

**RECOMMANDATIONS POUR LA REFONTE DE  
WWW.UNIVMED.FR**

## Sommaire

### NOTE D'INTENTION

#### 1. Contexte

#### 2. Recommandations techniques

2.1 Drupal, un CMS de choix : évolutivité de l'outil

2.2 Gestion des contenus- Workflow

2.3 Fonctionnalités spécifiques

#### 3. Recommandations ergonomiques et respect des normes

#### 4. Un site accessible pour tous (qualité, accessibilité, performance)

4.1 Respect des recommandations du W3C

4.2 L'accessibilité au cœur du projet

4.3 Respect de l'utilisateur

4.4 Compatibilité navigateurs

4.5 Performances

4.6 Drupal et l'accessibilité

#### 5. Recommandations e-marketing

#### 6. Recommandations graphique

6.1 Définition

6.2 Principe graphique

#### 7. Charte éditoriale

7.1 Principes généraux

7.2 S'adapter à la lecture scan des internautes

7.3 Structuration des pages

7.4 Le ton rédactionnel

## **8. Arborescence et zoning**

## **9. Scénario de navigation et principe de fonctionnement**

9.1 Page d'accueil

9.2 Page intérieure

9.3 Page profil

## **10. Fonctionnalités demandées**

## **11. Fonctionnalités proposées (options)**

## **12. Récupération de l'existant**

# NOTE D'INTENTION

## 1. Contexte

Dans le cadre de sa politique de communication externe et interne, l'Université de la Méditerranée souhaite faire évoluer son outil Internet. L'objectif : délivrer à l'ensemble des cibles un contenu adapté correspondant à leur recherche.

La solution Internet devra s'adresser à un large panel de publics et leur garantir un accès rapide à l'information et aux services. Le site devra également être évolutif, tant dans son architecture que dans sa capacité à intégrer de nouvelles fonctionnalités.

### > Problématique

Le site actuel ne correspond plus à l'image que l'Université de la Méditerranée souhaite véhiculer :

- Le site est peu attractif
- Le graphisme demande à être dynamisé et modernisé
- L'architecture est confuse et rend difficile la navigation pour l'internaute
- Les nouvelles normes de l'Internet ne sont pas intégrées
- La solution technique n'est pas assez souple et fiable
- L'interactivité avec les internautes est très peu présente

### > Objectifs

Dans ce contexte, le nouveau site Internet de l'Université de la Méditerranée devra se positionner comme un véritable relais de communication et d'information auprès de ses différentes cibles :

- Futurs étudiants
- Etudiants
- Chercheurs et enseignants
- Partenaires

Il se doit de répondre à plusieurs objectifs stratégiques autour d'un concept général : **renforcer l'attractivité et la notoriété de l'Université, ainsi que son identité, auprès des futurs étudiants et étudiants.**

## Objectifs d'information & de notoriété

- Diffuser des informations de manière à **faire connaître** l'Université de la Méditerranée
- Mettre à disposition l'ensemble des **informations pratiques et utiles**
- Présenter et dynamiser l'image de l'Université de la Méditerranée

## Objectifs d'image

- Mettre en avant et valoriser les activités et services proposés par l'Université de la Méditerranée
- Valoriser l'image de l'Université en mettant en avant ses atouts

## Objectifs de comportement

- Faciliter l'accès à l'information
- Faire réagir les internautes, et notamment les étudiants
- Inciter les chercheurs, enseignants et partenaires potentiels à s'intéresser à l'Université

**La structure, l'organisation et l'interface graphique du site devront répondre à ces objectifs.**

## > Cibles

### Cibles stratégiques

- Les futurs étudiants
- Les étudiants
- Les étudiants étrangers

### Cibles secondaires

- Les chercheurs
- Les enseignants

### Cibles relais :

- Les partenaires (entreprises, collectivités locales, Etat)
- La presse, les autres médias et vecteurs d'opinions
- Les prescripteurs potentiels (lycées, services d'orientation)

## > Les avantages attendus

**Pour l'Université de la Méditerranée** : un véritable outil d'information et de communication interactive, qui diffuse ses actualités et qui propose l'ensemble des informations utiles à ses différents publics. Un outil qui permet à l'Université d'être un véritable portail orientant les internautes vers l'ensemble des sites des UFR et laboratoires, de manière à leur permettre d'y trouver l'information recherchée. Et, également, un outil largement évolutif dans une démarche de pérennité.

**Pour les utilisateurs** : un outil pratique, facile d'utilisation, régulièrement actualisé, avec des informations utiles et bien structurées.

## 2. Recommandations techniques

### Quel « outil de Gestion de Contenu » pour votre projet ?

Dans votre cahier des charges, vous exprimez la volonté d'une structure technique open source - CMS DRUPAL. Il existe sur le marché de nombreux CMS. À la lecture de votre document et après avoir navigué sur votre site Internet et ceux de vos concurrents, nous pensons que le CMS DRUPAL est l'outil le plus adapté à vos besoins sur court, moyen et long terme.

Notre connaissance transversale des principaux CMS du marché nous permet d'effectuer un comparatif précis des solutions disponibles pour sélectionner l'outil adéquat. Les solutions de gestion de contenu présélectionnées pour ce projet sont : Joomla, Drupal, eZ Publish, Drupal et un développement sur mesure.

**Tableau comparatif des CMS Drupal, eZ Publish, Joomla, Typo3 et du développement sur mesure :**

	DRUPAL	eZ Publish	JOOMLA	TYPO 3	SUR MESURE
<b>Open source</b>	Oui	Oui	Oui	Oui	Non
<b>Gestion des droits par défaut</b>	Plusieurs niveaux	Illimité	4 niveaux	Illimité	Illimité
<b>Accessibilité</b>	Oui	Oui	Non	Oui	Oui
<b>Référencement naturel</b>	Réécriture des URL	Réécriture des URL	Réécriture des URL	Réécriture des URL	Réécriture des URL
<b>Nb de modules existants (contributions opérationnelles)</b>	> 500 + possibilité de développer des modules sur mesure.		> 500	> 500 + possibilité de développer des modules sur mesure qui seront greffés au socle technique.	Développé sur mesure, en fonction des besoins.
<b>Souplesse/</b>	Excellente	Excellente	Moyenne	Excellente	Moyenne

<b>adaptabilité</b>					
<b>Ergonomie back office</b>	Excellente	Bonne	Moyenne	Bonne	Bonne
<b>Performance</b>	Excellente	Moyenne	Moyenne	Excellente	Excellente
<b>Stabilité / Sécurité</b>	Excellente	Excellente	Bonne	Excellente	Bonne
<b>Base de données</b>	MySQL	MySQL	MySQL	MySQL	MySQL
<b>Gestion multi-sites</b>	Oui	Oui	Non	Oui	Non, pas nativement.
<b>Gestion multi-langues</b>	Module existant	Oui	Non	Oui	Non, pas nativement.
<b>Gestion plateforme collaborative</b>	Oui : génération de blogs, forum de discussion...	Non, pas nativement	Non	Non, pas nativement.	Non, pas nativement.
<b>Workflow</b>	Oui, avancé	Oui, avancé	Oui	Oui, avancé	Non, pas nativement.

## L'outil retenu : DRUPAL

Après étude de votre projet, il apparaît que le choix de la structure technique est primordial. Le projet nécessite la mise en place d'un site entièrement dynamique qui permettra à de **disposer d'un site Internet flexible et largement évolutif**. La qualité de son code et son API font qu'il peut aussi être présenté comme un framework.



Votre site Internet doit en effet être géré par un outil simple d'utilisation de manière à faciliter les mises à jour d'un site riche en contenu. Il doit également proposer une architecture ouverte de manière à ce que vous puissiez effectuer les évolutions technologiques nécessaires sans remettre en question ce qui a déjà été développé. D'autre part, votre volonté de mettre à disposition une plateforme collaborative influe sur le choix de la structure technique. En effet, Drupal dispose de fonctionnalités collaboratives nativement, contrairement à la plupart des CMS principaux du marché.

Le CMS **Drupal** est conçu en **technologie open source** (licence libre) pour une plus grande évolutivité de l'outil et une forte inter-connectivité avec d'autres systèmes (Annuaire LDAP, base de données formations, ENT...).

→ Ainsi, pour différentes raisons détaillées dans la présente proposition, nous préconisons la mise en place du CMS Drupal qui est le plus adapté à votre projet.

**Ce CMS répond en tous points à vos besoins :**

- Gestion de contenu avancée
- Workflow (gestion des droits utilisateurs)
- Gestion de l'arborescence
- Gestion multi-site
- Gestion multi-langues
- Gestion de plate-forme collaborative : blog, forum de discussion ...
- Système de cache intégré pour de très bonne performance
- Réécriture d'url et référencement
- Prise en compte des critères d'accessibilité
- Interconnexion avec des applications externes (Par ex. : Annuaire LDAP)
- Versionning

**Drupal, un CMS de choix : Outil communautaire**

**Drupal est le CMS en Open Source (PHP/Mysql), il a été élu le meilleur CMS communautaire par ses pairs.** L'utilisation de ces langages -standard du web- assure la **pérennité de la structure** et ainsi **l'évolutivité de l'outil**. Au vu des objectifs de votre projet, cet aspect est primordial.

Vous souhaitez en effet que l'arborescence de votre site Internet puisse évoluer, que de nouvelles fonctionnalités puissent s'y greffer au fil des années... Drupal vous permettra d'une part d'effectuer ce genre d'évolutions et

d'autre part de vous proposer une architecture ouverte, cohérente et stable pouvant être enrichie par d'autres prestataires.

Drupal dispose de très nombreuses références et est intégré aussi bien par des PME/PMI, des collectivités locales que par des grands groupes.

Le CMS Drupal vous permettra de **gérer de manière autonome les contenus et les fonctionnalités** du site.

La mise en place d'un outil CMS présente l'avantage de permettre aux émetteurs de l'information **d'intervenir directement sur le site**, mais également de calibrer l'information selon des modèles prédéfinis en évitant ainsi toute dérive quant à la forme des contenus (dissociation du contenu et de la forme).

## **Zoom sur des fonctionnalités spécifiques liées à votre projet :**

### **- Multi sites**

Drupal permet de **gérer sur une même plateforme plusieurs sites Internet**. Concernant votre projet, Drupal pourra gérer le site de l'Université de la Méditerranée, ainsi que l'ensemble des sites des UFR et laboratoires.

Des contenus présents sur l'un des sites pourront être ajoutés sur un autre, sans pour autant les dupliquer.

D'autre part, les images et documents présents dans le gestionnaire des fichiers pourront être utilisés sur l'ensemble des sites Internet présents sur la même plateforme.

Les différents utilisateurs disposant d'un compte ainsi que d'un périmètre de gestion, pourront se voir associer des droits sur tout ou partie des sites Internet.

### **- Multi langues**

La structure de Drupal permet aussi de gérer un site multi-langues. Il vous sera possible de proposer dans un premier temps un site Internet en deux langues

(français et anglais), puis d'ajouter dans un second temps d'autres langues (italien, espagnol, allemand...).

## - Réécriture des url

Drupal intègre la réécriture des URLS. Une fois activées, les URL reprennent le titre des rubriques, des articles ou des brèves sous forme HTML.

« ./?Titre-de-l-article »

« ./?Titre-de-la-rubrique »

...

Les URLS restent donc dynamiques et les moteurs de recherche peuvent actualiser les pages référencées en fonction des nouveaux contenus.

## - Images et Documents

L'outil Drupal permet d'insérer autant d'images et de documents que souhaité dans vos contenus grâce à des formulaires. Ces éléments seront localisés dans une médiathèque.

Les images peuvent être redimensionnées automatiquement, le moteur de Drupal crée des vignettes, ce qui permet d'alléger le poids des images.

Les images et les documents peuvent être enrichis d'un titre et d'un descriptif. Ils sont ensuite insérés dans les contenus grâce à des « tags » qui permettent au webmaster d'illustrer les textes facilement.

Drupal possède un très grand nombre de modules pour gérer les publications, l'organisation et les droits d'accès d'une communauté d'utilisateurs. Il permet également de créer les champs au sein des pages de contenus et des formulaires pour que vous puissiez en créer en fonction de vos besoins sans l'intervention d'un développeur.

## - Le système de cache

Contrairement à la plupart des systèmes de publication gratuits, Drupal intègre un système de cache permettant d'accélérer l'affichage du site public.

Drupal intègre un système de cache pour chaque page individuelle : les pages sont calculées (à partir des informations de la base de données) individuellement, et stockées dans un fichier de cache. Le serveur n'est ainsi pas ralenti par un trop grand nombre d'appels MySQL. Le site est donc toujours accessible même en cas de panne du serveur de bases de données.

## Techniquement

Le délai du cache des pages est fixé par le développeur dans les templates du CMS, en fonction des performances du serveur. En fonction des pages, le délai est différent (par exemple le plan du site change très peu, le délai est long, en revanche pour le moteur de recherche, le délai est fixé à 0).

Tant que ce délai n'est pas passé, le contenu de la page ne change pas, même si de nouvelles données sont insérées. Toutefois, le webmaster peut, quand il le souhaite, forcer le cache et mettre à jour le site.

## - **Versionning**

Drupal permet un versionning des différentes interventions sur les pages et modules du site Internet.

Vous pourrez ainsi revenir à une ancienne version d'une page et la remettre en ligne, vous pourrez visualiser l'historique d'un contenu en particulier (nombre de modifications, jours de modifications, auteurs...).

## 3. Recommandations ergonomiques et respect des normes

L'ergonomie du site devra être intuitive de manière à répondre à une véritable approche utilisateur. L'objectif est de placer l'utilisateur final au cœur du projet, en prenant en compte la diversité des publics tant dans leur connaissance du web que dans leurs intérêts et leurs usages. Le site Internet devra arborer un design et une ergonomie modernes, dynamiques et conviviaux en fonction des rubriques.

Le site devra **répondre aux normes et standards actuels du web**, dans sa conception comme dans son développement (règles d'ergonomie, normes d'intégration...). Outre ces standards, le site devra tout particulièrement être accessible selon les recommandations WAI - A du W3C, dont l'objectif est l'accessibilité auprès de publics en difficulté (déficients visuels, handicapés).

La présentation et la mise à disposition d'informations doivent être pensées dans **une démarche d'interactivité des contenus**, de façon à ce que le site soit résolument tourné vers ses utilisateurs.

*Voir la partie « Charte éditoriale » pour plus de détails*

L'ergonomie doit être conçue afin de guider au mieux l'utilisateur dans sa navigation, et notamment :

- Repérage constant dans le site (fil d'Ariane...)
- Limiter les niveaux d'information (règle des 3 clics)
- Possibilité d'imprimer la page
- Génération d'un PDF par page
- Privilégier la navigation contextuelle ou transversale (relier des éléments contenus dans diverses rubriques)

- Plan du site
- Des URL intuitives dans la barre d'adresse (réécriture des URL)
- Moteur de recherche avancé avec possibilité de limiter la requête à une rubrique spécifique, ainsi qu'aux diplômes et domaines de formation proposés par l'Université de la Méditerranée. Et également aux PDF présents dans le gestionnaire des fichiers.
- Feedback : accès formulaire « vos remarques » présent sur toutes les pages du site
- Menus riches pour accéder à l'ensemble de l'information
- Ajax formulaire (erreur à la volée)
- Envoyer à un ami

## 4. Un site accessible pour tous : qualité, accessibilité et performance

### 4.1 Respect des recommandations du W3C

Afin de **garantir la qualité du socle technique**, **l'interopérabilité de l'affichage** du site sur les différents navigateurs Web et d'**optimiser le référencement** du site dans les moteurs de recherche, le site Internet respectera le DOCTYPE (contraction pour "Document Type Declaration") XHTML Strict édité par le W3C (Consortium international qui publie des recommandations garantissant l'interopérabilité des technologies du Web).

Toutes les autres technologies employées respecteront également les recommandations éditées par le W3C (documents CSS et XML par exemple).

### 4.2 L'accessibilité au cœur du projet

L'accessibilité, la qualité ainsi que la performance Web sont les **trois piliers de la démarche d'amélioration continue**.

Il ne faut pas oublier que la réussite d'un projet se joue dès le départ. Pour être terre-à-terre : quand on construit une maison, on commence par les fondations qui ne peuvent être retouchées en cours de chantier, ou pire encore au moment de sa livraison, au risque de mettre en péril la stabilité de l'édifice. C'est exactement la même chose dans un projet Web ! Il faut construire une **base saine et ouverte pour permettre son évolutivité, et notamment l'interopérabilité avec les futurs navigateurs, matériels...**

En résumé, la prise en compte de ces piliers assure un meilleur service aux différents publics, et donc une meilleure satisfaction ; elle permet d'accroître l'efficacité du site selon des indicateurs précis (audience & trafic, inscriptions en

ligne...) ; et elle garantit la pérennité ainsi que l'évolutivité, pour anticiper l'avenir.

Il est donc essentiel de vérifier que les éléments graphiques proposés ne poseront pas de problèmes de compatibilité avec les navigateurs, avec les technologies (Flash, javascript...).

L'accessibilité doit être prise en compte dans le cadre d'une **démarche d'amélioration continue**, et non être définie uniquement par une liste de critères à valider.

Dans une approche pragmatique, le respect de certaines règles d'accessibilité peut entraîner d'autres problèmes inhérents aux technologies Web. En effet, l'utilisation des RIA (Rich Internet Application) apporte un vrai plus ergonomique mais également de nouvelles contraintes d'accessibilité.

En attendant la mise en place des ARIA (Accessible RIA) par le WAI, nous préconisons de ne pas de se focaliser sur un niveau d'accessibilité défini uniquement par des critères techniques qui peuvent devenir rapidement obsolètes mais de **prendre en compte les piliers fondamentaux de l'accessibilité qui sont proposé par le RGAA** (Référentiel général d'accessibilité pour les administrations) et de les **améliorer au fur et à mesure de la vie du site et de l'évolution des documentations du WAI et des outils techniques mis à disposition par les concepteurs de navigateurs Web.**

Une autre problématique vient également de la relation entre l'accessibilité et les prestations externes au site. Par exemple, les services accessibles avec des « frames » (fenêtres invisibles imbriquées dans la fenêtre de votre site), constituent une contrainte d'accessibilité. Pour pallier ce facteur bloquant, nous préconisons de mettre en place des liens externes directs vers le contenu affiché dans les iframes.

D'autres exemples d'éléments à prendre en compte lors de l'insertion de contenu pour que celui-ci soit accessible :

- Utiliser un balisage sémantique afin de désigner les titres (<h>), les listes (<ul>, <ol>, <dl>), les paragraphes (<p>), etc.
- Mettre en place des sous-titres synchronisés pour tout élément vidéo ou sonore.
- Donner une alternative textuelle (attribut "alt") à toutes les images portant du sens.
- Eviter les liens n'ayant aucune sémantique, ou leur ajouter un titre plus pertinent ("cliquez-ici !" qui sera plutôt remplacé par "Visitez notre page actualité").

#### 4.3 Respect de l'utilisateur

Gérer les retours des utilisateurs est un des fondamentaux de la démarche d'amélioration continue. Sur le site Web, une page complète sera dédiée à la présentation des principes de qualité et d'accessibilité du site. Elle mettra aussi à disposition des internautes un formulaire spécifique réservé à leurs retours.

Il faut prendre en considération qu'il **n'y a pas un utilisateur lambda**, mais que **chaque utilisateur est unique**, d'où l'importance de lui laisser le plus de choix possible pour ne pas entraver sa façon de naviguer. Par exemple, il est fortement déconseillé d'ouvrir un lien dans une nouvelle fenêtre, ou de lancer une vidéo de manière automatique.

#### 4.4 Compatibilité navigateurs

Le site Internet devra être **compatible avec les principaux navigateurs** actuels du marché, le travail effectué tout au long de la création du site sur l'interopérabilité garantira la pérennité de l'affichage du site dans les futures

versions des navigateurs (sous réserve que ceux-ci ne comportent pas de bug d'interprétation visuelle). Voici une liste non exhaustive des navigateurs pris en compte : Internet Explorer 7 à 8 ; Firefox 3 ; Safari 3

## 4.5 Performances

Dans le but d'offrir une **expérience utilisateur la plus fluide possible**, des méthodologies d'optimisations sont mises en place pour chaque élément présent dans une page Web. L'utilisation d'un canevas pour les fichiers CSS garantit une optimisation globale de ceux-ci mais également des fichiers HTML qui y sont liés.

Une analyse des images afin de connaître leurs types (photographies, logos, etc.) permettent de choisir le format de l'image (jpg ou png) et de les optimiser au cas par cas de choisir. Le refactoring de code pour les fichiers Javascript permet de les alléger mais également d'augmenter leur rapidité d'exécution.

## 4.6 Drupal et l'accessibilité

- Drupal permet le respect de l'accessibilité

L'intégration de la charte graphique se fait dans ce que l'on appelle les « templates » de Drupal. Il s'agit d'un ensemble de fichiers qui affichent le contenu que vous avez inséré via l'interface d'administration. Le CMS Drupal intègre, par défaut, un template basique. Celui-ci respecte rigoureusement les normes de conformité W3C, XHTML et CSS.

*Il ne tient ensuite qu'au prestataire de respecter les normes lors de l'intégration de la charte graphique.*

*Du fait que les templates soient composés de code HTML, cela laisse toutes les libertés au développeur pour intégrer une charte aux normes (aucun code n'est inséré par le moteur de Drupal).*

**Drupal** répond parfaitement aux règles imposées par la séparation des données, de l'environnement visuel et la gestion des contenus.

L'emploi des **technologies XHTML et CSS 3** garantie le calibrage de l'information et le respect des normes d'affichage et d'accessibilité. Par ailleurs, ce respect des normes et le calibrage des données **facilitent aux moteurs de recherche le référencement**.

- Le respect des normes d'accessibilité dépend également du webmaster

Pour faciliter la mise en forme des textes et le respect des normes d'accessibilité, le système propose un éditeur destiné à :

- simplifier la vie des utilisateurs ne connaissant pas le code HTML
- faciliter le traitement automatique de la mise en page

L'éditeur muni de boutons permet le formatage du texte très facilement, ainsi que l'aide en ligne, accessible sur tous les formulaires, et en français.

## 5. Recommandation e-marketing

Nous vous recommandons de mettre en place un référencement naturel performant de manière à être référencé de manière efficace sur les différents moteurs de recherche. Par exemple, lorsqu'un futur étudiant ou un étudiant étranger effectuera une recherche sur une université qui dispense l'économie dans en France, vous serez positionné dans les premières pages de résultat de recherche.

### Qu'est-ce que le référencement naturel ?

La mise en place d'un référencement naturel de qualité répond à la mise en place de divers paramètres. Développement technique, insertion des mots clés au sein de différents éléments, travail éditorial, échange de liens...

### Les actions à mener pour obtenir un positionnement de qualité

- **Title** : Intégrer les mots clés définissant l'Université et les informations proposées dans la balise TITLE de chacune des pages
- **Balise Méta** : Leurs définitions permettront de vous différencier sur une même page de résultats et inciteront ainsi l'internaute à cliquer
- **La réécriture d'URL** : L'insertion des mots clés au sein des URL est un indice de positionnement indispensable pour les robots des moteurs de recherche
- **Nom de domaine** : votre nom de domaine actuel pourrait être le suivant : [www.univ-med.fr](http://www.univ-med.fr)  
Vous pourriez également vous doter de noms de domaines complémentaires, comme par exemple : [www.univ-med.com](http://www.univ-med.com). Ce nom de domaine devra être redirigé vers votre domaine principal.  
et également des noms de domaines spécifiques en fonction de vos besoins en communication. Par exemple : [www.etudiants.univ-med.fr](http://www.etudiants.univ-med.fr), url du portail étudiant.
- **Optimisation des fichiers images, PDF...** : Un travail sur le nommage des documents annexes, ainsi que sur l'ajout de balises

importantes. Cela permet non seulement aux moteurs de recherche d'indexer correctement vos images, mais aussi de les rendre accessibles aux internautes malvoyants.

- **Création du sitemap** : Le fichier Sitemap.xml est un fichier indiquant toutes les URL présentes sur le site, et permet aux robots d'analyser et d'identifier automatiquement la présence de l'ensemble des pages.

## 6. Recommandations graphiques

### 6.1 Définition

#### Objectifs de la communication

L'objectif de communication du site Internet de l'Université de Méditerranée est de **guider les différents publics internautes vers l'information claire, concise et précise qu'ils recherchent**. L'autre enjeu est de permettre à l'université de diffuser largement ses actualités et événements.

La page d'accueil devra donc proposer **différentes entrées de lecture** de manière à s'adresser à tous les utilisateurs. Outre le menu de navigation principal, la page devra proposer des **zones de mise en avant** des actualités et événements, ainsi que des accès rapides aux pages intérieures et des informations pratiques. Un **accès par profil** permettra de faciliter la recherche et la navigation des cibles. En effet, les pages profils seront composées de contenus adaptés aux attentes du public concerné.

#### Message à véhiculer

Être **simple, pédagogique et efficace**. L'université se doit également d'être dans une démarche d'innovation et d'attractivité.

#### Image à véhiculer

Le site Internet devra véhiculer une **image dynamique, séduisante et interactive**. Des éléments graphiques pourront traduire ces objectifs, par exemple avec l'utilisation des couleurs grise (symbole d'innovation et de technicité) et bleu (couleur de la communication et du savoir), associées à une couleur vive et percutante comme le turquoise, l'orange ou le vert anis, qui amèneraient une image énergique et percutante.

## 6.2 Principe graphique

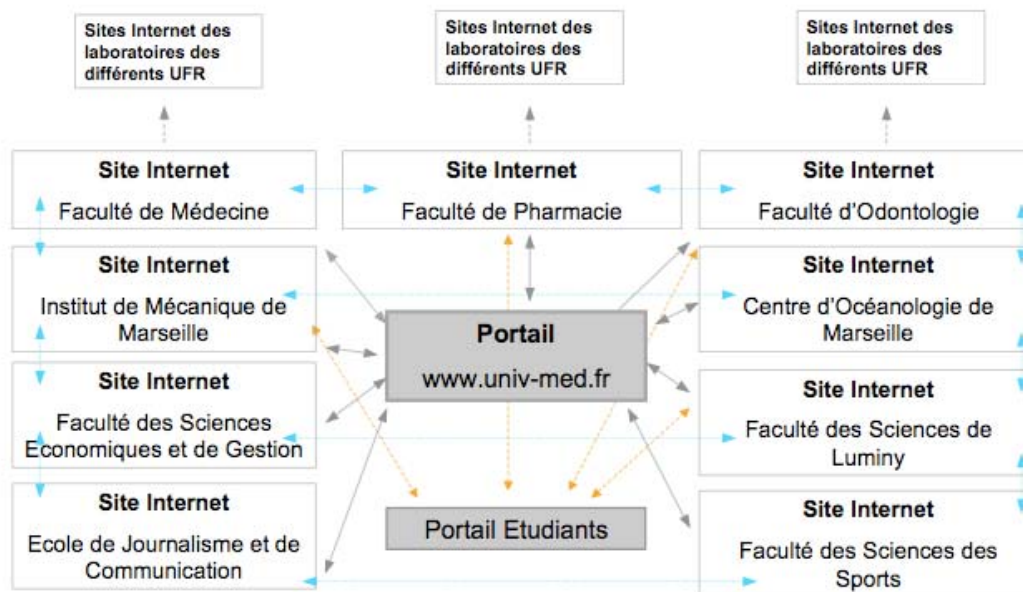
### Page d'accueil

La page d'accueil devra être organisée de manière à **présenter un grand nombre d'informations**. La hiérarchisation des contenus sera la clé du succès de cette page d'accueil.

Des éléments graphiques, comme par exemple les filets, des puces, des encadrés, des couleurs, des pictos... devront être mis en place pour accompagner la lecture.

Un fond blanc est à privilégier pour ne pas altérer la navigation. Le graphisme devra être simple et épuré pour ne pas altérer la lisibilité des internautes.

L'objectif de la page d'accueil est d'être perçue comme un véritable portail qui met en avant les informations de l'Université ainsi que celles des différents UFR et laboratoires (lien vers les sites dédiés). Le site Internet de l'Université sera ainsi placé au cœur de la « Webosphère » U2 en étant une passerelle vers l'ensemble des autres sites.



Tous les sites de la galaxie [www.univ-med.fr](http://www.univ-med.fr) communiquent entre eux. Du portail vers les sites des UFR et des laboratoires et du portail étudiant et inversement. Ainsi qu'entre eux directement sans repasser par le portail.

## Pages intérieures

Tout comme pour la page d'accueil, de nombreuses informations seront accessibles depuis les pages intérieures. Elles devront être traitées dans la même logique et dans le même esprit : sobriété et efficacité.

## 7. Charte éditoriale

### 7.1 Principes généraux

L'objectif de la refonte du site Internet de l'Université de la Méditerranée consiste à lui faire disposer d'un **véritable relais de communication et d'information en ligne**. Ce nouveau site Internet doit aussi permettre de **renforcer l'attractivité et la notoriété de l'Université**, ainsi que son identité auprès des étudiants actuels et futurs.

Au-delà du graphisme, de l'arborescence et des fonctionnalités du nouveau site Internet, ces ambitions passent également par l'adoption d'**une charte éditoriale qui constituera la ligne de conduite à respecter par tous les contributeurs** du site.

La charte éditoriale a pour but de :

- **Formaliser** l'adaptation des textes de l'actuel site Internet
- **Garantir la cohérence** de l'ensemble des contenus du site Internet
- **Adopter un ton rédactionnel**, par rubrique et par cible
- **Accompagner les contributeurs** dans la rédaction de leurs textes.

La charte éditoriale détermine :

- La **politique éditoriale**
- Le **traitement de l'information**
- L'**homogénéité des contenus**

### 7.2 S'adapter à la lecture scan des internautes

Généralement, l'internaute « scanne » un site et ses différentes pages à la recherche de l'information qu'il recherche. Il faut donc adapter les contenus à cette lecture en diagonale.

> Pour cela, il convient de traiter l'information dans une perspective journalistique, en adoptant la règle de la « **pyramide inversée** ».

- *Au niveau du site* : il faut partir du générique pour aller vers le détaillé. Les informations les plus importantes doivent se trouver en page d'accueil et seront développées au fur et à mesure dans les pages secondaires du site.

- *Au niveau de la page* : les informations majeures doivent se trouver en tête de page, le chapô devant les résumer pour inciter l'internaute à en savoir plus.

> Écrire **des titres qui ont du sens**, pour accrocher l'œil de l'Internaute, tout en exprimant une idée concise.

> **Une idée par paragraphe**, introduit par un intertitre, afin de faciliter la lecture scan.

> Ne pas hésiter à recourir aux **listes à puces**, faciles à lire en un coup d'œil.

> **Alléger au maximum les textes**, en sortant les infos pratiques (dans un encadré par exemple) ou en renvoyant l'internaute vers une autre page, ou un document à télécharger, pour développer une information.

## 7.3 Structuration des pages

Dans un souci de cohérence, les pages du site Internet doivent être structurées selon le modèle suivant :

- Surtitre
- Titre
- Chapô
- Intertitre
- Textes
- Encadrés
- Liens

Cette structuration des pages facilite la navigation de l'internaute comme le référencement naturel du site, les moteurs de recherche référençant les pages grâce à ces différents éléments.

> Le **surtitre** permet de « **contextualiser** » le **contenu**. Il ne faut jamais oublier que chaque page constitue un tout, accessible depuis n'importe quel moteur de recherche.

> Le **titre** est l'**élément primordial de la compréhension** du texte. Il doit contenir des mots clés et résumer l'essentiel de l'information, en faisant primer clarté et concision.

> Le **chapô** constitue la **deuxième entrée de lecture**. Il résume l'idée directrice et les intentions du texte et présente clairement ce qui sera exposé dans la page.

> Les **intertitres rythment** le texte, **facilitent** la lecture et **relancent** l'intérêt de l'internaute.

> Les **textes** doivent être **simples et clairs, factuels et rythmés**. Les phrases doivent être courtes (sujet + verbe + complément), sans trop d'effets de style.

> Les **encadrés** contiennent une **illustration**, un **complément d'information** ou un **commentaire**, en lien avec le texte principal.

> Les **liens** contribuent à **enrichir le contenu**, sans alourdir la page. Ils renvoient vers une autre rubrique ou page du site, vers un document à télécharger, vers une vidéo ou vers un autre site Internet.

## 7.4 Le ton rédactionnel

Le choix du ton rédactionnel participe à l'identité du site et à l'instauration d'une relation avec les internautes. Il doit donc s'adapter aux différents publics visés par l'Université de la Méditerranée.

> Le ton rédactionnel de la **page d'accueil** se doit d'être plutôt neutre et informatif. Cette page est en effet la porte d'entrée commune aux différentes cibles de l'Université.

> Selon les rubriques, il conviendra d'**adapter le ton au public visé** par les contenus.

- **Futurs étudiants et étudiants actuels** : ton direct, dynamique, chaleureux et incitatif, avec des phrases courtes, des titres qui interpellent

- **Enseignants/chercheurs** : ton sérieux, factuel et rigoureux, avec un vocabulaire soutenu, des démonstrations

- **Entreprises** : ton neutre, informatif et plutôt factuel, avec des contenus clairs et concis

- **Personnels** : ton direct et informatif

Évitez le ton administratif (phrases longues, subordonnées) peu évident à lire à l'écran.

## 8. Arborescence et zoning

L'arborescence et les zonings présents ci-dessous sont proposés à titre indicatif. Lors de la phase d'étude du projet, l'agence conseillera et accompagnera l'Université de la Méditerranée dans la **définition de la structure du site, afin de répondre au mieux à l'ensemble des objectifs et des attentes des différents publics.**

Cette proposition fait suite à l'étude de l'arborescence actuellement en ligne ainsi que de l'étude des sites Internet d'autres universités et écoles, françaises et étrangères.

*Voir les fichiers en annexe :*

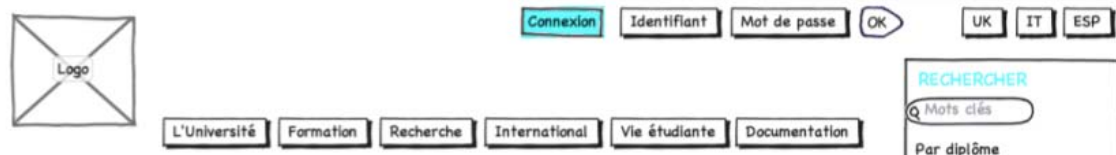
- univmed\_arborescence.png
- univmed\_zoning\_home.pdf
- univmed\_zoning\_page-int.pdf
- univmed\_zoning\_profil-etudiant.pdf

## 9. Scénario de navigation et principes de fonctionnement

### 9.1 La page d'accueil

La page d'accueil du site Internet de l'Université de la Méditerranée doit être construite comme une **page portail**. L'objectif est de proposer des informations pour tous les publics visés : futurs étudiants, étudiants, étudiants étrangers, enseignants/chercheurs, partenaires/entreprises et personnels. Au travers des actualités, des événements et des zones de mise en avant (inscription, accès par profils et accès directs).

#### Haut de page



Les éléments situés en haut de page seront positionnés au même endroit sur l'ensemble des pages intérieures de manière à proposer une structure au site internet et à permettre à l'internaute à d'identifier des repères de navigation.

Nous retrouvons les informations suivantes :

Logo

Bandeau visuel

Connexion à l'ENT (identifiant + mot de passe)

Accès au site en version anglaise, italienne et espagnole

Le menu de navigation

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.univ-med.fr>. The page layout includes:

- Navigation:** A top menu with 'Connexion', 'Identifiant', 'Mot de passe', and 'OK'. Language options for 'UK', 'IT', and 'ESP' are also present.
- Logo:** A placeholder box labeled 'Logo'.
- Main Menu:** Buttons for 'L'Université', 'Formation', 'Recherche', 'International', 'Vie étudiante', and 'Documentation'.
- ACTUS:** A section titled 'ACTUS' containing a survey: 'Que pensez-vous du site web de l'université ? Une enquête est en cours afin de recenser ce que chacun de vous en pense. Répondez à l'enquête, nous aurons un beau et bon site à gagner, à la clef ! Pour y accéder, cliquez ici'. Below the survey are two placeholder boxes for 'JOURNÉES du FUTUR BACHELIER' and 'TOURNOI ETUDIANT'.
- Services:**
  - Inscription:** 'Pour tout savoir sur l'inscription, les formations, l'orientation, cliquez ici'.
  - Portail Etudiants:** 'Vous êtes étudiants d'U2 ou vous souhaitez le devenir, connectez-vous au portail Etudiants.'
  - Restez connecté !** Links for Facebook, Twitter, Flickr, Dailymotion, and iTunes.
- RECHERCHER:** A search bar with 'Mots clés' and filters for 'Par diplôme' (Licence) and 'Par domaine' (Economie). A 'Rechercher' button is provided.
- VOUS ETES:** A list of roles: 'Futur étudiant', 'Etudiant', 'Etudiant étranger', 'Chercheur / Enseignant', 'Partenaire / Entreprise', and 'Personnel'.
- ACCES DIRECTS:** A list of quick links: 'Annuaire', 'Recrutement', 'Presse', 'Documents utiles', 'Liens', 'Plan d'accès', 'Espace Numérique de Travail', and 'Moteur de recherche multilingues'.
- AGENDA:** A table of events:
 

2012 / 2015 Lettres de cadrage Contrat Quadriennal	16 MARS 2010 Elections du Conseil de gestion du SCASC	11 MARS 2010 / 18H Finale - STAR FAC saison 2010	11 MARS 2010 / 18H Finale - STAR FAC saison 2010	25 mars Tournoi étudiant Jeu d'entreprise
--	--	---	---	---
- Footer:** A grid of links for 'L'Université', 'Recherche', 'Vie étudiante', 'Formation', 'International', and 'Documentation'. It also includes 'Mentions légales', 'Plan du site', 'Contact', and 'Sun Media'.
- Bottom Right:** A secondary search bar and 'PORTAL ETUDIANT' button.

## Menu de navigation

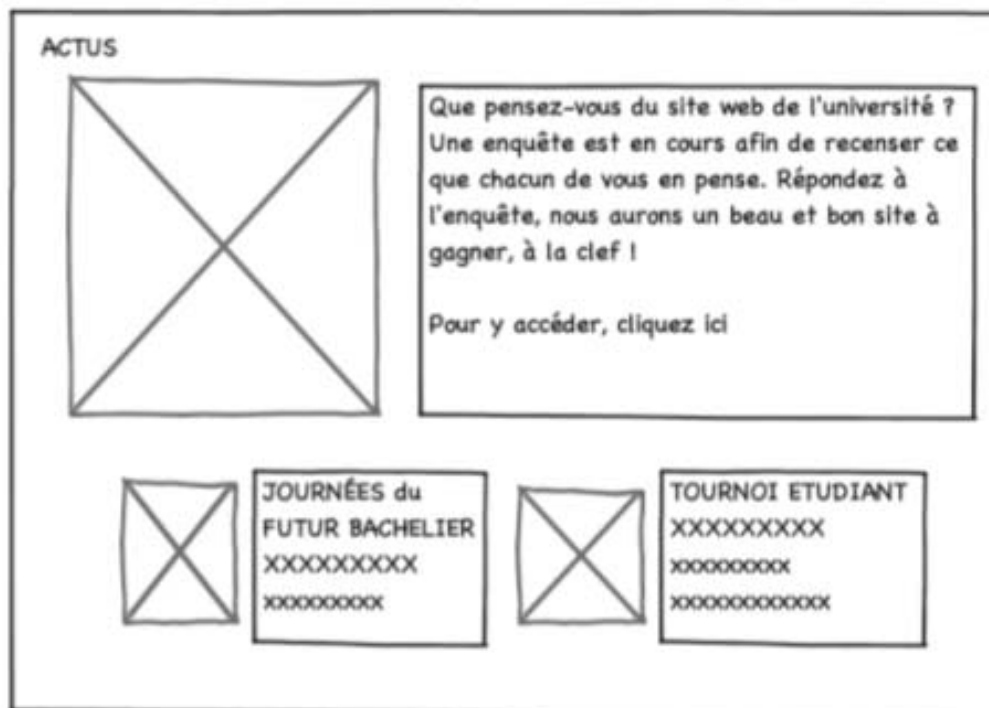
Nous vous proposons de mettre en place un menu de navigation riche. Au passage de la souris, une zone de liens s'affiche en dessous du menu et affiche les informations suivantes :

- Ensemble des sous-rubriques
- Fonctionnalité pratique / Utile

Par exemple dans la rubrique « Vie étudiante », le menu riche affichera les sous-rubriques en colonne ainsi que les accès suivants : portail étudiants (avec une accroche), un lien vers les documents utiles, la zone de connexion à l'ENT,...

Ce menu riche permet de donner à l'internaute une visibilité claire et rapide sur le contenu de la rubrique avant de la visiter.

## Zone de mise en avant des actualités



Le principe de cette zone est le suivant : les actualités sont **présentées dans un carrousel**. Une actualité est mise en avant dans le carrousel en affichant les champs suivants : titre, chapô, lien et image. Les autres actualités sont composées des champs suivants : titre, lien et image. Au clic sur l'une des actualités, celle-ci remonte dans la zone de mise en avant, et ainsi de suite.

L'internaute peut également cliquer sur les zones situées de part et d'autre du module pour faire défiler les informations. On peut également imaginer animer cette zone en faisant défiler dans la zone centrale toutes les actualités (toute thématique confondue), une fois toutes les actualités affichées, la dernière actualité reste affichée dans la zone.

Au clic sur une actualité, l'internaute est dirigé vers une page intérieure dédiée à l'actualité.

## Agenda

AGENDA				
2012 / 2015 Lettres de cadrage Contrat Quadriennal	16 MARS 2010 Elections du Conseil de gestion du SCASC	11 MARS 2010 / 18H Finale - STAR FAC saison 2010	11 MARS 2010 / 18H Finale - STAR FAC saison 2010	25 mars Tournoi étudiant Jeu d'entreprise

Les trois prochains événements s'affichent en page d'accueil de manière à informer les internautes sur l'activité de l'université. Les champs suivants sont présents : date, titre et lien.

Au clic sur un agenda, l'internaute est dirigé vers une page intérieure dédiée à l'ensemble des événements. Les événements seront classés par date (ante chronologique) avec une pagination.

## Zones de mise en avant

Inscription  
Pour tout savoir sur  
l'inscription, les formations,  
l'orientation, cliquez ici

Portail Etudiants !  
Vous êtes étudiants d'U2 ou  
vous souhaitez le devenir,  
connectez-vous au portail  
Etudiants.

Restez connecté !  
Facebook  
Twitter  
Flickr  
Dailymotion  
iTunes

Trois zones de mise en avant seront proposées. Sur le zoning, on visualise :

- Inscription
- Portail étudiant
- Restez connecté !

Ces zones pourront être **régulièrement mises à jour** de manière à mettre en avant des informations en fonction de l'actualité, de la saison, de l'analyse des statistiques...

## Moteur de recherche

The image shows a search engine interface with the following elements:

- A header with the word "RECHERCHER" in blue.
- A search input field containing the text "Mots clés".
- A section titled "Par diplôme" with a dropdown menu currently showing "Licence".
- A section titled "Par domaine" with a dropdown menu currently showing "Economie".
- A "Rechercher" button with a right-pointing arrow.

Un moteur de recherche multicritères sera présent sur la page d'accueil ainsi que sur l'ensemble des pages intérieures.

Ce moteur de recherche permet à l'internaute d'effectuer une recherche soit :

- Par mot clé sur l'ensemble des contenus présents sur le site
- Par diplôme : licence, master, autres diplômes,...
- Par domaine : économie, médecine...

Après avoir validé sa recherche, l'internaute est dirigé vers une page de résultat.

## Accès par profil

The image shows a user profile selection screen with the following elements:

- A header with the text "VOUS ETES" in blue.
- A list of profile options: "Futur étudiant", "Etudiant", "Etudiant étranger", "Chercheur / Enseignant", "Partenaire / Entreprise", and "Personnel".

Au regard des nombreux publics visés, un **accès par profil est essentiel**. Les différentes cibles retrouveront sur une seule page un panel d'informations les concernant.

Par exemple, un étudiant visualisera sur la page « Profil étudiant » les informations suivantes :

- Les actualités liées aux étudiants (thématique « Etudiant »)
- La mise en avant des formations proposées par l'université : inscription, réinscription, orientation...
- Des informations relatives aux études à l'étranger : des conseils et démarches sur les études à l'étranger, le programme Erasmus, les partenariats
- La documentation : bibliothèques, le catalogue des BU, la demande de carte..
- L'accès à l'arborescence de la rubrique « Vie étudiante »
- L'accès au portail étudiant

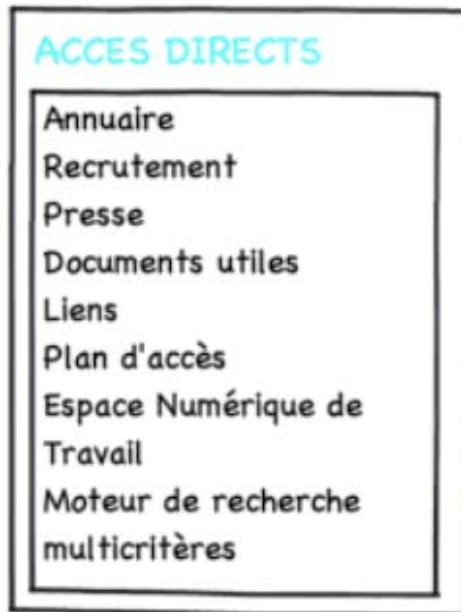
Nous vous recommandons de proposer un **portail étudiant** indépendant du site Internet afin d'offrir un espace réservé aux étudiants (futurs, actuels et anciens).

### **Pourquoi un portail étudiant ?**

- Alléger les contenus du site Internet relatifs aux étudiants
- Développer un sentiment d'appartenance et d'identification à l'université
- Faire émerger on line une communauté des étudiants d'U2
- Instaurer un dialogue direct entre l'université et ses étudiants
- Se permettre un ton plus en affinité avec cette cible
- Mettre en avant des fonctionnalités Web 3.0

Sur le site Internet, nous retrouverons dans la rubrique « Vie étudiante », des informations pratiques et utiles.

## Accès directs



Cette zone permet de **mettre en avant des fonctionnalités et contenus incontournables**, comme par exemple : l'annuaire, l'espace presse, les documents et liens utiles, l'espace numérique de travail ou encore le plan d'accès.

## Pied de page intelligent

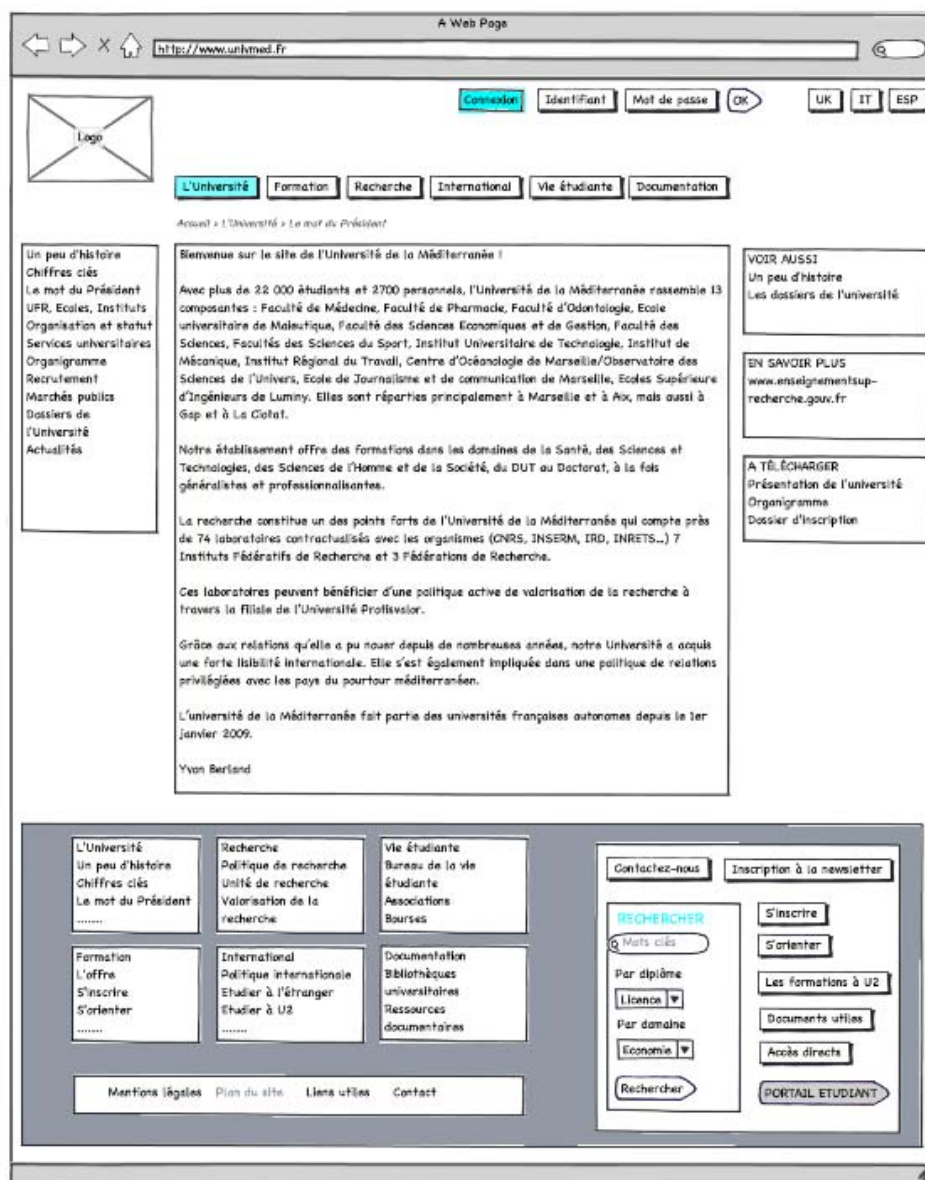


Le pied de page proposé permet de **donner une vue d'ensemble à l'internaute** des rubriques et sous-rubriques proposées. Il contient également des informations pratiques et utiles qui seront présentes sur toutes les pages. : Contactez-nous, inscription à la newsletter, s'inscrire, s'orienter, les formations, les documents utiles, le portail étudiant. Cette technique accompagne et facilite la navigation des internautes. Elle lui donne des repères et des habitudes de navigation.

On retrouve également dans cette zone : les mentions légales, le plan du site, contact.

## 9.2 Pages intérieures

L'ensemble des pages intérieures seront composées de la même manière afin de proposer une architecture globale à l'internaute. L'objectif est de lui permettre en quelques clics d'identifier des repères de navigation, des zones d'accès rapides...



La page sera composée des éléments suivants :

- Colonne de gauche : sous navigation
- Centre de la page : contenu

Le contenu sera organisé comme suit : titre de page, chapô, succession de paragraphes avec ou sans intertitre, liens au sein du contenu, pagination au besoin, fil d'Ariane.

- Navigation transversale : liens vers des pages intérieures en lien avec le contenu « Voir aussi », liens vers des sites externes « En savoir plus », documents à télécharger « A télécharger ».

**VOIR AUSSI**  
Un peu d'histoire  
Les dossiers de l'université

**EN SAVOIR PLUS**  
[www.enseignementsup-  
recherche.gouv.fr](http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr)

**A TÉLÉCHARGER**  
Présentation de l'université  
Organigramme  
Dossier d'inscription

Concernant la **rubrique « Recherche »**, nous vous conseillons un traitement particulier tant graphiquement qu'éditorialement. En effet, cette rubrique s'adresse à un public spécifique en attente d'informations pratiques et riches.

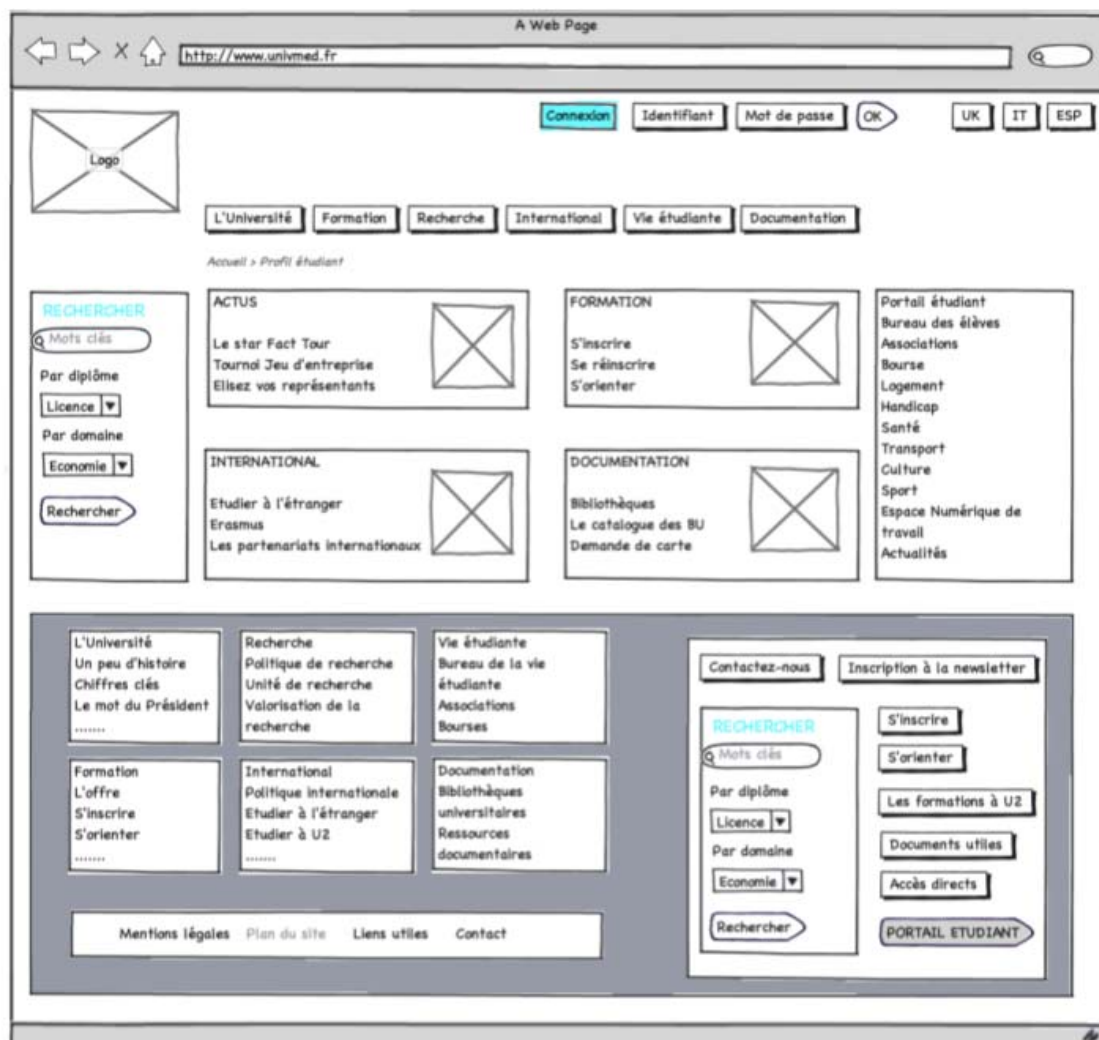
Il ne s'agit pas de proposer un site dédié à la recherche, mais une rubrique au traitement graphique et ergonomique différent. L'idée est de développer un sentiment d'appartenance auprès des enseignants et des enseignants/chercheurs.

Ce traitement peut se caractériser par :

- Une couleur distinctive. Par exemple la couleur orange
- Une mise en page organisée différemment tout en étant en cohérence avec le reste du site de manière à ne pas perturber l'internaute dans sa visite.

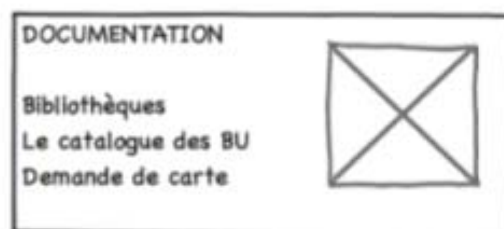
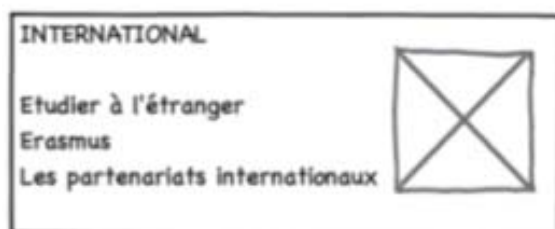
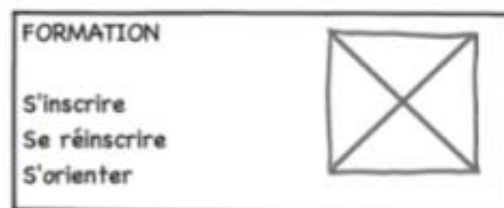
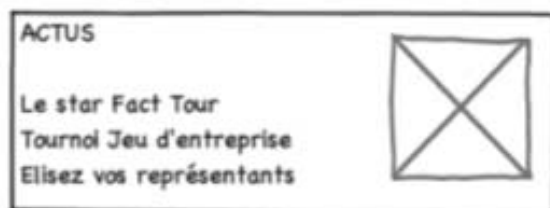
## 9.3 Page profil

Une page spécifique pour chacun des profils sera proposée aux internautes. L'objectif de ce traitement est de proposer aux différentes cibles une page qui recense l'ensemble des informations présentes sur le site internet relatives à leur recherche et attentes.



Dans le centre de la page, des informations seront mises en avant par thématiques.

Prenons l'exemple du profil « Etudiant », nous pourrions retrouver les informations suivantes :



Quatre zones de mise en avant regroupant des informations relatives aux actualités des étudiants, aux formations, à la documentation ainsi qu'aux études à l'étranger. Dans chacune des zones, des liens et des contenus pourront être proposés.

Dans la colonne droite, un espace de navigation est proposé. On y retrouve : l'arborescence de la rubrique « Vie étudiante » ainsi que l'accès au portail étudiant.



## 10. Fonctionnalités demandées

Les fonctionnalités ci-dessous sont des recommandations formulées au regard des attentes des utilisateurs, et de l'étude de la concurrence. Ces fonctionnalités peuvent être mises en ligne par étapes, de manière à faire régulièrement évoluer le site Internet.

### 10.1 Gestion de la page d'accueil

#### Objectif

Mise en avant d'informations depuis la page d'accueil afin de donner aux internautes un aperçu des contenus du site Internet et d'orienter leur navigation.

L'utilisateur accède aux informations suivantes :

- **Menu principal** : rubriques de premier niveau
- **Accès par profil** : futurs étudiants, étudiants, enseignants-Chercheurs, Partenaires, presse
- **Accès direct** : contact, annuaire, Espace Numérique de Travail, Inscription, etc.
- Mise en avant des dernières **actualités**
- Mise en avant des derniers événements (**Agenda**)
- **Moteur de recherche multicritères** : par mots clés, par diplôme, par domaine
- **Langues** : anglais, italien et espagnol
- **Pied de page riche** : arborescence détaillée, accès pratiques (Inscription à la newsletter, Contact, Magazine, Inscription, portail Etudiants) plan du site, mentions légales

La remontée des informations du type Actualités et Agenda, par exemple, seront automatiques.

## 10.2 Gestion de l'arborescence

### Objectif

L'administrateur aura la possibilité d'ajouter, de modifier et de supprimer autant de rubriques (et de niveaux hiérarchiques) que souhaité.

## 10.3 Actualités

### Objectif

Au vu de la richesse des contenus, les actualités pourront être classées par thématiques (recherche, formation, examen, événement,...) Ce fonctionnement permet d'afficher les dernières actualités, toute thématique confondue sur la page d'accueil. Mais aussi de n'afficher sur les pages intérieures que les actualités liées à la rubrique.

### Principe de fonctionnement

Possibilité d'affichage des actualités :

- Sur la page d'accueil, sous forme de mises en avant
- Sur la page d'introduction de chaque rubrique (uniquement les actualités en lien avec le thème de la rubrique)
- Sur la page sommaire des Actualités (toutes les actualités)
- Sur une page dédiée

## 10.4 Agenda

### Objectif

Mettre à la disposition des internautes l'ensemble des événements liés à l'Université : date d'inscription, examens, séminaires, conférences, ...

### Principe de fonctionnement

- Liste des dates importantes classées par mois, et/ou par thématique
- Mise en avant des prochains événements sur la page d'accueil
- Possibilité de faire un appel dans des rubriques en fonction des thématiques (l'ensemble ou certaines)

- Mise en place de thèmes (Etudiants, Université, Recherche,...) et de types d'événements (Conférences, séminaires...)

Possibilité de tri par type, par thème et par date (croissant et décroissant)

## 10.5 Accès par profil (personnalisation du contenu)

### Objectif

Faciliter l'accès à l'information aux différents publics.

L'accès par profil est essentiel pour les sites destinés à différents publics et proposant de nombreux contenus. Cela permet à l'internaute de disposer dans une même page de toutes les informations liées à son profil : contenus, documents à télécharger, liens internes, liens externes.

Nous vous recommandons les accès suivants : Futurs étudiants, Etudiants, Chercheurs/Enseignants, Partenaires/Entreprises, Personnels

## 10.6 Navigation transversale (Personnalisation du contenu)

### Objectif

Faciliter l'accès à l'information aux différents publics depuis les pages intérieures.

La navigation transversale ou encore appelée navigation contextuelle est primordiale dans des sites à fort contenus et destiné à différents publics.

### Principe de fonctionnement

Cette fonctionnalité permet à l'internaute de disposer dans une même page de toutes les informations liées à la thématique consultée.

Par exemple dans la page « Etudiants > Quelle formation choisir ? », l'internaute peut lire le contenu de la page. Des informations pratiques, clairement identifiables, seront également présentes : Liens internes vers d'autres pages de contenus en relation avec cette thématique comme par

exemple SCUIO, liens externes vers des sites Internet, ou encore des documents à télécharger : Dossier d'inscription...

## 10.7 Moteur de recherche multicritères

### Objectif

Permettre aux internautes d'accéder plus rapidement à l'information recherchée via un moteur de recherche par mots clés dans un premier temps, et ensuite par une recherche avancée « Multicritères ».

### Principe de fonctionnement

Moteur de recherche « full text » sur l'ensemble du contenu des pages via la zone de recherche par mots clés, doublé d'un moteur de recherche multicritères par diplôme (Licence, Master, autre diplôme) et par domaine (Economie, médecine,...).

## 10.8 Espace presse

### Objectif

Mettre à la disposition de la presse locale et nationale des informations concernant l'Université via des communiqués de presse, dossier de presse, plaquette...

### Principe de fonctionnement

Consultation et téléchargement de : communiqués de presse, dossier de presse, logotype, guide de la charte graphique,...

L'accès à cette rubrique peut se faire après demande de création d'un compte, ou en accès libre.

NB : Récupération des communiqués en ligne actuellement (Rubrique Presse)

## 10.9 Recrutement

### Objectif

Mettre à disposition des utilisateurs les annonces d'emploi publiées par l'Université.

### Principe de fonctionnement

- Consultation des offres d'emploi
- Recherche des offres par critères (domaine d'activité et cadre d'emploi,...)
- Téléchargement des annonces au format PDF
- Possibilité de postuler à une annonce

NB : Récupération des données en ligne actuellement

## 10.10 Contact

### Objectif

Permettre aux internautes d'obtenir des réponses rapides depuis un formulaire de contact

### Principe de fonctionnement

Le formulaire de contact permet à l'internaute de structurer sa demande et de choisir le service concerné auquel il souhaite adresser son message (via un menu déroulant listant les services proposés).

## 10.11 Newsletter

### Objectif

Adresser régulièrement aux différentes cibles une newsletter relatant des actualités de l'Université.

Il est également possible de proposer des informations plus ciblées destinée par exemple aux étudiants et non pas aux entreprises ou aux enseignants. La newsletter peut alors être envoyée seulement à ce public.

## **Principe de fonctionnement**

> Inscription à la newsletter

Les internautes doivent s'inscrire à la newsletter via un formulaire. En plus des informations personnelles (nom, prénom, mail...), il serait pertinent d'indiquer quel utilisateur est l'internaute via des cases à cocher : étudiant, futur étudiant, entreprises/partenaires, chercheurs/enseignants, personnel

> Gabarit newsletter

- Création d'un modèle graphique
- Possibilité d'intégrer votre contenu de manière dynamique. L'administrateur pourra sélectionner des articles publiés dans les rubriques pour les insérer dans la newsletter. Il pourra également insérer du contenu spécifique sur chaque numéro.

Après sa création, la newsletter est accessible par une URL propre. Vous pourrez ensuite récupérer ce lien pour l'insérer dans l'outil de gestion d'e-mailing de votre choix.

NB : Récupération des newsletters en ligne actuellement

## **10.12 Gestion des médias**

### **Objectif**

Mettre à disposition des internautes des vidéos et bandes-son

Nous vous conseillons de mettre en ligne les vidéos sur la plateforme DailyMotion pour différentes raisons :

- Hébergement des vidéos géré par la plateforme DailyMotion

- Visibilité des vidéos sur la plateforme DailyMotion et pas seulement sur le site de l'Université de la Méditerranée

En ce qui concerne les bandes-son, elles seront intégrées dans les pages de contenus via un player « son » charté. Nous vous conseillons de rendre ces contenus audios (interviews, cours,...) accessibles en Podcast depuis l'application iTunes.

## 10.13 Gestion des langues

### Objectif

Il est essentiel que le site Internet de l'Université de la Méditerranée soit accessible à minima en langue anglaise. Au regard de son rayonnement, les langues italienne et espagnole sont également recommandées.

Pour la V1, deux langues seront proposées : français et anglais.

Dans une V2, il sera possible d'intégrer d'autres langues.

## 10.14 Sondages

### Objectif

Mise en place de manière ponctuelle de sondages. Soit en page d'accueil, soit dans une rubrique spécifique en fonction de la thématique.

### Principe de fonctionnement

L'internaute peut participer au sondage en répondant à la question (1 question et 3 réponses possibles). Il peut également visualiser les statistiques de réponse.

## 10.15 Statistiques

### Objectif

Mesurer et suivre d'audience de votre site Internet

### Principe de fonctionnement

Nous intégrons un tag de Google Analytics dans l'ensemble des pages du site. Vous aurez des accès à la plateforme qui vous permettront de consulter les statistiques.

## 10.16 Formulaires (génération automatique de formulaires)

### Objectif

Vous souhaitez que l'on mette à votre disposition un service de génération de formulaires « à la volée ». Drupal intègre cette fonctionnalité nativement.

Vous pourrez ainsi créer des formulaires tout au long de la vie du site, en fonction de vos besoins : formulaire de contact, d'inscription, enquête en ligne...

Certains types de champs demanderont à l'administrateur une connaissance minimum du code HTML.

### Principe de fonctionnement

Création d'un formulaire type avec l'ensemble des champs à disposition.

## 10.17 Réécriture d'URL

### Objectif

Faciliter la navigation de l'internaute et la mémorisation des pages de votre site Internet.

### Principe de fonctionnement

L'ensemble des url seront réécrites en reprenant de manière automatique le titre de la rubrique > Sous-rubrique et titre de page.

## 10.18 Outils pratiques (ergonomie et accessibilité)

- **Imprimer la page**

### Objectif

Permettre aux internautes d'imprimer le contenu des pages intérieures

- **Générer un PDF**

Permettre aux internautes de télécharger un fichier PDF pour conserver sur son ordinateur le contenu d'une ou plusieurs pages.

- **Fil d'Ariane**

### **Objectif**

Faciliter la navigation de l'internaute au travers des différentes pages intérieures

### **Principe de fonctionnement**

Le chemin de navigation s'affiche en haut de page. Par exemple : Etudiants > Quelle formation > Licence  
Chacun des titres est cliquable, et redirige l'internaute vers la page précédente.

- **Augmenter la taille du texte**

Faciliter la navigation et la lecture de tous les publics. L'internaute peut réduire et augmenter le texte présent dans une page intérieure.

- **Flux RSS**

### **Objectif**

Sur chacune de pages l'internaute a la possibilité de s'abonner au flux RSS. Lors d'une mise à jour du contenu concerné par l'abonnement, l'internaute sera informé sans se connecter au site.

### **Principe de fonctionnement**

L'internaute peut soit s'abonner au flux RSS général du site, soit à des flux RSS spécifiques : Actualités, Agenda, Presse...)

- **Envoyer à un ami**

### **Objectif**

Les internautes peuvent conseiller à des connaissances de visiter votre site Internet. Cette fonctionnalité permet d'augmenter les visites.

## **Principe de fonctionnement**

Via un formulaire, l'internaute renseigne le mail de « L'ami » concerné. Une fois le formulaire validé, « L'ami » reçoit un mail avec l'url de la page concernée.

- **Plan du site**

### **Objectif**

Permettre à l'internaute de visualiser sur une même page l'ensemble des rubriques de premier niveau, second et troisième.

### **Principe de fonctionnement**

Tous les titres : rubriques de premier, second et troisième niveau sont cliquables

Au clic sur l'un des liens, l'internaute est dirigé vers la page concernée

Le plan du site se génère de manière automatique

## **10.19 Interconnexion avec la plateforme d'inscription et de dons en ligne**

### **Objectif**

Rendre accessible depuis le site Internet de l'Université la plateforme existante d'inscription en ligne et de dons.

## **10.20 Annuaire (Interconnexion avec l'annuaire LDAP)**

### **Objectif**

L'annuaire permettra aux internautes d'accéder à des informations pratiques selon différents types de recherche.

## Principe de fonctionnement

L'internaute pourra effectuer une recherche suivant différents critères :

- Nom
- Prénom
- Type de personnel (enseignant chercheur, enseignant, association,...)
- Fonction
- Domaine (Administration, Anglais, biologie, ...)

L'annuaire sera interconnecté avec l'annuaire existant (LDAP). Drupal permet de paramétrer de manière souple un annuaire LDAP.

## 10.21 Workflow / Mise à jour du site Internet

### Objectif

Permettre aux différents services et personnes concernées par les contenus présents par le site Internet de contribuer à sa mise à jour.

Cette gestion sera paramétrable depuis l'application « Annuaire LDAP » gérée par l'Université. L'annuaire sera interconnecté avec le CMS Drupal pour permettre une gestion décentralisée des droits des utilisateurs.

## 10.22 Version mobile du site Internet : Iphone et SmartPhone

### Objectif

Permettre l'accès du site Internet de l'Université en version mobile.

### Démarche

« *Un site mobile conçu dans une démarche multi-canal* »

> **Web to mobile** : le site Internet pour promouvoir le site mobile et inciter les internautes à utiliser le mobile (une zone de mise en avant du site mobile avec une page de présentation dédiée, la possibilité de recevoir un SMS avec le lien vers le site mobile)

> **Mobile to web** : le site mobile plus proche des utilisateurs (« U2 dans mon quotidien ») permettant aux internautes de sauvegarder des informations clés, d'imprimer des documents utiles à partir de leur espace web personnel.

Mise en avant d'informations clés et de widgets utiles sur le mobile (ne pas proposer des widgets dont l'utilité est limitée en situation de mobilité). Des widgets mobiles qui seront personnalisés de manière « intelligentes ».

## Principe de fonctionnement

L'information sera centralisée et gérée depuis le back-office de Drupal pour les deux supports.

Le site mobile devra être accessible sur l'iPhone (ergonomie adaptée) ainsi que sur les autres terminaux mobiles récents (pas de version WML pour les terminaux « pauvres »). Nous mettrons en place une reconnaissance automatique du type de terminal pour proposer :

- Soit la version mobile générique (Blackberry)
- Soit la version mobile tactile (iPhone)

L'accès au site Internet de l'Université s'effectuera via la reconnaissance automatique du terminal mobile pour afficher la bonne version du site, tout en spécifiant à l'internaute qu'il accède à la version mobile [m.univmed.fr](http://m.univmed.fr)

- Si l'internaute renseigne l'URL [www.univmed.fr](http://www.univmed.fr), un message lui proposera d'accéder à la version mobile du portail sur [m.univmed.fr](http://m.univmed.fr). Il aura le choix d'accéder à la version mobile ou à la version web.

Sur la version en ligne pourront remonter les informations suivantes :

- Actualités
- Agenda
- Documents à télécharger
- Accès à la webTV
- Accès aux réseaux sociaux
- ...

Une séance de travail permettra d'identifier clairement les cibles de la version mobile du site Internet de l'Université et ainsi de proposer des informations cohérentes et utiles en condition de mobilité.

## 11. Fonctionnalités proposées (options)

Les fonctionnalités ci-dessous sont des recommandations formulées au regard des attentes des utilisateurs, et de l'étude de la concurrence. Ces fonctionnalités peuvent être mises en ligne par étapes, de manière à faire régulièrement évoluer le site Internet.

### 10.15 Réseaux sociaux

#### Objectif

Au regard de vos cibles, nous vous conseillons de mettre à disposition des internautes des fonctionnalités communautaires, comme par exemple :

#### - Groupe Facebook

Avec près de 80 Millions de visiteurs mensuels et 180 millions d'abonnés, Facebook génère un trafic important. Un « abonné » au groupe diffusera l'information à son propre réseau, qui fera de même par la suite. Ce média social vous permet également de communiquer aisément sous forme d'emailing auprès de vos cibles sans avoir à mettre en place une campagne pour diffuser une information

#### - Espace Twitter

Tiwtter permet de commenter l'actualité de l'université dans sa globalité. Les internautes peuvent s'abonner au fil d'info Twitter et lire les informations à travers les nombreux widget Twitter existants (notamment sur mobile).

#### - Page dédiée sur Flickr et Dailymotion

La création des communautés sur Dailymotion et sur Flickr permettra de diffuser un trafic et un auditorat complémentaire sur le groupe Facebook de l'Université. Ces éléments sont indispensables et demeurent des leviers créateurs de trafic sur Facebook

- **Dailymotion** avec près de 9,4 millions de visiteurs par mois demeure le portail vidéo n°2 en France. Cet espace vous permettra de centraliser l'ensemble des vidéos de l'exposition, les buzz, des interviews mais aussi des évènements autour de l'université.

Dailymotion permet de créer un effet de viralité par cette multi-diffusion sur plusieurs supports, mais aussi en donnant la possibilité au membre de la communauté de diffuser les vidéos à leur propre réseau.

- **Flickr** est actuellement le portail n°1 du partage de photos. La mise en place d'une communauté sur ce support vous offrira une visibilité et un teasing important.

#### - **Contenus audio accessibles sur iTunes**

Cette fonctionnalité permettra aux internautes de télécharger les podcats du type : cours, conférence, témoignage, interview...

## 10.16 FAQ

### **Objectif**

Mettre à disposition de l'internaute les réponses aux questions les plus fréquemment posées, de manière à faciliter leur recherche.

### **Principe de fonctionnement**

Classement des réponses par thématique (Inscription, scolarité, localisation, diplômes...). Au clic sur la question, l'internaute visualise la réponse.

L'internaute peut également poser une question via un formulaire. Cette question pourra être mise en ligne dans la rubrique FAQ si l'administrateur la juge pertinente et intéressante pour le plus grand nombre.

## 10.18 Commentaires

### Objectif

Permettre aux internautes de commenter un article

### Principe de fonctionnement

Dans certaines pages, comme par exemple les actualités ou les pages destinées aux étudiants, l'internaute pourra déposer un commentaire. Il pourra également lire les commentaires déposés.

## 10.19 Vote

### Objectif

Permettre aux internautes de voter un article, une information

### Principe de fonctionnement

Sur la page d'accueil et également sur certaines pages intérieures, l'internaute pourra voter pour une information. Par exemple une interview, une réforme...

## 10.20 Géolocalisation

### Objectif

Permettre à l'internaute de géolocaliser les lieux cités dans le site Internet.

### Principe de fonctionnement

L'internaute pourra visualiser la localisation des lieux cités, comme par exemple l'emplacement des facultés.

## 10.22 Nuage de tags

### Objectif

Faciliter l'accès à l'information en mettant en avant les thématiques présentes dans le site, comme par exemple : Etudiant, diplôme, médecine, économie, vivre à Aix-en-Provence...

### Principe de fonctionnement

Au clic sur l'un des tags, l'internaute est dirigé vers une page intérieure qui met en avant des informations sur cette thématique. Ce qui permettra à l'internaute d'avoir une vision complète des informations présentes sur le site Internet.

## 11.23 Glossaire

### Objectif

Aider les internautes à comprendre les termes techniques et administratifs pouvant être mentionnés dans les différents contenus

### Principe de fonctionnement

Certains mots dans la page sont concernés par la fonctionnalité « glossaire ».

Plusieurs solutions sont envisageables :

- Au passage de la souris, apparition d'un point d'interrogation, au clic, l'explication s'affiche dans une fenêtre
- Au passage de la souris, apparition de l'explication
- Mise en avant d'un picto identifié dans la zone de contenu, certainement proche des pictos agrandir le texte, imprimer la page... Au clic sur ce bouton, les mots concernés dans la page se surlignent. Au clic, l'explication s'affiche dans une fenêtre

## 12. Récupération de l'existant

### 11.1 Contenus

Le site Internet actuel contient 3000 pages. La mission de l'agence consiste à récupérer ces contenus via la base de données SQL (contenus texte). Ces contenus seront retravaillés en fonction de différents paramètres :

- Arborescence validée
- Charte éditoriale validée

L'agence intégrera les contenus depuis le back-office avant la mise en ligne. Après la mise en ligne, les utilisateurs pourront ajouter, modifier et supprimer des contenus en respectant la charte éditoriale actée.

L'Université de la Méditerranée remettra à l'agence les visuels et les documents à télécharger en version numérique, classés par thématique :

- Visuels : format jpg et png
- Fichiers : pdf

### Achat d'art

Si des visuels doivent être achetés pour illustrer des pages, l'agence communiquera à l'Université le tarif des photos proposées. Après validation, l'agence transmettra un devis à l'Université qui comprendra les prestations suivantes :

- Achat d'art : recherche, conseil et achat
- Photos : tarif par photo achetée

### 11.2 Annuaire LDAP

Le CMS et l'annuaire LDAP existant seront interconnectés.

L'objectif : faciliter l'accès au back-office par les utilisateurs.

La connexion au back-office de Drupal sera accordée aux utilisateurs existants dans l'annuaire.

L'administrateur gèrera depuis l'annuaire LDAP les utilisateurs (comptes) et leur périmètre d'intervention sur l'outil web.

Si l'utilisateur ne figure pas dans l'annuaire, il n'aura tout simplement pas accès au back-office de Drupal.

### 11.3 Bases de données

Actuellement, différentes bases de données sont existantes, comme par exemple : formation, recherche...

En fonction de leur utilisation actuelle et de leur forme, les bases de données seront soit :

- Intégrées sous forme d'iframe ou d'appel en webservice dans le futur site de l'Université (adaptation graphique de l'interface des données)

Par exemple : Calendrier conseils et commissions, plan de formation, état de réservation des salles aux services généraux

- Intégrées à 100% dans le site Internet (récupération des données et importation dans l'outil)

Par exemple : Procès verbaux, gestion des personnels, gestion des compétences, recrutements en cours...

**NB** : il sera important en début de projet d'effectuer un état des lieux précis et exhaustif des bases de données existantes, des outils utilisés :

- Accès
- Utilisateurs
- Affichage sur le site Internet
- Type de bases de données
- ...