

# UN SITE WEB: QUELS ENJEUX POUR VOTRE ORGANISME

Matériel d'accompagnement  
FORMATION COMMUNAUTIQUE



*Un guide pour la  
publication de contenus  
sur le Web, à l'intention  
des groupes  
communautaires  
et populaires*

***www.communautique.qc.ca - info@communautique.qc.ca***

**rédaction: Charles Tanguay, Philippe Tousignant, Roger Charbonneau  
collaboration: Francine Pelletier**

**Tous droits réservés**

**©Communautique 1999 - révision 2009**

65, De Castelnau ouest, suite 202 Montréal (Québec) H2R 2W3  
Tél.: (514) 948-6644 Télécopieur .: (514) 948- 3320

**COMMUNAU** tique

# Table des matières

<b>I. Un site Web, quels enjeux pour votre organisme</b> .....	1
<b>II. Qu'est-ce qu'un site Web et à quoi cela sert?</b> .....	2
<b>III. Évaluer les besoins du groupe</b> .....	3
A. Au départ: une stratégie, un plan de communication .....	3
Des besoins .....	3
Un public cible .....	3
<b>IV. Quel genre de site?</b> .....	4
A. Un site interactif .....	4
Le courrier électronique .....	4
Un formulaire «en ligne» .....	4
Modifier «en ligne» des contenus .....	5
B. Un site vivant .....	5
C. Un site en constante évolution .....	5
D. Différents rôles d'un site .....	6
<b>V. Réalisation du site</b> .....	7
A. Maître de son contenu, sans contrainte d'espace (ou presque) 7	
Structure et arborescence .....	7
Une barre de navigation .....	8
Contenus .....	8
B. Mise en page du site .....	8
C. L'édition HTML .....	9
Construire le site .....	9
Les éditeurs de codes HTML .....	10
L'adaptation des textes en format HTML .....	10
Le logo et les autres éléments graphiques .....	10
D. Déposer un site sur un serveur: votre adresse sur le WWW ....	11
Un espace, une adresse .....	11
Le transfert de fichier .....	12
<b>VI. Faire vivre un site et le faire connaître</b> .....	13
A. N'oubliez pas les mises à jour! .....	13
B. Faire connaître son site .....	13
Les <i>méta-tags</i> .....	13
L'indexation .....	13
D'autres stratégies .....	14
<b>VII. Recruter un rédacteur HTML</b> .....	15
A. Rencontrer le rédacteur .....	15
B. Préparer le contrat .....	15
<b>VIII. Quelques outils</b> .....	17
A. Aide mémoire .....	17
B. Guide de l'internaute à l'affût .....	18
<b>IX. Lexique</b> .....	19

# **Un site Web pour votre groupe: Pourquoi? Comment?**

Le Web est sans doute la partie la plus connue d'Internet. Il y a plus de 150 millions de "lieux" à visiter. Pas étonnant que de plus en plus de groupes populaires et communautaires s'y retrouvent: il s'agit d'un moyen de diffusion d'information et de communication relativement peu coûteux. Si vous êtes à évaluer la possibilité de doter votre groupe d'un site Web, ce document vous sera utile: vous y trouverez des éléments de réflexion. Vous y dénicherez des conseils et des outils pour en planifier la réalisation, l'entretien, en évaluer le coût et la charge de travail. En apprivoisant le vocabulaire et en vous servant des aide-mémoires, vous serez aptes à identifier les solutions qui correspondent à vos besoins et à vos moyens.

Ce guide s'adresse à ceux et celles qui désirent construire eux-mêmes ou elles-mêmes leur site autant qu'à d'autres qui délégueront cette tâche. Il vous aidera en outre à planifier les étapes de réalisation et à éviter quelques écueils.

## II. Qu'est-ce qu'un site Web et à quoi cela sert?

Un site Web, c'est beaucoup de choses: un média d'information, un véhicule promotionnel ou un simple témoignage d'existence. Quoiqu'il en soit, un site est d'abord et avant tout un outil de diffusion: généralement une vitrine publique, parfois un espace privé. Il répond donc à des besoins de communication. Nous verrons plus loin quelle "fonction" peut répondre à quel besoin.

Techniquement, un site Web est composé d'une série de fichiers, un ensemble d'informations structurées selon une hiérarchie de classement appelée "arborescence". Un fichier, c'est de l'information (du texte, des dessins, ...) codée sous forme numérique. Le code utilisé sur le Web se nomme Hypertext Markup Language (HTML). Les documents codés en HTML sont lisibles par les logiciels de navigation (un navigateur, un fureteur). Le HTML sert en outre à convertir des textes en hypertexte. Il s'agit d'une technique informatique qui transforme mots et images en hyperlien, en bouton que l'on peut activer.

Tentons d'illustrer ce qu'est l'hypertexte pour vous permettre d'en saisir toute la richesse. Supposons que votre maison est construite avec l'hypertexte. À l'entrée de chaque pièce, il y a un tableau (un menu) sur lequel on trouve une photo de toutes les autres pièces de la maison. Du salon, en appuyant sur la photo de votre chambre (un hyperlien), vous vous y retrouvez. De la chambre, vous appuyez sur la photo du sous-sol et vous y êtes transportés. Ainsi de suite. Ce qu'il faut retenir, c'est que l'on peut passer de la chambre au sous-sol sans avoir à prendre l'escalier. Transposez cette notion au voisinage, au quartier, à la ville, au pays, au continent, à la planète. Dans un texte (bien) écrit avec l'hypertexte, on peut, grâce aux hyperliens, sauter d'une section à l'autre, avoir accès à des références, faire des tables des matières "vivantes", etc.

L'hypertexte est aujourd'hui utilisé sur plusieurs couches d'Internet. C'est pourquoi on emploie souvent indistinctement les mots "Internet" et "Web". Lorsque vous lisez un texte sur Internet, que vous y naviguez, vous verrez des phrases (généralement) soulignées en bleu. Il s'agit de liens en hypertexte, des hyperliens. Ces phrases sont "cliquables" et vous donnent accès, si vous activez le lien avec la souris, à la page web dont l'adresse apparaît dans la barre d'information de votre navigateur. Cette technique est également appliquée aux images. Ainsi des photos, des dessins et des logos peuvent être activés et servir d'hyperliens vers d'autres contenus, d'autres sites.

Un site Web est administré par une personne ou une équipe: un rédacteur HTML, un responsable des contenus et un responsable de la liaison. On nomme habituellement "webmestre" l'individu qui fait la rédaction HTML. Parfois, cette personne s'occupe également des contenus et de la liaison. Nous considérons toutefois que vous gagnerez à conserver les aspects contenus et liaison et à déléguer les tâches reliées à la rédaction HTML. Nous reviendrons sur ces questions plus loin.

### III. Évaluer les besoins du groupe

Dans cette section, nous vous invitons à prendre un moment pour identifier vos besoins et attentes en regard de la création d'un site Web. Vous serez amenés à réfléchir à vos besoins de diffusion et de communication.

### **III. Évaluer les besoins du groupe**

#### **Au départ: une stratégie, un plan de communication.**

Un site Web doit être un élément qui complète la stratégie de communication d'une organisation. Généralement, cette stratégie consiste à planifier la circulation d'informations à notre sujet. Elle peut viser des objectifs de promotion, d'information publique, de sensibilisation, de relations avec les médias, de mobilisation etc. Une stratégie de communication répond donc à la question suivante: quelle information voulons-nous transmettre à quel public?

#### **Des besoins**

Pour déterminer quelles informations vous voulez communiquer, vous devez cerner vos besoins généraux de communication. Par exemple, vous pouvez estimer que votre groupe a des besoins de rayonnement, de promotion, de soutien à l'organisation d'événements ponctuels, d'information grand public, de concertation, de sensibilisation, etc. Tout en identifiant le type de besoin, il faut cerner la cible de votre stratégie de communication. Ainsi, lorsque l'on décide de se doter un site Web, il faut bien savoir quel besoin il comble et à qui il s'adresse.

#### **Un public cible**

Voulez-vous rejoindre vos usagers, la population en général, les groupes membres, d'autres groupes, etc ... ?

Un site est un excellent outil de diffusion auprès du public, enfin...d'un certain public (branché). Il permet de sensibiliser les internautes d'un peu partout à des questions spécifiques. Par contre, il pourrait s'avérer moins efficace si on cherche à rejoindre une population spécifique. Si ce sont nos membres et nos pairs que l'on cherche à joindre, il faut vérifier le degré de branchement et l'intérêt du public visé avant de d'investir dans la création un site qui risquerait fort d'être peu fréquenté.

Pour alimenter votre réflexion sur le public que vous cherchez à atteindre, nous vous recommandons de vous faire une meilleure idée sur le portrait actuel des internautes québécois. Des organismes mènent régulièrement des enquêtes pour tracer ce portrait. Nous vous conseillons de visiter le site du Réseau inter-ordinateurs scientifique québécois (RISQ), qui mène des enquêtes détaillées sur le profil et les habitudes des internautes: <http://www.risq.qc.ca>

Notez que votre site peut avoir d'autres fonctions que d'informer le public en général. Un site peut servir, par exemple, à soutenir l'organisation d'un colloque. Construit à la fois comme une vitrine et comme un centre de documentation, il peut servir à diffuser l'information sur le colloque, sur les partenaires, la documentation, etc. On pourrait également y retrouver un formulaire pour s'inscrire, le tout en complément à une stratégie "traditionnelle" (envois postaux, téléphones, ...). Bref, un site peut rejoindre plus d'un type de public et peut avoir une utilité ponctuelle.

Une fois la réflexion sur vos besoins bien amorcée, il convient de voir comment un site peut y répondre. Afin de nourrir vos discussions de considérations concrètes, nous

aborderons dans la section suivante des fonctions techniques que peut remplir un site Web.

#### **IV. Quel genre de site?**

Certains mots sont à la mode lorsque l'on parle de site Internet. On le veut interactif, vivant, en constante évolution... Quelles fonctions concrètes correspondent à ces qualificatifs? L'interactivité, par exemple, peut revêtir toutes sortes de facettes: un simple lien courriel qui permet aux visiteurs de prendre contact avec le webmestre, un formulaire sur le site pour formuler des demandes ou recueillir des informations précises ou une grille de saisie qui permet aux visiteurs d'apporter instantanément de nouveaux contenus au site. Il faut être conscient que chacune de ces fonctions peuvent générer du travail ou des coûts supplémentaires. Identifions, de la façon la plus réaliste possible, quelles pourraient être les différentes fonctions utiles à un groupe.

##### **A. Un site interactif**

Le courrier électronique

Utiliser le courrier électronique équivaut à envoyer une lettre par téléphone! Un message transmis par courrier électronique se nomme un courriel. Il est possible de placer sur un site Web votre adresse de courriel, afin qu'un-e internaute, de passage sur votre site, puisse entrer en contact avec vous. Ceci, bien sûr, n'est pas sans conséquences...

Prévoyez dès le départ que la levée et la gestion du courrier électronique devrait être confiées à une personne. Elle assumera alors le rôle de responsable de la liaison. Il est possible de partager cette tâche, mais il est *préférable* de lever le courriel à partir d'un seul poste de travail, afin de faciliter les suivis. Cette centralisation de la gestion du courrier limite ainsi le partage de cette tâche. Prenez note que le ou la responsable de la liaison devra lever régulièrement le courrier, répondre dans un délai assez court, effectuer un classement des messages reçus et, le cas échéant, faire suivre les messages aux destinataires (dans ce cas, si les différents postes du bureau ne sont pas en réseau, en faire une impression ou une copie disquette). Si votre organisme est en réseau, prévoyez des modes de classement du courriel sur le serveur afin de partager l'information.

Un formulaire "en ligne"

Il est possible de placer sur un site un formulaire à remplir par l'internaute. Toutefois, ceci peut être une opération dispendieuse. Elle requiert du travail de mise en page (rédaction HTML) de validation des données saisies, de la programmation, de traitement de l'information recueillie. De plus, les formulaires sont sources de multiples ennuis techniques. Ainsi, avant d'opter pour le formulaire, demandez-vous si un courriel ne ferait pas l'affaire. Des nouvelles fonctions HTML ont rendu plus conviviales l'utilisation du courriel sur un site. Demandez à votre rédacteur HTML de vous faire une petite démonstration.

## Modifier “en ligne” des contenus

Certains sites sont conçus de façon à permettre aux visiteurs de créer ou de modifier des contenus sur le site, quasi instantanément. L'internaute pourrait, par exemple, annoncer un événement dans un calendrier d'activités. Opération délicate s'il en est une, ne vous lancez pas dans un site de ce type sans avoir une solide expérience de l'Internet et/ou sans prévoir un contrat à long terme avec votre rédacteur HTML. Par ailleurs, la plupart des rédacteurs HTML ne peuvent réaliser des sites de ce type, car cela nécessite des compétences en programmation. Il faut également négocier une entente solide avec l'administrateur de système (le propriétaire du serveur sur lequel vous déposerez votre site), car il est responsable du bon fonctionnement des programmes. Bref, un chemin semé d'embûches!

Nous vous invitons donc à bien évaluer vos ressources et vos besoins avant d'implanter des services interactifs que vous ne pourrez soutenir. Il est préférable de débiter en laissant la possibilité aux visiteurs d'utiliser le courrier électronique comme prise de contact et de faire évoluer progressivement les services interactifs du site en fonction de vos besoins et de vos ressources.

### **B. Un site vivant**

Pour les fins de notre propos, “vivant” veut davantage dire visuellement agréable. Vous pouvez réfléchir à une métaphore et créer votre site en conséquence. Vous pouvez le concevoir comme un village (un bureau de poste, une librairie,...), par exemple. Vous adapterez alors vos éléments graphiques en conséquence, ce qui rendra votre site plus vivant. Notez cependant que le graphisme, s'il favorise la convivialité du site, coûte souvent très cher et augmente le temps nécessaire à la réalisation. Nous reviendrons sur ces aspects.

### **C. Un site en constante évolution**

On a malheureusement tendance à négliger l'importance des mises à jour d'un site. La beauté du médium réside pourtant dans la versatilité qu'il offre pour changer les contenus rapidement et relativement facilement. Vos visiteurs reviendront vous voir s'ils trouvent des nouveautés intéressantes sur le site. Évidemment, les mises à jour demandent du temps. Leur fréquence dépendra donc entièrement des ressources que vous pouvez investir. Il n'y a pas réellement de balise sur la fréquence idéale des mises à jour, ni plancher, ni plafond. Pour donner un ordre de grandeur, prenons un exemple au hasard: le site Communautaire.

Les mises à jour de routine, soit le calendrier des événements, le babillard communautaire, l'ajout ou le retrait de quelques liens et quelques autres modifications qui peuvent émaner des correspondances par courriel, tout cela est fait au moins une fois par semaine. Ceci représente environ une demi-journée de travail, sans compter le temps requis pour l'édition HTML et le transfert des fichiers sur le serveur.

Vous avez maintenant une idée de ce que peut vouloir dire l'implantation d'un site et de différents services “interactifs”. Nous avons également abordé la question de l'aspect

visuel. Nous reviendrons plus loin sur ces questions. Examinons d'abord comment des fonctions d'un site peuvent répondre à un besoin de communication et de diffusion.

#### **D. Différents rôles d'un site**

Le rôle de promotion est le plus facilement réalisable et c'est surtout sur cette fonction que nous allons nous attarder. Nous l'avons souligné, un lien de courrier électronique sur le site, qui incite les visiteurs à écrire, peut générer une somme appréciable de travail, surtout si l'on entend donner suite aux messages dans un délai raisonnable. Des groupes dont les services sont très en demande pourraient être placés devant le dilemme d'avoir à répondre à des demandes par courriel alors que l'attente pour les rendez-vous est de trois semaines et la ligne téléphonique...souvent occupée! À qui accorderez-vous la priorité?

La diffusion d'informations liées à l'actualité nécessite une alimentation régulière du site; elle implique donc des coûts de mises à jour. La diffusion de contenus en vrac, par courrier électronique ou par liste de diffusion, pourrait peut-être remplir ce rôle sans nécessiter le développement d'un site Web. Ce serait là une option à envisager si l'on sait précisément à qui l'on destine ces informations (membres, collaborateurs, etc.).

Nous l'avons mentionné, un site peut servir à mousser un événement ponctuel, notamment si des participants et participantes de différents pays y sont invités. On pense ici à un colloque, par exemple. Il est possible, à relativement peu de frais, de créer un site sur lequel on retrouverait les informations générales sur l'événement, un processus d'inscription, une liste de discussion pour le préparer,... Évidemment, ce modèle peut servir à d'autres types d'activités: mobilisation, concertation, etc. Par ailleurs, restreindre l'accès au site aux seuls participant-e-s du colloque (par un mot de passe) s'avère un exercice plus complexe.

Le développement et l'implantation de services interactifs tels les forums de discussion, les formulaires en ligne, les bases de données avec requête, etc. peuvent aussi être envisagés. Ces fonctions nous apparaissent toutefois moins essentielles pour un premier site et, tel que mentionné précédemment, elles sont plus onéreuses à programmer et peuvent demander plus de temps (saisie, mise à jour, réponses) . En résumé, si vous désirez des fonctions plus sophistiquées que le simple lien courriel, il peut être plus sage de commencer par l'implantation d'un site plus modeste, d'en vérifier l'achalandage et l'utilité, puis, selon les besoins et les ressources disponibles, d'y ajouter graduellement de nouveaux services.

*Note sur l'achalandage:*

*Il est intéressant de savoir que l'achalandage d'un site est constitué à environ 50% de visites des moteurs de recherche qui font la mise à jour de leurs fichiers d'index. Il est donc important, si vous installez un compteur de visites, que celui-ci sache identifier les adresses IP des visiteurs, afin de discriminer les moteurs des visiteurs réels.*

Bref, avant de vous lancer dans la construction d'un site Web, évaluez vos besoins, préparez un plan de communication afin de savoir à quoi servira le site et en quoi il sera complémentaire à votre stratégie de communication, évaluez vos ressources et planifiez les étapes de réalisation.

## V. Réalisation du site

Un site est plus qu'un dépliant. Sa forme n'est jamais définitive. Il est donc préférable de commencer simplement et de bonifier en cours de route plutôt que d'investir dans une énorme structure que l'on aura de la difficulté à alimenter par la suite. Rappelons qu'un site Web regroupe un ensemble d'informations structurées en arborescence. L'évolution du site se traduit par des prolongements de l'arborescence qui, si l'on reprend l'analogie du dépliant, nous font passer du dépliant au document produit par l'organisme, puis, au centre de documentation. L'analogie s'arrête ici, car avec un site Web, toutes les variantes sont possibles. Le plus important est d'organiser le tout selon une logique hiérarchique qui rend la navigation conviviale et efficace. On doit éviter à tout prix les labyrinthes, les cul-de-sac et les textes arides qui se déroulent sans fin sur une très longue page Web.

### A. Maître de son contenu, sans contrainte d'espace (ou presque).

Il vous incombe de prendre en charge tout ce qui touche au contenu du site. Des grands chapeaux qui composeront la structure du site en haut de l'arborescence aux contenus détaillés des niveaux inférieurs, vous avez tout intérêt à concevoir toute la structure et tous les contenus. On aura avantage à visiter plusieurs sites pour bien saisir les particularités du médium et trouver des sources d'inspiration ...ou des exemples à ne pas suivre. On pourra aussi solliciter les conseils d'un spécialiste de l'édition HTML.

#### Structure et arborescence

Au départ, laissez de côté la question de la mise en page et de l'apparence graphique. Le plus important demeure le contenu et surtout, son organisation logique. Tâchez de tirer le meilleur parti du médium, en utilisant à bon escient les hyperliens, qui doivent permettre au visiteur de visualiser en un coup d'œil les grands titres et les idées maîtresses d'un texte, tout en offrant la possibilité d'approfondir un sujet au moyen d'un simple clic. Un site bien organisé permet au visiteur de trouver une information précise, sans qu'il ait à lire une dizaine de pages; il doit également susciter l'intérêt et la curiosité du visiteur qui navigue sans but précis. Exercez votre esprit de synthèse et choisissez judicieusement les titres; votre site n'en sera que plus attrayant.

Certaines personnes vont d'abord définir les grandes sections du haut de l'arborescence pour ensuite poursuivre et définir chacune des composantes des niveaux inférieurs. D'autres vont préférer mettre sur la table l'ensemble des contenus détaillés, puis procéder à des regroupements afin d'identifier les sections des niveaux supérieurs. D'autres, enfin, préféreront aborder la question des contenus "par les deux bouts". Chaque méthode présente des avantages: tout dépend de la façon de penser et de travailler des gens qui feront l'exercice, et de la nature des contenus eux-mêmes.

On doit toutefois garder en tête que le résultat de l'exercice devra, autant que possible, conduire à une commande claire pour la personne qui fera l'édition HTML, surtout si vous payez cette personne 50\$ de l'heure! Si vous révisiez la structure du site lorsque l'étape de l'édition HTML est en cours, cela pourrait signifier que votre spécialiste HTML ait à refaire une bonne part du travail. En cas de doute sur l'organisation de la structure du site, il pourrait être utile de demander conseil au rédacteur HTML *avant* d'arrêter vos choix.

## Une barre de navigation

Nous ne saurions trop insister sur l'importance de la structure, de l'arborescence du site. Elle détermine l'organisation logique des contenus, donc elle a un impact sur la navigation. Afin d'accéder aux différentes sections d'un site, on utilise généralement une barre de navigation. Il s'agit d'une série d'hyperliens pointant sur les chapeaux des sections. Elle est présente sur chaque page. Ainsi, par exemple, peu importe où il se trouve dans le site Communautaire, l'internaute peut accéder à "Page d'accueil, Qu'est-ce que?, Activités, Centre communautaire, Centre de documentation, Kiosque à journaux, Centre de ressources, Forums". Par conséquent, un changement au nom d'une section ou un ajout entraîne un travail considérable, la barre de navigation devant être modifiée sur *chaque* page. Ainsi, il est préférable de prévoir dans le détail la structure et l'arborescence, quitte à laisser quelques sections "en construction" pendant un certain temps. Lors de la réalisation du site, évaluez ponctuellement la pertinence de votre arborescence afin de corriger le tir, si nécessaire, le plus tôt possible.

## Contenus

Idéalement il faut désigner un responsable des contenus. Cette personne veille au respect de la stratégie de communication et à la qualité des contenus. Elle travaillera étroitement avec le rédacteur HTML. Voici en vrac quelques exemples de contenus: vos coordonnées, votre mission, la liste des membres, des documents, un bulletin électronique, un calendrier d'événement,...

Vous allez probablement dénicher une foule d'informations qu'il serait intéressant de diffuser sur le Web. N'oubliez pas cependant que vous devrez fournir au rédacteur HTML des fichiers électroniques dépouillés de tout code de mise en page. Si vous ne faites pas ce travail d'épuration, le rédacteur HTML devra le faire à votre place et vous facturer en conséquence. Avec la plupart des logiciels de traitement de texte, vous pouvez modifier le format en effectuant la fonction "enregistrer sous..." et en choisissant le format "texte seulement".

De la même façon, les documents sur papier devront être saisis à l'ordinateur et il vous faudra prévoir le temps requis pour effectuer ce travail. On utilisera pour ce faire les plus simples des logiciels de traitement de texte: le Bloc-Note (*NotePad*) pour les compatibles IBM et *Simple Text* sur Mac.

Finalement, sachez que les contenus du site sont accessibles gratuitement. Vous pouvez y déposer une version abrégée des publications que vous vendez présentement et vendre une version papier à valeur ajoutée (contenu plus complet, avec images, etc.). Néanmoins, ne sous-estimez pas l'impact (à la baisse) sur vos revenus qu'aura la diffusion gratuite de documents autrefois vendus.

## **B. Mise en page du site**

Une fois la structure du site définie et les contenus identifiés, le temps est venu de passer à l'apparence.

La rédaction et la mise en page HTML, la création des éléments graphiques et la programmation du site devraient être laissées à des personnes possédant les compétences requises.

Une des tâches du rédacteur HTML consiste, comme son titre l'indique, à adapter les textes au langage HTML, le format universel du Web.

Une autre de ses tâches est de fragmenter l'information en plusieurs pages Web et d'organiser une structure conviviale qui permet au visiteur de naviguer entre ces pages d'information (page d'accueil, table de matière du contenu du site, regroupement des informations par thème en utilisant les hyperliens, boutons de navigation, etc.). Comme nous l'avons mentionné plus haut, vous devriez idéalement définir vous-même l'organisation du site, l'arborescence, tandis que le travail du rédacteur HTML consistera à rendre le tout opérationnel et agréable à l'œil. Cela ne veut pas dire cependant que votre rédacteur HTML n'aura pas ses propres idées sur la façon d'organiser les contenus. À partir de cette étape et jusqu'au produit final, le travail devrait être fait en étroite collaboration. Nous vous recommandons de planifier plusieurs rencontres avec le contractuel pour vous assurer, au fur et à mesure, que votre site prend bien la forme que vous souhaitez et qu'il correspond à l'image que vous voulez projeter.

Nous vous suggérons d'investir dans un graphisme simple, peu lourd au chargement et de mettre plus d'énergie à produire un contenu intéressant et pertinent. Attention au syndrome "grosse vitrine, petit magasin"! Évitez les dessins animés, dispendieux et distrayants. Débutez avec une apparence simple et peaufinez avec le temps.

### **C. L'édition HTML**

Bien des gens aujourd'hui se disent "capables de faire un site Web", particulièrement depuis que certains logiciels conviviaux d'édition HTML peuvent donner d'assez bons résultats. Si un bénévole s'offre afin d'effectuer ce travail, ce pourrait être intéressant pour vous, surtout en regard des coûts...!

Il ne faut cependant pas négliger le temps requis pour créer un site, particulièrement si on fait affaire avec un débutant. Sans rémunération, il est toujours plus délicat d'être pointilleux sur les délais, sur la disponibilité pour les corrections, sur les défauts qui nous agacent... Assurez-vous d'un minimum de compétence de votre recrue, de talent aussi; visitez ses réalisations passées si c'est possible. Gardez-vous, dès le départ, la possibilité de confier le mandat à quelqu'un d'autre en cours de route.

Dans le cadre du projet Communautaire, nous avons répété à qui voulait bien l'entendre que l'on peut aisément naviguer et travailler avec Internet sans nécessairement disposer d'une machine dernier cri. Toutefois, si vous envisagez de créer à l'interne un site Web, l'exercice pourrait être passablement laborieux sans un ordinateur capable d'un minimum de performance.

Construire le site

Si vous préférez faire vous-même l'édition HTML, vous pouvez utiliser deux types de logiciels.

Les éditeurs tel-tel (*WYSIWYG*) ou des versions récentes de traitement de texte permettant de générer automatiquement les codes HTML.

L'utilisateur de ces logiciels n'a pas nécessairement besoin de connaître le langage HTML. On rédige le contenu, on fixe les paramètres de mise en page (qui sont assez limités, il faut le dire), on définit les hyperliens, les couleurs, etc., et au fur et à mesure que l'on progresse, le logiciel génère automatiquement les codes HTML. Ce travail, pour quelqu'un qui utilise pour la première fois ce genre de logiciel, demandera un temps d'apprentissage, de la pratique, et beaucoup de patience. On pourra ainsi créer un site de base, sans grande sophistication en qui à trait à la mise en page.

#### Les éditeurs de codes HTML

L'utilisateur d'un éditeur de code HTML devra avoir une bonne connaissance du HTML. Ces logiciels sont moins conviviaux que les éditeurs tel-tel mais ils permettent un meilleur contrôle de la mise en forme du contenu. Web Expert est l'un de ces logiciels. Il est disponible en français pour la plate-forme Windows et coûte environ 80\$. On peut en importer une version d'essai à <http://software.visicommedia.com/fr/products/webexpert/>.

Si vous faites appel à un contractuel, vous pourrez fixer un calendrier d'étapes plus serré et être plus exigeant sur la qualité du produit. Le tarif peut varier énormément en fonction de l'expérience, des compétences de la personne et des tâches exigées (conversion de texte/mise en page, graphisme, programmation). Pour donner une échelle de grandeur en tenant compte de tous ces facteurs, le tarif horaire peut varier de 20\$ (travail effectué par un étudiant ou un débutant) à 100\$ ou plus (programmation en langage spécialisé, tel Java ou Perl, graphisme, etc.)

#### L'adaptation des textes en format HTML

Il est difficile de donner des échelles de grandeur pour l'adaptation HTML de pages de texte, mais on peut considérer que le travail peut prendre de 15 minutes à 1 heure par page imprimée si le contenu est déjà sous format numérisé. Cela dépend de vos exigences (nombre de liens, type de mise en page, colonnes, tableaux, etc.) et des compétences du webmestre.

Rappelons que cette évaluation est adéquate si le contenu est fourni en format texte brut, c'est-à-dire un texte dépouillé de codes de mise en page.

#### Le logo et les autres éléments graphiques

Vous devez disposer d'une version numérique de tous les logos et images du site. Si vous avez fait appel à un infographiste par le passé, il est probable qu'il ait encore une version de votre logo numérisé.

Si une personne de l'équipe est habile avec un logiciel de graphisme ou de dessin, elle pourra reproduire le logo, de préférence dans un format "bitmap" pour Windows ou "PICT" pour Mac, puis le transférer en format "GIF" ou "JPEG", qui constituent les formats utilisables sur le Web. Cette opération de conversion s'effectue avec un logiciel de type Photoshop ou à l'aide de gratuits comme IRFAN (seulement en version anglaise, pour Windows 95 disponible sur le site de NONAGS (<http://www.nonags.com>) ou encore avec le partagiciel Paintshop pro.

Que l'on utilise une image "fabriquée maison", une image numérisée destinée à l'imprimerie ou une image obtenue par balayage (scanner), elle devra être retravaillée pour répondre aux impératifs du Web. Les images doivent en effet occuper le moins d'espace possible, afin de réduire le temps de chargement. Elles seront donc de faible résolution. À notre avis, une page Web (un fichier HTML) qui dépasse 50K (au total: texte et image) commence à être lourde. À chacun de fixer la limite de "poids" de ses images. Le seul barème à considérer: le visiteur impatient qui, au bout de quelques secondes d'attente, va aller cliquer ailleurs! Gardez en tête les objectifs que vous visez en créant votre site Web. Vous cherchez probablement plus à informer vos visiteurs qu'à les distraire. Si tel est le cas, limitez la taille et le nombre des images et n'écoutez pas, de grâce, l'amateur de fioritures animées qui vous propose gratuitement sa dernière création!

Laissez également de côté des éléments programmés en JAVA et les javascripts, au départ. Ainsi, votre site sera moins dispendieux, générera moins de problèmes techniques et, surtout, sera accessible à ceux et celles qui naviguent à l'aide d'ordinateurs vieillots. Vous aurez plus tard le loisir de bonifier votre site de javascripts, par exemple.

Enfin, une mise en garde: utilisez les cadres judicieusement. Un cadre est une fenêtre qui reste affichée à l'écran, toujours au même endroit, pendant qu'un internaute visite votre site. Il sert souvent d'outil de navigation. Utilisez-les avec parcimonie car certains navigateurs ne peuvent les afficher et ils sont source de problèmes pour les moteurs de recherche qui indexent votre site. Un site ne devrait jamais avoir plus d'un cadre.

## **D. Déposer un site sur un serveur: votre adresse sur le WWW**

Après avoir bien figolé le site sur votre ordinateur, l'avoir testé à maintes reprises avec votre navigateur, après vous être assurés que tous les hyperliens fonctionnent et que tous les fichiers HTML sont bien nommés, vous êtes prêt pour votre entrée en scène. Vous devez maintenant déposer ce joli paquet de fichiers sur un autre disque dur, celui de votre serveur. Vous pouvez évidemment déléguer cette tâche au rédacteur HTML.

Un espace, une adresse

La plupart des fournisseurs d'accès offrent, avec l'abonnement mensuel, l'hébergement gratuit de votre site (entre 2 et 5 méga -octets, ce qui devrait être largement suffisant). Vous aurez préalablement recueilli les informations d'usage auprès du fournisseur, sur son site Web ou par téléphone, soit la configuration requise du logiciel FTP, le logiciel servant au transfert de fichiers. Ayez sous la main le mot de passe pour accéder au serveur (qui devrait être le même que pour l'accès à Internet) et, bien sûr, l'adresse Internet de votre site Web.

Pour l'adresse, vous pouvez faire enregistrer votre nom de domaine propre (DNS pour *Domain Name Server*), se terminant par «qc.ca» ou par «ca», en vous adressant à l'Autorité canadienne pour les enregistrements Internet. ([www.acei.ca](http://www.acei.ca)) ou à votre fournisseur d'accès qui fera cette démarche moyennant des frais. Le nom choisi ne doit pas être déjà utilisé par quelqu'un d'autre. Consulter le site de l'ACEI pour vérifier votre

admissibilité et connaître les étapes à suivre pour l'enregistrement de noms de domaine .ca

Avoir son propre nom de domaine facilite la diffusion de l'adresse du site, parce que le nom sera plus évocateur et plus facile à retenir. Les démarches peuvent toutefois prendre quelques semaines.

Si vous choisissez de ne pas retenir un nom de domaine, il y a de bonnes chances que l'adresse de votre site soit: `www.le-nom-de-domaine-de-votre-hébergeur/votre-nom-d'utilisateur`. Par exemple, l'adresse du site du Centre de formation populaire (CFP) pourrait être `www.videotron.ca/cfp`.

#### Le transfert de fichier

Tel que mentionné précédemment, le transfert se fait grâce à un logiciel FTP (File Transfer Protocol). Ce pourrait être WS\_FTP pour les compatibles IBM, gratuit généralement fourni par votre fournisseur d'accès ou livré avec Windows, ou Fetch, pour Mac, disponible gratuitement à <http://www.dartmouth.edu/netsoftware/fetch.html>.

Après avoir procédé à la configuration de votre logiciel selon les instructions fournies par votre fournisseur d'accès (adresse FTP du serveur, répertoire où logera votre site, nom d'utilisateur, mot de passe et paramètres de transfert), vous établissez la communication par modem. La suite ressemble au transfert de fichiers sur une disquette. Une fois le transfert terminé, vous pouvez, tout en restant en ligne, lancer votre navigateur et appeler l'adresse de votre site afin de constater de visu que tout s'est bien passé. Vous serez alors le tout premier visiteur de votre site! Profitez-en pour tester chacun des hyperliens. Demandez aussi à d'autres internautes de tester votre site avec différents navigateurs.

Plusieurs recherches sur les habitudes des internautes démontrent qu'un site qui ne change pas voit son achalandage diminuer rapidement. Il doit y avoir plusieurs milliers de ces "épaves" du Web, abandonnées par les visiteurs, tels de vieux dépliants oubliés dans une boîte de carton. Il faut faire vivre son site, et surtout le faire connaître.

## VI. Faire vivre un site et le faire connaître

### A. N'oubliez pas les mises à jour!

La mise à jour d'un site exige des compétences en HTML (pour rédiger de nouvelles pages ou modifier des pages existantes) et en transfert de fichiers (exporter des fichiers sur le serveur pour les intégrer au reste du site par FTP).

Si vous avez franchi avec succès toutes les étapes de la construction d'un site, vous ne devriez pas éprouver de grandes difficultés à réaliser par vos propres moyens vos mises à jour. Il suffit de modifier, sur votre poste de travail, les pages à mettre à jour, d'en créer d'autres au besoin et de vous assurer, bien sûr, que **tous** les hyperliens demeurent cohérents et opérationnels. Vous déposerez ensuite chacun des fichiers modifiés sur le serveur, tel qu'expliqué précédemment. Nous insistons toutefois sur le fait que, pour éviter des problèmes de structure de site, une seule personne ne devrait être autorisée à faire les modifications. Sinon, vous courrez le risque de perdre le fil des mises à jour ou de commettre des erreurs de codes HTML, pouvant rendre l'ensemble du site inopérant.

### B. Faire connaître son site

Pour que tous vos efforts portent fruit, vous devez faire en sorte que votre site soit visité. Vous pourrez adopter toutes sortes de stratégies de communication pour faire connaître l'adresse de votre site à votre public cible, notamment ajouter systématiquement cette adresse à tous vos documents imprimés. Pour ce qui est de lui donner pignon dans le cyberspace, voici quelques conseils.

#### Les méta-tags

Les *méta-tags* constituent un code HTML qui rend du texte invisible sur la page Web, mais reconnaissable par les moteurs de recherche qui scrutent le Web et qui viendront sûrement jeter un oeil sur votre page d'accueil afin de répertorier votre site. Ce sont en fait des mots-clefs pertinents au contenu de votre site. Prenons l'exemple du site d'un groupe œuvrant en développement de la main d'œuvre. Il peut choisir, par exemple: employabilité, assurance emploi, parcours d'insertion, etc. Ces mots sont placés sur la page d'accueil (index.html) par le rédacteur HTML. Ainsi, un internaute faisant une recherche à l'aide de ces mots-clefs a de bonne chance de trouver ce site. Un autre type de meta-tags permet de décrire votre site en une courte phrase. En affichant les résultats d'une requête, le moteur de recherche fera apparaître cette phrase comme description de votre site.

#### L'indexation

Par la suite, il faudra procéder aux requêtes d'indexation du site auprès des outils de recherche (engins de recherche et répertoires de sites). Cette opération pourrait être faite par le rédacteur HTML ou par un ou une internaute de votre équipe. Il s'agira de visiter les sites des outils de recherche (La Toile, Yahoo!, HotBot, Alta-Vista,...), d'y trouver la page "soumettre un nouveau site" ou son équivalent et d'y inscrire les informations demandées pour enregistrer l'adresse du site et sa description. Cette opération peut prendre de quelques heures à quelques jours, selon le nombre de moteurs de recherche que l'on souhaite rejoindre.

Dans les heures ou les jours qui suivent votre requête, le moteur de recherche viendra visiter votre site pour en indexer soit les mots-clefs, soit tout le contenu. Il y reviendra de temps en temps afin de se mettre à jour.

L'opération d'indexation peut être facilitée par l'utilisation de services, tel Submit-it (<http://www.submit-it.com/>). Avec ce type de service, les informations requises vous sont demandées une seule fois et un robot se charge de soumettre votre requête aux plus importants moteurs de recherche. Cependant, il se peut que, pour quelques-uns de ces moteurs, des informations complémentaires vous soient demandées. Attention, les services gratuits d'indexation visent à vous vendre des services plus complets. Ils peuvent faciliter les choses, mais ils sont loin d'être parfaits. De plus, dans le cas de Submit-it, vos requêtes ne seront acheminées qu'aux principaux moteurs américains. N'oubliez pas les répertoires et les moteurs de la francophonie.

#### D'autres stratégies

Mentionnons finalement que les opérations visant à faire connaître votre site ne devraient pas s'arrêter à l'indexation aux principaux moteurs mais devenir un souci constant des membres de l'équipe qui naviguent sur Internet. Il existe sur le Web des milliers de répertoires, d'index, de moteurs et de "méta-moteurs". La majorité des sites ont également une rubrique "carnet d'adresses" ou "autres sites intéressants". Aussi, au fil de vos découvertes sur le Web, pensez à la diffusion de l'adresse de votre site dans les lieux les plus pertinents.

Une dernière option s'offre à vous, mais elle est plus dispendieuse: acheter de la publicité, soit dans les médias traditionnels soit dans la presse "virtuelle". Libre à vous, si vous disposez des ressources nécessaires, de publiciser votre site. Derechef, ceci dépend entièrement du public que vous voulez joindre.

## VII. Recruter un rédacteur HTML

Afin de contacter d'éventuels candidats pour la création de votre site, naviguez sur le Web. La plupart des concepteurs laissent un lien courriel sur les sites qu'ils ont réalisés. Lorsque c'est possible, prenez contact par courriel. Aussi, n'hésitez pas à consulter d'autres groupes qui ont un site: ils pourront vous donner de bons contacts. Vous pouvez également faire un appel de service.

### A. Rencontrer le rédacteur

Avant l'entrevue, vérifiez l'étendue des compétences de vos candidats, en visitant en profondeur les sites qu'ils ont réalisés. Évaluez la mise en forme HTML, la qualité du français écrit et la capacité de création d'éléments graphiques. Profitez-en pour visiter le site en désactivant le chargement des images. Vous saurez alors si vos candidats sont sensibles à l'idée de rendre le site le plus accessible possible. Dans l'ensemble, vous verrez si l'approche du candidat colle à votre réalité, à votre idée d'un site réussi. *(N'oubliez pas qu'un site très élaboré sur le plan graphique peut séduire l'œil mais est plus dispendieux.)* Vous trouverez à la section suivante, ces outils pour vous aider dans votre préparation.

Nous vous suggérons de rencontrer plusieurs candidats, si ce n'est que pour comparer les opinions. À la suite des rencontres, demandez une soumission écrite de leur part. Afin que celle-ci soit précise, le rédacteur devra être mesuré d'avoir une idée de: l'ampleur du contenu (papier et numérique), des graphiques à numériser ou à créer, de la structure du site, des outils de navigation (en texte et en image), de la fréquence des mises à jour, du développement à moyen terme du site et des responsabilités qu'il aura en regard des contenus et de la liaison.

Durant l'entrevue, évaluez la clarté de ses explications, sa capacité à vulgariser ses connaissances et sa disponibilité à articuler ses conseils: vous devez vous sentir à l'aise avec votre rédacteur HTML. S'il n'arrive pas se faire comprendre, vous risquez d'accumuler les frustrations. N'oubliez pas que, si vous avez l'intention de bonifier votre site et/ou de le mettre à jour régulièrement, vous devrez idéalement vous lier pour un certain temps avec le rédacteur HTML.

### B. Préparer le contrat

Interrogez-vous d'abord sur le mode de calcul de rémunération qui vous convient. Préférez-vous un taux horaire (30\$ est taux moyen adéquat pour une personne; il sera sans doute plus élevé si vous engagez un graphiste ou une équipe de travail) ou à forfait (sur l'ensemble du travail)? Évitez la formule du prix par page Web, par fichier HTML, à moins d'avoir une idée **très** précise du nombre de fichiers à créer.

Afin de vous guider dans votre estimation du prix d'un site, nous avons concocté une *évaluation*. Si le fichier à convertir en HTML est dépouillé de codes de mise en page, le travail de création d'une page Web de 4 pages-écrans (2 pages imprimées) prendra une quinzaine de minutes, incluant l'ajout de quelques hyperliens, mais sans compter l'ajout de tableaux, de colonnes ou d'images. Si vous désirez diviser un texte en chapitres, avec une table de matières pour accéder à chaque chapitre, c'est une opération plus longue, à cause de la fragmentation du texte et de la conception de l'outil

de navigation. Le temps à prévoir dans ce cas dépend entièrement de la qualité que vous désirez obtenir.

De façon générale, même si vous désirez un site simple (20 pages imprimées, seulement des paragraphes de texte, par exemple), prévoyez un investissement minimal de 300\$ à 500\$. Si le rédacteur HTML possède déjà des gabarits de site (modèles à compléter), alors les coûts devraient être assez bas. Notez que, normalement, le concepteur devrait disposer de ses propres outils de travail.

Par ailleurs, il faut prévoir des frais pour les mises à jour ponctuelles et le dépôt occasionnel de nouveaux contenus (si le site est construit pour être plus qu'une vitrine promotionnelle fixe). Pour une mise à jour minimale (quelques pages de contenu à inclure à un fichier existant), il faut compter au moins une demi-journée de travail de rédaction en HTML. S'il s'agit d'un nouveau fichier à intégrer au site, alors le temps requis dépend de la taille du document et de l'impact de son dépôt sur la structure du site. À cette étape, votre expérience vous permettra d'évaluer les coûts.

Le contrat vous liant au rédacteur devrait comprendre les éléments suivants (en sus des considérations usuelles sur le salaire, les échéances). Assurez-vous de conserver le droit de propriété sur le site, prévoyez des étapes de validation des versions de travail, l'indexation ponctuelle (à tous les six mois, par exemple) auprès des moteurs de recherche, le processus et la fréquence des mises à jour, négociez l'emplacement de la signature du rédacteur sur le site (normalement elle se trouve à un seul endroit, sur la page d'accueil). Idéalement, vous lui demanderez d'ajouter des commentaires aux documents HTML qu'il ou elle programmera, en prévision d'un changement de rédacteur HTML, par exemple. Enfin, si vous le jugez opportun, demandez à ce qu'il fasse un transfert de connaissances, qu'il vous apprenne à faire du FTP, par exemple.

En terminant, n'oubliez pas qu'il est possible de se regrouper pour mettre en commun des ressources et cohabiter à plusieurs sur un site Web. Ceci devrait réduire les coûts. Toutefois, associez-vous avec des groupes avec qui vous entretenez déjà d'excellents rapports: la cohabitation est souvent source de frictions!

## VIII. Quelques outils

Voici deux outils pour vous aider dans votre démarche. Le premier est un aide mémoire découpant les étapes de réalisation d'un site. Le second sert à analyser des sites que vous visiterez, en suivant une démarche qui vous sensibilisera à l'importance de la structure, du graphisme, ...

### Aide mémoire

Nous avons:

- évalué nos besoins de communication
- identifié notre public cible
- choisi un type de site
- identifié les contenus à déposer
- ébauché la structure du site
- rédigé une courte présentation du groupe
- dépouillé les documents numériques des codes de mise en page
- balayé (scanné) les documents qui n'existent qu'en format papier
- obtenu ou créé un logo numérisé
- trouvé quelques mots clés pertinents aux contenus du site (meta-tag)

## Guide de l'internaute à l'affût

La visite de sites vous permettra de vous familiariser avec "l'esprit du médium Web", de vous faire une meilleure idée des éléments, du cachet, de la couleur du site que vous souhaiteriez avoir. Cette opération vous permettra accessoirement d'identifier des personnes qui pourraient prendre à contrat l'édition HTML de votre site. En effet, la plupart des sites sont signés. Vous pourrez donc facilement contacter, par courriel, le concepteur d'un site que vous jugez particulièrement bien fait. Utilisez les questions suivantes afin de jeter un regard critique sur les sites visités.

### Contenus

Est-il facile d'identifier l'organisme: coordonnées, mission?

Le site permet-il de repérer rapidement les activités, les services?

À quel public semble s'adresser le site?

Quel est le rôle du site (promotion, diffusion d'information, de documentation,...)?

### Structure du site

La conception du site favorise-t-elle une navigation intuitive?

Est-il facile de revenir à la page d'accueil ou au menu principal du site à partir de n'importe quel endroit?

L'information est-elle regroupée d'une façon logique?

La barre de navigation est-elle efficace, bien placée sur chaque page?

### Convivialité

Si l'on désactive l'auto-chargement des images, a-t-on accès aux contenus du site?

Peut-on naviguer facilement?

Les éléments graphiques nuisent-ils à la compréhension des contenus?

Les éléments graphiques aident-ils à la compréhension des contenus? Pourquoi?

Les éléments graphiques aident-ils la navigation? Pourquoi?

Y-a-t-il déséquilibre entre les éléments graphiques et le contenu?

Le site est-il visuellement attrayant ?

### Qualité générale

Y-a-t-il beaucoup de fautes de français?

Le français est-il de qualité?

Est-il la possible de vérifier la fréquence des mises à jour?

Les formulaires fonctionnent-ils?

Le moteur de recherche intégré au site fonctionne-t-il?

### Accessibilité technique du site

Le chargement des différentes pages Web est-il rapide?

Une série d'ajouts (plug-ins) est-il nécessaire à l'affichage du contenu complet du site (son, animation, video,...)?

Les éléments graphiques ou d'animation sont-ils superflus ou bien utilisés?

## IX. Lexique

Document électronique ou numérisé:

Document créé à l'aide d'un logiciel de traitement de texte, de traitement de l'image, d'un chiffrier, ...

FTP (File Transfert Protocol):

Protocole Internet de transfert de fichiers qui permet, entre autres, d'exporter des fichiers d'un poste de travail à un serveur Internet. Cette procédure sert à la mise à jour d'un site Web.

Fournisseur d'accès Internet (FAI):

Entreprise qui fournit aux usagers le service d'accès à Internet, par lignes téléphoniques ou autrement. Bien qu'il faille distinguer le fournisseur d'accès du serveur Internet, ce sont souvent les mêmes entreprises qui offrent à la fois le service de branchement et l'hébergement de pages Web.

HTML:

De Hypertext Markup Language. Langage informatique servant à coder des informations afin qu'elles soient lisibles par un logiciel de navigation.

Page Web:

C'est le fichier HTML consulté à l'aide un navigateur. Lorsque, nous référerons une page Web nous parlerons de la "page" affichée à l'écran par le navigateur.

Éditeur tel-tel (WYSIWYG):

Éditeur HTML qui permet la visualisation du document HTML en cours de création dans une forme qui correspond le plus fidèlement possible à celle qu'il aura lorsqu'il sera diffusé sur Internet. Autrement dit, c'est un logiciel qui permet la création d'un document HTML grâce à la codification automatique du texte. L'interface et le processus de création ressemblent à ceux d'un logiciel de traitement de texte. WYSIWYG de l'anglais: What You See Is What You Get

Serveur Web:

Ordinateur relié à Internet qui contient des fichiers accessibles aux internautes. Les sites Web sont hébergés sur ce type de serveur.

Site Web:

L'ensemble des pages Web d'une adresse donnée, déposées sur un serveur; ensemble de fichiers HTML, structurés en arborescence.

Télécharger, télédécharger, téléverser...

La francisation des termes reliés à la télématique crée parfois une certaine confusion. Il en est ainsi à notre avis des diverses traductions des termes download et upload, qui désignent, dans le premier cas, l'action de transférer un fichier d'un serveur au poste de l'utilisateur et dans le second cas, l'inverse. Pour l'Office de la langue française, le terme téléverser désigne ce que l'anglais nomme download et télécharger équivaut à upload. Cette terminologie nous apparaît toutefois éloignée de l'usage courant. On voit aussi parfois le terme

télécharger, utilisé tantôt dans un sens, tantôt dans l'autre. Pour éviter d'y perdre notre latin, nous utiliserons dans le présent document les termes importer un fichier ou exporter un fichier, qui, au moins, ont l'avantage de dire explicitement ce qu'ils veulent dire! Le débat linguistique est lancé!

#### Rédacteur HTML ou Webmestre

Spécialiste du langage universel du Web (HTML) qui adapte les contenus en ajoutant des codes, afin de produire des pages Web reconnaissables par les logiciels de navigation. Bien que l'on puisse faire des distinctions, dans les différentes opérations pour créer un site, entre la rédaction HTML, la mise en page, la programmation et l'infographie Web, c'est souvent une seule et même personne qui réalise la totalité, ou la quasi-totalité, de ces opérations. On peut simplifier en définissant l'ensemble de ces opérations par "édition HTML" ou "édition de pages Web".