiteurs ont quitté le site après la première page. Mais en revanche, vous pouvez voir que pour ceux qui ont été plus loin, le taux d'abandons diminue drastiquement et conduisent même parfois loin les visiteurs. Une bonne partie est donc conservée, il ne tient qu'à moi à corriger ce qu'il reste à corriger et au Lentic de compléter un maximum les informations.



Accessibilité

Concernant l'accessibilité, j'ai fait attention à un maximum de choses qui seront abordées plus en détails lors de la défense car ce thème mérriterait à lui seul un livre entier je vais donc cibler quelques éléments importants du site.

Peut-être le testerez-vous, si vous passez le site dans l'analyse Juicy concernant les couleurs utilisées, vous pourrez constater que de nombreux problèmes sont présents notamment dans le rapport de contraste et de luminosité ainsi que dans la différence de couleurs. Deux points où je suis majoritairement en échec, mais ce n'est pas volontaire.

Vous rappelez-vous du choix de la charte graphique ? Et bien j'ai du faire avec et c'est comme cela ! Cependant, rassurez-vous, une alternative existe, en bas du site se trouve un bouton qui permet de passer sur une version plus accessible en terme de couleur et de luminosité. Elle a été réduite au plus simple dans l'intérêt de passer en succès à tous les niveaux pour les personnes malvoyantes ou daltoniennes.

Pour cela j'ai utilisé un petit plugin jquery permettant notamment l'utilisation simple de cookie au sein du site. Lorsque la personne clique sur le bouton, elle passe dans la version alternative et son choix reste inchangé pendant un temps limité.

En dehors de ce qui existe déjà, il a fallu aussi réaliser le code JS permettant l'interactivité avec ce bouton, notamment le remplacement de son texte en fonction de son

état, lui indiquer quand il expire, etc. Je tiens à remercier encore une fois Nicolas Gilis pour son aide.

Concernant la politique de confidentialité des cookies, vous n'êtes pas sans savoir que c'est une obligation légale aujourd'hui d'indiquer à l'internaute qu'un site utilise des cookies.

Il sera prévu si pas un avertissement, une charte de confidentialité sur le site avec un petit mot en dessous du bouton.

Plusieurs éléments internes à wordpress ont été customisés pour rendre la console d'administration plus accessible et plus pratique pour la personne chargée de maintenir le site à jour dans ses publications.

Il faut rappeler que j'ai donné quelques formations à la personne en question pour qu'elle puisse se débrouiller relativement rapidement, mais ça n'empêche que certaines choses peuvent être pratique par exemple le dashboard de wordpress.

C'est quoi le dashboard ? C'est la première page ou on arrive lorsque nous nous connectons à notre compte wordpress du site. C'est un peu la synthèse de ce qu'il se passe sur votre site par exemple le nombre d'articles en ligne, le nombre de pages, notre activité récente sur le site, les commentaires quand il s'agit d'un blog, etc. Quelle utilité pour notre entreprise me direz-vous ? Les tâches principales que la personne du Lentic va devoir effectuer.

Ainsi sur le dashboard du Lentic, j'ai ajouté la possibili-

té de voir les dernières missions ajoutées, les dernières personnes de l'équipe ou encore les dernières actualités. Chaque pavé est accompagné d'une petite description ou d'un titre très succincts. On peut à partir de chaque colonne cliquer sur le bouton ajouter pour se retrouver directement sur la page pour ajouter une mission, une personne ou une activité. C'est un moyen sympa pour gagner du temps, mais encore plus sympa s'il s'agit d'une personne ne connaissant pas le site et qui doit remplacer la précédente.

Elle n'aura pas 36 solutions comme cela peut faire penser dans la colonne de gauche.

Ensuite, j'ai procédé à un réaménagement d'ACF, qui permet une meilleure compréhension de wordpress. Notamment sur les choses dont la personne a le contrôle sur le site comme le contenu.

C'est en effet plus simple qu'un simple champ fourre-tout comme le propose Wordpress de base, ici tous les champs sont intitulés et on sait exactement tout ce qu'on modifie sur le site.

Lorsqu'il y a énormément de champs, ils sont regroupés sous forme d'onglets, ce qui rend la tâche encore plus simple.

Architecture technique serveur

Pour la réalisation de mon PFE, j'ai utilisé WordPress. Plusieurs raisons ont guidé mon choix:



WORDPRESS

Facilité d'utilisation, contrairement à un site statique, WordPress permet de modifier le contenu très facilement. Nul besoin de connaître un quelconque langage de programmation pour ajouter une nouvelle page ou un nouveau texte. Une demande du client consistait dans la maintenabilité du site, avec celui de 2004, il lui était impossible de changer tous les éléments comme bon lui semblait. J'ai donc choisi WordPress pour notamment son plugin ACF permettant ainsi des modifications à la fois simples et précises, tous les éléments textuels visibles sur le site sont modifiables à souhait.

Une interface « user-friendly », c'est-à-dire une interface conviviale. On ne va pas non plus le cacher, mais l'interface d'administration de l'ancien site était tout simplement imbuvable, je ne sais pas vraiment les pratiques qui existaient à l'époque, mais ça laisse à penser que la technologie utilisée en 2004 était déjà obsolète. Maintenant avec WordPress, ils ont une interface plus sympa, même si une petite formation s'imposera pour leur expliquer un peu le fonctionnement général de ce que je leur ai préparé.

Optimisation pour les moteurs de recherche, ce n'est plus une surprise aujourd'hui, WordPress propose une structure de site appréciée des moteurs de recherche, les pages sont rapidement référencées après leur publication. C'est donc un point non négligeable pour l'entreprise qui doit attirer ses clients sans publicité. Certes sa renommée n'est plus à faire, mais on peut noter une nette progression grâce au référencement puisqu'avant le site se trouvait uniquement en tapant Lentic dans les moteurs de recherche. Aujourd'hui on voit que la consultation de son équipe est importante et les personnes qui s'y retrouvent, ont en faite taper le nom d'une personne travaillant au sein de l'entreprise.

Des extensions à la pelle, WordPress étant le CMS le plus utilisé dans le monde, sa communauté n'en est que plus grande. Son énorme bibliothèque d'extensions permet sans difficulté de rajouter de nombreuses fonctionnalités à son site, de le personnaliser ou encore le sécuriser. Attention cependant de ne pas transformer WordPress en grosse poubelle à extensions. En effet cela peut vite devenir un piège et on m'a appris en stage à bien faire attention de ce qui est vraiment utile. Il n'est pas rare de voir des extensions pour des bêtises que l'on peut faire soi-même et qui seront bien plus performantes ! De plus, la vitesse de chargement ne cessera d'augmenter avec l'ajout de trop de plugin. Concernant la sécurité, il est de mise d'installer des plugins officiels pour éviter tout problème.

Le support, WordPress offre un support en ligne notamment grâce à un forum francophone, ce qui est particulièrement intéressant quand on bloque sur quelque chose,

on peut nous répondre en Français. Cependant je recommande un minimum d'Anglais, car l'aide apportée sur les sites anglophones est incomparable...

Les plugins utilisés

ACF (Advanced Custom Fields), pour moi le plugin indispensable à WordPress aujourd'hui ! Il faut savoir que de base, WordPress est un système de blog et dédié aux publications avec commentaires, etc. Mais vous avez le moyen de customiser l'interface notamment grâce à ce genre de Plugin. Au lieu de vous retrouver face à un simple éditeur de texte en ligne, vous avez la possibilité de créer d'innombrables champs correspondant au contenu de votre page. Vous savez dès lors ce que vous modifiez et vous savez aussi comment le contenu va apparaître. Seulement il ne s'arrête pas là, il permet de gérer aussi l'upload d'images, les google map et bien d'autres... Il a également deux petits frères pas indispensables, mais qui le deviennent lorsque vous les utilisez : Option Page et Repeater Field. Le premier s'adresse exclusivement aux contenus répétitifs donc par exemple pour votre Header ou votre Footer qui se répèteront sur toutes vos pages. Ainsi on y trouvera par exemple votre logo, des champs textes, des onglets sociaux ou encore une google map comme c'est le cas pour le Lentic. Et les désavantages dans tout cela ? Et bien il n'y en a pas ou presque pas. Comme tout plugin, il vient alourdir WordPress, mais surtout la console d'administration ce qui est un moindre mal puisque totalement invisible pour vos internautes, ce qui peut en revanche très vite devenir pénible pour la vitesse de votre travail... Cependant pas de panique, c'est très minime... Un autre problème que j'ai pu constater c'est

la création dans la base de données, en effet il n'est pas impossible de trouver des doublons. Mais encore une fois il y a moyen d'y remédier, nous verrons ça plus loin avec un autre plugin.

Accueil			
Position du champ	Titre du champ	Nom du champ	Type de champ
①	qui	qui	Texte
Titre du champ * Ce nom apparaîtra sur la page d'édition	qui		
Nom du champ * Un seul mot sans espace. Les '-' et '-' sont autorisés	qui		
Type de champ *	Texte		
Instructions pour ce champ Instructions pour les auteurs. Affichées lors de la soumission de données.			
Requis ?	<input type="radio"/> Oui <input checked="" type="radio"/> Non		
Valeur par défaut Apparaît lors de la création d'un article			

WPML Multilingual CMS, en bref la Rolls Royce de WordPress pour des sites multilingues. On ne va pas se leurrer, ce plugin fait partie de la gamme payante et on comprend vite pourquoi... Ce plugin mériterait un livre à lui seul tellement il est énorme, je suis certain de n'en utiliser que quelques pour cent de sa capacité... En outre, à chaque nouveau contenu, il permet de recréer le même dans la langue voulue, il ne faudra donc pas oublier à chaque ajout de penser à celui dans l'autre langue qu'il faudra compléter sans quoi l'utilisateur désireux de voir le post dans sa langue le verra dans la seule langue ajoutée... Ce qui peut être frustrant, mais d'un autre côté il vaut mieux ça qu'une page blanche... Pourquoi si bien ? Tout simplement parce qu'il recrée à lui tout seul l'entièreté du site dans la langue voulue. Il le fait, mais bien en plus puisqu'il va au niveau de l'URL stocker le site dans

un dossier particulier. Si la langue est Anglaise, l'intitulé du dossier sera /en. C'est tout bénéfice pour le référencement. Mais ça ne s'arrête pas là, il peut sans aucune difficulté détecter la langue de l'utilisateur et le rediriger sur la langue disponible correspondante. Il peut tout traduire jusqu'aux taxonomies et est compatible avec de nombreux plugin comme ACF vu plus haut ! On peut donc aussi bien traduire les champs ajoutés, mais aussi créer une console d'administration entièrement bilingue ! Il a un petit frère qui entre dans la danse, WPML String Translation qui permet de traduire les chaînes HTML introduites directement dans le code. Je n'ai à ce jour aucune remarque concernant des désavantages si ce n'est l'alourdissement de l'administration.

The screenshot shows two sections of the WPML settings interface:

- Langues du site**: Shows that French is the default language. It includes buttons for "Modifier la langue par défaut", "Ajouter / Supprimer des langues", and "Modifier les langues".
- Format d'URL de langue**: Allows selecting how language is determined for URLs. The "Langues différentes dans les répertoires" option is selected, pointing to URLs like <http://lentic.be/> (French) and <http://lentic.be/en/> (English). Other options include "Utiliser le répertoire pour la langue par défaut", "Un domaine différent par langue", and "Nom de la langue ajouté comme paramètre". A blue "Appliquer" button is at the bottom right.

Installer, petit ajout que j'ai dû installer après WPML. Il permet de maintenir à jour tous les plugins installés, mais plus spécifiquement les payants. Pour exemple, le Lentic a décidé d'acheter le plugin de langues avec mises à jour à vie. Cependant pour vérifier et éviter les abus d'utili-

sation, nous devons passer par ce plugin de mise à jour nous demandant un identifiant et un mot de passe fournit par WPML afin de faire les mises à jour. En dehors de cela il permet aussi l'upgrade des thèmes payants, ce qui n'est pas intéressant ici.

Contact Form 7, très pratique et surtout facile d'utilisation. Comme son nom l'indique, il permet la création d'un formulaire de contact. Pourquoi un tel plugin alors que l'on peut faire cela soi-même ? Pour plusieurs raisons, celle du gain de temps premièrement parce qu'il ne s'agit pas d'un simple formulaire, il est également couplé avec une interactivité, il vérifie que tous les champs sont bien remplis au cas contraire il avertit l'internaute d'un éventuel problème. On peut aussi gérer dans l'interface admin du plugin comment va atterrir le mail et customiser l'apparence de ce dernier. Autres éléments non négligeables, nous sommes presque certains de la fiabilité de ce plugin en terme de sécurité. Outre le fait que le formulaire est protégé comme il se doit pour éviter tout problème, les mises à jour régulières continuent à aller dans ce sens pour notre plus grand plaisir. Petit défaut quand même, il utilise le protocole de base de PHP pour l'envoi des mails.

Formulaire de contact 1

Copiez ce code et collez-le dans votre article, page ou widget texte.

```
[contact-form-7 id="198" title="Formulaire de contact 1"]
```

Formulaire

```
<p class="forminput"><label for="form-name">Nom et Prénom *</label>
[text* your-name id:form-name]</p>

<p class="forminput contactleft"><label for="form-email">Email *</label>
[email* your-email id:form-email] </p>

<p class="forminput"><label for="form-phone">Téléphone</label>
[text your-phone id:form-phone] </p>

<p class="forminput contactleft"><label for="form-subject">Sujet du message</label>
[text your-subject id:form-subject] </p>

<p class="formtext"><label for="form-text">Votre message*</label>
[textarea* your-message id:form-text] </p>

<p class="formsub">[submit "Envoyer"]</p>
```

WP-Mail-SMTP, qui règle le problème précédent c'est-à-dire l'envoi des mails de Contact Form 7 ou de tout autre plugin de formulaire. Il va en effet reconfigurer la fonction `wp_mail()` afin d'utiliser le protocole SMTP. Dès lors on pourra faire passer les mails via un agent mail comme Google Mail ou encore par votre hébergeur ou est stocké votre site internet. Vraiment très utile et vient palier un réel problème du plugin précédent, car les mails arrivaient parfois difficilement voir jamais ! Filtré comme spam ou perdu dans le cosmos interstellaire de l'internet, ce petit plugin très léger règle ce problème. À mon sens, cette fonctionnalité devrait accompagner en permanence le plugin de Contact Form 7 qui serait alors vraiment parfait à tous les niveaux...

Advanced Email Options

From Email	<input type="text" value="postmaster@lentic.be"/>
From Name	<input type="text" value="Site Internet du Lentic"/>
Mailer	<input checked="" type="radio"/> Send all WordPress emails via SMTP. <input type="radio"/> Use the PHP <code>mail()</code> function to send emails.
Return Path	<input type="checkbox"/> Set the return-path to match the From Email
SMTP Options	
These options only apply if you have chosen to send mail by SMTP above.	
SMTP Host	<input type="text" value="ns0.ovh.net"/>
SMTP Port	<input type="text" value="587"/>
Encryption	<input checked="" type="radio"/> No encryption. <input type="radio"/> Use SSL encryption. <input type="radio"/> Use TLS encryption. This is not the same as STARTTLS.
Authentication	<input type="radio"/> No: Do not use SMTP authentication. <input checked="" type="radio"/> Yes: Use SMTP authentication. <small>If this is set to no, the values below are ignored.</small>
Username	<input type="text" value="postmaster@lentic.be"/>

Fr-texturize, le problème de la typographie est bien toujours présent dans WordPress. Si espace fine ou insécable, guillemets et apostrophes vous sont familiers, vous savez sans doute que pour un Anglais ce n'est pas la même chose voir inexistant ! Cela peut-être normal étant donné que WordPress est développé par des Américains, mais aux yeux de typographes dignes de ce nom, cela est tout bonnement inacceptable ! Pour remédier à ça Thomas Hupkens, ancien de l'INPRES il faut le préciser, a créé ce petit plugin dans le but de combler ces lacunes. Cela fonctionne particulièrement bien, mais présente un énorme défaut, il est incompatible avec les champs ACF... Pour palier à ce problème j'ai dû un peu bidouiller, d'une part en ajoutant sa fonction `fr_texturize` devant tous mes appels de champs ACF et d'autre part forcer l'acceptation des guillemets français qui même avec la fonction du script ne voulaient toujours pas fonctionner. Enfin il reste un gros problème à palier et là ça relève d'un énorme défi, le site propose une version multilingue donc il faudrait aménager le plugin pour que quand on change de langue, la typographie change elle aussi.

Search Everything, qui vient pallier les grosses lacunes du moteur de recherche intégré du CMS. Wordpress propose une fonction destinée à la recherche au moyen d'un formulaire, retournant les résultats sur une page bien particulière. Cependant quand on a des plugin comme WPML ou ACF, la recherche de base étant limitée aux pages et posts, on se sent vite limité par son champ d'action. Search Everything va jusqu'à chercher les taxonomies, voir même aussi souligner le mot de la recherche dans tous les résultats affichés. Il peut aussi quand il s'agit d'une personne, afficher sa photo directement dans la page. Avec ce pe-

Search Everything Basic Configuration

We've selected some smart defaults, if in doubt leave as is.

- | | |
|---|-------------------------------------|
| Rechercher dans tous les mots clés: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Rechercher dans les taxonomies personnalisées: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Rechercher dans tous les noms de catégories et description: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Rechercher dans tous les commentaires: | <input type="checkbox"/> |
| Rechercher dans les commentaires des auteurs: | <input type="checkbox"/> |
| Rechercher dans les commentaires validés seulement: | <input type="checkbox"/> |
| Rechercher dans tous les extraits: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Rechercher dans tous les brouillons | <input type="checkbox"/> |
| Rechercher dans tous les documents joints:
(type d'article = lien) | <input type="checkbox"/> |
| Rechercher dans tous les champs personnalisés:
(métadonnées) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Rechercher dans tous les auteurs: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Mettre en évidence les termes recherchés: | <input type="checkbox"/> |

Couleur de fond de la mise en évidence:

orange

Examples: '#FFFF84' or 'red'

tit outil, la recherche devient vraiment puissante et pour notre grand plaisir à la vue des très nombreuses missions qui vont se retrouver sur le site du Lentic.

WordPress SEO, encore une perle qui vient renforcer le référencement WordPress déjà bien aboutit. D'une part il vous permet de gérer vos métas description sur toutes vos pages et tous vos custom post ! D'une importance capitale puisque plusieurs pages ayant la même description peuvent être cataloguées comme spam par Google. Pareil pour vos titres de page ou encore vos Keywords. Il génère automatiquement votre Sitemap XML aussi importante pour le référencement. Il permet aussi la création d'un fil d'Ariane en prenant en compte ACF et custom post et ça c'est bien, car les plugins traditionnels sont manquants de cette fonctionnalité. On peut aussi réaliser notre fil d'Ariane nous-mêmes sans plugin, mais celui de SEO est bien plus performant puisque directement lié au

WordPress SEO par Yoast

Général Analyse de page Avancé Réseaux sociaux

Aperçu de l'extrait ? **Accueil - Lentic**
lentic.be
Le Lentic est un centre de recherche et d'intervention de l'Université de Liège, centré sur les processus d'innovation organisationnelle.

Mot-clé principal : ? Lentic
Votre mot-clé principal a été trouvé dans :
Titré de l'article :**No**
Titre de la page :**Yes (1)**
URL de la page :**Yes (1)**
Contenu :**No**
Méta description :**Yes (1)**

Titre SEO : ? Accueil - Lentic

Méta Description : ? Le Lentic est un centre de recherche et d'intervention de l'Université de Liège, centré sur les processus d'innovation organisationnelle.
La **méta** description est limitée à 156 caractères, **19** caractères restants.

Méta Keywords (mots-clefs): Lentic, Centre de recherches, Laboratoire, Technologie, Organisation
Si vous entrez quelque chose dans cette case, cela va remplacer votre [modèle de méta keywords](#).

plugin de référencement.

WP Retina 2x, pas indispensable, mais bien pratique. Lorsque l'on fait un site internet, on va veiller à avoir les images compatibles pour les écrans Retina. Mais lorsque c'est le client qui prend le site en charge, croyez-vous vraiment qu'il va penser à ça ? Ou plus tôt pensez-vous qu'il aura la connaissance technique d'ajouter une image deux fois plus grande pour qu'elle soit parfaitement visible sur les écrans hautes définitions ? WP Retina 2X permet de résoudre ce problème, à chaque image uploadée, ce petit programme va générer une multitude de format de cette image permettant ainsi le remplacement automatique de celle de base lorsque cela devient pertinent. Il va sans dire qu'il faudra une petite formation pour expliquer l'utilisation au client. Pas d'inconvénients majeurs si ce n'est



que j'ai peur que cela sature le serveur en images au bout d'un temps... Heureusement ce ne sera pas le problème ici.

WordPress Backup to Dropbox, c'est un ajout personnel, mais très utile pour plusieurs raisons. J'ai eu l'occasion lors de mon stage d'ouvrir mon propre serveur via les services kimsufi d'OVH, j'ai donc proposé au Lentic de les héberger sur mon serveur pour faciliter les modifications. Depuis 2004, ils sont restés chez Hostbasket, hébergeur flamand qui leur réclamait 150€ par an pour quelques pages de site internet et aucune boîte mail... Autant dire un vol manifeste. Cependant même si c'est très chouette de jouer les hébergeurs pour son client, on n'en reste pas moins responsable si un problème surgit comme la panne des disques durs par exemple. Pour pallier à ce problème, OVH propose de relouer un autre serveur afin d'effectuer les sauvegardes, autant dire encore beaucoup d'argent dépensé... Voici une solution alternative que j'ai moi-même trouvée et mis en œuvre, les backups via Dropbox. Pour rappel, le service Dropbox vous propose le stockage en ligne de vos documents divers pour pouvoir n'importe où et n'importe quand y avoir accès. Grâce à ce plugin, tous les jours à 3h du matin, une sauvegarde intégrale du

WordPress Backup to Dropbox
Version 1.9

Détails du compte Dropbox
Amaury Renard, Vous avez 2.3GB de 2.6GB (88%) libre
[Dissocier le compte](#)

Prochaine date
Prochaine sauvegarde prévue pour 2014-06-05 à 03:00:00

Historique

Backup completed on Wednesday June 4, 2014 at 05:21:17.
Backup completed on Tuesday June 3, 2014 at 06:01:18.
Backup completed on Monday June 2, 2014 at 05:34:27.
Backup completed on Sunday June 1, 2014 at 03:26:50.
Backup completed on Thursday May 29, 2014 at 05:22:52.
Backup completed on Tuesday May 27, 2014 at 05:43:15.

[Effacer l'historique](#)

site s'effectue. Tout est bien sûr paramétrable, et l'intérêt

second réside dans le cas où le client ferait des bêtises.

Mais après tout cela, vous allez me dire, est-ce que le site ne ralentit pas avec tous ces plugins ? Eh bien oui et non. Oui pour la console d'administration c'est un fait, mais ce n'est pas énorme et non pour le site visible ce qui fait de WordPress un atout majeur. Mais tout cela n'arrive pas sans rien faire, car effectivement l'addition de tous ces plugins provoque un net ralentissement. En découlent deux derniers plugins qui doivent être utilisés sans aucune hésitation :

Better WordPress Minify, comme vous le savez chaque plugin embarque ses fichiers et donc ses dossiers JavaScript, CSS, etc. Lorsqu'on va charger la page, il va charger tous les fichiers nécessaires et donc bien souvent plusieurs feuilles de style. L'objectif étant de rassembler toutes ces feuilles en une seule, la solution qui nous est offerte est de regrouper toutes ces feuilles manuellement. Mais imaginez une seconde si le client rajoute des plugins ? Ça n'aura en effet servi à rien et elles vont s'ajouter. D'où

Paramètres Better WordPress Minify

Options Générales

Minify JS files automatically?

you can still use `bwp_minify()` helper function if you disable this.

Minify CSS files automatically?

you can still use `bwp_minify()` helper function if you disable this.

Minifier les feuilles de style `bloginfo()` ?

la plupart des thèmes (ex Twenty Ten) utilisent `bloginfo()` pour imprimer la feuille de style principale (ex : `style.css`) et BWP Minify ne sera pas capable de l'ajouter à la chaîne de minification principale. Si vous voulez minifier `style.css` avec le reste de vos fichiers CSS, vous devez utiliser la fonction `enqueue_style()` de WordPress.

Options de Minification

Options s'appliquant aux feuilles de styles et aux scripts

URL de Minification (double-cliquer pour la modifier)

Ce devrait être configuré automatiquement. Si vous pensez que cette URL est trop longue, veuillez lire [cela](#) pour apprendre à modifier ce paramètre correctement.

Cache directory (double-click to edit)

Important: Changing cache directory is a two-step process, which is described in details [here](#). Please note that cache directory must be writable (i.e. CHMOD to 755 or 777).

Une chaîne de minification contiendra

fichier(s) maximum.

Ajouter à la fin de la chaîne de minification

Note: Quand vous ajoutez l'un des paramètres ci-dessus à la chaîne de minification, cela signifie que vous dites aux navigateurs de mettre à jour leur propre cache de vos fichiers CSS et JS. Cela peut-être utile

l'intérêt de Better WordPress Minify, il va automatiquement rassembler tout ce qu'il peut en un seul fichier, aussi bien le CSS que le JS. Au final un gain en performance non négligeable.

WP-Optimize, comme son nom l'indique, dédié à WordPress. Lorsqu'on a bidouillé, qu'on a ajouté des choses, qu'on a supprimé des choses, bref la base de données est modifiée, les ralentissements dans l'administration sont présents, etc. Il reste pour tout cela ce plugin qui va faire du nettoyage. Il n'est pas utilisable seulement une fois, on peut l'utiliser comme nettoyeur mensuel par exemple, un genre de CCleaner à la windows mais qui rend réellement plus rapide l'administration et l'accès à la base de données.

Réglages du nettoyage

- Enlever toutes les révisions d'articles.
3 révisions d'articles dans votre base de données.
- Enlever les brouillons automatiques d'articles et les articles dans la corbeille
1 brouillon(s) auto dans votre base de données.
- Enlever les commentaires indésirables et les commentaires dans la corbeille
Aucun commentaire indésirable trouvé.
- Enlever les commentaires non-approuvés.
Aucun commentaire non-approuvé trouvé.
- Enlever les options transitoires.
37 options transitoires dans votre base de données.
- Enlever les pingbacks.
Aucun pingback trouvé.
- Enlever les rétroliens.
Aucun rétrolien trouvé.

Certaines options ne sont pas sélectionnées par défaut. Ne les sélectionnez pas à moins que vous ayez vraiment besoin de les utiliser.

Conclusion

Il était prévu initialement plusieurs choses que l'entreprise souhaitait voir apparaître dans ce nouveau site, certaines sont devenues obsolètes puisque le nouveau site permettait mieux, mais il reste une chose à faire assez importante, je l'ai démarré, mais je n'ai pas eu l'occasion de la terminer:

L'importation des publications ORBI.

Replongeons-nous quelques instants dans le contexte. L'entreprise (sous l'enseigne de HEC-ULG) est constituée de chercheurs, c'est à dire des personnes qui publient régulièrement des écrits. Peut-être connaissez-vous ORBI ? Open Repository and Bibliography.

Caché sous ce nom se trouve une plateforme web, un répertoire et bibliographie institutionnels ouverts. Il forme aussi la locution latine «orbi» («pour le monde») et signe la volonté de l'Université de mettre davantage encore sa production scientifique à disposition de tous, sans contrainte financière ou technique.

Les travailleurs du Lentic postent régulièrement des publications sur cette plateforme et il faudrait qu'elles se retrouvent sur le nouveau site trié en fonction des personnes bien sûr.

J'avais commencé un petit développement en début d'année qui permettait de récupérer sous forme d'une chaîne HTML le contenu des publications. Après je partitionnais la chaîne pour récupérer la date, les personnes, le texte,

etc. Il me restait à faire l'implémentation dans WordPress et la mise à jour de la base de données.

J'ai de grosses lacunes dans les langages de programmation PHP et JS, le stage fut la bonne occasion d'y remédier notamment en JS. Mais j'ai eu également l'occasion de faire un peu de PHP et j'espère que cela suffira pour moi même développer cette fonctionnalité.

Je compte bien sûr remédier à cela pendant les vacances d'été.

Concernant les retours d'expérience, ils sont nombreux notamment sur la bonne fonctionnalité du site qui est en ligne depuis le mois de février un peu par obligation.

Il fallait d'une part garder une certaine visibilité pour l'entreprise, car bien souvent lors des contacts mails, ils sont amenés à donner une adresse Web pour permettre d'aller consulter leurs divers travaux, il serait donc malvenu de dire au client qu'il n'y a pas de site pour le moment.

D'autre part, la mise en ligne d'un nouveau site semi-fonctionnel résulte d'un souci technique. L'ancien site était hébergé via une technologie qui n'est plus utilisée aujourd'hui et il requérail cette technologie pour pouvoir fonctionner également. Du coup même en hébergeant moi-même, il m'était impossible de remettre l'ancien site. L'abonnement de l'ancien hébergeur arrivant à terme et le nouveau site ayant besoin d'une autre technologie, il n'y avait pas d'autres choix.

Cependant le site a bien évolué sur quelques mois

puisque même après mes journées de stage, je travaillais petit à petit. Les données Analytics furent d'une bonne aide également, mais aussi les commentaires envoyés par mail chaque semaine par le client. C'est en quelque sorte un projet web qui a évolué en direct aussi pour les internautes, je sais que ce n'est pas du tout recommandé et j'en suis bien conscient, mais je n'avais pas vraiment d'autres choix. C'est ça aussi avoir un client, une personne qui veut tout à la fois en même temps et être soi-même pris par le temps... N'oublions pas que dans la vraie vie, un site web se fait en une petite poignée de semaines et des personnes s'en occupent toute la journée...

Encore la semaine passée, un client disait au président les avoir contacté après avoir consulté le site et le descriptif de leurs missions, tâche donc accomplie pour ma part et c'est toujours agréable d'entendre le client vous dire qu'il est content et que ça fonctionne !

On avait parlé dans les objectifs, la gestion de la bibliothèque au sein du site, encore aujourd'hui on se tâte puisqu'on est certain maintenant que ça ferait double emploi avec LibNet sauf s'ils nous accordent la possibilité d'accéder à leur base de données et de réaliser cet objectif. D'après mon client, c'est peine perdue, le système étant fort fermé. Au Lentic, seule une personne a accès à la base de données pour gérer les livres du bâtiment, c'est à peine si on ne lui a pas demandé son casier judiciaire pour pouvoir s'en occuper... Que font les étudiants qui veulent prolonger leur livre provenant du Lentic me direz-vous ? Eh bien ils utilisent le formulaire du site ! Étant resté (par oubli) en copie de mail pour m'assurer de leur bonne réception, j'ai constaté plusieurs étudiants utilisant

le formulaire du site pour poser une question relative aux livres. Encore une mission de réussie.

Je l'ai dit et répété, l'importance d'une description élargie des chercheurs est importante pour la réputation de l'entreprise, mais aussi pour les étudiants. Lors de mes tests utilisateurs, je suis content d'avoir entendu une personne me dire qu'une entreprise l'avait contacté et qu'elle savait précisément sur quoi elle travaillait. Je pense que pour une future carrière professionnelle, cela jouera un rôle déterminant.

Pour finir avec le lentic, dans une dimension un peu plus humaine et afin de me remercier puisque je rappelle que j'ai fait ce travail gratuitement, j'ai été convié au repas annuel de l'entreprise ou j'ai pu découvrir des personnes beaucoup moins strictes que l'image de la société donne. Ce qui n'enlève rien au niveau intellectuel des personnes que je reconnaissais vraiment très élevé, mais qui à ma grande joie était vraiment très accessible.

Concernant la réalisation du Projet en lui même, il y a tout de même un point sur lequel je ne suis pas convaincu.

Nous avons démarré notre projet dès la 2e semaine de cours, je ne dis pas que c'est une mauvaise chose, mais à condition de canaliser les étapes. Proposer un avant-projet pour fin janvier n'était pour moi pas la meilleure idée.

Je n'ai pas cité SASS car je l'ai utilisé à moitié, c'est à dire que nous avions commencé à l'utiliser et vu la présence du stage je me suis arrêté dessus en cours de route. Cela a été impossible pour moi après de recommencer à partir

de CodeKit notamment, bref c'est une question personnelle, quand je commence quelque chose avec un outil, si je reporte ça se passe mal, j'ai donc continué la progression du projet en simple css.

Pour ma part, c'est moins important puisqu'étant malade pendant les congés de Noël, je n'avais qu'un design à proposer. Mais je sais que si j'avais fait mon WordPress avant mon stage, il ne serait pas tel qu'il est aujourd'hui. Qui dit modifications, dit temps passé à changer alors que ça pourrait sans doute être plus vite fait en effaçant tout et en recommençant.

Cependant certains points sont non négligeables et ça, il faut les maintenir:

La conception du Design du projet.

Les réunions et l'avancement avec le client s'il y en a un.

Les maquettes.

J'en oublie peut-être, mais la partie plus tournée vers le développement ou l'intégration serait pour moi à garder exclusivement pendant ou après le stage... Quitte à donner un temps supplémentaire après le stage pour la réalisation du PFE. Ça ne reste que mon avis.

Je dois dire également que j'ai mis beaucoup de temps parfois à comprendre les demandes du client et que cela m'a fait perdre un temps considérable, notamment en début d'année où j'aurai très bien pu avancer plus significativement dans l'élaboration du Design.

S'il y a bien quelque chose que j'ai continué à apprendre avec ce PFE, c'est de ne jamais arrêter de se remettre en question. Peu importe l'issue, qu'elle soit bonne ou mauvaise, il y aura toujours mieux à faire. Ce n'est pas un hasard, le web évolue tous les ans, si pas tous les mois...

Quelques références

<http://www.alsacreations.com>

Amélie Boucher, Ergonomie web

Livre de référence en termes d'ergonomie web.

Raphaël Goetter, CSS avancée, vers HTML5 et CSS3