



**HAL**  
open science

## Les enjeux de la médiation de l'Information Jeunesse européenne sur Internet

Christine Bonnaillie

► **To cite this version:**

Christine Bonnaillie. Les enjeux de la médiation de l'Information Jeunesse européenne sur Internet.  
domain\_shs.info.edit. 2005. mem\_00485420

**HAL Id: mem\_00485420**

**[https://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem\\_00485420](https://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem_00485420)**

Submitted on 20 May 2010

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Christine BONNAILLIE**



**MASTER 1, MENTION SID**  
(Sciences de l'Information et du Document)



## **MÉMOIRE DE STAGE ET RECHERCHE**

Mission effectuée du 25 janvier au 13 mars 2005

Au CRIJ du Nord Pas-de-Calais à Lille

### **Les enjeux de la médiation de l'Information Jeunesse européenne sur Internet**

**Sous la direction de :**

**Mme Brigitte JUANALS (responsable universitaire)**  
**Mme Isabelle DULIN (tutrice professionnelle)**

Soutenu le 13 juin 2005 à l'UFR IDIST  
Université Charles de Gaulle, Lille 3 (Campus Pont de Bois)  
BP 49, 59650 Villeneuve d'Ascq Cedex

Année universitaire 2004/2005

Je tiens à remercier Isabelle Dulin, pour sa disponibilité, ainsi que toute l'équipe du CRIJ Nord Pas-de-Calais qui m'a accueilli.

Je remercie également Mme Brigitte Juanals, pour son aide dans l'élaboration de ce mémoire.

# Table des matières

Introduction.....	p1
-------------------	----

## Partie 1. Présentation de l'Information Jeunesse : un réseau français intégré aux réseaux européens

<b>I</b>	<b>Le réseau Information Jeunesse en France.....</b>	<b>p2</b>
	1. Historique du réseau.....	p2
	2. Organisation du réseau.....	p3
<b>II</b>	<b>Le CRIJ Nord-Pas-de-Calais.....</b>	<b>p4</b>
<b>III</b>	<b>L'Information Jeunesse européenne.....</b>	<b>p7</b>
	1. Le réseau ERYICA.....	p7
	2. Le réseau EURODESK.....	p8

## Partie 2. Réactualisation du Kit Europe en vue de sa mise en ligne

<b>I</b>	<b>Présentation du Kit Europe.....</b>	<b>p9</b>
	1. Le Kit Europe (documentation d'information sur la mobilité des jeunes en Europe).....	p10
	2. Analyse de l'existant.....	p11
<b>II</b>	<b>Méthodologie adoptée.....</b>	<b>p12</b>
	1. Harmonisation de l'information.....	p12
	2. Recherche de l'information.....	p13

<b>III</b>	<b>Les problèmes rencontrés.....</b>	<b>p14</b>
	1. Les problèmes de langues.....	p14
	2. Les limites du projet.....	p15

## **Partie 3. Mise en place du portail transfrontalier d'Information Jeunesse jeunes.org**

<b>I</b>	<b>Présentation du projet.....</b>	<b>p19</b>
	1. Naissance et organisation du projet.....	p19
	2. Architecture du site jeunes.org.....	p20
	3. La fonction du portail transfrontalier.....	p24
<b>II</b>	<b>Méthodologie adoptée.....</b>	<b>p25</b>
	1. Intégration au sein du projet en cours.....	p25
	2. Réactualisation du contenu documentaire.....	p26
<b>III</b>	<b>Les problèmes rencontrés.....</b>	<b>p28</b>
	1. Problèmes rencontrés après la mise en ligne.....	p28
	2. La nécessité d'un intermédiaire entre documentalistes et techniciens.....	p32

## **Partie 4. Les enjeux de la médiation de l'Information Jeunesse européenne sur Internet**

<b>I</b>	<b>Comment diffuser l'information Jeunesse Européenne sur Internet ?.....</b>	<b>p34</b>
	1. Réalisation d'un questionnaire de satisfaction pour le site jeunes.org.....	p34
	2. Les enjeux de la lecture numérique.....	p35
	3. La place de l'utilisateur dans la conception du site jeunes.org.....	p37

<b>II</b>	<b>Ergonomie d'un site informatif : l'exemple du site jeunes.org.....</b>	<b>p38</b>
1.	Aspects graphiques et visuels.....	p38
2.	Optimisation de la navigation.....	p41
3.	Le contenu informatif.....	p43
4.	Analyse des données statistiques du site jeunes.org.....	p45

	<b>Conclusion.....</b>	<b>p48</b>
--	------------------------	------------

**Bibliographie**

**Sitographie**

**Annexes**

# **Partie 1. Présentation de l'Information Jeunesse : un réseau français intégré au réseaux européens**

Cette première partie est une présentation générale de l'histoire de l'Information Jeunesse en France, du réseau qui s'est constitué petit à petit, pour devenir le réseau national que l'on connaît actuellement. Nous présenterons plus en détails les différentes fonctions du CRIJ Nord Pas-de-Calais. Nous traiterons brièvement des deux réseaux européens d'information jeunesse dont le réseau français fait bien évidemment partie.

## **I. Le Réseau Information Jeunesse en France**

### **1. Historique du réseau**

Le réseau Information Jeunesse en France s'est construit progressivement à la suite des revendications des jeunes à la fin des années soixante :

- 1968 : Les jeunes sont dans la rue, ils expriment leurs doutes face au présent, leur inquiétude sur l'avenir. Ils revendiquent le « droit au savoir », la liberté de « s'informer pour mieux se former ».
- 1969 : Création du Centre d'Information et de Documentation Jeunesse (CIDJ) à Paris sous l'impulsion du Ministère de la Jeunesse et des Sports.
- 1971-1974 : Création de 4 antennes du CIDJ à Marseille, Bordeaux, Clermont-Ferrand et Strasbourg.
- A partir de 1976 : Création de Centres Information Jeunesse autonomes.

- 1990 : Elaboration en France de la charte d'Information Jeunesse, reprise par les centres d'Information Jeunesse Européens .
- 1992 : Le Ministère de la Jeunesse et des Sports lance le programme « 1000 points J » implantés près des lieux de vie et de passage des jeunes.
- 1993 : Signature de la charte européenne Information Jeunesse
- 2000 : Mise en place des Points Cyb – Espace Jeune Numérique

## 2. Organisation du réseau

Le Réseau Information Jeunesse est organisé en plusieurs niveaux :

- Le **CIDJ** (Centre d'Information et de Documentation Jeunesse) : situé à Paris, il centralise l'information, donne des directives nationales et est chargé d'animer le réseau Information Jeunesse.  
C'est aussi un lieu d'accueil et d'information pour les jeunes, qui propose de nombreux services à l'image des CRIJ.
- Les **CRIJ** (Centres Régionaux d'Information Jeunesse) :  
Il y a au total 27 CRIJ en France, répartis sur tout le territoire à raison d'un centre par région. Ces centres, créés entre 1971 et 1985, offrent de l'information locale et nationale actualisée, et proposent différents services.  
Ils sont financés principalement par les Conseils Régionaux et le Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative et fonctionnent sous le régime associatif (loi de 1901).



- Les **BIJ** (Bureaux d'Information Jeunesse) et **CIJ** (Centres d'information jeunesse, situés en région parisienne) : Il existe 262 BIJ et 4 CIJ, qui agissent au niveau communal et intercommunal.
- Les **PIJ** (Points Info Jeunesse) et les **bus Info Jeunes** :  
Il existe 1303 PIJ et 25 bus Info Jeunes chargés d'agir au niveau local.

Les BIJ et PIJ sont intégrés au sein de structures préexistantes qui en assurent le fonctionnement et le développement (MJC, centres sociaux, mairies, missions locales...).

Chaque structure locale (BIJ, PIJ et CIJ) est labellisée par le Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie Associative, et adopte le charte de l'Information Jeunesse.

Elle est également chargée de constituer une documentation pratique locale, complémentaire de la documentation Information Jeunesse nationale (Actuel CIDJ) et doit répondre à l'ensemble des préoccupations des jeunes dans les domaines de l'enseignement, des métiers, de l'emploi et de la formation permanente, de la vie pratique, des loisirs, des vacances, des pays étrangers et des sports.

Elle doit proposer des services pratiques (aides à la rédaction du CV, annonces jobs, logements, aide aux projets...) adaptés à la demande du public.

Elle est identifiée par une signalétique unique, propre à l'information jeunesse :



## **II. Le CRIJ Nord Pas-de-Calais**

Le CRIJ Nord-Pas-de-Calais, créé en 1982 par le Ministère de la Jeunesse et des Sports, est situé à Lille (rue Nicolas Leblanc). Il est chargé d'animer un réseau de 80 BIJ (Bureaux d'Information Jeunesse) et PIJ (Points Info Jeunesse).

La mission du CRIJ consiste à proposer de l'information et des services à destination des jeunes afin de favoriser l'autonomie, la responsabilité, l'engagement social et l'épanouissement personnel. Cette information doit être garantie comme un véritable droit pour tous les jeunes sans discrimination d'ordre social, politique, racial, ou religieux.

C'est une véritable mission de service public, qui s'exerce selon la charte Information Jeunesse de 1990 et le charte Information Jeunesse Européenne de 2004.



**Figures 1 et 2. L'espace d'accueil du CRIJ (rez-de-chaussée)**

En pratique, le CRIJ Nord Pas-de-Calais accueille le public dans le rez-de-chaussée du bâtiment six jours sur sept toute l'année, sans rendez-vous.

Cet espace est composé d'une partie consacrée à la documentation, gratuite et en libre consultation. Elle est classée par thèmes : enseignement, métiers et formation, emploi, formation permanente, vie quotidienne, loisirs, vacances, étranger, et sports.

Des espaces thématiques proposent documentation et services à destination des jeunes :

- L'espace Europe : Il propose de l'information sur l'Europe et les institutions, les programmes européens, les études et équivalences de diplômes.
- L'espace Emploi : Il est destiné à aider à la rédaction de CV et à la recherche d'emploi.
- L'espace Santé : Il regroupe informations pratiques et adresses utiles sur différents sujets tels que l'alcool, le tabac, les drogues, les MST, le SIDA, la contraception...

- L'espace Multimédia : Il propose un accès à Internet, et aux CD-Rom du CIDJ et autres.



**Figure 3. L'espace multimédia**

- Un service d'information transfrontalier en relation avec INFOR Jeunes en Hainaut et le Kent County Council.
- Un service d'information sur l'accès à la citoyenneté des jeunes et la lutte contre les discriminations, en partenariat avec les Commissions Départementales d'Accès à la Citoyenneté du Nord et du Pas-de-Calais (CODAC).
- Des services pratiques proposant des offres de jobs et de logements.

Hormis la fonction d'accueil, le CRIJ Nord Pas-de-Calais a d'autres fonctions, prises en charge par les documentalistes et les différents employés de l'association.

Ainsi, l'information est également disponible par courrier, téléphone ou e-mail. Le CRIJ est également chargé de mettre à jour la documentation, d'écrire des fiches spécialisées et de préparer certains événements (comme les journées jobs d'été par exemple).

Le CRIJ de Lille est aussi responsable de l'animation du réseau IJ du Nord et du Pas de Calais, ce qui représente au total 80 points et bureaux d'Information Jeunesse.

### **III. L'Information Jeunesse Européenne**

La volonté de coordonner les actions et l'information à destination de la jeunesse en Europe s'est révélée au milieu des années 80.

Elle se traduit par la création de deux organismes : ERYICA (Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes) et EURODESK.

#### **1. Le réseau ERYICA**

ERYICA est constitué d'organismes nationaux (gouvernementaux et non-gouvernementaux) qui visent à garantir le droit des jeunes à une information complète et fiable. Le réseau regroupe des organismes d'information jeunesse de 37 pays européens différents (de l'Union Européenne et hors Union Européenne).

Ils ont trois objectifs principaux :

- promouvoir le respect des principes de la Charte européenne de l'Information Jeunesse et travailler à leur application
- assurer une coordination et une représentation européennes en matière d'information et de conseil pour la jeunesse
- favoriser la création d'un espace européen dans ce domaine, plus particulièrement en développant un réseau européen des structures d'information et de conseil pour la jeunesse.

Cette organisme est à l'initiative de la création de la « Charte européenne de l'information jeunesse », adoptée à Bratislava le 19 novembre 2004. Cette charte établit les règles de l'information jeunesse telle que la gratuité de l'accès à l'information, son impartialité, ou encore un traitement personnalisé de l'utilisateur. Il faut souligner que cette charte place l'utilisateur au centre de la démarche d'Information Jeunesse. Tous les services et documentations créés sont la conséquence d'un besoin concret de la jeunesse à un moment donné. Nous allons pouvoir constater que ces règles sont respectées dans les projets de la mission.

## 2. Le réseau EURODESK

EURODESK est un service d'information sur l'Europe soutenu par la Commission européenne dans le cadre du « programme Jeunesse ».

Le réseau EURODESK est implanté dans de nombreux états européens. Il est issu d'une initiative écossaise et avait pour premier objectif de grouper en réseau toutes les informations sur les programmes et les initiatives communautaires liées à la jeunesse.

Le projet initial, soutenu par la Commission européenne s'est peu à peu enrichi d'outils performants comme le site Internet EURODESK et d'un réseau développé au niveau européen.

En outre, les professionnels de l'Information Jeunesse en Europe ont à leur disposition une base de données sur les différents programmes et dispositifs européens, accessible à partir du site Internet d'EURODESK<sup>1</sup>.

Dans chaque pays, le réseau EURODESK est coordonné par une agence nationale qui gère un ensemble de relais régionaux et locaux. En France, c'est le réseau Information Jeunesse qui constitue le relais du réseau EURODESK. Ainsi, l'agence nationale se trouve au CIDJ et les relais régionaux au sein des CRIJ.

Chaque relais est connecté à l'ensemble du réseau européen via un intranet. Cet outil permet de recevoir et de diffuser sur l'Europe entière des recherches de partenariats, des manifestations ou des informations à portée internationale. Le réseau permet également aux professionnels de l'information, aux collectivités locales ou aux animateurs jeunesse d'établir des contacts à l'étranger en vue de développer des actions européennes.

---

<sup>1</sup>

## Partie 2. Réactualisation du Kit Europe en vue de sa mise en ligne

Ma mission au sein du CRIJ de Lille a été double. Elle a consisté à réactualiser un outil documentaire à destination des jeunes, le Kit Europe, ainsi qu'à mettre en place le site Internet [jeunes.org](http://jeunes.org), portail web transfrontalier (franco-belge) d'information jeunesse.

Dans cette partie, nous allons nous pencher sur la première partie de cette mission, qui concerne la réactualisation du Kit Europe.

L'objectif était de mettre à jour la documentation qui existe sur support papier et CD-Rom actuellement ainsi que d'y ajouter les informations concernant les pays entrés récemment au sein de l'Union Européenne. Au total, cette documentation concerne 30 pays, certains n'appartenant pas à l'union européenne (Suisse, Lichtenstein,...).

A terme, cette documentation sera consultable sur Internet, sur le site du CIDJ ([www.cidj.fr](http://www.cidj.fr)), avec un accès réservé.

Le travail de réactualisation du kit Europe est réparti entre différents CRIJ en France.

Le CRIJ Nord-pas-de-Calais est responsable de la première partie de la documentation concernant chaque pays, à savoir :

- la présentation du pays
- les informations pratiques (formalités d'entrée et de séjour, protection sociale, logement, réseau d'information jeunesse)

# **I. Présentation du Kit Europe**

## **1. Le Kit Europe (documentation d'information sur la mobilité des jeunes en Europe)**

Le Kit Europe est un produit documentaire de plus de 1500 pages (9 classeurs) consacré à la mobilité des jeunes en Europe. Ce kit décrit tous les programmes européens et présente en détails 30 pays de l'Union Européenne et hors Union (tels que la Suisse ou la Bulgarie). Il permet aux jeunes d'accéder à une information qui se veut exhaustive sur toutes les possibilités offertes aux jeunes dans le cadre de l'Europe.

Les thèmes traités sont :

- l'Europe : construction et institutions
- Les études en Europe
- Les stages et l'emploi en Europe
- Les programmes européens
- Les projets et rencontres de jeunes en Europe / programmes jeunesse
- Les pays européens (formalités d'entrée et de séjour, protection sociale, études logement,...)

Cette documentation est actuellement disponible sur support papier (1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> éditions) et sur CD-Rom (2<sup>ème</sup> édition). Elle est réactualisée tous les deux ans et sera désormais disponible sur Internet via le site du CIDJ ([www.cidj.fr](http://www.cidj.fr)), après mise à jour et avec un accès réservé. L'actualisation régulière est nécessaire afin de mettre à disposition des usagers une information juste dans des domaines en constante évolution.

Les destinataires du Kit Europe sont en premier lieu les professionnels de l'Information Jeunesse désireux d'apporter une information exacte et actualisée au public avec lequel ils travaillent. L'information est destinée à un public de jeunes de tous horizons sociaux, géographique, religieux,... comme le définit la charte de l'information jeunesse européenne

Le Kit Europe est un produit du CIDJ, mais il est réalisé en coopération avec différents CRIJ en France. Le CIDJ est notamment responsable de la typographie, du graphisme et de tous ce qui est lié à l'édition du produit documentaire. Il coordonne également le travaille des différents acteurs du projet de réactualisation.

Le CRIJ Nord Pas-de-Calais est chargé de mettre à jour la première partie de la documentation concernant chaque pays, à savoir :

- la présentation du pays (*régime politique, découpage administratif, superficie, climat, habitants, capitale, langue, monnaie, décalage horaire, fête nationale, téléphone*)
- les informations pratiques (*formalités d'entrée et de séjour*)
- La protection sociale (*touristes, étudiants, stagiaires, salariés*)
- Le logement (*courte et longue durée*)
- Le réseau Information Jeunesse du pays

L'intérêt de cette mise à jour sur support électronique est multiple. En premier lieu, son coût est moindre comparativement à d'autres supports. D'autre part, il peut par la suite être facilement enrichi. Enfin, il peut être imprimé partiellement, de façon ciblée, et modère le coût de l'investissement pour les professionnels de l'information jeunesse.

## **2. Analyse de l'existant**

Avant de commencer le travail de réactualisation, il convient dans un premier temps d'analyser la composition des documents ainsi que les différents besoins liés à cette mise à jour.

Lors de la réalisation de la deuxième édition du Kit Europe, qui a également été éditée sur support CD-Rom, les différentes équipes responsables se sont divisé le travail sur le kit par pays. Or, on peut constater qu'il existe un problème d'harmonisation de l'information. Les différentes rubriques ne sont pas traitées de la même manière selon chaque pays. Chaque rubrique comporte un niveau de profondeur et de détail différent en fonction du pays traité. Ainsi, la rubrique protection sociale par exemple n'est pas renseignée de la même façon selon qu'il s'agisse de Chypre ou de l'Allemagne.



Outre le fait que certaines procédures soient plus ou moins compliquées selon les pays, ce déséquilibre révèle un problème d'organisation.

La division du travail s'est organisée différemment cette fois. Chaque CRIJ travaillant sur le projet est désormais chargé de mettre à jour les mêmes rubriques de chaque pays.

Ainsi, le type d'information de chaque rubrique est identique dans chacun des pays présent dans le kit.

Le contenu informatif des rubriques sur lesquelles porte notre travail est rapidement périmé. Il s'agit par exemple de la population d'un pays, sa densité, ou encore de coordonnées qui évoluent nécessairement entre deux réactualisation, c'est à dire en l'espace de deux ans en principe. Il peut s'agir également d'adresses e-mail ou de sites Internet dont certains organismes ne disposaient pas à l'époque et qui existent désormais.

Un contrôle systématique de toutes les informations s'impose, d'une part pour s'assurer de la validité de certaines données à priori pérennes (tel que le décalage horaire avec la France) et d'autre part pour contrôler l'actualité des informations susceptibles d'avoir évolué.

## **II. Méthodologie adoptée**

### **1. Harmonisation de l'information**

Après une première lecture de la documentation à mettre à jour, il apparaît certaines itérations. Il peut s'agir de paragraphes entiers concernant l'harmonisation européenne de la protection sociale des touristes par exemple, ou de certaines coordonnées récurrentes.

Ces informations, communes à chaque fiche pays, nécessitent par conséquent une harmonisation.

Une fois la liste exhaustive de ces informations établie, elles ont été organisées et mises en relation par le biais de liens hypertextes<sup>2</sup>. Cette organisation a permis de trouver rapidement l'information recherchée en fonction de certains critères, comme la situation du pays concerné par rapport à l'espace économique européen (EEE) par exemple.

D'autre part, il était impossible d'achever cette réactualisation dans la durée impartie du stage. Ce document d'harmonisation est donc important dans la poursuite du travail par une autre personne.

L'harmonisation entraîne également un formatage de certains types de données. Ces règles de format, notamment en ce qui concerne les coordonnées, ont été décidées au niveau du CIDJ, et sont identiques à la deuxième version du Kit Europe.

Par exemple, le code postal doit se conformer au format européen, où la lettre du code pays précède la série de chiffre du code postal (ex : F-59560).

Le formatage s'applique à de nombreux aspects du Kit, de la typographie à la longueur des paragraphes ou encore au style employé dans la rédaction des rubriques. Cette exigence est nécessaire afin d'établir un contrat de lecture avec l'utilisateur qui peut ainsi trouver des repères au fil de son parcours au sein du document.

## **2. Recherche de l'information**

La recherche d'information pose de nombreux problèmes, en particulier celui de la pertinence et de l'exactitude de l'information à transmettre. C'est pourquoi il est nécessaire d'établir des critères de sélection de l'information.

Les données actualisées ont été collectées principalement sur Internet. Or, il est pour l'instant difficile de juger de la fiabilité des informations circulant sur le web. C'est pourquoi il a fallu établir des critères dans la recherche de l'information. La réflexion de François Libmann illustre notre démarche face à ces problèmes de recherche de l'information sur Internet : « Les recherches dans les banques de données ou sur les serveurs/agrégateurs sont d'une infinie variété.

---

<sup>2</sup> Cf. Annexe

Le plus chevronné des chercheurs risque toujours d'obtenir un résultat inattendu, tant sur le plan quantitatif que qualitatif. Il lui faudra pour sortir de ce « mauvais pas » utiliser, adapter ou inventer des outils et des méthodes pour poursuivre sa recherche et, enfin, trouver des résultats satisfaisants. ».

Les données diffusées sur des sites d'organismes renommés, tels que le site de l'assurance maladie en ligne ou encore celui de l'horloge parlante (pour la vérification du décalage horaire) ont été d'emblée jugées fiables. Les critères établis sont par conséquent relativement subjectifs, et reposent avant tout sur des connaissances en terme de culture générale de la part de la personne qui collecte les données.

Néanmoins, toutes les informations ne sont pas disponibles de cette manière. Si l'on prend l'exemple du logement en Europe, il existe très peu de sites de référence dans ce domaine (mis à part le portail européen sur la mobilité de l'emploi ). La méthode que nous avons appliquée est celle utilisée par les journalistes : recouper l'information le plus précisément possible. Ainsi, toutes les informations diffusées dans le kit ont été vérifiées à partir de plusieurs sources. Il reste que la question de la fiabilité pose un problème majeur dans la recherche et l'actualisation de l'information par le biais d'Internet. Les outils de recherche de l'information étant à l'heure actuelle très limités, la sélection de l'information est souvent réalisée selon des critères humains très subjectifs et relativement imprécis.

### **III. Les problèmes rencontrés**

#### **1. Les problèmes de langues**

La maîtrise de l'anglais et de l'espagnol ainsi que les rudiments d'allemand qu'il me restait ont été très utiles à la réalisation de ma mission. En effet, j'ai été constamment confrontée aux langues étrangères tout au long de mes recherches.

Si la plupart des sites d'organismes étrangers importants possèdent une traduction en anglais, certaines données ne se trouvaient parfois que dans la langue d'origine du pays concerné.

Les outils gratuits de traduction automatique permettent tout au plus de déchiffrer vaguement le sens du document, et ne sont disponibles en traduction française que pour un nombre de langues limité. Il existe un choix de langues plus étendu en choisissant un outil anglais. C'est donc ainsi que j'ai opéré la plupart du temps avec les langues étrangères autres que l'anglais et l'espagnol.

Une fois l'information traduite, on peut se demander s'il n'est pas préférable de conserver certains vocables dans leur forme d'origine, non-traduite.

En effet, le travail réalisé tient compte en premier lieu de l'usage qui est fait de l'information. On peut penser qu'à priori l'information recueillie par l'utilisateur va être utilisée à la fois avant un départ à l'étranger mais aussi une fois arrivé sur place. Dans ce cas, certains mots non-traduits pourront être utilisés comme repères par l'utilisateur. Par exemple, le terme « kot » désigne un studio étudiant en Belgique. Dans ce cas, il est utile de laisser le terme dans sa forme d'origine, afin de faciliter la recherche d'information une fois sur place. C'est à partir de ce critère d'usage que le choix des mots à ne pas traduire a été établi. Il est important de ne pas en abuser et d'en donner l'acception claire à l'utilisateur.

## **2. Les limites du projet**

Le cadre du stage permet d'avoir une distance critique face à un projet en phase de réalisation. Il est intéressant, tout en considérant les limites matérielles et humaines qui l'accompagnent, de penser à son optimisation.

Il faut tout d'abord prendre en compte les objectifs du projet de réactualisation, ainsi que les usages pour lesquels il est conçu. En effet, le but est de mettre à jour les informations, le support électronique permettant avant tout de limiter les coûts de la réalisation. Il n'est pas envisagé de mise en ligne du Kit Europe accessible au public. L'usage principale restera la réactualisation de la forme papier du Kit Europe, l'impression revenant à la charge de l'organisme qui l'achète. On peut aussi penser qu'il permettra aux professionnels de l'Information Jeunesse d'être plus à même de répondre à certaines demandes au quotidien.

Tous ces éléments contribuent à ne pas utiliser les possibilités du document électronique au maximum. Il n'existe pas de nécessité au niveau de l'usage, et les coûts et le temps de mise en place et de réactualisation sont évidemment plus importants.

Il est néanmoins intéressant d'imaginer l'optimisation du document en fonction des possibilités du support.

L'actualisation du Kit Europe est éditée au format pdf. Pour faciliter l'accès à l'information au sein de cette documentation, il aurait été utile de mettre en place un système de liens internes établis à partir du sommaire qui se situe au début de chaque fiche pays. Il est difficile pour le lecteur d'établir des repères au sein d'un texte à l'écran. Les liens internes au document permettent de gommer à priori cette difficulté, en établissant des raccourcis vers l'information recherchée.

Le problème des liens internes nous amène à considérer également la question des liens externes. Dans chaque rubrique, le lecteur est redirigé vers des sites Internet utiles au sujet traité<sup>3</sup>. Ces adresses sont cliquables et donnent accès au site en question. D'autre part, dans le contenu des rubriques il s'avère parfois utile de renvoyer le lecteur à un site Internet. Dans ce cas, il s'agit généralement d'établir un lien vers une page précise, et non vers le nom de domaine du site. Par exemple, dans la rubrique « logement de courte durée », la partie relative aux auberges de jeunesse nécessite de renvoyer le lecteur vers la page du site du FUAJ (fédération unie des auberges de jeunesse)<sup>4</sup> permettant de télécharger le bulletin d'adhésion à la fédération. Cette question de la profondeur des liens a été débattue lors d'une réunion entre tous les partenaires du projet. La solution adoptée est celle de la description du parcours de navigation pour trouver la page en question, établi sous cette forme (en reprenant l'exemple du site de la FUAJ) :

[www.fuaj.org](http://www.fuaj.org) > rubrique adhésion.

Cette solution est la plus adaptée et la plus pertinente. En effet, l'adresse d'un lien profond a une durée de vie limitée, car le remaniement des sites est fréquent et entraîne souvent un changement dans le nom des pages. Au contraire, il est moins fréquent de changer toute l'architecture front-office du site. La description du parcours permet en

---

<sup>3</sup> Cf. Annexe

<sup>4</sup> [www.fuaj.org](http://www.fuaj.org)

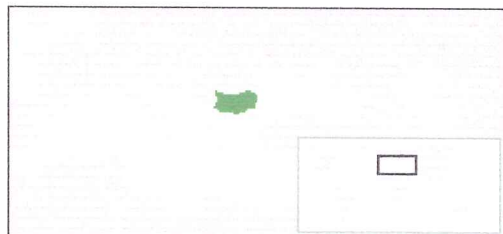
quelque sorte de s'assurer de la pérennité (relative) du lien, et de cette manière le travail de mise à jour devient moins conséquent. Finalement, cette solution permet d'offrir l'information la plus juste entre deux actualisations (soit deux ans).

Le document électronique permet également l'utilisation de différents médias au sein de la même entité. Dans le cadre de ce projet, nous avons choisi d'insérer des images fixes aux documents. Outre le fait que l'utilisation de différents médias soit un moyen d'attirer l'attention de l'utilisateur, ces images ont aussi une valeur informative.

En entête de chaque fiche pays, nous avons inséré le drapeau de celui-ci ainsi qu'une carte géographique montrant la localisation du pays et les pays qui lui sont frontaliers.<sup>5</sup>

La recherche des images a posé certaines questions, notamment celle des droits de diffusion. Il a d'abord été envisagé d'utiliser les cartes disponibles sur le site de l'Union Européenne<sup>6</sup>. Toutefois, ces images ne correspondaient pas totalement à nos besoins, la localisation des pays n'apparaissant pas clairement. Nous avons par conséquent utilisé l'iconographie disponible sur le site wikipedia<sup>7</sup> (cf. figure 4).

Les cartes permettent de localiser rapidement le pays concerné, et laissent également apparaître les pays limitrophes.



**Figure 4. Exemple de carte disponible sur wikipedia (ici l'exemple de la Bulgarie)**

---

<sup>5</sup> Cf. Annexe

<sup>6</sup> [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)

<sup>7</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Accueil>

Wikipedia propose également les drapeaux des pays que nous traitons au sein du Kit Europe .



**Figure 5. Exemple d'image de drapeau disponible sur wikipedia**  
**(ci-contre l'exemple de l'Espagne)**

Wikipedia est une encyclopédie libre et gratuite, dont le contenu est réutilisable selon les conditions de la licence de documentation libre GNU. Cette licence permet de rendre « tout manuel, livre ou autre document écrit « libre » au sens de la liberté d'utilisation, à savoir : assurer à chacun la liberté effective de le copier ou de le redistribuer, avec ou sans modifications, commercialement ou non »<sup>8</sup>.

Les images disponibles sur Wikipedia correspondaient donc parfaitement à nos besoins, tant au niveau des droits que d'un point de vue graphique.

Le projet de réactualisation du Kit Europe demande une organisation dans la recherche et la structuration de l'information. La question de l'harmonisation est centrale, et contribue à établir une cohérence globale au sein du kit.

La forme que prend le document est conditionnée par les usages qui lui sont attribués. Dans le cas de la réactualisation du Kit Europe, ces usages n'imposent pas l'utilisation de toutes les fonctionnalités que permet le document électronique.

---

<sup>8</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/Licence\\_de\\_documentation\\_libre\\_GNU](http://fr.wikipedia.org/wiki/Licence_de_documentation_libre_GNU)

## **Partie 3. Mise en place du portail transfrontalier d'Information jeunesse Jeunes.org**

Le site Internet [www.jeunes.org](http://www.jeunes.org) est un portail d'information jeunesse transfrontalier (franco-belge) destiné principalement aux jeunes du Nord-Pas-de-Calais (France) et du Hainaut (Belgique) partageant la même langue.

L'objectif est de créer un contenu documentaire d'information jeunesse pour un public franco-belge. Le site Internet concerne principalement le Nord (France) et le Hainaut (Belgique), qui partagent la même langue.

L'alimentation documentaire du portail est réalisée par cinq structures : les CRIJ du Nord-pas-de-Calais et de Champagne-Ardenne, le CIJ de l'Aisne, le réseau Inforjeunes situé à Tournai et la fédération information jeunesse de Namur.

### **I. Présentation du projet**

#### **1. Naissance et organisation du projet**

La volonté de créer ce type de support de communication centralisant les informations concernant la mobilité des jeunes entre les deux pays est déjà ancienne.

Le projet jeunes.org est né de la collaboration de plusieurs organismes d'Information Jeunesse en France (CRIJ Nord Pas-de-Calais, CRIJ Champagne Ardennes, CIJ Aisne) et en Belgique (InforJeunes Wallonie-Bruxelles, InforJeunes Tournai) au sein du projet STIJ (Service Transfrontalier d'Information Jeunesse).

Ce projet de coopération transfrontalière a été créé en 1996 et est financé par des fonds européens (Interreg III (2000-2006)).



L'objectif est de lutter contre le cloisonnement national des dispositifs d'Information Jeunesse, en développant une documentation spécifique aux problématiques transfrontalières à partir de la mutualisation des données.

La communication entre les documentalistes des deux côtés de la frontière a été facilitée par la mise en place d'un Intranet transfrontalier.

Le site est actuellement en construction, l'architecture et une partie du contenu étant déjà réalisés. Cette première phase s'achève en septembre 2005. La mise en ligne a eu lieu le 31 janvier 2005. Viendra ensuite la deuxième phase, où se mettra en place une communication ciblée dans les deux pays ainsi que sur les sites Internet d'Information Jeunesse concernés (le site du CRIJ Nord-Pas-de-Calais et le site d'inforjeune pour la Belgique<sup>9</sup>).

## 2. Architecture du site jeunes.org



**Figure 6 . Page d'accueil du site jeunes.org**

On peut diviser le site en cinq grandes parties (cf. organigramme du site page suivante) :

#### **A/ Les commanditaires du projet :**

- Qui sommes nous ?
- Où nous trouver ?

#### **B/ Le contenu documentaire sur l'Information Jeunesse transfrontalière**

- Moteur de recherche
- Informations  
*(organisée de façon thématique, chaque thème étant divisé en parties et sous parties)*
- Lexique  
*(des deux côtés de la frontière, même si la langue est la même, certains termes sont différents)*
- Publications  
*(certaines publications des centres d'informations jeunesse sont téléchargeables dans cette section)*

#### **C/ L'actualité transfrontalière**

- Actualité  
*(actualité transfrontalière à destination des jeunes relative à l'emploi ou l'enseignement par exemple)*

#### **D/ Une présentation du projet et du site**

- Présentation du projet
- Charte
- Plan du site

#### **E/ Une partie destinée au dialogue avec les usagers**

- Poser votre question
- Avis et suggestions

L'administration, la mise à jour et l'alimentation du site seront gérées par la suite par les centres d'information jeunesse responsables du projet.

Une interface d'administration<sup>10</sup> a été mise en place afin de faciliter le travail des documentalistes. Grâce à cette interface, la mise en ligne des différentes fiches et articles est simplifiée. Il suffit d'entrer le texte dans des champs spécifiques à la rubrique de destination. Une fois l'opération validée, le texte est mis en ligne immédiatement.

Ce fonctionnement a une contrepartie : celle de limiter les possibilités de modification sur le document mis en ligne. En effet, le documentaliste ne peut influencer que très peu sur la mise en page ou sur la typographie du document.

Le nombre de liens hypertexte ou de paragraphes est limité à trois. Il n'est pas possible de mettre en gras ou en italique certains termes importants ou étrangers.

D'autre part, il n'est pas possible non plus d'établir des liens internes dans le contenu informatif<sup>11</sup>. Cela a été mis en évidence une fois le site mis en ligne, lors de la phase de publication du contenu. Or, c'est une fonctionnalité très importante qui permet d'une part de simplifier le travail des documentalistes, et surtout de rendre l'information plus accessible en optimisant la recherche de l'information par l'internaute.

Toutefois, ce mode d'administration du site a aussi ces avantages. Il permet tout d'abord d'établir une charte graphique fixe, respectée par tous les administrateurs qui ont une marge de manœuvre limitée sur celle-ci. Cette unité graphique est importante<sup>12</sup>, car elle permet à l'utilisateur de se repérer plus facilement et de trouver l'information plus rapidement grâce à ces repères. Dans une certaine mesure, c'est un gage de confiance, lié à l'image que dégagent les commanditaires du projet.

Cette interface d'administration permet aussi aux documentalistes belges et françaises de travailler en même temps sur le site. En effet, l'interface d'administration peut être utilisée par plusieurs personnes en même temps sans créer de conflit. D'un point de vue pratique, ce mode d'administration est adapté au projet.

---

<sup>10</sup> Cf. Annexe

<sup>11</sup> Cf. II, 6. les problèmes rencontrés

<sup>12</sup> Cf. III, partie ergonomie

The image shows a web-based form for adding a thematic entry. On the left, a sidebar titled 'Modules' contains buttons for 'Actualité', 'Lexique', 'Recherche thématique', and 'Publications'. At the top, navigation tabs are labeled 'Thèmes', 'Rubriques et Sous-rubriques', 'Pays', and 'Fiche'. The main form area is titled 'Ajout d'une fiche' and contains the following fields:

- Titre :
- Lien 1 :
- Nom du lien 1 :
- Lien 2 :
- Nom du lien 2 :
- Lien 3 :
- Nom du lien 3 :
- Sous-titre 1:
- Description 1:
- Sous-titre 2:
- Description 2:
- Sous-titre 3 :

**Figure 7. Interface d'administration du site jeunes.org  
(ci-contre la mise en ligne des fiches thématique)**

On peut remarquer qu'il n'a pas été prévu de forum d'expression dans le site.

Toutefois, les sections « poser votre question » et « avis et suggestions » serviront de base à l'alimentation du site.

Les questions et avis pertinents, concernant directement la problématique de l'information jeunesse transfrontalière, serviront de base à la création des fiches d'information.

### 3. La fonction du portail transfrontalier

Le site jeunes.org est la continuité virtuelle du travail des structures commanditaires du projet. Le travail de mutualisation de l'Information Jeunesse réalisé par les différents organismes fédérés au sein du STIJ des deux côtés de la frontière a débouché sur le projet d'un portail web.

Depuis quelques années, il est évident que les jeunes passent en priorité par Internet pour rechercher une information. Toutefois, nous pouvons aussi constater que la recherche d'informations précises et fiables sur le web est une tâche ardue.

Henri Stiller affirme que « l'utilisateur d'Internet est confronté à une profusion d'informations dont la majeure partie n'est pas pertinente pour lui. Il est en butte à la croissance ininterrompue du nombre et de la variété des sources d'information dont la validité ne lui est pas assurée. Au problème de gestion de la masse s'ajoute celui de la localisation et de l'identification de l'information »<sup>13</sup>.

Dans ce contexte, le site jeunes.org est un gage de qualité en ce qui concerne l'information diffusée. L'utilisateur connaît, à priori, au préalable l'un des organismes responsables du portail, et en déduit que tout ce qui est diffusé fait l'objet d'un contrôle. Les logos de l'Information Jeunesse, de l'Union Européenne et d'Interreg III en page d'accueil sont une preuve de qualité immédiate pour celui-ci. Ainsi, l'avantage principal du site réside dans l'image de fiabilité véhiculée par les commanditaires. La charte graphique du site contribue à appuyer cette impression.

Du point de vue de l'usage, le site permet à l'internaute d'accéder très rapidement à l'information souhaitée. Ce mode de diffusion de l'information permet de toucher un public très large, qui n'aurait peut-être pas fait la démarche de se rendre dans un centre d'Information Jeunesse pour se renseigner.

Enfin, le portail jeunes.org traite des questions qui se posent aux jeunes transfrontaliers. C'est un sujet très spécifique, sur lequel il est difficile de s'informer, et a fortiori de trouver un site qui lui est consacré. Il permet aux différentes structures qui y travaillent de

---

13

mutualiser informations et expérience des deux côtés de la frontière. En effet, la force de ce projet réside dans le fait que les fiches destinées aux jeunes belges concernant la France sont réalisées par les structures françaises, et inversement pour les fiches destinées aux français.

Ainsi, pour chacune des structures, le type d'information diffusé ne diffère pas totalement de celui qu'ils diffusent habituellement. Néanmoins, ils s'adressent ici à un usager particulier dont il faut tenir compte dans la formulation des données. Cet usager est un jeune belge dans le cas des fiches françaises, qui devient le référent absolu.

## **II. Méthodologie adoptée**

### **1. Intégration au sein du projet en cours**

Ma mission au CRIJ de Lille a débuté au moment de la mise en ligne du site jeunes.org. Je suis donc intervenue à la jonction des phases I et II.

La première phase correspond à la conception du projet par les documentalistes puis à la réalisation de la structure du site par l'entreprise prestataire, à savoir Zénith communication. Après validation auprès des partenaires du projet, la deuxième phase revient aux documentalistes, chargées d'alimenter les différentes rubriques et d'établir un plan de communication autour de celui-ci.

La période durant laquelle je suis intervenue a été très riche en enseignements. Une fois le site mis en ligne, de nombreux problèmes techniques sont apparus au cours des premières utilisations. La société prestataire a par conséquent été sollicitée durant cette période.

Tout en participant à l'élaboration du contenu documentaire en collaboration avec les documentalistes, j'ai été sollicitée pour participer à l'évaluation du site et de l'interface administrateur durant cette phase intermédiaire du projet.

Plusieurs réunions entre les documentalistes, les commanditaires et la société Zénith ont permis de mettre à jour les différents problèmes et de trouver des solutions convenant aux documentalistes et techniquement réalisables.

Enfin, une fois les problèmes résolus, les documentalistes françaises et belges se sont rencontrées afin d'harmoniser au maximum l'information mise en ligne. Cette harmonisation tient compte de la formulation, du formatage ou encore de la disposition de l'information. Par exemple, il a fallu s'accorder sur le format des adresses, des heures... Ces réunions ont également permis d'établir une organisation efficace du travail des documentalistes. Néanmoins, on peut souligner que ces choix sont systématiquement limités par la structure et la charte graphique du site décidés au préalable.

## **2. Réalisation du contenu documentaire**

Le travail de recherche de l'information dans le cadre de l'alimentation du site n'était pas fondamentalement différent de celui effectué dans le cadre de la réactualisation du Kit Europe, bien que les sources utilisées soient plus diversifiées.

Les fiches thématiques ont été réalisées en grande partie grâce aux produits documentaires réalisés par le CRIJ Nord Pas-de-Calais et aux fiches du CIDJ. Ces informations ont été complétées par des recherches sur Internet. Certaines précisions ont été obtenues en contactant les organismes concernés par e-mail ou par téléphone (notamment pour les informations relatives aux validations et équivalences des diplômes au sein de l'Europe. Ce sujet est très spécifique et il est difficile d'obtenir une information actualisée.).

Les critères établis pour la recherche de l'information sur Internet sont les mêmes que pour le travail de réactualisation du Kit Europe<sup>14</sup>.

Le public auquel est destiné en priorité le site jeunes.org est un public de jeunes transfrontaliers franco-belges. Il a fallu constamment tenir compte de cette particularité dans la rédaction des fiches thématiques.

Les fiches réalisées par l'équipe française utilisent par conséquent le public belge comme référent dans l'explication des spécificités françaises d'un domaine.

---

<sup>14</sup>

Les fiches thématiques sont organisées sur le site de telle façon que le choix du pays intervient en dernier lieu dans le parcours de l'internaute. Cette organisation est le reflet de l'objectif de mutualisation des connaissances des deux côtés de la frontière. Toutefois, une harmonisation de la classification est nécessaire, afin de proposer les mêmes thèmes pour les deux publics. C'est pourquoi les documentalistes belges et françaises ont convenu d'une classification commune au préalable, avant la conception des fiches elle-mêmes. Cette classification est le fruit du compromis et d'une reformulation des noms des rubriques afin de permettre une compréhension juste par les usagers des deux pays. Cette classification doit refléter aussi une grande cohérence afin de faciliter la navigation et la recherche de l'information par l'utilisateur.

La classification de départ du côté français est basée sur le plan de classification de l'Information Jeunesse établi par le CIDJ et utilisé pour l'indexation des documents au CRIJ. Ce plan de classification désigne les grands domaines de l'Information Jeunesse, qui sont ensuite divisés en sous domaines.

Cette classification a ensuite été adaptée pour le site. Des sous- domaines spécifiques ont été créés. Par exemple, dans la rubrique emploi, il était nécessaire de réaliser une sous-rubrique « travailler de l'autre côté de la frontière », qui n'existait pas dans la classification initiale. Les différents sous domaines regroupent eux-mêmes plusieurs fiches, dont les titres sont la plupart du temps formulés sous la forme d'une question (« A-t-on droit à des allocations chômage ? », « Que se passe t-il en cas de rupture de contrat ? », etc.).

Le choix de la forme interrogative correspond à la volonté de répondre au plus près aux interrogations des usagers. En effet, la démarche de se rendre sur le site correspond à priori à une recherche d'information précise. Ces questions sont par conséquent le reflet de celles que se posent les internautes à qui est destiné le site.

Les documentalistes chargées de rédiger ces questions sont au quotidien amenées à répondre au public transfrontalier. Elles se réfèrent donc en priorité à leur expérience professionnelle pour en établir la liste.

Une réunion entre les documentalistes des deux pays a ensuite permis de rectifier cette classification. Elle a fait l'objet de reformulations (afin d'éclaircir le sujet traité dans certaines fiches), et de réorganisation de certaines fiches dans des rubriques différentes



(pour faciliter la recherche d'information). Enfin, certains domaines ont été totalement remaniés, car ils ne cadraient pas à l'organisation du domaine en Belgique. Le domaine de la protection sociale a par exemple posé problème car les fonctionnements sont totalement différents d'un pays à l'autre.

La choix de la mutualisation de l'information sur le site nécessite donc de faire des concessions, afin que les usagers des deux pays s'y retrouvent. En effet, ce travail s'avère complexe car il faut tenir compte des repères culturels respectifs des publics transfrontalier. Il est donc nécessaire que les documentalistes des deux pays suivent mutuellement le travail réalisé par chacune, car l'information juste ne suffit pas. Il faut également qu'elle puisse être accessible au public concerné.

### **III. Les problèmes rencontrés**

#### **1. Problèmes rencontrés après la mise en ligne**

La période durant laquelle je suis intervenue sur le projet était une période de transition entre les deux phases du projet. La mise en ligne du site a été réalisée au tout début du stage. C'est par conséquent une période d'évaluation et d'évolution du projet, où apparaissent les différents problèmes techniques et pratiques. Ces différents problèmes soulignent les failles de la phase de conception. Toutefois, il est parfois impossible de réaliser certaines modifications. La présentation du site aux commanditaires, et son évaluation, nécessitent par conséquent des compromis entre les techniciens et les documentalistes.

Les premières utilisations de la console d'administration ont permis de mettre en lumière certains besoins pratiques, tant au niveau des documentalistes que des internautes. Pour les documentalistes, les limitations imposées par le cadre technique de l'interface d'administration posent parfois problème. En effet, les fiches ne peuvent contenir que trois paragraphes accompagnés de sous-titres, et trois liens hypertextes externes.

Une augmentation du nombre de champs ne pose pas de problèmes d'un point de vue technique. Cette modification a donc été acceptée par les concepteurs du site.

Lors de l'évaluation de l'interface d'administration, les documentalistes se sont penchées sur la réalisation des fiches « actualités ». Ces fiches concernent les divers événements se déroulant dans la région en France et en Belgique, tels que des salons étudiants par exemple, et susceptibles de concerner le public du site Internet. L'interface d'administration ne permettait d'insérer qu'une date de péremption de l'information, à partir de laquelle la fiche était supprimée du site.

Les documentalistes et les concepteurs du site ont convenu de la mise en place d'un nouveau champ, correspondant à la date de mise en ligne de la fiche. Ainsi, l'information est stockée au préalable sur le serveur de Zénith-communication, et apparaît en ligne au moment indiqué dans ce champs.

The image shows a screenshot of an administrative interface for a website. The interface has an orange background. On the left, there is a sidebar with a 'Modules' button and a list of menu items: 'Actualité', 'Lexique', 'Recherche thématique', and 'Publications'. The main content area is titled 'CATALOGUE' and has two sub-sections: 'Thèmes' and 'Actualités'. Below these, there is a form for creating or editing an entry. The form includes a checkbox labeled 'Mettre l'actu en page d'accueil' with a dropdown menu showing 'Non'. Below this are several text input fields: 'Titre', 'Description', 'Date', 'Lieu', and 'Horaires d'ouverture'. There are also two date selection fields: 'Date de péremption' and 'Date d'affichage', both set to '01 / 01 / 2005'.

**Figure 8. La partie actualité de l'interface d'administration**

Ce mode de fonctionnement facilite amplement le travail des documentalistes. En effet, au lieu de rechercher l'information au moment de la mise en ligne, elles peuvent ainsi collecter ces actualités au fur et à mesure, leur travail quotidien les amenant à être constamment sollicitées pour ce genre d'événement, et les stocker sur le serveur en vue d'une publication ultérieure. A fortiori, cela influe nécessairement sur la pertinence de l'information transmise à l'utilisateur. Cette information n'est plus soumise à l'impératif d'alimenter le site, mais recueillie et évaluée avant d'être mise en ligne.

D'autre part, cette phase d'évaluation a souligné un problème important dans l'architecture du site. À l'intérieur des fiches thématiques, qui est la partie centrale du site constituant la majeure partie du contenu informatif, il est parfois nécessaire de rediriger l'internaute vers une autre fiche thématique qui donne plus de précisions sur un sujet. De plus, cette redirection apparaît comme nécessaire pour éviter les redites, dans un souci de cohérence globale. L'utilisateur doit pouvoir trouver l'information précise qu'il recherche le plus rapidement possible. Le moyen le plus simple et le plus efficace de réaliser cette redirection est sans aucun doute l'utilisation de liens hypertextes internes. Les mots concernés apparaissent alors en surbrillance, et mènent directement à la fiche thématique donnant des précisions sur le sujet.

Or, la mise en place de liens hypertextes dans le corps de la fiche thématique est impossible dans le cadre de l'interface d'administration.

Le rédacteur ne peut influencer sur le texte pour le mettre en gras ou en italique, et encore moins des liaisons hypertextuelles<sup>15</sup>. Cette limite relève de la conception technique de l'interface d'administration, qui utilise le langage PHP. Ainsi, chaque champ comporte des fonctionnalités particulières, décidées au préalable au moment de la conception. Le champ du contenu de la fiche thématique ne peut accueillir que des chaînes de caractères. Le champ « pour plus d'info » permet d'y inscrire des chaînes de caractères qui deviendront à l'affichage des liens hypertextes externe. Ce champ se compose de deux parties : le texte qui s'affiche souligné sur le site, et l'URL de destination. Les champs des titres et sous-titres permettent d'inscrire des chaînes de caractères qui apparaîtront soulignées et en gras, espacés par rapport au contenu.

---

<sup>15</sup> cf. figure

Le fonctionnement de l'interface d'administration est celle d'une base de données. Les champs remplis sont stockés dans ces bases sur le serveur. L'affichage sur le site est réalisé à partir de requêtes SQL vers ces bases. Les caractéristiques et fonctionnalités des données qui apparaissent en front-office sont appliquées à ce moment là, une fois les données recueillies.

Par conséquent, les concepteurs du site ne peuvent proposer d'insérer des liens internes sans bouleverser totalement le fonctionnement interne du site. Ces modifications étant trop lourdes, il a pour l'instant été convenu que les redirections seraient indiquées par du texte indiquant le parcours de navigation pour accéder à la fiche thématique concernée. (exemple : emploi > la législation du travail > Belgique).

Ce choix pose de nombreux problèmes. Tout d'abord, il est évident que les documentalistes vont en faire l'économie dans la rédaction des fiches, car ces « liens » sont contraire à la volonté de clarté et d'efficacité défendues par les commanditaires. D'autre part, c'est un mode de navigation très anachronique et contraignant pour l'internaute, habitué à la navigation interactive de la plupart des sites. Les travaux de Kelvin N. Moers dans les années cinquante ont montré que « la difficulté d'accès à l'information induit fréquemment le renoncement ou la suspension de l'activité de s'informer <sup>16</sup> ». En effet, « l'utilisateur [...] préfère se priver de l'information dont il a besoin, en interrompant son activité de recherche lorsque celle-ci devient pénible ou difficile à poursuivre <sup>17</sup> ». Par conséquent, l'absence de lien hypertexte interne est un véritable obstacle à l'information. Il est peu probable que l'internaute fasse la démarche de se rendre sur la page qui l'intéresse par le mode de navigation proposé.

Nous avons également rencontré de nombreux problèmes liés essentiellement à des aspects techniques : certaines parties des fiches ne s'affichaient pas sur le site, des fiches entières disparaissaient, etc... Dans ce cas, nous ne pouvions agir que par l'intermédiaire des concepteurs.

---

<sup>16</sup> [http://www.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2003/Paganelli\\_Manes-Gallo/paganelli\\_mg.pdf](http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2003/Paganelli_Manes-Gallo/paganelli_mg.pdf)

<sup>17</sup> idem

Enfin, un aspect juridique du projet a également été abordé. Dans le contrat établi entre la société Zénith et les commanditaires, il a été établi que l'architecture et les bases de données du site appartenaient exclusivement à la société conceptrice. Cela empêche par conséquent une éventuelle exploitation des bases de données pour d'autres applications et dans d'autres projets...

## **7. La nécessité d'un intermédiaire entre documentalistes et techniciens**

Les différents problèmes rencontrés, décrits dans la partie précédente, ont un point commun : ils résultent de l'interface contenant/contenu, c'est à dire de la collaboration entre les techniciens et les documentalistes.

Les concepteurs doivent traduire les besoins des commanditaires au niveau technique.

Inversement, les documentalistes doivent pouvoir tenir compte des contraintes techniques dans l'expression de leurs besoins.

La double compétence technique et documentaire acquise pendant le Master I et mes expériences antérieures m'ont permis de jouer un rôle d'intermédiaire au sein de cette communication complexe.

Les notions de programmation en langage HTML et PHP acquises au préalable, ainsi qu'une longue expérience de la navigation sur Internet m'ont aidé à comprendre les contraintes techniques liées au projet mais aussi les aspects ergonomiques défendus par les documentalistes.

J'ai pu réaliser concrètement durant le stage que cette fonction d'intermédiaire était nécessaire dans la réalisation d'un projet de ce type. Documentalistes et techniciens n'ont pas le même langage ni les mêmes contraintes. Il faut pourtant réussir à réunir ces deux visions afin de mener à bien le projet.

## **Partie 3. Les Enjeux de la mise en ligne de l'Information Jeunesse Européenne**

Cette partie s'attachera à étudier la façon dont on peut diffuser l'information Jeunesse européenne par le biais d'un média particulier : Internet. Dans une deuxième partie, nous étudierons les particularités ergonomique d'un site informatif en appliquant ces principes au site [jeunes.org](http://jeunes.org).

### **I. Comment diffuser l'Information Jeunesse Européenne sur Internet ?**

#### **1. Réalisation d'un questionnaire de satisfaction pour le site [jeunes.org](http://jeunes.org)**

Dans le cadre de la mise en ligne du site [jeunes.org](http://jeunes.org), il m'a semblé intéressant de réaliser un questionnaire de satisfaction à l'attention des utilisateurs<sup>18</sup>. Toutefois, ce questionnaire est limité pour plusieurs raisons. Le site étant mis en ligne depuis peu de temps, les internautes qui répondent au questionnaire n'en ont pas une expérience dans la durée. D'autre part, le contenu étant pour l'instant restreint (la phase d'alimentation est encore en cours), il est difficile d'en juger au moment du passage du questionnaire.

L'objectif est de recueillir des informations sur plusieurs points.

Les premières questions renvoient à la façon dont l'internaute a connu le site et aux raisons précises pour lesquelles il le consulte. Puis nous l'interrogeons sur sa satisfaction par rapport au graphisme, à la navigation et au contenu informatif.

---

<sup>18</sup> cf. Annexe

Enfin, nous lui demandons de classer certaines rubriques et fonctionnalités (tels que le moteur de recherche ou le lexique) par ordre d'utilité selon lui.

Nous avons recueilli peu de réponses en retour, malgré l'importance du nombre des interrogés (plusieurs centaines). Il nous a semblé pertinent de faire passer ce questionnaire par Internet, à un public déjà concerné par l'information jeunesse. Pour cela, nous avons interrogé les abonnés à la newsletter du site du CRIJ<sup>19</sup>. D'autre part, le questionnaire a été mis en ligne sur la page d'accueil du site jeunes.org.

On peut supposer plusieurs raisons au faible retour de ce questionnaire.

Tout d'abord, les internautes ne peuvent juger facilement le site qu'ils découvrent souvent au moment de répondre. D'autre part, les questions concernant le contenu ne peuvent recueillir de réponses pertinentes à partir du moment où phase d'alimentation n'est pas achevée. De plus, le mode de passage du questionnaire (par e-mail) nécessite une réponse immédiate, sans quoi le mail sera effacé ou archivé par l'internaute.

Enfin, la raison principale est que ce questionnaire intervient au mauvais moment. Il aurait fallu attendre la phase de communication autour du projet pour le soumettre aux internautes, tout du moins en ce qui concerne le questionnaire par e-mail.

Le questionnaire sur la page d'accueil de jeunes.org peut tout à fait s'intégrer à partir de la mise en ligne. Il devient un moyen de dialogue et d'interaction avec l'internaute.

Bien entendu, la quinzaine de questionnaires renvoyés ne nous permet pas de réaliser une analyse valable.

---

<sup>19</sup> <http://www.crij-npdc.asso.fr/>

## 2. les enjeux de la lecture numérique

Le choix de diffuser l'Information Jeunesse sur Internet comporte de nombreux enjeux de médiation. En effet, la lecture numérique entraîne une approche différente de l'information et de son appropriation. Les documentalistes sont donc amenées à appréhender d'autres usages et par conséquent d'autres façon de présenter et diffuser l'Information Jeunesse. Claire Belisle questionne cette nouvelle forme de médiation : « Qu'en est-il du contrat de lecture lorsque celle-ci devient navigation, exploration, découverte, repérage, mais aussi « butinage », annotation et sélection associative, voire restructuration dans des ensembles non-séquentiels et non narratifs de nœuds d'information inter-reliés, plutôt qu'un cheminement linéaire ou logique dans un texte ? »<sup>20</sup>.

Effectivement, le parcours de lecture de l'utilisateur dans le cas d'un document papier est simplifié. Ce document peut faire l'objet d'une mise en forme facilitant l'accès à certaines informations (par exemple, dans le cas des fiches du CIDJ, les encadrés présentant les adresses utiles). Toutefois, le parcours de lecture est toujours relativement linéaire et le lecteur n'a que très peu d'incidence sur celui-ci. Le parcours de lecture au sein du document numérique est entièrement conditionné par les choix de l'utilisateur. La contrepartie est qu'il peut s'y égarer totalement, et ne jamais trouver l'information recherchée. Le rôle du documentaliste est donc de baliser et mettre en forme l'information afin que l'utilisateur se repère à l'intérieur du document et trouve rapidement l'information qu'il recherche.

Ces repères peuvent être par exemple l'utilisation d'un code de couleurs pour identifier des objets de même nature, tels que les liens hypertextes, ou les articles d'une même rubrique. Il est nécessaire d'établir, au moment de la conception du site, une charte graphique cohérente et respectée dans l'ensemble des pages.

D'autre part, les recherches de Jacob Nielsen ont montré que la lecture d'un texte à l'écran était 25% plus lente que celle d'un texte sur papier. Ces études montrent aussi que 79% des internautes lisent le contenu rédactionnel des pages web en diagonale.

---

<sup>20</sup> Claire Belisle « la lecture numérique : réalités, enjeux et perspectives » presses de l'ENSSIB, coll. Références, Villeurbanne, 2004



Ce mode de lecture, de type « balayage », « consiste à parcourir le texte afin de savoir si une information est présente ou pour localiser une information dont on sait qu'elle fait partie du texte »<sup>21</sup>. Il est donc nécessaire de mettre en forme le contenu de telle façon que l'internaute puisse localiser et saisir l'information qui l'intéresse. Le contenu des pages doit par conséquent être synthétique et comporter des titres et sous-titres le structurant. Le contenu informationnel peut également être mis en relief par des enrichissements typographiques tels que le gras ou l'italique.

Cependant, dans le cadre du site jeunes.org, ces enrichissements typographiques sont rendus impossible par des contraintes techniques<sup>22</sup>.

### **3. La place de l'utilisateur dans la conception du site jeunes.org**

La charte de l'Information Jeunesse Européenne de 2004, à laquelle se conforme le réseau IJ en France, place l'utilisateur au centre du service : « l'information fournie est déterminée par les demandes des jeunes, ainsi que par la perception de leurs besoins en information. Elle traite tous les sujets qui peuvent intéresser les jeunes et évolue constamment de manière à couvrir de nouveaux sujets. » (article 4)<sup>23</sup>.

Le site jeunes.org est né de cette préoccupation. En effet, les documentalistes belges et françaises ont constaté un manque en matière d'information transfrontalière. Internet s'est révélé être le média idéal, car il était difficile pour l'utilisateur de savoir à qui s'adresser pour recueillir ces informations. Les documentalistes connaissent bien leur pays, mais il n'est pas évident pour l'utilisateur qu'elles connaissent également précisément les questions transfrontalières. A l'heure actuelle, on peut supposer qu'il se dirige donc naturellement vers Internet pour trouver l'information.

Les documentalistes se sont avant tout basées sur leur expérience dans la conception du contenu informationnel du site. Le plan de classification utilisé pour l'Information Jeunesse française a servi de base à son élaboration, et a été orienté dans une optique transfrontalière.

---

<sup>21</sup> <http://www.uzine.net/article1738.html> et <http://www.redaction.be/electure/scan.htm>

<sup>22</sup> II, 6

<sup>23</sup> cf. Annexe

Toutefois, on peut considérer que l'utilisateur ne soit pas assez pris en compte dans l'élaboration du site. En effet, il n'y a pas eu d'enquête préalable auprès des usagers potentiels du site, qui aurait permis d'orienter plus précisément le contenu en fonction des besoins. Ce manque a été compensé par la mise en place de plusieurs rubriques permettant à l'utilisateur d'intervenir indirectement sur le contenu. La rubrique « votre question » propose à l'internaute d'interroger les documentalistes sur une question précise, dont il n'a pas trouvé la réponse dans le site. Cette question, si elle est jugée pertinente, fera l'objet d'une fiche thématique.

D'autre part, l'internaute peut aussi soumettre ses « avis et suggestions » dans la rubrique concernée. Ils seront pris en compte dans l'évolution du site.

Dans une certaine mesure, le questionnaire de satisfaction<sup>24</sup> permet également à l'utilisateur d'intervenir sur le site.

---

<sup>24</sup> III, 1

## II. Ergonomie d'un site informatif : l'exemple du site jeunes.org

Il existe de nombreux discours sur l'ergonomie du web actuellement. On ne peut pas affirmer qu'il existe une méthode idéale pour concevoir un site web. Toutefois, les outils d'analyse disponibles permettent de cerner les problèmes et de réaliser des améliorations. Dans cette partie, je me suis appuyée entre autre sur les travaux de Joëlle Cohen et Xavier Casanova<sup>25</sup>. L'article en question reprend « les critères ergonomiques et les recommandations pour la conception et l'évaluation des sites web » de Dominic Scapin et Christian Bastien.

### 1. Aspects graphiques et visuels

Les aspects de surface ne sont pas à négliger dans la conception d'un site web. En effet, l'internaute qui découvre le site va être interpellé avant tout par les données visuelles. Christina Barroco affirme : « Quand le visiteur d'un site y accède pour la première fois, un rapport va s'établir entre lui et vous, conditionnée par plusieurs facteurs, dont le côté visuel constitue souvent la première approche. »<sup>26</sup>. Il faut par conséquent qu'il comprenne d'emblée l'objet du site. Les couleurs utilisées, les images ou encore la typographie ne doivent pas inférer sur le contenu, en brouillant le message. L'énonciation doit corroborer l'énoncé.

Dès la phase de conception, il faut donc élaborer une charte graphique cohérente. Pour le site jeunes.org, les couleurs d'arrière plan utilisées sont des couleurs vives (orange, rouge, vert). A priori, ces couleurs ne dégagent pas l'image de sérieux qu'on attend d'un site informatif. Elles ont été choisies avant tout pour interpeller un public jeune, et rappeler

---

<sup>25</sup> Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « l'écran efficace » in « Documentaliste – Sciences de l'information », 2001, vol. 38, n°5-6, p272-289

<sup>26</sup> Christina Barroco, « graphisme et ergonomie des site web », Dunot, coll. Planète numérique, Paris, 2003

les couleurs de l'Information Jeunesse transfrontalière<sup>27</sup>. Les photos du jeune homme et du groupe de jeunes en page d'accueil appuient cette idée.

L'image de crédibilité associée l'information sur le site est apportée par la police de caractères utilisée, stricte et sans fioritures, et surtout par les logos de l'UE et d'Interreg III présents en bas à gauche de la page d'accueil et de l'Information Jeunesse Transfrontalière en haut à gauche, véritables garants de la fiabilité de l'information. Ces trois logos permettent à l'internaute de juger immédiatement de la fiabilité des informations diffusées. Il peut ainsi supposer que cette information a au préalable été analysée et vérifiée, et qu'il peut s'y fier. Ces logos sont présents sur toutes les pages du site. Par conséquent, même si l'internaute n'accède pas au site par la page d'accueil, il peut toujours situer le site et juger de la fiabilité de l'information diffusée.

Mis à part les logos, de nombreux éléments, tels que les photos, les couleurs ou le menu se répètent sur toutes les pages. Ils constituent un cadre à l'intérieur duquel apparaît le contenu. Selon Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « la même forme, réutilisée de page en page, outre le réemploi des mêmes automatismes, présente un intérêt supplémentaire : permettre une gestion en douceur des transitions. Sur le web, la transition la plus courante est celle qui est produite par le changement de page. Sauf si on a quitté le site, on s'attend à ce que la page que l'on appelle présente un certain degré de familiarité avec celle que l'on quitte. »<sup>28</sup>. Ces récurrences constituent donc des repères de navigation pour l'internaute.

La charte graphique est également chargée d'organiser les différents éléments dans l'espace dans un souci de lisibilité. Pour Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « l'écran efficace est celui qui réussit à insérer les informations dans « une forme bien formée », c'est à dire à laquelle on peut appliquer des opérations de logique formelle. »<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> cf. figure

<sup>28</sup> Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « l'écran efficace » in « Documentaliste – Sciences de l'information », 2001, vol. 38, n°5-6, p282

<sup>29</sup> Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « l'écran efficace » in « Documentaliste – Sciences de l'information », 2001, vol. 38, n°5-6, p278

L'organisation des différents éléments dans la page vise à en réduire la complexité. La connaissance de certains processus cognitifs peut contribuer à organiser cet espace. Les « lois de l'organisation perceptive » établies par Wertheimer, Köhler et Koffka affirment que « des éléments sont perçus comme formant le même ensemble s'ils sont proches les uns des autres [...] ou s'ils partagent le même alignement. <sup>30</sup>». Dans le site jeunes.org, la plupart des éléments sont organisés de cette manière. Le menu permettant d'accéder au contenu informatif est regroupé autour de la photo, au centre de l'écran.

Le contenu (fiches thématiques, publications téléchargeables...) est regroupé dans la partie inférieure, organisé sous forme de liste.

Jöelle Cohen et Xavier Casanova reconnaissent, dans une optique cognitive, « un surcroît d'efficacité [...] au dispositif assurant un double codage, visuel et verbal. Or l'organisation visuelle des informations repose très précisément sur la recherche constante de ce double codage. »<sup>31</sup>. Ce double codage est appliqué dans le site jeunes.org : les éléments du même type ont la même couleur (par exemple les rubriques liées au contenu informatif sont en bleu, ceux liés au dialogue avec l'utilisateur et à la présentation des commanditaires sont en blanc).

La couleur permet également de donner des indications fonctionnelles à l'internaute. Les liens hypertextes externes apparaissent en orange et sont soulignés. Dans la partie consacrée aux publications, le titre des publications disponibles au téléchargement s'affichent en noir, celles disponibles uniquement sur demande dans les centres d'Information Jeunesse apparaissent en gris.

---

<sup>30</sup> Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « l'écran efficace » in « Documentaliste – Sciences de l'information », 2001, vol. 38, n°5-6, p276

<sup>31</sup> Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « l'écran efficace » in « Documentaliste – Sciences de l'information », 2001, vol. 38, n°5-6, p280

## 2. Optimisation de la navigation

La prise en compte de la navigation est évidemment centrale dans la conception d'un site à caractère informatif. Elle concerne à la fois la structure interne du site, les éléments de la navigation (liens hypertexte, moteur de recherche), et les contraintes techniques.

L'architecture du site doit amener à une structuration logique du contenu. Cette structuration peut être réalisée en largeur ou en profondeur.

Dans le cas d'une structure en largeur, la page d'accueil propose des choix multiples qui permettent d'accéder directement à toutes les pages du site. L'inconvénient est qu'elle rend le contenu peu lisible. Cette structure demande à l'internaute de se repérer librement à l'intérieur du site. Il peut par conséquent facilement s'égarer et peiner à trouver l'information.

Dans le cas d'une structure en profondeur, le contenu est organisé de façon hiérarchique. La page d'accueil permet l'accès à des rubriques. Ces rubriques offrent ensuite un choix plus précis. C'est ce type d'architecture qui a été choisi pour le site jeunes.org. Cette structure a l'avantage de guider l'internaute et de proposer une présentation plus claire. Toutefois, elle comporte également l'inconvénient de rendre l'accès à l'information plus lente. Selon Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « trop de choix possibles et une trop grande profondeur rendent difficile le maintien des objectifs de recherche tout au long du processus, de même que leur ajustement lors de chacune des nouvelles décisions. »<sup>32</sup> La navigation sur ce site est en effet assez contraignante, car le contenu y est très hiérarchisé. Dans le cas des fiches thématiques, il faut d'abord choisir un domaine (emploi, enseignement...) puis un sous-domaine, puis le pays qui nous intéresse pour enfin accéder à la liste des fiches correspondant aux critères de la recherche. Selon la loi de Moers, dont nous avons déjà parlé précédemment<sup>33</sup>, il y a donc un risque que l'internaute abandonne sa recherche avant de trouver l'information. Cette structure demande une grande logique dans l'organisation et l'intitulé des rubriques. Cette contrainte est renforcée par le fait qu'on s'adresse ici à un public double, dont les cultures sont différentes.

---

<sup>32</sup>

<sup>33</sup> Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « l'écran efficace » in « Documentaliste – Sciences de l'information », 2001, vol. 38, n°5-6, p282

Les réunions entre documentalistes belges et françaises ont permis d'éclaircir les ambiguïtés et de structurer le plus logiquement possible ces rubriques en prenant compte des facteurs culturels.

L'analyse de la navigabilité tient également compte des outils de navigation. Le site jeunes.org comporte des liens internes au niveau du menu. Ces liens permettent d'accéder à toutes les rubriques, et sont accessibles à partir de toutes les pages du site. Cela facilite la navigation car il n'est pas nécessaire de revenir sur la page d'accueil pour accéder à d'autres rubriques. Nous avons déjà abordé le problème des liens internes à l'intérieur du contenu (il est impossible de lier deux fiches thématiques par un lien hypertexte). Ce problème est un véritable obstacle à la navigation, qui peut également entraîner l'abandon de la recherche par l'utilisateur.

La plupart des rubriques proposent des liens externes vers d'autres sites permettant à l'internaute de compléter sa recherche. Ce sont des éléments importants, qu'il faut nécessairement intégrer sur un site informatif.

Les concepteurs du site ont intégré un moteur de recherche, qui permet de trouver l'information au sein de toutes les rubriques de contenu (fiches thématiques, publications, lexique...). Cet outil pallie au manque d'efficacité de la recherche au sein des rubriques et à l'absence de lien interne dans le contenu, notamment pour les fiches thématiques. Des éléments graphiques (icônes, couleurs) permettent de différencier les supports de l'information (fiche thématique, publication téléchargeable, publication disponible sur demande) dans l'affichage des résultats.

L'efficacité de la navigation dépend également de facteurs techniques. Il faut par exemple optimiser le poids des images, généralement lourdes à télécharger, pour pouvoir être accessible à tous types de connexions (du modem 56k au haut débit ADSL). Dans le cas des fichiers téléchargeables, il est généralement conseillé d'indiquer le poids du fichier pour les mêmes raisons.

Le graphisme du site jeunes.org (photos, arrière plan) est composé, au niveau technique, d'une multitude d'images. En accédant à la page d'accueil, on peut remarquer que même avec une connexion haut débit (1Méga/s), ces images mettent un certains temps à se charger. L'accès au site à partir d'un ordinateur connecté à bas débit doit donc poser des

problèmes. C'est en réalité un problème majeur car la rapidité d'accès est un élément déterminant de la navigation sur internet. L'internaute pourrait abandonner sa visite dès ce stade. Néanmoins, une fois la première page chargée, la navigation reste fluide à l'intérieur du site. En effet, ces images sont stockées temporairement dans la mémoire cash de l'ordinateur de l'internaute, et ne nécessitent pas d'être rechargées durant la navigation.

Enfin, il est important de pouvoir se repérer à l'intérieur d'un site, et surtout de pouvoir identifier le parcours déjà réalisé. Le site jeunes.org consacre une rubrique au plan du site, qui donne la possibilité de se repérer dans le site en listant les différentes rubriques proposées. Toutefois, ce plan est très sommaire, et n'affiche pas les détails de la structure. D'autre part, il n'est pas possible d'identifier le parcours déjà réalisé à l'intérieur du site. Cet élément pourrait constituer une modification future intéressante .

### **3. Le contenu informatif**

L'organisation du contenu textuel d'un site informatif est cruciale, afin de répondre à la recherche de l'internaute le plus efficacement possible. L'information doit nécessairement être mise en forme afin d'être assimilée par l'internaute et à faciliter la recherche au sein de ce texte. Nous avons déjà vu précédemment que la lecture à l'écran était plus difficile et par conséquent plus lente. Un site informatif étant composé en majorité de texte, il faut donc trouver des solutions palliant à ces problèmes. Selon les deux auteurs cités précédemment, « seule la ponctuation des textes par des titres signalant les contenus de manière condensée peut y remédier, si le format texte est le seul envisageable. »<sup>34</sup>. En effet, ces titres dispensent l'internaute de la lecture totale du texte, en localisant précisément les informations contenues dans le texte. Cette solution est appliquée dans le site jeunes.org. Même si les textes sont très synthétiques et relativement courts, la division en paragraphes intitulés permet d'accroître l'efficacité de l'accès à l'information.

---

<sup>34</sup> Joëlle Cohen et Xavier Casanova, « l'écran efficace » in « Documentaliste – Sciences de l'information », 2001, vol. 38, n°5-6, p281



D'autre part, dans la plupart des ressources sur l'ergonomie, on trouve les mêmes critères de qualité en ce qui concerne le contenu textuel. En premier lieu, il faut éviter les liens vides (qui n'aboutissent pas à l'information indiquée, mais à une page vide), qui découragent l'internaute de poursuivre ses recherches. Pour cette raison, la date de mise en ligne du site jeunes.org aurait pu être déplacée après la fin de la phase d'alimentation. En effet, les différents problèmes rencontrés lors du projet ont occasionné des retards dans la rédaction des fiches thématiques. Le site mis en ligne ne traite que de quelques-uns des nombreux thèmes prévus. Les documentalistes belges et françaises ne travaillent pas toujours simultanément sur les mêmes thèmes. Par conséquent, certains domaines apparaissant sur le site ne sont parfois valables que pour un des deux pays. L'internaute peut choisir une rubrique, puis une sous rubrique et un pays, et ne s'aperçoit qu'après ces différentes étapes qu'il n'y pas de fiches disponibles pour les critères de recherche choisis. L'organisation du projet autour d'une plate-forme de travail commune (l'interface d'administration du site) entraîne donc certains problèmes. Seule une organisation stricte du travail sur le contenu des deux côtés de la frontière pourrait résoudre ces problèmes.

Enfin, la qualité d'un site informatif réside aussi sur la fréquence de mise à jour et l'apport régulier de contenu nouveau. Il ne suffit pas de mettre en place un site pour qu'il fonctionne dans la durée. En effet, la fréquentation du site et la fidélisation des internautes dépendra de cette capacité à renouveler le contenu. Dès la phase de conception, les responsabilités de mise à jour et d'apport de contenu doivent être attribuées. Dans le cas du site jeunes.org, ces responsabilités incombent aux documentalistes belges et françaises, chargées de recueillir au quotidien les informations liées à la problématique transfrontalière.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> cf. partie sur répartition des taches

#### 4. Analyse des données statistiques du site jeunes.org

Nous allons nous pencher plus précisément sur les données statistiques de fréquentation et de navigation du site jeunes.org, afin de connaître en détails l'impact des éléments que nous venons d'analyser<sup>36</sup>. L'interface d'administration permet de recueillir plusieurs types d'information, notamment sur la fréquentation, le parcours de navigation, les affluents (comment l'internaute accède au site), ou encore les mots clés utilisés dans les moteurs de recherche, dont certaines peuvent nous aider à éclairer nos analyses. Ces données sont très importantes pour les documentalistes et les concepteurs du site afin de recadrer le contenu du site en fonction des besoins des utilisateurs, ou encore pour redéfinir la stratégie de référencement.

Dans un premier temps, on peut remarquer que le taux de fréquentation est assez faible (360 visites au mois d'avril, 340 visites du 1<sup>er</sup> au 26 mai), en considérant l'impact potentiel du site. Toutefois, il faut tenir compte du fait qu'il n'y pas encore eu de communication officielle autour du site de la part des structures d'Information Jeunesse transfrontalière. De plus, 44% des visiteurs abandonnent dès la première page (« taux de visite à une page »). Ce taux important d'abandon est à rapprocher des problèmes de référencement. En effet, dans la liste des vingt mots clés les plus utilisés dans les moteurs de recherche pour accéder au site, seuls sept sont réellement pertinents par rapport à l'objet du site. Par conséquent, la plupart des internautes qui visitent le site actuellement le quittent rapidement. Il y a donc un problème de référencement, qu'il faudra affiner afin d'une part d'être accessible à la plupart recherches pertinentes par rapport à la problématique transfrontalière, et d'autre part pour éviter d'amener les internautes sur le site via des mots-clés non pertinents. Les recherches pertinentes qui n'aboutissent pas au site ne sont pas mesurables, mais le pourcentage de mots-clés non pertinents peut être en cela une indication significative.

Les statistiques de fréquentation nous indiquent également le taux moyen de pages visitées par visiteur du site : 4.43 pages par visiteur en moyenne au mois de mai.

---

<sup>36</sup> Toutes les statistiques figurant dans cette partie ont été recueillies le 26 mai 2005. Les tableaux sont situés dans l'annexe.

Or, les données qui nous intéressent en réalité sont celles qui concernent les internautes intéressés par l'objet du site. Il faut donc prendre en compte les visiteurs qui vont au delà de la première page. En éliminant les visites se limitant à une seule page, on peut donc considérer que les visiteurs réels visitent 7,125 pages en moyenne.

On peut ajouter que ce taux relativement important de pages visitées est également lié à la structure du site. Ainsi, avant de trouver la fiche thématique qui l'intéresse, le visiteur (ayant accédé au site par la page d'accueil) doit passer par cinq pages successives avant d'arriver à l'information (en supposant qu'il ait effectué les bons choix au préalable).

En ce qui concerne la navigation, on constate que la rubrique la plus visitée est celle des fiches thématiques. Cela n'est pas surprenant, car elle constitue la rubrique centrale du site, autour de laquelle a été construit le site. Viennent ensuite la page d'accueil et les publications. La page d'accueil est celle par laquelle la plupart des visiteurs accèdent au site (exactement 89,11% des visiteurs en mai), et les publications constituent un support complémentaire de l'information contenue dans les fiches thématiques. Ces résultats confirment que l'organisation du site correspond à priori aux attentes des utilisateurs.

Par ailleurs, on peut souligner la hausse significative du nombre de visites de la rubrique « votre question » (hausse de 154% par rapport au mois précédant). C'est un signe encourageant, car le site se veut complémentaire des structures d'Information Jeunesse transfrontalières. Néanmoins, le nombre de questionnaire effectivement envoyés est assez faible relativement au nombre de visite de la page contenant ce questionnaire (23.3%).

Peut être faudrait-il encourager cette démarche en assurant au visiteur qu'il obtiendra une réponse rapide et personnalisée sur le sujet, formulée par un professionnel de l'information jeunesse. En effet, la page contenant le questionnaire est assez froide, et n'est pas encadrée par un texte explicatif<sup>37</sup>.

Enfin, il est assez difficile d'analyser les données concernant les affluents compte tenu du fait que le plan de communication n'a pas encore été réalisé. Par conséquent les partenaires n'ont pas encore été sollicités pour insérer un lien vers jeunes.org au sein de leur site. Toutefois, le taux d'accès direct au site peu paraître surprenant. Il constitue 90% des accès au site, contre 9% pour les moteurs de recherche.

---

37

Ces résultats sont à mettre en relation avec les problèmes de référencement. On peut donc supposer que de nombreuses recherches dans les moteurs de recherche n'aboutissent pas au site.

Ces statistiques nous permettent de situer les problèmes afin d'orienter plus efficacement les prochaines modifications. Elles montrent néanmoins que le projet d'un site Internet d'Information Jeunesse transfrontalière répond à un réel besoin.

# Bibliographie

STILLER Henri, 2001

*le portail, outil fédérateur d'information et de connaissances*, in Documentaliste – Sciences de l'information, 2001, n°1

BELISLE Claire, 2004

*la lecture numérique : réalités, enjeux et perspectives*, presses de l'ENSSIB, coll. Références, Villeurbanne

COHEN Joëlle et CASANOVA Xavier, 2001,

*l'écran efficace* in Documentaliste – Sciences de l'information , vol. 38, n°5-6, p272-289

BARROCO Christina, 2003,

*graphisme et ergonomie des site web* , Dunot, coll. Planète numérique, Paris

# Sitographie

**Le site du CRIJ Nord Pas-de-Calais :**  
<http://www.crij-npdc.asso.fr>

**Le site du CIDJ :**  
<http://www.cidj.asso.fr>

**Le portail du réseau ERYICA :**  
<http://www.eryica.org/webportal>

**Le portail du réseau EURODESK :**  
<http://www.eurodesk.org>

**CATES-GALLO Maria Caterina et PAGANELLI Céline,**  
*La recherche d'information assistée par ordinateur : quelle représentation des connaissances ?*,  
article inédit, mis en ligne le 10 février 2004 :  
[http://www.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2003/Paganelli\\_Manes-Gallo/paganelli\\_mg.pdf](http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2003/Paganelli_Manes-Gallo/paganelli_mg.pdf)

*La lecture facile à l'écran*, article publié sur le site uzine.net :  
<http://www.uzine.net/article1738.html>

*Les internautes lisent en diagonale*, article publié sur le site redaction.be :  
<http://www.redaction.be/electure/scan.htm>

# ANNEXES

- Annexe I : Charte européenne de l'Information Jeunesse
- Annexe II : Le Kit Europe
- Annexe III : Le site jeunes.org
- Annexe IV : Tableau d'organisation de la collaboration des documentalistes françaises et belges
- Annexe V : Organigramme du site jeunes.org
- Annexe VI : Cahier des charges du site
- Annexe VII : Questionnaire de satisfaction
- Annexe VIII : Interface d'administration du site
- Annexe IX : Statistiques du site

## **Annexe I :**

Charte européenne de l'Information  
Jeunesse



# CHARTRE EUROPEENNE DE L'INFORMATION JEUNESSE



*Adoptée à Bratislava (République Slovaque) le 19 novembre 2004  
par la 15ème Assemblée générale de l'Agence européenne pour  
l'information et le conseil des jeunes (ERYICA).*

## Préambule

Dans des sociétés complexes et dans une Europe intégrée qui offre de nombreux défis et opportunités, l'accès à l'information et la capacité à l'analyser et l'utiliser sont de plus en plus importantes pour les jeunes européens. Le travail en information jeunesse peut les aider à réaliser leurs aspirations et peut promouvoir leur participation comme membres actifs dans la société. L'information jeunesse doit être dispensée de manière à élargir les choix offerts aux jeunes et promouvoir leur autonomie ainsi que leur capacité à penser et agir par eux-mêmes.

Le respect de la démocratie, des droits de l'homme et des libertés fondamentales implique le droit, pour tous les jeunes, d'avoir accès à une information complète, objective, compréhensible et fiable sur tous leurs questions et besoins. Ce droit à l'information a été reconnu dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, par la Convention relative aux Droits de l'Enfant, dans la Convention Européenne pour la Protection des Droits de l'Homme et par la Recommandation n° R (90) 7 du Conseil de l'Europe concernant l'information et les conseils à donner aux jeunes en Europe. Ce droit est également la base des actions en information jeunesse entreprises par l'Union Européenne.

## Introduction

Le travail en information jeunesse généraliste couvre tous les sujets qui intéressent les jeunes et peut inclure un éventail d'activités : information, conseil et avis, orientation, aide, accompagnement, "coaching" et formation, travail en réseau, ainsi que renvoi vers des services spécialisés. Ces activités peuvent être dispensées par des centres d'information jeunesse, ou par des services d'information jeunesse au sein d'autres structures, ou via des médias électroniques ou d'autres types de médias. Les principes de cette Charte sont destinés à être appliqués à toutes les formes de travail en information jeunesse généraliste. Ils constituent une base de standards minimums et de mesures de qualité qui doivent être établis dans chaque pays, en tant qu'éléments d'une approche globale, cohérente et coordonnée du travail d'information jeunesse, ce dernier faisant partie de la politique de jeunesse.

## Principes

Les principes suivants constituent des lignes directrices pour le travail en information jeunesse généraliste qui vise à garantir aux jeunes le droit à l'information.

1. Les centres et les services d'information jeunesse sont ouverts à tous les jeunes sans exception.
2. Les centres et les services d'information jeunesse s'efforcent de garantir l'égalité d'accès à l'information à tous les jeunes, quels que soient leur situation, leur origine, leur sexe, leur religion, ou leur catégorie sociale. Une attention particulière doit être portée aux groupes défavorisés et aux jeunes ayant des besoins spécifiques.

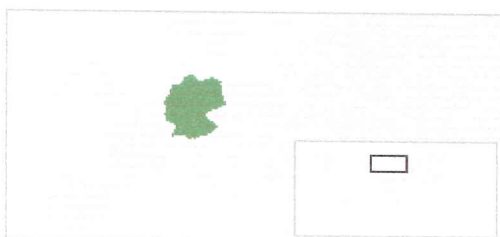
3. Les centres et les services d'information jeunesse doivent être accessibles facilement et sans rendez-vous. Ils doivent être attrayants pour les jeunes et offrir une atmosphère accueillante. Leurs horaires de fonctionnement doivent correspondre aux besoins des jeunes.
4. L'information fournie est déterminée par les demandes des jeunes, ainsi que par la perception de leurs besoins en information. Elle traite tous les sujets qui peuvent intéresser les jeunes et évolue constamment de manière à couvrir de nouveaux sujets.
5. Chaque usager est respecté comme un individu à part entière et la réponse à chaque question est personnalisée. Cela doit être fait d'une manière qui permette à l'utilisateur de renforcer sa capacité à penser et agir par lui-même, d'exercer son autonomie et de développer sa capacité à analyser et utiliser l'information.
6. Les services d'information jeunesse doivent être gratuits.
7. L'information est fournie de manière à respecter la vie privée de l'utilisateur ainsi que son droit à ne pas révéler son identité.
8. L'information est dispensée de manière professionnelle par du personnel qui est formé à cet effet.
9. L'information fournie est complète, à jour, exacte, pratique, conviviale et facile d'utilisation.
10. Tout est mis en œuvre afin d'assurer l'objectivité de l'information dispensée, et ce grâce au pluralisme des sources utilisées ainsi qu'à leur vérification.
11. L'information dispensée doit être indépendante de toute influence religieuse, politique, idéologique ou commerciale.
12. Les centres et les services d'information jeunesse s'efforcent d'atteindre le plus grand nombre possible de jeunes, en utilisant des moyens efficaces et appropriés selon les différents groupes et besoins. Ils doivent pour ce faire être créatifs et novateurs dans le choix de leurs stratégies, méthodes et outils.
13. Les jeunes doivent avoir l'opportunité de participer, de manière adaptée, aux différentes étapes du travail en information jeunesse, que cela soit au niveau local, régional, national ou international. Cela peut inclure, entre autres, une participation à l'identification des besoins en information, à la préparation et à la diffusion de l'information, à la gestion et à l'évaluation des services et projets d'information, ainsi que des activités impliquant les pairs.
14. Les services et les centres d'information jeunesse doivent coopérer avec d'autres services et structures de jeunesse, en particulier dans leur localité, et travailler en réseau avec des intermédiaires et d'autres organismes qui interviennent auprès des jeunes.
15. Les services et les centres d'information jeunesse doivent aider les jeunes à avoir accès à l'information par le biais des technologies modernes de l'information et de la communication, ainsi qu'à développer leurs compétences à les utiliser.
16. Aucune source de financement du travail en information jeunesse ne doit agir d'une manière qui empêche un service ou un centre d'information jeunesse d'appliquer l'ensemble des principes de cette Charte.

## **Annexe II :**

Le Kit Europe

Exemple de fiche pays réactualisée du Kit Europe :

# Allemagne



Présentation du pays 2

Informations pratiques 5

Formalités d'entrée et de séjour

Protection sociale

Logement

Réseau Information Jeunesse

Études 14

Système éducatif

Inscription des étudiants étrangers

Reconnaissance des diplômes

Aides financières

Stages 25

Emploi 28

Lectures utiles 35

# Présentation du pays

## v Régime politique

République fédérale comprenant 16 Länder (Etats fédéraux). Les organes constitutionnels sont composés du Président fédéral, du « Bundestag », du « Bundesrat », du gouvernement fédéral et de la Cour constitutionnelle fédérale (« Bundesverfassungsgericht »).

Le Président fédéral est élu tous les 5 ans par une assemblée fédérale ne se réunissant qu'à cette fin. Il est le chef de l'Etat.

Le « Bundestag » est une assemblée nationale composée de 603 députés élus au suffrage universel pour 4 ans.

Le « Bundesrat » comprend 69 sièges représentant les gouvernements des « Länder » ou leurs plénipotentiaires.

Le gouvernement fédéral se compose du chancelier fédéral (son chef) et des ministres fédéraux (le cabinet). Ceux-ci sont nommés par le président fédéral sur proposition du chancelier.

La Cour constitutionnelle fédérale veille au respect de la loi fondamentale. Son siège se trouve à Karlsruhe.

L'Allemagne fait partie des membres fondateurs de l'Union européenne en 1957.

## v Découpage administratif

L'Allemagne est divisée en 16 Länder ; chaque Land a une capitale : Bade-Wurtemberg (Stuttgart), Basse-Saxe (Hanovre), Etat libre de Bavière (Munich), Berlin (Berlin), Brandebourg (Potsdam), ville libre hanséatique de Brême (Brême), ville libre hanséatique de Hambourg (Hambourg), Hesse (Wiesbaden), Mecklembourg-Poméranie occidentale (Schwerin), Rhénanie du Nord/Westphalie (Düsseldorf), Rhénanie-Palatinat (Mayence), Sarre (Sarrebruck), Etat libre de Saxe (Dresde), Saxe-Anhalt (Magdebourg), Schleswig-Holstein (Kiel), Thuringe (Erfurt).

Les principales villes sont les suivantes : Berlin (3 398 822 habitants), Hambourg (1 700 089 habitants), Munich (1 267 813 habitants), Cologne (1 020 116 habitants), Francfort/Main (641 076 habitants), Essen (603 184 habitants), Dortmund (587 272 habitants), Stuttgart (589 013 habitants), Düsseldorf (572 511 habitants), Brême (540 950 habitants), Duisbourg (512 030 habitants), Hanovre (516 415 habitants), Nuremberg (491 307 habitants), Dresde (478 631 habitants), Leipzig (493 052 habitants).

## v Superficie

357 023 km<sup>2</sup>.

L'Allemagne a 3 748 km de frontières avec le Danemark au nord, les Pays-Bas, la Belgique, le Luxembourg et la France (448 km) à l'ouest, la Suisse et l'Autriche au sud, la République tchèque et la Pologne à l'est.

## v Climat

Le climat en Allemagne varie sensiblement selon les régions ; il dépend principalement de l'éloignement de la mer. Le temps est souvent instable. Des précipitations importantes peuvent se produire, même en été. Seules les régions situées à plus de 500 mètres d'altitude sont soumises à des températures très basses en hiver. Mais il faut toujours s'attendre à des exceptions.

## v Habitants

82 424 609 habitants.

Densité : 231 hab/km<sup>2</sup>.

## v Capitale

Berlin (3,4 millions d'habitants).

## v Langue

Allemand.

## v Monnaie

L'Allemagne fait partie des 11 pays de l'Union européenne qui ont introduit l'euro en 2002.

## v Décalage horaire

Pas de décalage horaire.

## v Fête nationale

3 octobre (jour de l'unité allemande). De plus, chaque Land a ses propres fêtes et traditions.

## v Téléphone

Pour téléphoner en Allemagne, vous devez composer le 00 49 suivi du numéro du correspondant.

Numéros utiles :

Police : 110

Pompiers et ambulances : 112

Renseignements nationaux : 11 188

Renseignements internationaux : 11 118

Site Internet

<http://www.amb-allemande.fr/>

Centre d'information et de documentation de l'ambassade d'Allemagne.

## Informations pratiques

### v Formalités d'entrée et de séjour

#### Pièces d'identité

Les ressortissants d'un Etat membre de l'Union européenne bénéficient de la libre circulation à l'intérieur de l'Union européenne.

Une carte d'identité ou un passeport en cours de validité suffisent.

Les enfants doivent être inscrits sur le passeport des parents (avec photo à partir de 10 ans) ou avoir leur propre carte d'identité.

Un passeport français peut être périmé depuis moins de 5 ans.

Les mineurs partant seuls ou en groupe ont besoin d'une autorisation parentale de sortie de territoire (document délivré par votre mairie).

#### Visa

Pour un séjour de plus de 3 mois ou un emploi rémunéré pour une durée de plus d'un mois, tous les ressortissants de l'Union européenne doivent faire la demande d'une autorisation de séjour (« Aufenthaltsgenehmigung ») délivrée par l'office de l'immigration locale (« Ausländeramt »).

Pour la demander, il faut avoir déclaré au préalable votre lieu de résidence auprès du *Einwohnermeldeamt* où vous pouvez obtenir les formulaires pour demander un permis de séjour. Pour pouvoir déclarer votre lieu de résidence, vous devez vous munir de votre passeport et d'une photocopie du bail.

Si vous êtes amenés à déménager à l'intérieur des frontières allemandes, il vous faut le déclarer au « Einwohnermeldeamt » dans un délai de huit jours en indiquant votre nouvelle adresse.

Par la suite, pour recevoir votre permis de séjour, vous devez vous rendre à l'office de l'immigration locale (**Ausländeramt**) muni de votre carte d'identité ou passeport et de votre déclaration de résidence (**Anmeldebestätigung**), de deux photos d'identité, d'une preuve de couverture santé, d'une preuve de ressources nécessaires (attestation de l'employeur ou déclaration financière générale pour les étudiants), d'un certificat médical et d'un extrait de casier judiciaire (**Führungszeugnis**).

En plus de cela, en fonction de votre statut pendant votre séjour en Allemagne, vous devez justifier le motif de votre voyage en Allemagne avec certains documents :

- si vous êtes salariés pendant votre séjour : la preuve d'emploi ou l'offre d'emploi (contrat ou lettre)
- si vous êtes étudiant pendant votre séjour : la preuve d'inscription dans une université

Avant d'aller à votre office de l'immigration il est préférable d'appeler afin d'obtenir les informations les plus récentes sur les procédures. En effet, les documents et conditions changent régulièrement...

La durée de validité de ce permis de séjour est de 5 ans, et de 2 ans pour les étudiants. Il peut néanmoins être limité à la durée de votre contrat de travail. D'autre part, il n'est valide qu'accompagné de votre document d'identité nationale. Si votre passeport expire pendant votre séjour en Allemagne, une fois le nouveau passeport fait, vous devrez repasser par toutes les étapes pour obtenir un nouveau permis de séjour.

Aucun permis de travail n'est exigé aux ressortissants de l'Union européenne.

Où s'adresser

Ambassade d'Allemagne

13-15, avenue Franklin D. Roosevelt

75008 - Paris

Tél : 01 53 83 45 00 - Fax : 01 43 59 74 18

E-mail : [ambassade@amb-allemande.fr](mailto:ambassade@amb-allemande.fr)

Internet : <http://www.amb-allemande.fr/>

Centre d'information et de documentation de l'ambassade  
d'Allemagne (CIDAL)

24, rue Marbeau

75116 - Paris

Ouverture au public du lundi au vendredi de 10h00 à 17h00

Tél : 01 44 17 31 31 - Fax : 01 45 00 45 27



E-mail : [cid@amb-allemaigne.fr](mailto:cid@amb-allemaigne.fr) ou [info@amb-allemaigne.fr](mailto:info@amb-allemaigne.fr)  
Internet : <http://www.amb-allemaigne.fr>

Service juridique consulaire de l'Ambassade d'Allemagne à Paris  
28, rue Marbeau  
75116 - Paris

Ouverture au public du lundi au vendredi de 9h00 à 12h00  
Tél : 01 53 83 45 00 - Fax : 01 40 67 93 53

Répondeur : 01 53 83 46 70

E-mail : [service.consulaire@amb-allemaigne.fr](mailto:service.consulaire@amb-allemaigne.fr)  
(Renseignements sur les visas)

Ambassade de France - Section consulaire

Pariser platz 5

D-10117 - Berlin

Tél : 00 49 30 590 03 90 00- Fax : 00 49 30 590 03 91 10

E-mail : [consulat.berlin@diplomatie.gouv.fr](mailto:consulat.berlin@diplomatie.gouv.fr)

Internet : <http://www.botschaft-frankreich.de>

## v Protection sociale

### Touristes

Si vous partez en voyage en Allemagne, contactez au préalable votre assureur afin de connaître les modalités de votre contrat d'assistance et de rapatriement. Si vous partez avec une agence ou un tour operator, une assurance et une assistance rapatriement peuvent vous être proposées, elles ne sont pas obligatoirement incluses dans le prix du séjour, c'est à vous de poser la question à l'organisateur du séjour. Si cette assurance rapatriement n'est pas proposée, il est conseillé d'en souscrire une.

Les voyageurs doivent être munis de la carte européenne d'assurance maladie qu'ils obtiennent sur demande auprès de leur caisse d'assurance maladie. Elle est envoyée par courrier sous deux semaines. Si vous ne pouvez obtenir votre carte européenne d'assurance maladie en temps utile, votre organisme d'assurance maladie vous délivrera à la place un certificat provisoire de remplacement. La carte européenne d'assurance maladie (ou, à défaut, votre certificat provisoire de remplacement) vous permettra d'attester de vos droits à l'assurance maladie et de bénéficier d'une prise en charge sur place de vos dépenses de santé.

## **Annexe III :**

Le site jeunes.org

## 1. Exemple de fiche thématique :



### Thème de votre recherche : Emploi

[Emploi](#) > [Que se passe-t-il en cas de rupture de contrat?](#) > [France](#)

#### En cas de démission

Vous ne pouvez pas quitter votre travail dès que vous avez signifié votre démission à votre employeur. La convention collective ou le contrat de travail prévoit un préavis.

Lors de votre départ, l'employeur peut vous demander de signer un reçu pour solde de tout compte. Ce reçu est facultatif, le salarié ne peut être tenu de le signer. Il n'a qu'une valeur de simple reçu des sommes qui y sont mentionnées, vous restez donc libre de faire toutes réclamations ultérieures.

D'autre part, l'employeur doit vous remettre un certificat de travail, quels que soient les motifs de rupture ou la durée du contrat de travail.

Il doit mentionner :

- l'identité de votre employeur: nom, adresse, raison sociale, siège social
- votre identité : nom, prénoms et adresse
- vos dates d'entrée et de sortie
- la nature de ou des emplois que vous avez occupés
- le cas échéant, les périodes pendant lesquelles vous avez occupé ces emplois

Si vous êtes enceinte, vous pouvez décider de démissionner sans préavis et sans avoir à payer d'indemnités de rupture de contrat. Cependant, vous vous privez du droit à réintégration prévu au terme de votre congé maternité. Vous devez en informer votre employeur par lettre recommandée avec accusé de réception.

Pour toute information, vous pouvez vous adresser aux représentants du personnel dans l'entreprise, auprès d'une organisation syndicale, à la Direction départementale du travail, de l'emploi et la formation professionnelle (DDTEFP)

**Pour plus d'infos**  
[Ministère de l'Emploi, du Travail et de la Cohésion sociale](#)

[Service Public](#)

## 2. Formulaire de la rubrique « votre question » :



Pays\* :

Code postal\* :

Age :

Sexe :  Féminin  
 Masculin

E-mail\* :

Sujet de votre message\* :

Votre question\* :

Souhaitez-vous recevoir nos informations par la suite ?

\* Champs obligatoires

### 3. La rubrique « actualité » :

---

#### Europe Infos sous forme électronique (Thème : Europe Infos)

---

→ **DESCRIPTION :**

Depuis Janvier 2005, le CRIJ Nord-Pas de Calais et le CRIJ/PIPE Champagne-Ardenne éditent la lettre Europe Infos sous forme électronique. Elle est téléchargeable sur le site Internet [www.jeunes.org](http://www.jeunes.org).

→ **INFOS PRATIQUES :** Si vous souhaitez recevoir cette lettre d'information européenne directement sur votre boîte email, faites la demande à [questions@jeunes.org](mailto:questions@jeunes.org) en précisant simplement « Europe Infos » et votre adresse mail.

---

#### Festivache 5<sup>e</sup> Edition (Thème : Forums)

---

→ **DESCRIPTION :**

Véritables avalanches de dates à ne pas manquer !

Extrait de la programmation :

- Vaches d'artistes : sélection d'oeuvres réalisées par des artistes contemporains.

- Festival Country Blues les 25 et 26 juillet à Lerzy.

- Festivaches en fête le 2 juillet à Vervins.

Mais aussi : de nombreux concours, des graphes géants, l'art dans la rue, jeux inter-villages, fête des foins ...

→ **LIEN :** [Site Internet](#)

→ **DATE :** Du 20 mai au 11 juillet

→ **LIEU :** F- Vervins F - Lerzy F - Saint Michel en Thiérache

→ **INFOS PRATIQUES :** Renseignements : Tic Tac Animation au (+33) 03.23.97.79.72

---

#### 4<sup>e</sup> Festival des mondes solidaires (Thème : Forums)

---

→ **DESCRIPTION :**

Concerts au profit des actions de développement de l'association des mondes Solidaires qui ont pour objectif d'apporter de l'eau à des populations qui en manquent cruellement.

Extrait de la programmation : Louis Bertignac, La Ruda, Le Peuple de l'herbe, Ganga Fusion, Les Caméléons, Jimmy Cliff, Paul Personne, Asian Dub Fondation, Dudin, Les Fatais Picards, Rasta Biaoud ...

→ **LIEN :** [Site Internet](#)

→ **DATE :** 3 et 4 juin 2005

→ **LIEU :** F - Fossoy (Près de Château-Thierry)

→ **INFOS PRATIQUES :** Sur réservation : 25 euros la journée ou 35 euros les 2 jours.

Renseignements, réservations : (+33) 03.23.71.00.05

## **Annexe IV :**

Tableau d'organisation de la collaboration  
des documentalistes françaises et belges

## Arborescence LOGEMENT

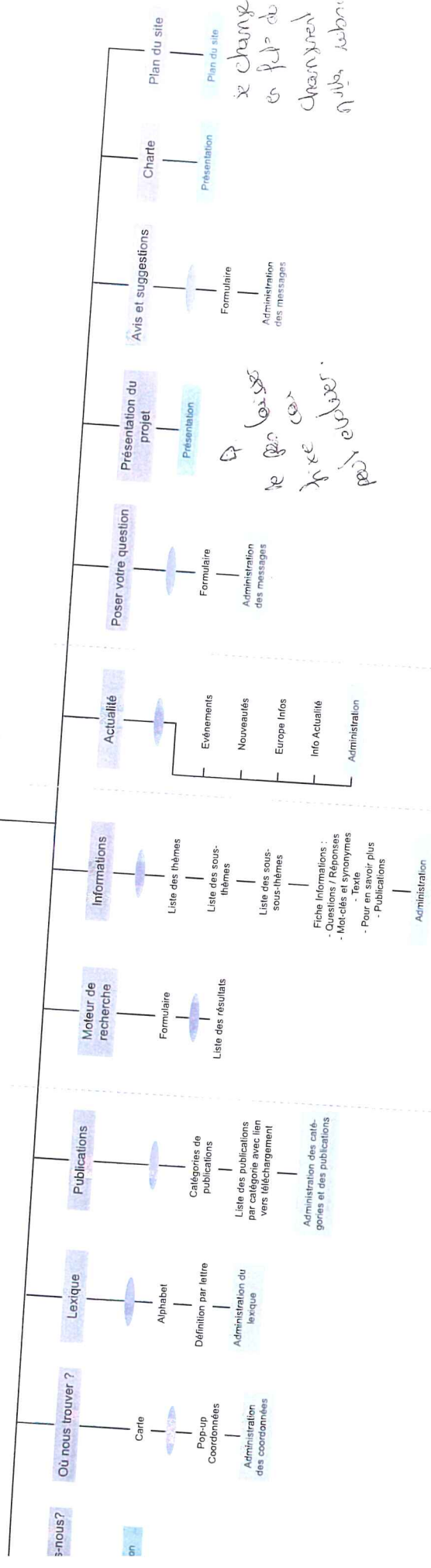
RUBRIQUES	FRANCE	OK	BELGIQUE	OK
1- Les organismes d'information et de défense	Peggy			
2- Louer un logement	isa	OK		
2.1 Quelles sont les pistes pour trouver un logement ?				
2.2 Quelles sont les différents lieux d'hébergement ?				
2.2.1 Pour les étudiants ?		OK		
2.2.2 Pour les jeunes travailleurs?				
2.2.3 Pour un séjour temporaire ?				
2.2.4 En cas d'urgence ?				
2.3 Peut-on avoir une aide financière ?				
2.4 Comment réussir son emménagement ?				
<b>3- Réglementation</b>	sylvie			
3.1 Quelles sont les différents contrats de location ?				
3.2 Quelles sont les droits et obligations du propriétaire?				
3.3 Quels sont les droits et obligations du locataire ?				
3.4 En cas de litige ?				

**Annexe V :**

Organigramme du site jeunes.org

# JEUNES.ORG

## Accueil



*le change en fait de changements plus sub.*

*le fait de faire des pages*

d'entrée du site

de Rubrique

HTML

PHP

avec une base de données

d'administration protégé par mot de passe

cherbe

IN

2



## **Annexe VI :**

Cahier des charges du site

## II - Le site internet Jeunes.org

### a) Architecture

L'architecture du site est jointe en annexe. Elle permet de visualiser le rubriquage du site et de différencier les pages statiques (HTML) des pages faisant appel aux bases de données (PHP).

### b) Page d'accueil

Avant d'accéder à la page d'accueil à proprement parler, une page intermédiaire permet à l'internaute de choisir sa version. Cette page contient également un texte éditorial présentant Information Jeunesse Transfrontalière reprenant des mots-clés importants afin de permettre un référencement optimal.

La page d'accueil contient la navigation générale du site définie selon l'architecture ainsi que la liste des thèmes pour accéder aux informations du site.

L'objectif de cette page est de :

- Capter l'internaute par une charte graphique attrayante et un rubriquage pertinent.
- Orienter l'internaute vers les rubriques l'intéressant.

### c) Qui sommes-nous ?

C'est une rubrique de présentation de Information Jeunesse Transfrontalière contenant un descriptif du fonctionnement et des services.

### d) Où nous trouver ?

A travers une carte de la zone transfrontalière, l'internaute peut visualiser sur cette page les coordonnées de chaque intervenant.

### e) Lexique

Cette rubrique présente des définitions sous la forme d'un lexique accessible depuis un système d'alphabet. La mise à jour du lexique se fait par l'intermédiaire de l'interface d'administration.

### f) Publications

Cette rubrique reprend l'ensemble des publications de Information Jeunesse Transfrontalière. La première page rassemble l'ensemble des catégories de publications (par exemple : fiches, carnets, plaquettes, ...). En cliquant sur une des catégories, on arrive sur une page contenant l'ensemble des publications (nom + lien téléchargement + court descriptif).

L'ensemble de cette rubrique est généré à partir de la base de données. Information Jeunesse Transfrontalière peut grâce à l'interface d'administration en modifier l'ensemble du contenu.

### g) Moteur de recherche

Un moteur de recherche est à la disposition de l'internaute afin qu'il puisse accéder très rapidement aux informations. La recherche s'effectue sur les bases de données de la rubrique "Informations". Les résultats sont affichés sous une forme classique.

### h) Informations

Cette rubrique est le centre d'attraction du site. La première page rassemble l'ensemble des thèmes. En cliquant sur un des thèmes, on arrive sur une page contenant l'ensemble des sous-thèmes de ce dernier. Ensuite en cliquant sur un des sous-thèmes, on accède à la liste des informations disponible pour ce sous-thème. Enfin, en cliquant sur une des informations, la fiche Informations est affichée (Questions/réponses, Mots-clés, texte, publications, ...) avec possibilité de l'imprimer.

L'ensemble de cette rubrique est généré à partir de la base de données. Information Jeunesse Transfrontalière peut grâce à l'interface d'administration en modifier l'ensemble du contenu.

### i) Actualité

Cette rubrique rassemble toutes les actualités regroupées par catégorie (Evénements, Nouveautés, Europe Infos, Info Actualité). La mise à jour des actualités se fait par l'intermédiaire de l'interface d'administration.

### j) Poser votre question

Grâce à un formulaire, l'internaute peut poser ses questions. Les messages peuvent être envoyés à plusieurs destinataires mais ils sont également stocker sur l'interface d'administration.

### k) Présentation du projet

Cette page présente le projet de Information Jeunesse Transfrontalière.

### l) Avis et suggestions

Grâce à un formulaire, l'internaute peut donner son avis ou apporter des suggestions. Les messages peuvent être envoyés à plusieurs destinataires mais ils sont également stocker sur l'interface d'administration.

### m) Charte

Sous la forme d'une page, l'internaute a accès à la charte de Information Jeunesse Transfrontalière.

### n) Plan du site

Etant donné le nombre de pages du site, le plan du site donne une vue globale de celui-ci.

### III - Prestation technique

#### a) Equipe projet dédiée à Information Jeunesse Transfrontalière

- Un chef de projet
- Une directrice artistique
- Un responsable développement
- Deux développeurs internet

Ces 5 collaborateurs seront vos interlocuteurs privilégiés pour notre collaboration. L'équipe au projet se complétera également d'infographistes et de web-designers selon les besoins des différentes phases du projet.

#### b) Charte graphique

La conception de la charte graphique du site sera faite en cohérence avec votre identité graphique.

#### c) Propriété du site

La réalisation du site fera l'objet d'une convention entre Information Jeunesse Transfrontalière et Zénith Communication.

Il est prévu une cession à Information Jeunesse Transfrontalière des droits d'auteur et de propriété intellectuelle du site internet ainsi que des fichiers sources.

#### d) Etapes de la réalisation du site

Une validation sera demandée à chaque étape de la réalisation du site. Une version de démonstration sera disponible en ligne, permettant de valider les temps d'accès à vos pages.

##### 1 - Conception de l'architecture et du mode de navigation

Etape préliminaire à la conception du site, l'élaboration de l'architecture est une étape indispensable. Après avoir cerné vos besoins et vos attentes, et suite à une étude, Zenith Communication élabore cette architecture. Elle permet de définir l'ensemble des rubriques, leurs noms ainsi que le mode de navigation.

##### 2 - Conception de la charte graphique

Dans le cadre de la conception de la charte graphique, deux pages seront réalisées : la page d'entrée du site et une page intérieure. La page intérieure permet de visualiser le mode de navigation sur le site.

De ces deux pages découleront la présentation graphique de l'ensemble du site.

### 3 - Développement du site

Après réception des sources (photos + textes fournis par Information Jeunesse Transfrontalière) et des éléments indispensables au référencement (mots-clés, titres des pages ...), l'ensemble des pages ainsi que les bases de données seront réalisées. Elles seront soumises avant présentation à une correction interne.

### 4 - Approbation et mise en ligne

Après validation complète du site, nous effectuerons alors les derniers contrôles (liens, formulaires, ...) puis après vérification du bon fonctionnement de l'intégralité du site, la mise en ligne sera effectuée.

### 5 - Statistiques

Après la mise en ligne du site, nous procéderons à la mise en place de l'outil statistique (installation des marqueurs et paramétrage).

### 6 - Référencement

Le référencement débutera par la soumission du site aux différents moteurs et annuaires de recherche. Le rapport de soumission sera consultable sur l'interface d'administration.

## e) Planning prévisionnel de réalisation du site

- 1er juin 2004 : Acceptation du devis et validation de la charte graphique

- 15 juin 2004 : Présentation en démonstration de la première page et d'une page intérieure afin de valider la navigation sur le site

- 1er juillet 2004 : Validation de la première page et de la page intérieure

- 15 juillet 2004 : Fourniture des textes et photos nécessaires par Information Jeunesse Transfrontalière

- 15 septembre 2004 : Mise en ligne en démonstration du site

- 1er octobre 2004 : Modifications et corrections du site

- 15 octobre 2004 : Mise en ligne du site, paramétrage des statistiques et début du référencement.

## f) Caractéristiques techniques générales

### 1- Navigateurs

Les pages du site sont optimisées pour fonctionner avec les navigateurs Microsoft Internet Explorer (versions 5.0 et supérieures) et Netscape Navigator (versions 5.0 et supérieures). Ces navigateurs représentent environ 99% des navigateurs utilisés par les internautes.

## 2- Configuration écran

Le site doit être optimal sur une définition d'écran de 800 x 600 pixels, ce qui signifie que les pages doivent être désignées pour être vues dans une zone 750 x 432 pixels. Nous ne pouvons pas garantir la qualité d'affichage pour des navigateurs plus anciens (très faible pourcentage d'utilisateurs) ou pour des navigateurs en mode texte type Lynx ou ayant des fonctionnalités plus limitées (Arachne, Arena ou Opera).

Le bon fonctionnement du site sera validé sur différentes versions des navigateurs Microsoft Internet Explorer (version 5.0 et supérieurs) et Netscape Navigator 5.0 sur différents systèmes (Windows 98, 2000 et MacOs 9.1).

## 3- Rapidité

Chaque page doit pouvoir s'afficher en moins de 10 secondes ce qui correspond à un poids de 50 ko pour l'ensemble de la page (images comprises).

## 4- Format des images

Les images sont aux formats jpg ou gif basse résolution (72 dpi). Elles sont optimisées afin d'avoir le meilleur rapport qualité/poids.

## 5- Pages HTML (statiques)

Les pages HTML sont développées avec Dreamweaver MX. Les tailles et les polices des textes sont fixés à l'aide de feuilles de style. La navigation du site fait partie d'un modèle (Templates de Dreamweaver) afin de faciliter les mises à jour. Tous les répertoires et noms des fichiers sont nommés en fonction de leur contenu (ex : la page Actualité se nomme actualite.php).

## 6- Pages PHP et bases de données Mysql (dynamiques)

Les pages dynamiques (appelant le plus souvent du contenu provenant de bases de données) sont développées en PHP. Ce langage de programmation est reconnu pour sa rapidité d'exécution et sa fiabilité. Les bases de données sont de type Mysql. Le tandem PHP/Mysql est très fiable et permet d'héberger le site sur un serveur Linux entraînant des frais d'hébergement réduits par rapport à ceux d'un serveur Microsoft.

## g) Nom de domaine

Vous n'avez pas besoin de changer de registrar (la société qui gère votre nom de domaine). Une simple modification au niveau technique sera effectuée pour permettre l'hébergement de votre site internet sur notre serveur.

## h) Hébergement

Zénith Communication assure l'hébergement de votre site Web dans un environnement ultra sécurisé : salle blanche anti-feu, alimentation sécurisée par onduleur et groupe électrogène, ... Ce serveur Linux fonctionnant sous Apache dispose d'une bande passante dédiée et garantie de 1 Mbps. Cette machine bénéficie d'un taux de disponibilité annuelle supérieure à 99%.

Cette configuration permet d'employer le tandem Langage/Base de données très fiable et rapide qu'est PHP/Mysql.

Cette machine n'héberge que quelques sites permettant d'éviter les surcharges quotidiennes que connaissent certains serveurs aux heures de pointe (*plusieurs milliers de sites sur un même serveur*).

## IV - Le suivi du site Internet

### a) Modes de mise à jour et maintenance du site

#### 1- Modes de mise à jour

Deux modes de mise à jour sont à distinguer :

- les mises à jour des bases de données : des modalités pratiques simples sont prévues grâce à une interface d'administration. Cette dernière permettra entre autres de mettre à jour les rubriques liées à des bases de données. La mise à jour de ces rubriques ne nécessite aucun logiciel et aucune connaissance particulière en informatique, seuls un navigateur et une connexion Internet sont nécessaires.
- les mises à jour plus complexes ou moins fréquentes : celles-ci pourront être réalisées par Zénith Communication dans le cadre d'un contrat de maintenance.

#### 2- Maintenance du site

La maintenance du site se fera sous la forme de quelques heures par mois pour effectuer les modifications nécessaires à la vie du site. La société Zénith Communication s'engage selon la demande d'Information Jeunesse Transfrontalière sous un délai de 3 jours ouvrables :

- à modifier les pages du site
- à y apporter des ajouts de pages et des fonctionnalités.

La société Zenith Communication tiendra un détail des heures utilisées. Il sera fourni à Information Jeunesse Transfrontalière un accès au site de développement par un login et un mot de passe, cet accès permettra de communiquer avec notre unité de développement et de fournir les documents ou les renseignements nécessaires en vue de faire évoluer le site.

### b) Référencement du site

Il est important de tout mettre en œuvre pour rendre visible votre site, afin de vous démarquer et d'attirer un trafic qualifié. Le référencement constitue une des réponses à ce challenge.

Le terme "référencement" connaît en fait 2 définitions :

- Au sens strict, il s'agit de "référencer" le site dans les outils de recherche (moteurs et annuaires) afin que celui-ci soit inclus dans leurs bases de données.
- Au sens large, le référencement consiste à mettre en œuvre une méthodologie ayant pour objectif de faire figurer le site en bonne place dans les résultats des requêtes (mots-clés) données.



Un référencement efficace est donc un référencement qui va améliorer le trafic aussi bien quantitativement (*nombre de visiteurs*) que qualitativement (*trafic qualifié*).

La méthode appliquée par Zénith Communication est la suivante :

### 1- Audit et détermination des requêtes

La démarche consiste dans un premier temps en un audit marketing, concurrentiel et technique ayant pour but d'identifier des mots-clés qui soient à la fois :

- pertinents par rapport au contenu du site
- fréquemment utilisés par les internautes.

Il s'agit non pas de déterminer quels sont les mots les plus tapés, mais bien de déterminer lesquels apporteront le plus de trafic qualifié, en étant à la fois positionnables et populaires. En effet, il est vain de vouloir se positionner aujourd'hui sur des requêtes trop générales (*par ex : CD, logiciels*).

Les statistiques des outils de recherche montrent d'ailleurs que les internautes effectuent des requêtes de 2 ou 3 mots. Il est donc plus pertinent de déterminer quelles requêtes précises sont réellement tapées par les internautes afin que le trafic induit soit qualifié.

### 2- Optimisation du site

L'étape suivante va consister à optimiser le site afin de mettre celui-ci en adéquation avec les critères de classement des moteurs de recherche pour les mots-clés précédemment déterminés. Concrètement, un travail sur le code source du site est effectué, portant notamment sur :

- le titre des pages
- les balises métag (*description, keywords*)
- le contenu textuel
- les balises Alt des images
- les intitulés des liens

### 3- Soumission

L'étape finale du référencement proprement dit sera de soumettre les pages aux moteurs et annuaires.

Une soumission manuelle est nécessaire, au moins pour les outils de recherche majeurs, la soumission automatique par logiciel ou on-line étant désormais peu ou pas prise en compte par les moteurs.

Cette étape peut être longue, les temps d'indexation ayant tendance à s'allonger, de quelques semaines à plusieurs mois. Dans la pratique, on observe les premiers résultats significatifs après deux mois.

Le site sera soumis aux moteurs et annuaires de recherche suivants :

- Moteurs de recherche francophones : Google, Voila, Altavista France, HotBot France, Lycos France, AOL France
- Annuaires francophones : Yahoo! France, Nomade.fr, Guide de Voila, Lycos France, MSN France, DMOZ.

Pourquoi certains moteurs et pas d'autres ? Google est aujourd'hui l'outil de recherche le plus sollicité par les internautes avec plus de **65% des parts de marché**. Loin derrière, on trouve Yahoo (**12 %**), Voilà (**8 %**), MSN (**6 %**) et AOL (**4 %**).

#### 4- Suivi

Il faut veiller tout au long de l'année à entretenir le référencement du site. Les moteurs effectuant régulièrement des purges dans leurs bases de données et de nouveaux concurrents apparaissant.

L'utilisation d'un logiciel spécialisé dans le positionnement et l'analyse du référencement de sites internet nous permet de consulter et d'optimiser le référencement du site.

Chaque mois, nous ferons une analyse du référencement de votre site. Un rapport sera disponible en ligne (*accès protégé*). Suite à cette analyse, il s'agira de soumettre à nouveau les pages purgées et d'adapter le site en fonction des évolutions des algorithmes des moteurs.

#### 5- Les mauvaises pratiques du référencement

Le spamdexing, encore appelé spamming, consiste à utiliser les propriétés des algorithmes des moteurs dans le but de les tromper et d'obtenir artificiellement un meilleur positionnement. Si cette pratique peut effectivement amener du trafic dans un premier temps, elle est à proscrire absolument.

Les techniques les plus courantes sont :

- répétition abusive de mots-clés
- mots-clés sans rapport avec le contenu réel du site
- soumissions abusives
- texte invisible (*texte de la même couleur que le fond*)
- répétition de mots-clés dans les commentaires html

Zénith Communication n'utilise aucune de ces méthodes.

Plusieurs raisons à cela :

- Tricher avec les moteurs de recherche, peut aboutir à l'inverse du résultat recherché. Le site peut être rétrogradé, voire même banni de l'index et mis en liste noire.
- L'usage de telles pratiques déçoit le visiteur, et risque d'amener un trafic non qualifié. Il ternit la réputation du site et de son propriétaire.
- Les algorithmes des moteurs évoluant sans cesse, le gain ainsi obtenu sera très éphémère ; tandis qu'une page correctement optimisée conservera un positionnement plus régulier, car moins sensible aux changements d'algorithmes.

#### c) Suivi statistique

Zénith Communication met en place sur votre site un outil afin de connaître le trafic sur votre site jour par jour.

Vos statistiques sont consultables en temps réel depuis le module d'administration.

La mise en place d'un tel outil permet de :

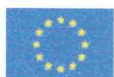
- Surveiller l'activité globale réalisée par votre site (*mesure détaillée de la fréquentation, pages vues, visites, visiteurs, etc...*)
- Etudier les comportements de navigation de vos visiteurs en repérant les points attractifs et répulsifs de votre site

- Surveiller dynamiquement les progressions et les baisses des différentes zones de votre site, repérer immédiatement les articles, les produits... les plus consultés, et augmenter ainsi votre potentiel (*classements et évolutions des pages, des chapitres, des rubriques sur des périodes*)

- Evaluer l'ergonomie et l'accessibilité du site (*durée de visite, nombre de pages vues par visite*).

## **Annexe VII :**

Questionnaire de satisfaction



avec le soutien du FEDER



## Questionnaire jeunes.org

Le site jeunes.org est un portail d'Information Jeunesse transfrontalier (franco-belge) né de la collaboration de plusieurs centres d'information jeunesse en France (CRIJ Nord Pas-de-Calais, CRIJ Champagne-Ardennes, CIJ Aisne) et en Belgique (Fédération Infor jeunes Wallonie-Bruxelles, Infor jeunes Tournai). Ce projet est financé par le programme d'initiative communautaire de l'Union Européenne INTERREG III.

Dans le cadre de la mise en ligne du portail, nous aimerions connaître votre avis et vos attentes concernant le site. *(Ce questionnaire est anonyme)*

### **Afin de mieux vous connaître, pourriez-vous nous indiquer :**

- Votre âge :
- Votre sexe :  féminin  masculin
- votre nationalité :  belge  française  autre
- votre code postal :  en  Belgique  France  autre
- votre statut :  étudiant  salarié  à la recherche d'un emploi  professionnel de l'Information Jeunesse  autre

### **1. Comment avez-vous connu le site jeunes.org ?**

- par les moteurs de recherche et annuaires thématiques (ex : yahoo, google,...)
- par le biais du site Internet du CRIJ Nord pas-de-Calais ou d'Inforjeunes.
- sur recommandation personnelle
- sur recommandation professionnelle
- autre, précisez

### **2. Pour quelle(s) raison(s) consultez-vous le site ?**

- s'informer sur une question précise
- connaître l'actualité transfrontalière
- s'informer sur la problématique transfrontalière en général

- autre, précisez

### **3. En quoi la question transfrontalière vous concerne-t-elle personnellement ?**

- Vous étudiez ou désirez étudier de l'autre côté de la frontière
- Vous travaillez ou désirez travailler de l'autre côté de la frontière
- Vous vous tenez au courant pour transmettre une information juste à votre public (pour les professionnels de l'information jeunesse)
- autre, précisez

### **4. Le site jeunes.org a-t-il répondu à vos attentes en terme d'information ?**

- oui
- pas tout fait
- non

### **5. Que pensez-vous du graphisme ?**

- très satisfaisant
- assez satisfaisant
- peu satisfaisant
- pas du tout satisfaisant

**6. Comment évaluez-vous la navigation sur ce site ?**

- très satisfaisante
- assez satisfaisante
- peu satisfaisante
- pas du tout satisfaisante

**7. En donnant une note entre 0 et 10, pourriez vous évaluer le contenu du site ?**

0 

**8. Quel degré d'utilité accordez-vous aux rubriques et fonctionnalités suivantes présentes sur le site ?**

- Le moteur de recherche :

- très utile
- assez utile
- peu utile
- pas du tout utile

- La rubrique Actualité, en page d'accueil du site :

- très utile
- assez utile
- peu utile
- pas du tout utile

- La rubrique publications (certaines étant consultables en ligne) :

- très utile
- assez utile
- peu utile
- pas du tout utile

- Le lexique :

- très utile
- assez utile
- peu utile
- pas du tout utile

**9. Quels sont les informations et services complémentaires que vous souhaiteriez voir apparaître sur le site ?**

envoyer

effacer

## **Annexe VIII :**

Interface d'administration du site

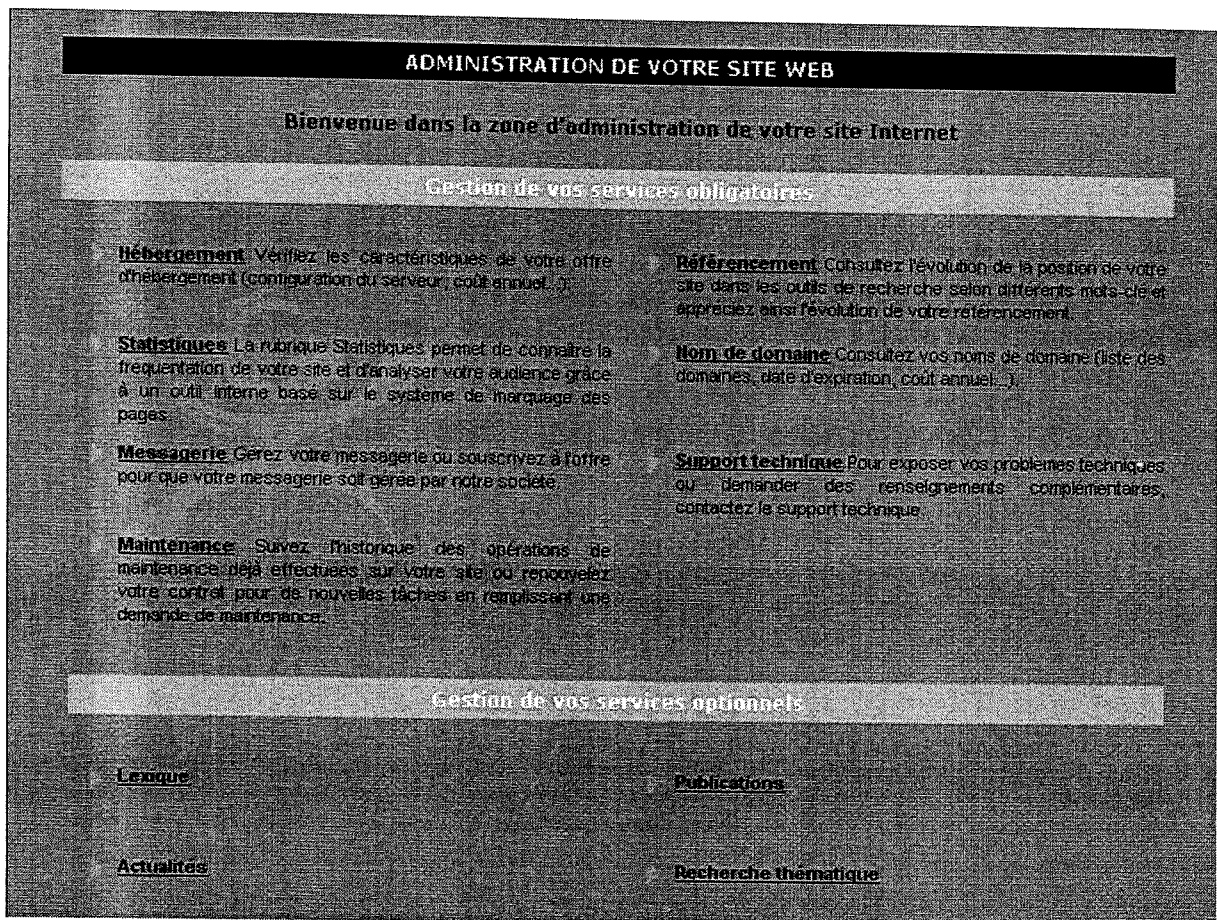
# Interface de gestion du site [www.jeunes.org](http://www.jeunes.org)

Manuel d'utilisation

Conventions d'encodage

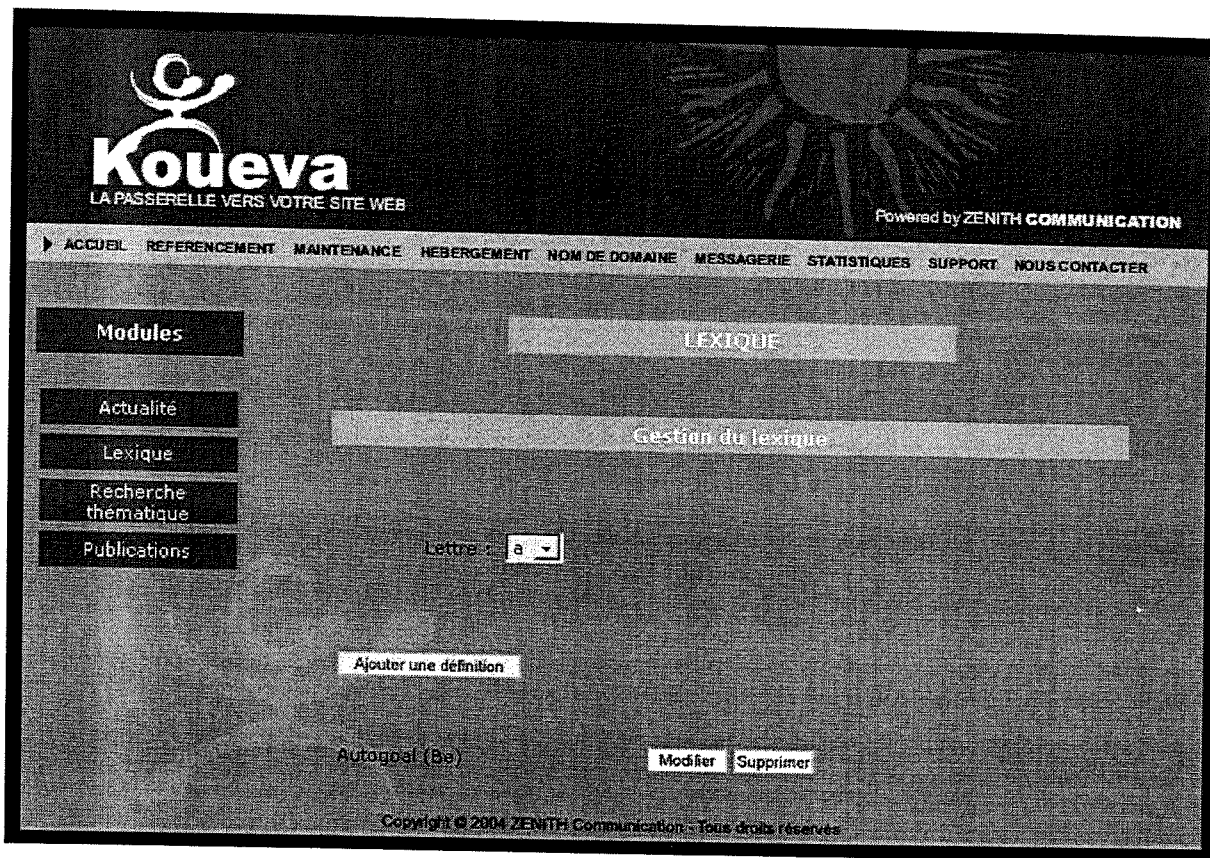


## 2. Page d'administration



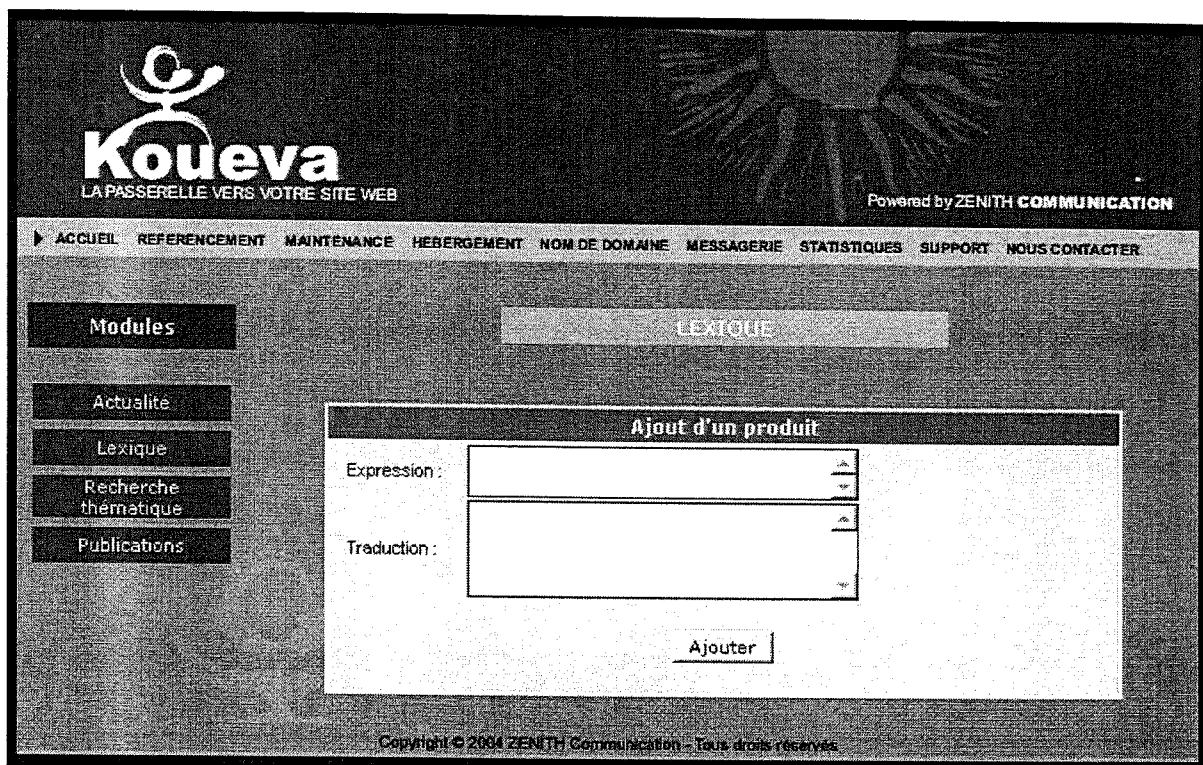
Une fois sur la page d'administration, choisissez la partie du site que vous voulez administrer : cliquez sur lexique, actualités, publications ou recherche thématique. Cette page offre également d'autres services intéressants comme les statistiques et le référencement.

### 3. Le lexique



Pour modifier/supprimer ou ajouter une définition dans le lexique :

- Sélectionner la lettre
- Cliquez sur le bouton correspondant à l'action souhaitée



Entrer le mot dans l'encart *Expression* :

- Mot en minuscule avec première lettre en majuscule
- Précisez entre parenthèse (Be) si le mot est employé en Belgique et (Fr) si le mot est employé en France.

Entrer la traduction du mot dans l'encart *Traduction* :

- Mot en minuscule avec première lettre en majuscule
- Précisez entre parenthèse (Be) si le mot est employé en Belgique et (Fr) si le mot est employé en France.

Exemple :

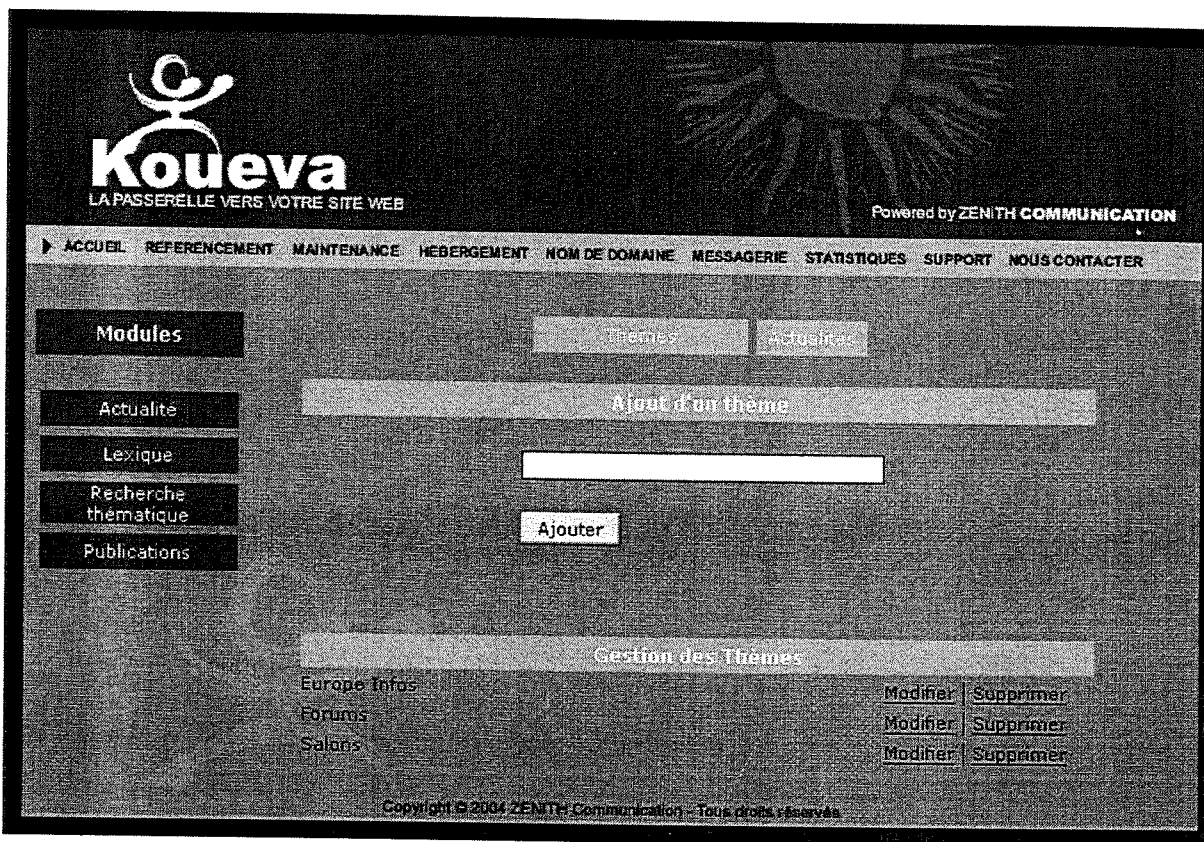
Expression	Dîner (Be)
Traduction	Déjeuner (Fr)

Expression	Dîner (Fr)
Traduction	Souper (Be)

## 4. L'actualité

Pour accéder à l'interface de gestion des actualités, cliquez sur

Actualité

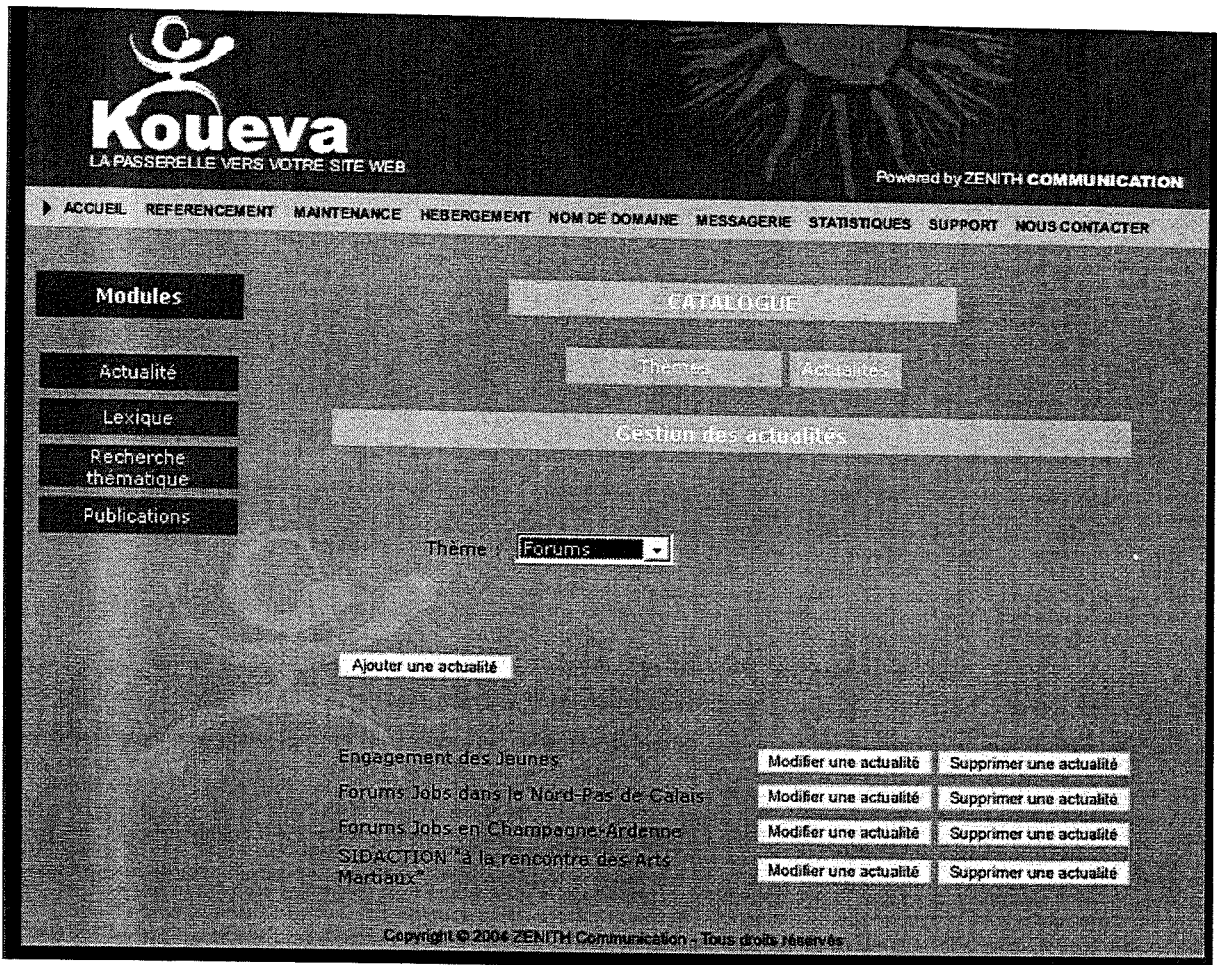


Vous pouvez ajouter un nouveau thème au même titre que les thèmes Europe Infos, Forums et Salons.

- Cliquez sur **Thèmes**
- Encodex le thème (Mot en minuscule avec première lettre en majuscule)
- Validez en cliquant sur **Ajouter**

Vous pouvez également modifier/supprimer un thème d'actualité existant.

Tout simplement en choisissant une des options **Modifier** | **Supprimer**






Pour modifier ou supprimer une actualité enregistrée :  
- Cliquez sur une des options



The screenshot shows a web interface for managing a catalogue. On the left, there is a sidebar with a 'Modules' section containing buttons for 'Actualité', 'Lexique', 'Recherche thématique', and 'Publications'. The main area is titled 'CATALOGUE' and contains a form with the following fields: 'Mettre l'actu en page d'accueil' (a dropdown menu currently showing 'Non'), 'Titre' (a text input field), 'Description' (a large text area), 'Date' (a text input field), 'Date de péremption' (three dropdown menus showing '01', '01', and '2005'), 'Lieu' (a text input field), 'Horaires d'ouverture' (a text input field), 'Infos pratiques' (a text input field), and 'Lien' (a text input field). At the bottom of the form is an 'Envoyer' button.

Pour ajouter une nouvelle actualité :

- Cliquez sur le bouton 
- Choisissez le thème d'actualité : 
- Cliquez sur le bouton 

Remarques : Si les thèmes proposés ne correspondent pas au type d'actualité que vous souhaitez encoder, il faut ajouter un nouveau thème (voir page précédente).

- Pour terminer, cliquez sur 

Conventions d'encodage

- Titre = Mot en minuscule, 1<sup>ère</sup> lettre en majuscule
- Description = Brève accroche pour l'internaute
- Date = jour en 2 chiffre - mois en toute lettre - année en 4 chiffres (expl : 23 février 2005)
- Date de péremption = date à laquelle vous souhaitez que l'actualité ne soit plus mise en ligne
- Lieu : indiquez l'endroit+ ville+pays (expl : Maison de la Culture de Tournai - Belgique)
- Horaire d'ouverture :
- Infos pratiques : coordonnées précises du lieu + autres détails

## 5. Recherche thématique

Pour accéder à l'interface de gestion de la recherche thématique, cliquez sur

Recherche  
thématique

Vous pouvez ajouter/modifier/supprimer un thème [Thèmes] de la recherche thématique de la manière que pour ajouter/modifier/supprimer un thème d'actualité (voir ci-dessus).

Idem pour ajouter/modifier/supprimer un pays [Pays].

The screenshot shows the Koueva website management interface. At the top left is the Koueva logo with the tagline 'LA PASSERELLE VERS VOTRE SITE WEB'. To the right, it says 'Powered by ZENITH COMMUNICATION'. Below the logo is a navigation menu with items: ACCUEIL, REFERENCEMENT, MAINTENANCE, HEBERGEMENT, NOM DE DOMAINE, MESSAGERIE, STATISTIQUES, SUPPORT, NOUS CONTACTER. On the left side, there is a 'Modules' sidebar with buttons for 'Actualité', 'Lexique', 'Recherche thématique', and 'Publications'. The main content area is titled 'Gestion des rubriques' and features a dropdown menu for 'Thème' set to 'Emploi'. Below this is a link 'Ajouter une rubrique'. A table lists four rubriques with 'Modifier' and 'Supprimer' links for each:

Rubrique	Modifier	Supprimer
La création d'entreprises	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>
La législation du travail	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>
La recherche d'un job ou d'un emploi	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>
Travailler de l'autre côté de la frontière	<a href="#">Modifier</a>	<a href="#">Supprimer</a>

At the bottom, it says 'Copyright © 2004 ZENITH Communication - Tous droits réservés'.

Pour modifier/supprimer une rubriques ou une sous-rubrique :

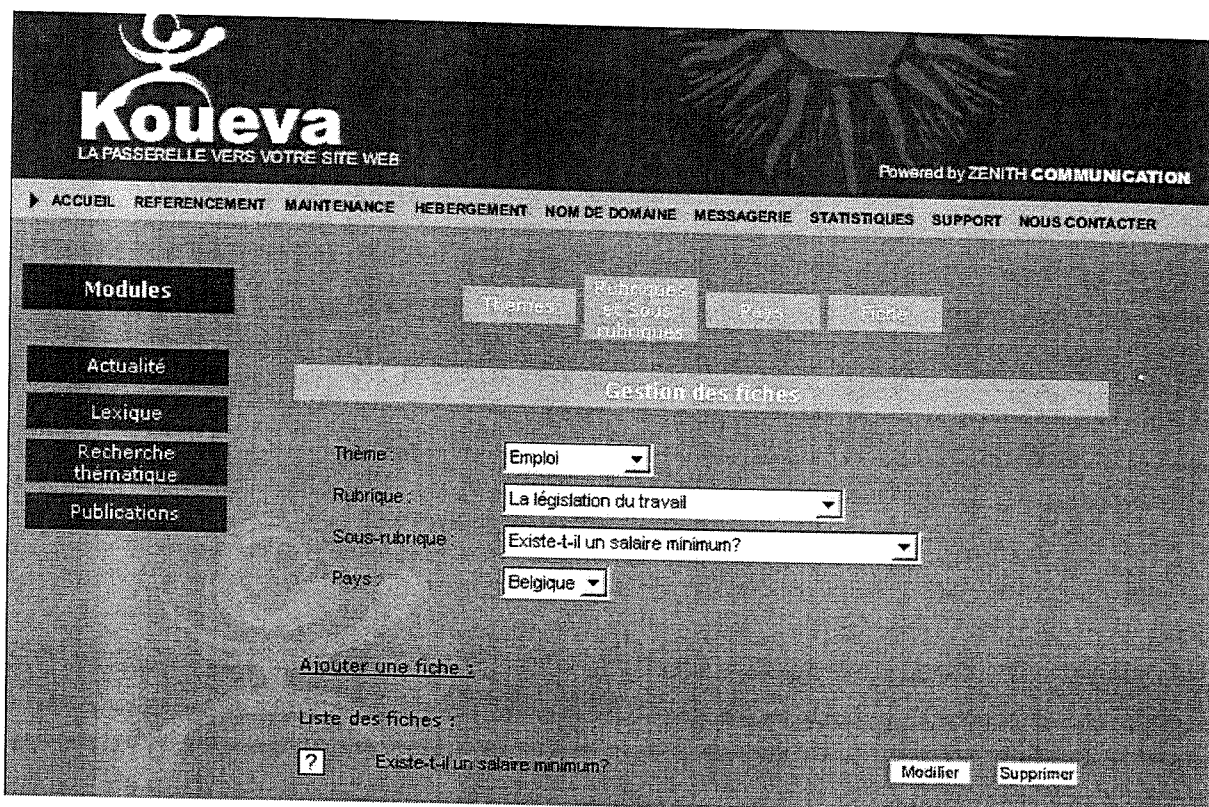
- Choisissez le thème correspondant au type de rubrique ou de sous-rubrique que vous souhaitez modifier ou supprimer [Thème: Emploi]
- Cliquez ensuite sur une des deux options correspondant à la rubrique ou à la sous rubrique que vous souhaitez modifier ou supprimer

[La création d'entreprises] [Modifier] [Supprimer]

Pour ajouter le titre de rubrique ou d'une sous-rubrique :

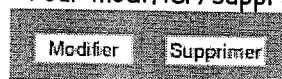
- Sélectionnez le thème adéquat [Thème: Emploi]
- Cliquez sur [Ajouter une rubrique]

Attention : Travailler avec les tableaux d'arborescence afin de bien visualiser s'il s'agit d'une rubrique ou d'une sous-rubrique



Pour modifier/supprimer un contenu à une rubrique ou à une sous-rubrique :

- Cliquez sur **Fiches**
- Sélectionnez le thème, la rubrique, la sous-rubrique et le pays qui correspondent au type de contenu que vous souhaitez ajouter.
- Pour modifier/supprimer le contenu d'une fiche, cliquez sur l'option adéquate



Pour en ajouter une fiche :

- Cliquez sur **Ajouter une fiche :**



The screenshot shows a web interface for adding a new entry. On the left is a sidebar with a 'Modules' menu containing 'Actualité', 'Lexique', 'Recherche thématique', and 'Publications'. The main area is titled 'Ajout d'une fiche' and contains several input fields: 'Titre', 'Lien 1', 'Nom du lien 1', 'Lien 2', 'Nom du lien 2', 'Lien 3', 'Nom du lien 3', 'Sous-titre 1', 'Description 1', 'Sous-titre 2', 'Description 2', and 'Sous-titre 3'. The 'Description' fields are larger text areas with scrollbars. At the top right of the main area, there are buttons for 'Thèmes', 'Subrubriques', 'Pages', and 'Rubriques'.

#### Conventions d'encodage

Titre = titre de la rubrique ou de la sous-rubrique. Mot en minuscule, 1<sup>ère</sup> lettre en majuscule, sous forme d'une question.

Lien = toujours indiquer <http://www>.

Nom du lien = le nom de la structure porteuse du site

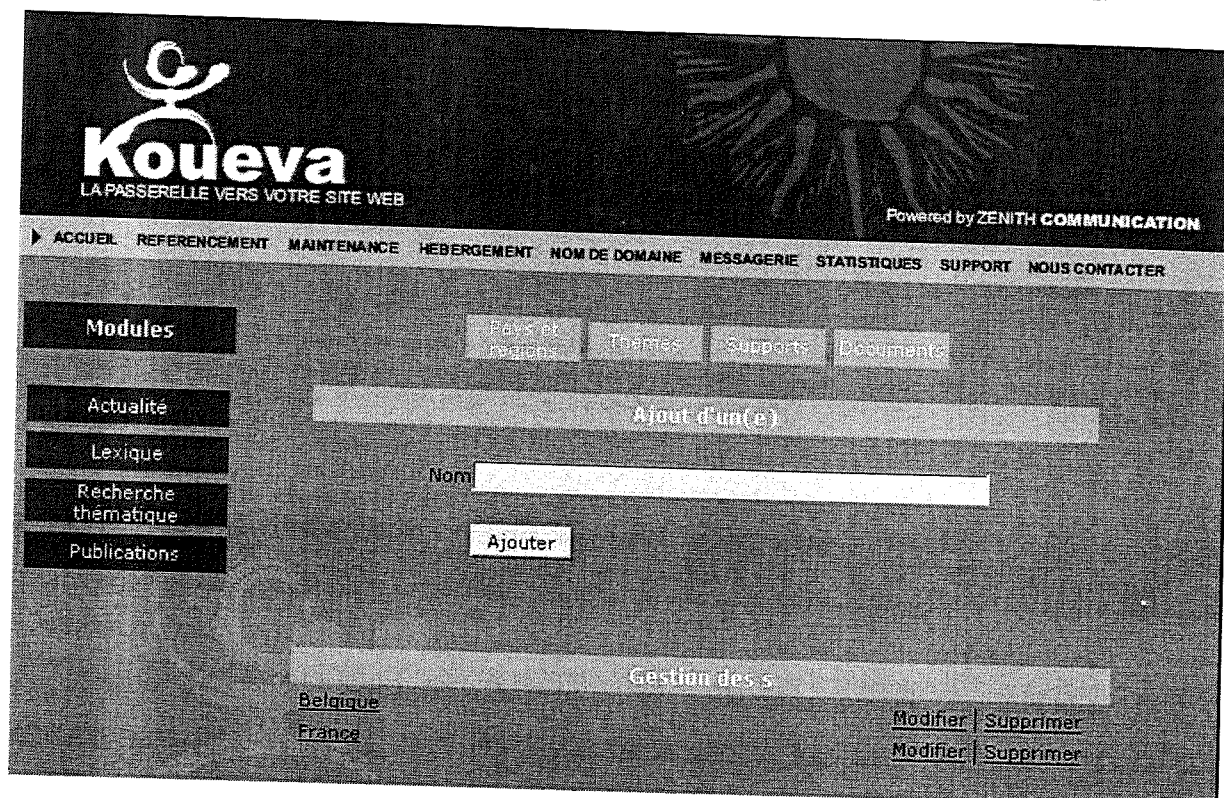
Sous-titre 1 =

Description 1 =

Attention : Evitez les tableaux !!! L'interface de gestion ne les accepte pas.

## 6. Publications

Pour accéder à l'interface de gestion des publications, cliquez sur **Publications**



Pour ajouter/modifier/supprimer un nouveau Pays/Régions, un nouveau Thème de publication ou un nouveau support :

- Cliquez sur l'onglet adéquat **Pays et régions** **Thèmes** **Supports**
- La procédure est identique aux précédentes (ajouter/modifier/supprimer un thème d'actualité par expl)

Pour ajouter le contenu d'une publication :

- Cliquez sur **Documents**

The screenshot shows the Koueva website management interface. At the top left is the Koueva logo with the tagline 'LA PASSERELLE VERS VOTRE SITE WEB'. To the right, it says 'Powered by ZENITH COMMUNICATION'. A navigation menu includes: ACCUEIL, REFERENCEMENT, MAINTENANCE, HEBERGEMENT, NOM DE DOMAINE, MESSAGERIE, STATISTIQUES, SUPPORT, NOUS CONTACTER. Below the navigation is a 'Modules' sidebar with buttons for 'Actualité', 'Lexique', 'Recherche thématique', and 'Publications'. The main content area is titled 'Gestion des publications' and contains a form with dropdown menus for 'Support' (set to 'Fiche'), 'Pays' (set to 'France'), 'Region' (set to 'Nord-Pas de Calais'), and 'Thème' (set to 'Emploi'). Below the form is a section 'Ajouter une publication' and a 'Liste des publications' table. The table has two entries: 'Des pistes pour trouver un job' and 'Préparer le BAFA et le BAFD'. Each entry has 'Modifier' and 'Supprimer' buttons.

- Pour modifier/supprimer une des publications mises en ligne sur le site:
- Sélectionnez le support, le pays/région, le thème correspondant au type de publications que vous souhaitez modifier/supprimer
  - Cliquez sur l'option voulue

This is a close-up of the 'Liste des publications' table. It shows a single row with a small icon on the left, the text 'Des pistes pour trouver un job', and two buttons on the right: 'Modifier' and 'Supprimer'.

The screenshot shows the Koueva website management interface. At the top left is the Koueva logo with the tagline 'LA PASSERELLE VERS VOTRE SITE WEB'. To the right, it says 'Powered by ZENITH COMMUNICATION'. Below this is a navigation menu with items: ACCUEIL, REFERENCEMENT, MAINTENANCE, HEBERGEMENT, NOM DE DOMAINE, MESSAGERIE, STATISTIQUES, SUPPORT, NOUS CONTACTER. On the left side, there is a 'Modules' sidebar with buttons for 'Actualité', 'Lexique', 'Recherche thématique', and 'Publications'. The main content area is titled 'Ajout d'une publication' and contains a form with the following fields: 'Publication' (with a 'Parcourir...' button), 'Titre', 'Description', and 'Date'. At the bottom of the form is an 'Ajouter' button. Above the form, there are buttons for 'Pays/Régions', 'Thèmes', 'Supports', and 'Documents'.

Pour ajouter une publication :

- Sélectionnez le support, le pays/région, le thème correspondant au type de publications que vous souhaitez encoder et cliquez sur **Ajouter une publication**
- Recherchez la publication sur votre ordinateur en cliquant sur Parcourir
- Encodex le titre de la publication : mot en minuscule, 1<sup>ère</sup> lettre en majuscule, sans préciser le type de support
- Rédigez une brève description du contenu de la publication
- Date = date à laquelle la publication a été rédigée ou remise à jour et non pas à laquelle la publication a été encodée.
- Validez en cliquant sur **Ajouter**

## **Annexe IX :**

Statistiques du site

# Statistiques du site jeunes.org au 26.05.05

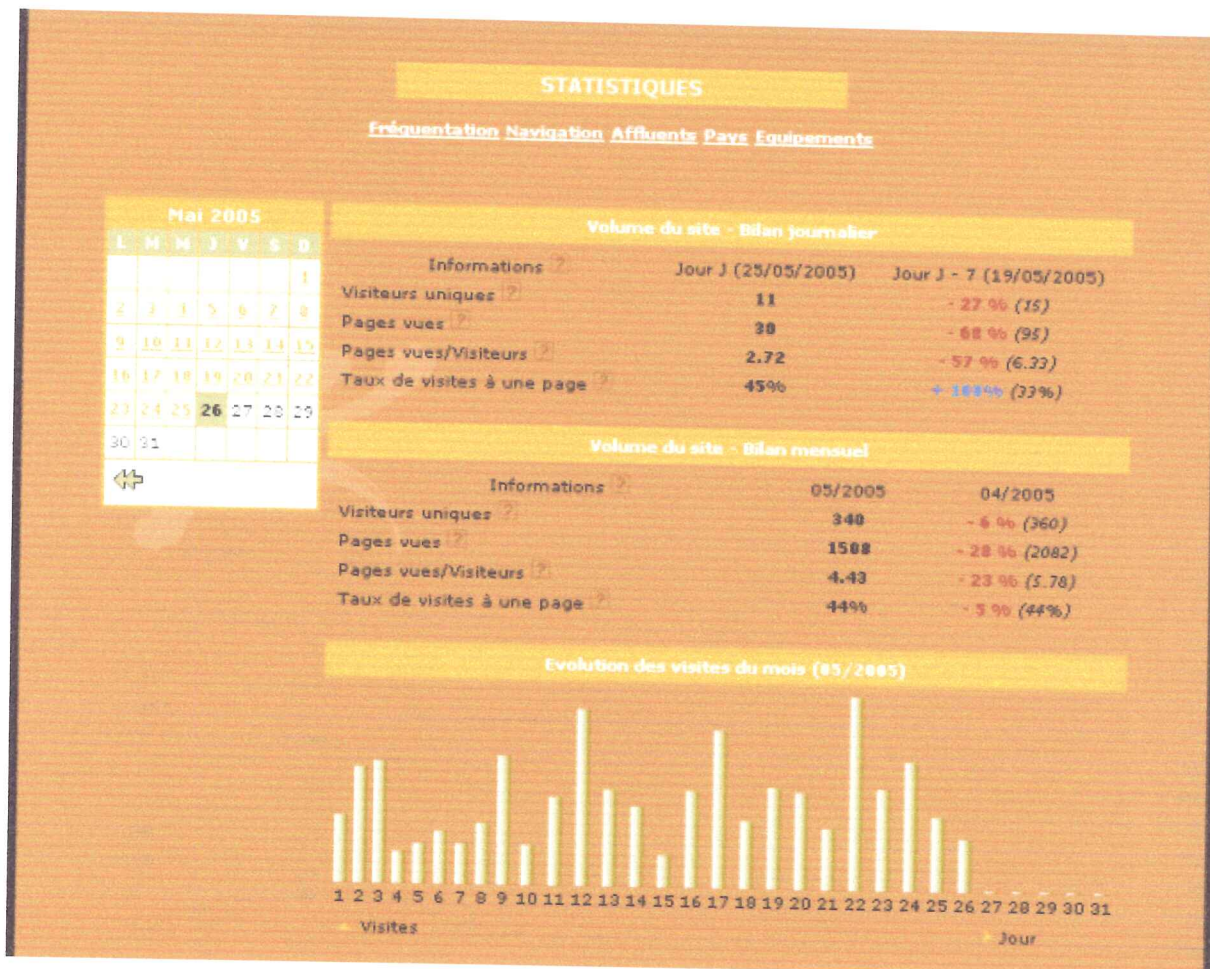
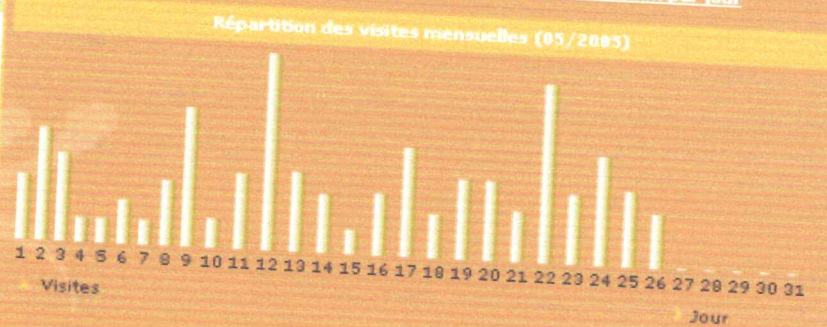


Figure 1. Fréquentation

Maï 2005

L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Répartition par mois - Répartition par semaine - Répartition par jour



Pages visitées par chapitre

Chapitres	Pages vues 05/2005	Pages vues 04/2005	Progression
Recherche thématique	802 (52.18%)	1250 (60.04%)	-36%
Accueil	326 (21.62%)	409 (19.64%)	-20%
Publications	145 (9.62%)	157 (7.54%)	-8%
Actualités	63 (4.18%)	66 (3.17%)	-5%
Présentation	37 (2.45%)	24 (1.15%)	+154%
Qui sommes nous	35 (2.32%)	39 (1.87%)	-10%
Lexique	33 (2.19%)	42 (2.02%)	-21%
Plan site	23 (1.53%)	37 (1.78%)	-38%
Partenaires	17 (1.13%)	20 (0.96%)	-15%
Europe infos	13 (0.86%)	15 (0.72%)	-13%
Charte	6 (0.4%)	8 (0.38%)	-25%
Moteur de recherche	5 (0.33%)	7 (0.34%)	-29%
Avis utilisateurs	3 (0.2%)	8 (0.38%)	-62%

Pages visitées

Pages	Visites 05/2005	Visites 04/2005	Progression
Recherche thématique	802 (52.18%)	1250 (60.04%)	-36%
Accueil	326 (21.62%)	409 (19.64%)	-20%
Publications	145 (9.62%)	157 (7.54%)	-8%
Actualités	63 (4.18%)	66 (3.17%)	-5%
Présentation	35 (2.32%)	39 (1.87%)	-10%
Lexique	33 (2.19%)	42 (2.02%)	-21%
Formulaire question	30 (1.99%)	21 (1.01%)	+149%
Plan site	23 (1.53%)	37 (1.78%)	-38%
Partenaires	17 (1.13%)	20 (0.96%)	-15%
Europe infos	13 (0.86%)	15 (0.72%)	-13%
Formulaire question envoyé	7 (0.46%)	3 (0.14%)	+233%
Charte	6 (0.4%)	8 (0.38%)	-25%
Moteur de recherche	5 (0.33%)	7 (0.34%)	-29%
Formulaire avis	2 (0.13%)	6 (0.29%)	-67%
Formulaire avis envoyé	1 (0.07%)	2 (0.1%)	-98%

Figure 2. Navigation

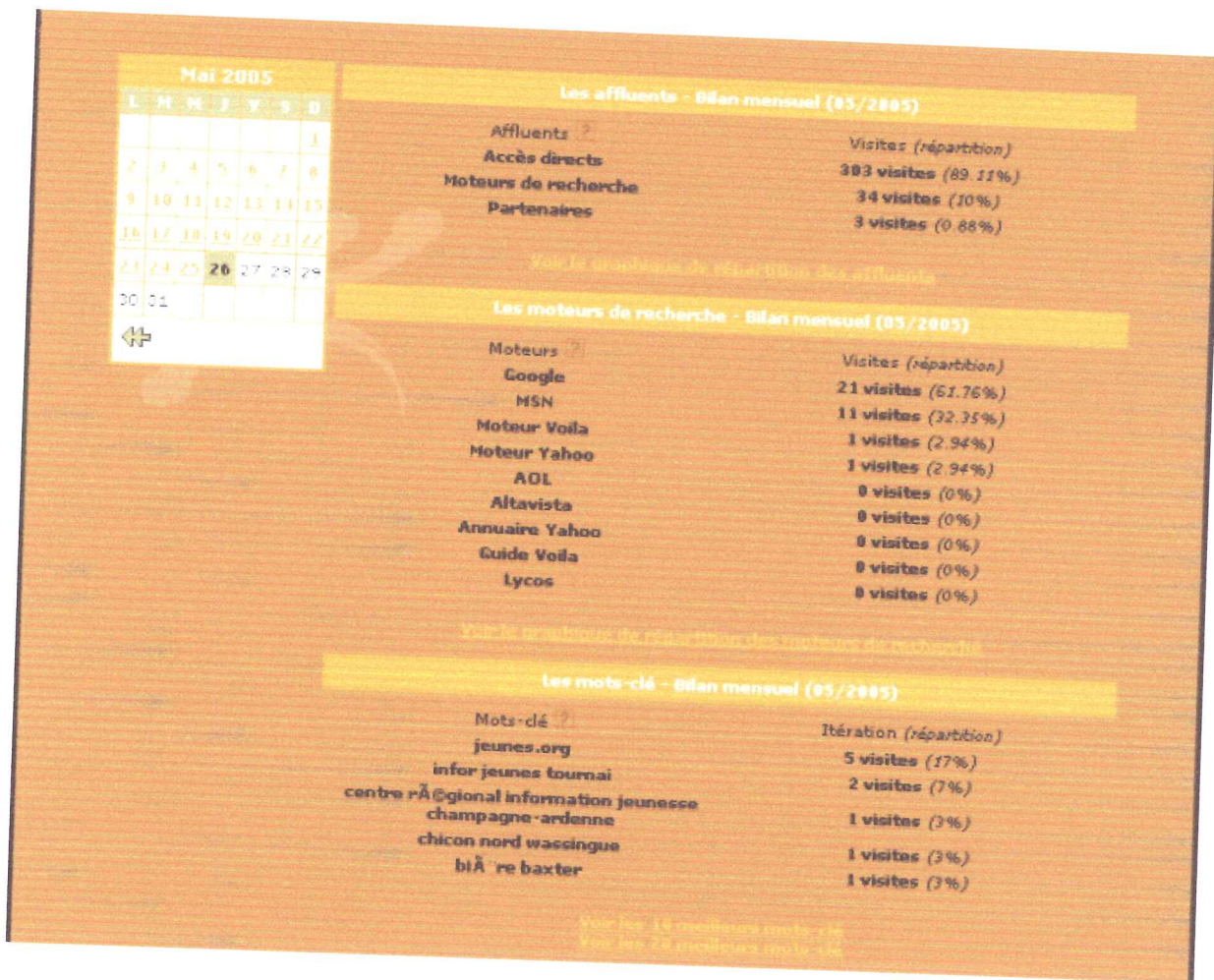


Figure 3. Affluents

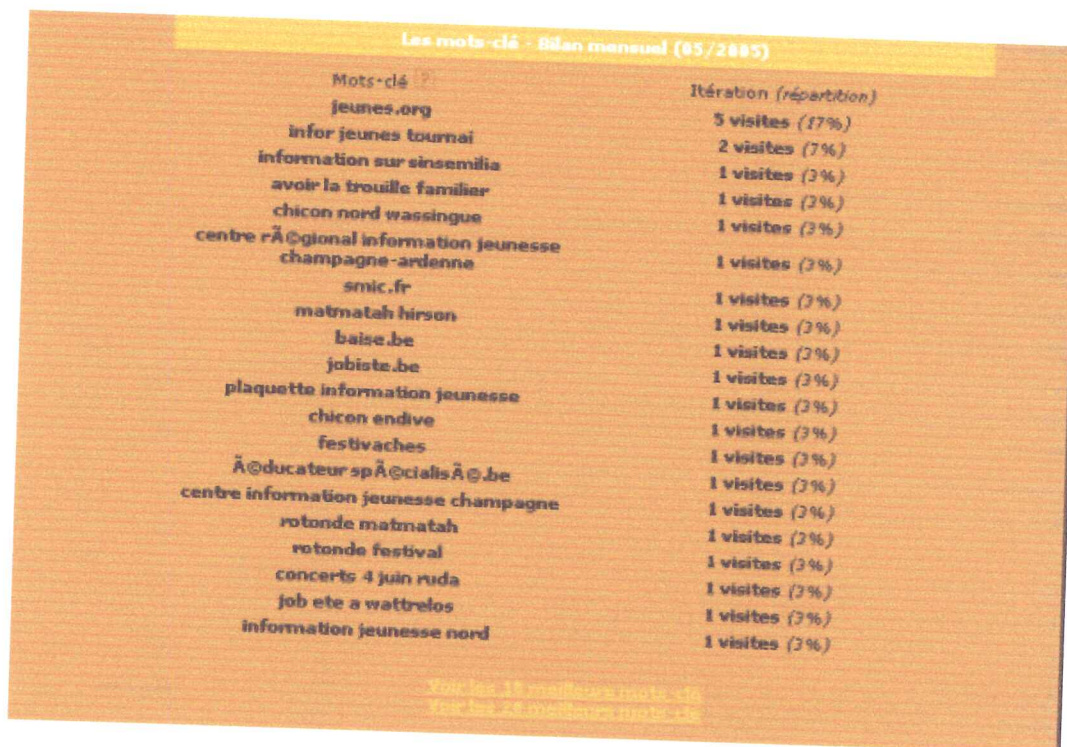
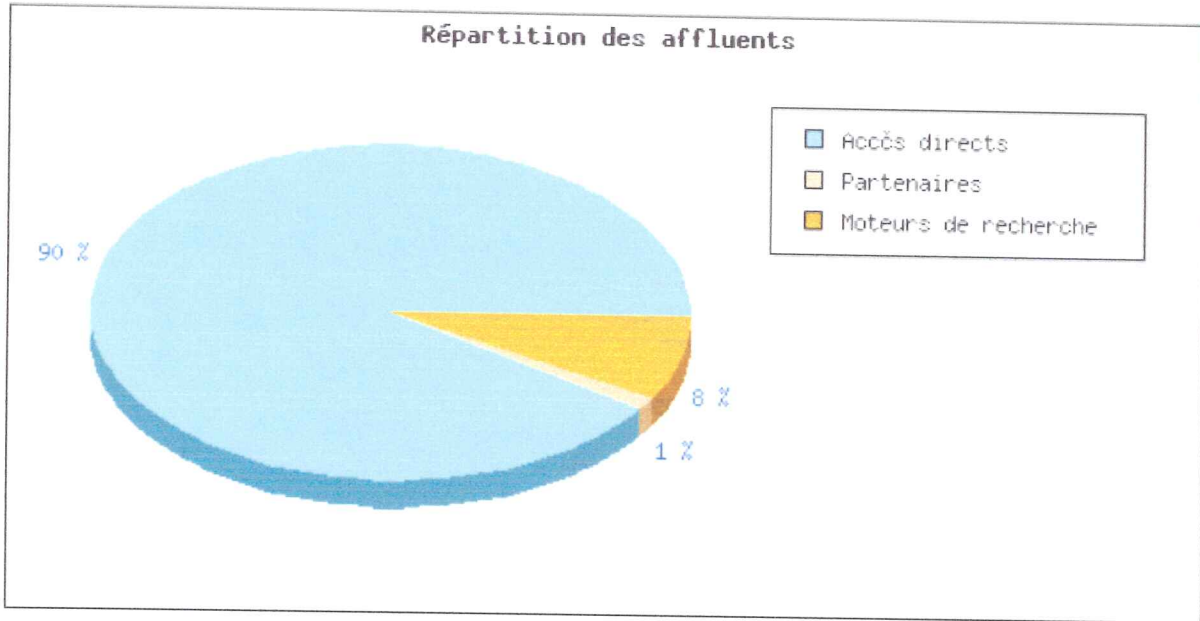


Figure 4. Mots clés les plus utilisés dans les moteurs de recherche pour accéder au site





**Figure 5. Répartition des affluents**