

UniNEt

Présentation du projet

Culture Web

Organisation de l'information

Philosophie du projet

- L'Université de Neuchâtel est une institution **moderne et innovante** qui tire ses racines du cœur du 19e siècle avec la création en 1838 de la première Académie. L'UniNE telle qu'elle est aujourd'hui est née en 1909.
- Dans un marché de la formation de plus en plus concurrentiel, l'UniNE doit **adapter** continuellement **son offre** au contexte du 21e siècle.
- Pour accompagner cette optimisation, l'UniNE se doit de moderniser sa ligne graphique, à la fois pour une déclinaison **print** que pour une déclinaison **web**.
- L'UniNE doit aujourd'hui affirmer son identité, occuper le terrain et convaincre notamment les Neuchâtelois-e-s et ses voisins immédiats de **la pertinence** de son offre, qui se développe continuellement.

Quelques principes directeurs

- Moderniser/uniformiser/positionner notre image
- Le tout pour la partie/la partie pour le tout. Mode 360 degrés
- Connaître et savoir parler à nos publics-cibles - UX experience – Combinaison priorités/fréquentations du site utilisateurs-trices
- Travailler en mode responsive, mobile first, outil wordpress
- Information/Conversion/Mise en valeur
- Simplicité – esprit de synthèse – éveil de la curiosité
- Site internet – site intranet

- **EVOLUTION DU CONTENU/REVOLUTION DU CONTENANT**

Publics-cibles

Le public-cible c'est d'abord les étudiante-e-s,
à majeure partie un public féminin (60 pour cent)

Public-cible secondaire : les parents, sensibles à l'avenir de leurs enfants
et attentifs à l'offre proposée par l'UniNE

Autres publics: les académiques et le personnel. L'UniNE doit être une institution
attractive pour dégager des revenus intéressants pour le canton et la région.

Autre catégorie encore : le grand public.

Enfin le public est aussi international.

Il convient que l'UniNE dispose également d'une bonne image à l'étranger.

Autres points particuliers côté web

1. Plusieurs dizaines de contributrices et de contributeurs, certain-e-s étant **connaisseurs-euses du web, d'autres moins**. Il faut que la solution permette à des néophytes de saisir du contenu de manière cadrée et sans pouvoir dénaturer le thème. Pour qu'une page soit complètement responsive, il faut suivre des règles que les utilisateurs-trices ne connaîtront pas forcément.
2. Au niveau des profils des éditeurs-trices, nous avons deux profils différents : d'une part des **superusers** (notamment facultés, BPP) qui maîtrisent le CMS choisi car elles et ils l'utilisent très fréquemment, qui représentent 10% des éditeurs-trices. D'autre part des éditeurs-trices qui feront occasionnellement des actions sur leurs pages, qui représentent 90% des éditeurs-trices.
3. Il faut également penser à la gestion des droits d'accès sur les différentes pages, les workflows de validation si nécessaire. Il ne s'agit pas d'un "simple" site vitrine à développer, mais d'un **concept global**.
4. Certains besoins sont également à prendre en compte : création de newsletters, de blogs, de formulaires, de données tierces (depuis une base de donnée par exemple). Création d'un sitemap regroupant plusieurs sites web, etc.

Un processus en quatre phases

- Initialisation (variantes)
- Conceptualisation (prototype)
- Réalisation
- Déploiement

Des jalons en entrée et en sortie

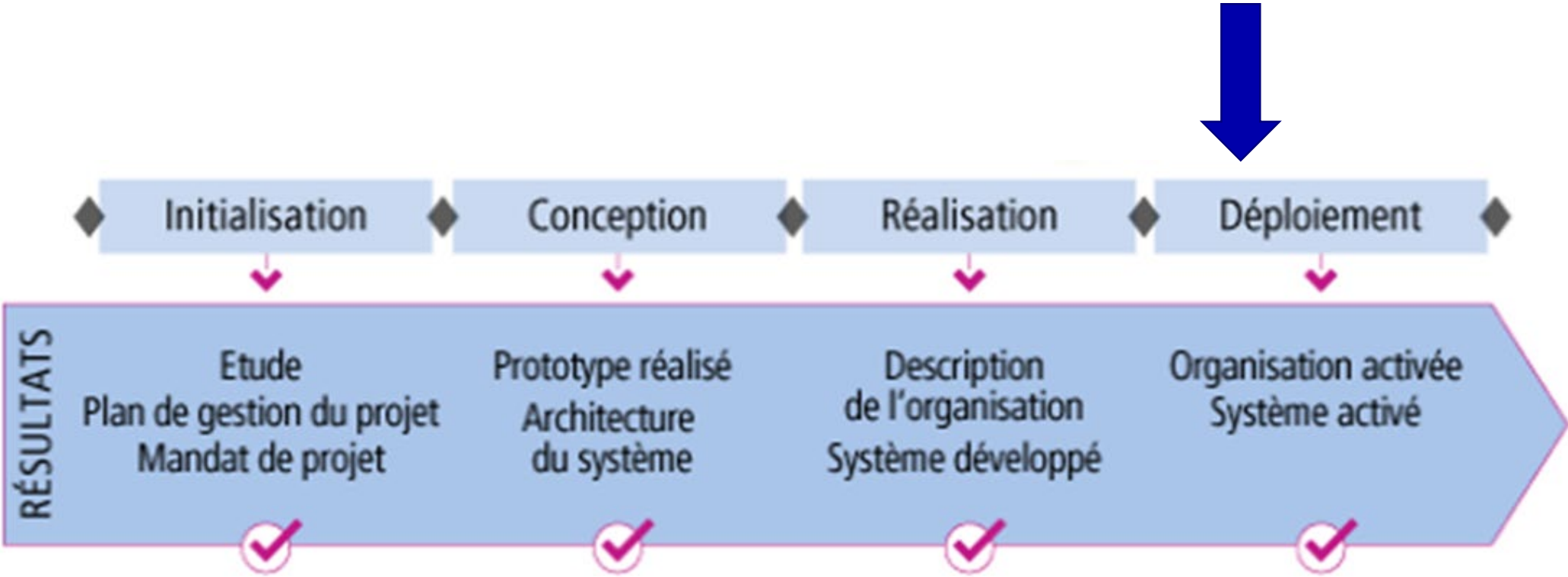
Une ligne temporelle claire et définie

Un scénario aussi précis que possible
(processus, ressources, finances)
tout en s'offrant des marges d'agilité

Une structure claire

- Mandant et comité de pilotage (définition-contrôle)
- Chef de projet et comité spécialisé (conduite)
- Spécialistes - exécution
- Soundboard
- Partenaires externes

Où en est-on?



Structure de projet

- **Mandant**

- Kilian Stoffel

- **Groupe de travail**

- Nando Luginbühl
- Soizic Plumet
- Bianca Franchi
- Mario Cafiso
- Jérôme Stadelmann
- Cédric Brunner

- **Comité de pilotage**

- Kilian Stoffel, recteur
- Abdelmalek Berkhani
- Fabian Greub
- Nando Luginbühl

- **Partenaire externe**

- Entreprise VNV

Distinction internet - intranet

Internet

- Ouvert vers l'extérieur
- Vitrine de l'UniNE
- Informations pour les externes d'abord

Intranet

- Ouvert à l'interne uniquement
- Outil de communication interne
- A ne pas confondre avec un sharepoint
- L'intranet ne prévoit pas des espaces sécurisés internes

<https://xd.adobe.com/view/6c69966f-58bc-4970-a4dd-8b19a548bfaf-393a/>

Processus temporel

Quand	Quoi
2022-2023-2024	Création et mise en place de la plateforme Wordpress/Formations/exercices sur le staging
Mars-juin 2024	Production prioritaire des sites intranet – construction des sites internet en parallèle
Juin 2024	Mise en ligne de l'intranet
Juin-fin novembre	Poursuite du travail de création des sites et des pages - Optimisation de l'intranet – Finalisation de la création des sites et des pages internet
1 ^{er} décembre 2024	Mise en ligne www.unine.ch en version WordPress
1 ^{er} décembre - 30 mars 2025	Maintenance et corrections sur l'internet – alimentation de ce qui n'a pas encore été uploadé sur les nouveaux sites - 30 mars : fermeture de l'accès au site Jahia pour la récupération de données (le site Jahia aura déjà été déconnecté en vision publique.

Ecrire pour le web

Bonnes pratiques pour construire son site

1. Aller à l'essentiel

Un minimum de texte pour un maximum d'information. Privilégier les liens sur les pages déjà existantes (Formations, Vie sur le campus, Horaire des cours...).

Votre contenu existe peut-être déjà sur le site. -> **se mettre à la place du lecteur ou de la lectrice**

2. Rédiger simplement

Privilégiez un vocabulaire simple et à la portée de toutes et tous.

Une idée par paragraphe et 3, voir 4 paragraphes par page au maximum. -> **Si un terme complexe subsiste dans le texte, l'expliquer**

3. Soyez objectif

Adoptez un ton neutre et objectif. Énoncez des faits, donnez des informations pratiques et évitez de longues explications -> **Si un chercheur ou un professeur insiste pour être nébuleux, inutile de le mettre en pétard! Passez plus loin.**

4. La chasse aux coquilles

Faites-vous relire, c'est toujours utile ! -> **règle des quatre yeux**

5. Paragraphes courts

500 signes au maximum.

Les textes plus long peuvent être proposés à la lecture en format pdf.

6. La pyramide inversée

Le socle de l'information est en haut de page, ensuite seulement vient l'accessoire.

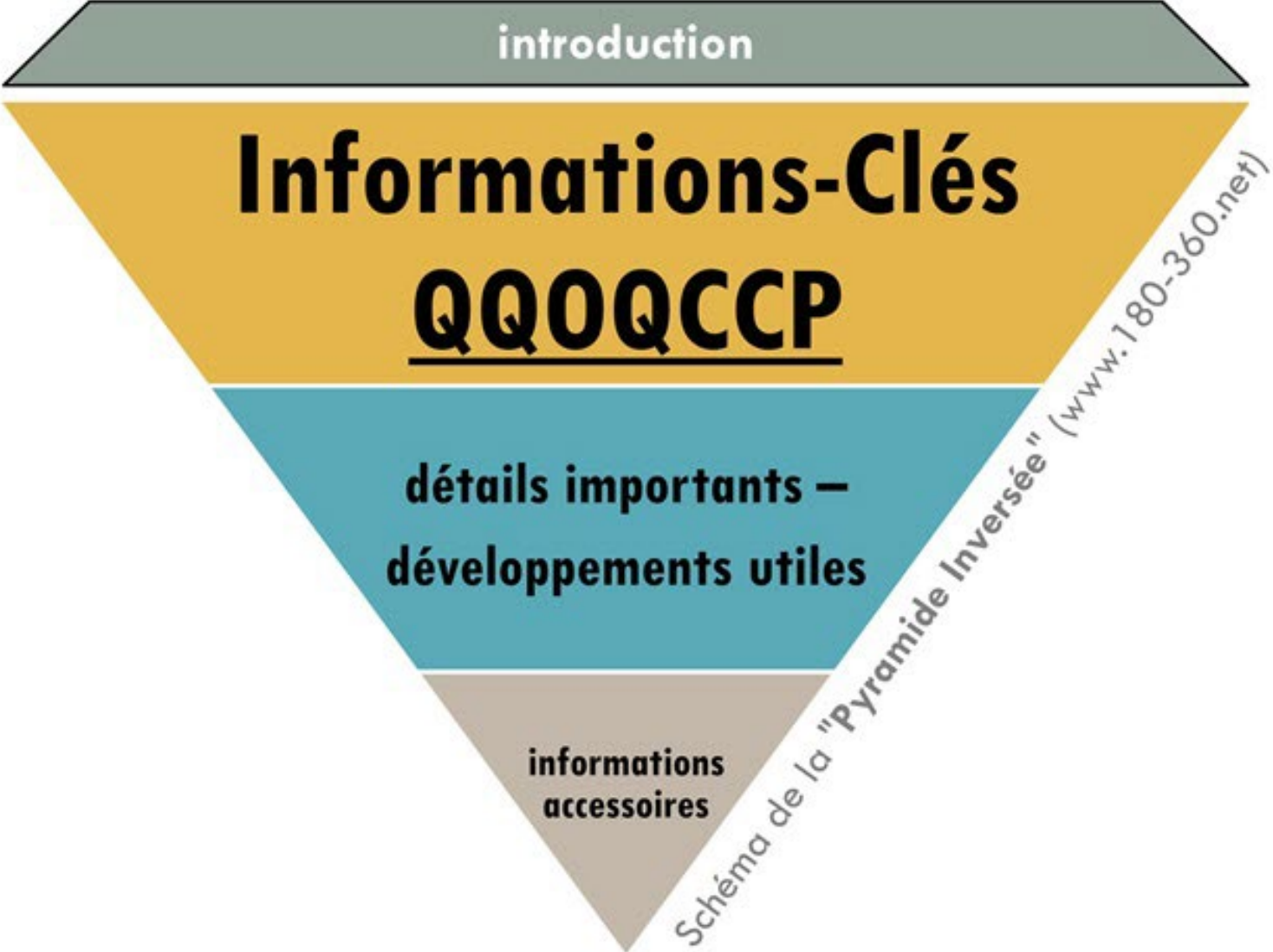
Les premiers mots d'une page sont les plus importants.

- Important notamment pour le référencement par les moteurs de recherche.

7. La règle du «premier tiers»

Le premier tiers de la page, du paragraphe, du chapeau, du titre, voire même de la phrase doit comporter les mots et informations essentiels.

- Important notamment lors de la consultation d'un site web sur *smartphone*.



Favoriser l'indexation

Le titre de la page - Balise <title> - Lien cliquable sur les pages de résultats des moteurs de recherche
Un titre différent pour chaque page du site

L'adresse de la page (URL)

Les mots-clés contenus dans l'adresse de la page influencent son référencement.

Eviter les adresses techniques et utiliser des url significatives en séparant les mots avec un trait d'union

La description de la page - Balise <meta description> - Description qui s'affiche sur les pages de résultats des moteurs de recherche.

Ne pas dépasser 200 caractères.

Les balises de titres

Utiliser les balises <h2>, <h3>, etc. pour formater le texte.

Mailler vos pages

Insertion de liens hypertextes, soit vers des sites internes à l'UniNE, soit vers des sites extérieurs à forte valeur ajoutée.

Ajouter des mots-clés

A répartir dans le titre, les légendes des images et le chapeau introductif de votre page.

Lecture aisée et accès facilité aux informations

- Des paragraphes distincts, des titres explicites, une information aérée.
- Composants spécifiques:
 - Un titre pour les contenus multimédia (vidéo)
 - Eviter le composant Tableau
- Renseigner selon les cas le Texte alternatif des images
- Formater correctement les liens hypertextes (intitulé, emplacement sur la page...)
- Accessibilité aussi pour les documents en téléchargement
 - Accès par des boutons d'action avec icône
 - Identification du format du document
 - Structure claire du contenu des documents
 - Identification claire des documents via un entête et un logo

<https://www.unine.ch/aide/home/bonnes-pratiques/accessibilite.html>

Communiquer de manière non discriminatoire, c'est contribuer à une société qui vise l'égalité, valeur que l'Université de Neuchâtel défend.

Dans cette optique, les principes de la rédaction non discriminatoire sont appliqués dans les productions écrites institutionnelles, y compris pour le web.

De nombreux outils sont à disposition sur le site . Des ateliers d'écriture sont par ailleurs régulièrement proposés.

La communication visuelle a elle aussi une importance cruciale. Des pistes pour favoriser le choix d'images aussi inclusives que possible figurent dans la [charte images de l'UniNE](#), tandis que des ateliers sont en outre organisés pour sensibiliser à cette thématique.

- www.unine.ch/epicene

Les droits d'auteur - Images

Toute photo ou visuel d'illustration est considéré comme une œuvre. Le droit d'auteur, ou « copyright », protège les œuvres littéraires et artistiques.

1. Banque d'images webmasters UniNE

Serveur admin_webmaster_jahia (\jaune)

Lire le document explicatif

2. Achat d'images dans des banques d'images

Possibilité de s'adresser au Bureau presse et promotion

3. Mandat photographe

4. Images libres de droits

«Creative commons (CC)»

Toujours vérifier les conditions d'utilisation et la nécessité d'indiquer la mention du *copyright*.

Les pages web essentielles pour les sites standards

Site internet

- Page d'accueil comprenant un flux d'actualités et/ou un flux d'événements
- Page de présentation
- Page(s) Equipe / Contact / Accès
- Page de liens vers sites des sous-entités Ev. avec une section «anciens»
- Le cas échéant :
 - Page Membres/Professeur-e-s Avec une section «anciens»
 - Page Formations/cursus

Site intranet

- Page d'accueil comprenant un flux d'actualités et/ou un flux d'événements
- Espace «Pour les étudiant-e-s»
- Espace «Pour les collaborateurs-trices»
- Page de liens vers sites des sous-entités
- Page(s) Equipe / Contact / Accès

Rappel : des gabarits à disposition



Insérer ici le nom de l'entité UniNE.

GABARIT PAGE RÉDACTIONNELLE

Intranet Internet

Outillage		Date et version	
Relecteur ipcc		Date relecture et version	
Adaptation web		Date validation	

Identification

URL initiale	
Ancien site labia	
Nom du site	
Fil d'Ariane	

Texte

Titre page 1 mot-clé : 70 signes max)	
Grandes images (bannière) (ipcc) : Taille 1300x730px max. Ratio 16:9	
Images carrées : Taille 700x700px max. Ratio 1:1	
Images rectangulaires : Taille 700x394px max. Ratio 16:9 ou Taille 700x350px max. Ratio 2:1 <i>Les images sont soumises à des droits de publication, assurez-vous que vous pouvez les utiliser.</i>	
Images Noms des fichiers Textes alternatifs	
Corps de texte Insérer ici le texte brut. Le formatage sera fait dans WordPress	
Contenus multimedia Noms des fichiers Liens Types de contenu	
Documents (dans l'ordre d'apparition) Nom Lien Type de document	
Liens	
Call to action	
Blocs de contenus	

SEO – Optimisation pour les moteurs de recherche

Mots-clés	
Méta-description	

Les gabarits

Permettent de vous préparer à la migration.

Utile en cas de :

- Refonte du site
- Traduction du site
- Passage au langage non discriminatoire
- Séparation du contenu internet et intranet

Vers les gabarits : www.unine.ch/aide

Contient les ressources communes destinées à être publiées sur différents sites web UniNE.
Anciennement Shared de Jahia

Avantages :

- Mise à jour automatique d'un fichier sur tous les sites web où il est présent.
- Evite la multiplication de versions d'un même fichier sur différents sites.

Contenu

- Plans d'études, fiches des formations, documents officiels, directives et règlements, calendriers universitaires, etc.
- Visuels des formations, visuels des campagnes de promotion, visuels des événements, logos divers, banque d'image (bâtiments UniNE, ville de Neuchâtel, etc), galeries photos, etc.

Les CTA (ou call-to-action) invitent les visiteurs-euses d'une page web à effectuer une action précise.

- Accéder à du contenu supplémentaire
- Télécharger un pdf / Envoyer un formulaire
- S'inscrire
- S'abonner
- Accéder à un formulaire en ligne

Principe :

- Les liens sont utilisés pour pointer vers d'autres pages web
- Les boutons sont utilisés pour déclencher des actions



Inscriptions

Site web dédié aux webmasters

www.unine.ch/aide

- FAQ migration et intranet
- Modes d'emploi WordPress et présentation ppt
- Check-list (tous les critères à respecter avant la validation du site)
- Charte image
- Infos «Droit à l'image» et Infos «Copyright»
- Infos Accessibilité
- Rédiger pour le web
- Construire son site
- Formulaire «Demande de site»
- Gabarits
- ... Infos Jahia

Nous sommes à votre disposition

soizic.plumat@unine.ch, webmaster institutionnelle, BPP

bianca.franchi@unine.ch, chargée de projets web et médias, BPP

mario.cafiso@unine.ch, designer multimédia, BPP

cedric.brunner@unine.ch, administrateur service client, Sitel

jerome.stadelmann@unine.ch, administrateur Systèmes et infrastructures, Sitel

nando.luginbuehl@unine.ch, chef Bureau presse et promotion (BPP)

En général: projet.uninet@unine.ch