

**Ecole Nationale Supérieure  
des Sciences de l'Information  
et des Bibliothèques**

**Diplôme de conservateur de bibliothèque**

**MÉMOIRE D'ÉTUDE**

**Définir la politique éditoriale  
pour le site Web d'une bibliothèque**

Emmanuelle Ashta

sous la direction de  
Elisabeth Noël, conservateur à l'ENSSIB

2000

## **Définir la politique éditoriale pour le site Web d'une bibliothèque**

### **RÉSUMÉ :**

Pour créer un site Web de qualité, il est nécessaire de définir au préalable les objectifs et le contenu du site. Après avoir pris conscience des avantages que le site procurera aux utilisateurs et à elle-même, la bibliothèque mènera une analyse de l'existant pour déterminer quel type de site elle souhaite et peut réaliser. Elle fera ensuite des choix concernant l'organisation et la charge de travail, les solutions de développement et la publicité du site. Elle finalisera enfin la politique éditoriale du site.

### **INDEXATION :**

Sites Web \*\*Création

Bibliothèques et Internet

## **Defining the editorial policy for the Web site of a library**

### **ABSTRACTS :**

The creation of a quality Web site has to be preceded by a definition of the objectives and the contents of the site. After taking account of the advantages that the site would provide to the users and to the library, the latter would need to take an inventory of its strengths and assets to determine what type of site it would like and what it can, indeed, achieve. It will then choose the organisational structure linked to the strategy it adopts and distribute the work tasks accordingly, including decisions of external sourcing or internal development and those of advertising the site. To professionalise, it would document the editorial policy of the site.

### **KEYWORDS :**

Web sites \*\* Design

# SOMMAIRE

<b>Remerciements</b>	p. 6
<b>Eléments de bibliographie</b>	p. 7
<b>Introduction</b>	p. 10

## Chapitre premier

### L'OPPORTUNITÉ :

#### POURQUOI UN SITE WEB POUR UNE BIBLIOTHÈQUE ?

	p. 12
<b>A. Développer un nouveau rapport avec l'espace</b>	p. 13
1. Intégration au réseau professionnel	p. 13
2. Contourner les difficultés de la bibliothèque	p. 13
<b>B. Accéder à un nouveau public</b>	p. 15
1. A l'extérieur de la bibliothèque : un public élargi	p. 15
2. A l'intérieur de la bibliothèque : un public différent	p. 17
<b>C. Proposer de nouveaux services aux usagers</b>	p. 18
1. Services nouveaux et services migrés sur support électronique	p. 18
2. Des pages destinées à la consultation	p. 19
3. Les services à distance	p. 21
4. De nouveaux services autour du site	p. 23

**Chapitre deuxième**  
**LA STRATÉGIE :**  
**QUEL SITE RÉALISER ?**

	p. 24
<b>A. Les objectifs de la bibliothèque : l'image</b>	p. 24
1. L'ampleur du site	p. 24
2. Le positionnement du site	p. 28
3. La coopération avec d'autres bibliothèques	p.29
<b>B. Les contraintes de la bibliothèque : l'existant</b>	p. 30
1. Les contraintes du côté de l'offre : la bibliothèque	p. 31
2. Les contraintes du côté de la demande : le public	p. 33
<b>C. La publicité du site : se faire connaître</b>	p. 34
1. A l'extérieur de la bibliothèque : se faire connaître sur le Web	p. 34
2. A l'intérieur de la bibliothèque : se faire connaître auprès des lecteurs	p. 36
<b>Conclusion de la 2<sup>e</sup> partie : le choix du site à réaliser</b>	p. 39

**Chapitre troisième**  
**STRUCTURE ET CONTRÔLE :**  
**COMMENT RÉALISER ET ENTRETENIR LE SITE ?**

	p. 41
<b>A. La charge de travail pour réaliser et entretenir le site</b>	p. 41
1. Evaluation de la charge de travail	p. 41
2. Organisation du travail au sein de la bibliothèque	p. 43
3. La charge de travail de la sélection de sites	p. 45

<b>B. La mise en place du site : bibliothèque ou prestataire de services ?</b>	p. 49
1. Sous-traiter l'hébergement du site	p. 50
2. Sous-traiter le développement du site	p. 54
<b>C. Le document final : qu'est-ce que la politique éditoriale du site Web ?</b>	p. 53
1. Un document indispensable	p. 54
2. Le contenu de la politique éditoriale	p. 54
<b>Conclusion</b>	p. 57
<b>Table des annexes</b>	p. 58

## **REMERCIEMENTS**

Je souhaite tout d'abord remercier la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales, qui m'a accueillie pour mon stage d'étude, et tout particulièrement la directrice, Mme Nelly Guillaume, et mes responsables de stage, MM. Vincent Hachard et Christophe Gauthier.

Mes remerciements vont aussi à Mme Elisabeth Noël, qui a bien voulu assurer la direction de mon mémoire et qui m'a aidée tout au long de mon travail.

Enfin, les renseignements sur les sites des bibliothèques universitaires qui ont été utilisés pour rédiger ce mémoire proviennent d'une enquête envoyée par e-mail à la plupart des BU françaises ayant un site et une adresse électronique. Je tiens à remercier les responsables de site qui ont bien voulu répondre à mes questions, à savoir Mmes Valérie Basseville (Université de Technologie de Compiègne), Cécile Demeude (BU de Paris-X-Nanterre), Anne-Marie Fourquet (bibliothèque de l'IUT, Université du Maine), Géraldine Moreaud et Bénédicte Granger (BU de Paris-IX-Dauphine), et MM. Pierre-Yves Cachard et Hervé Drolon (SCD de l'Université du Havre), Raphaël Casadesus (SCD de l'Université de Bordeaux-2), Alain Defrance (Université d'Evry-Val-d'Essonne), et Luc Garcia (Université Paul Sabatier de Toulouse).

# BIBLIOGRAPHIE

## INTERNET

- X FOENIX-RIOU Béatrice, « Copernic, un assistant bénévole et efficace », dans *Netsources*, n°19, mars-avril 1999, pp. 1-3.
- X LAWRENCE S. et GILES C. Lee, « Accessibility of information on the web », dans *Nature*, vol. 400, 8 juillet 1999, pp. 107-109.
- X LE CHEVILLER Pierre-Alain, « Des agents au service de la recherche d'informations », dans *Netsources*, n°20, mai-juin 1999, pp. 1-5.
- X SAMIER Henry et SANDOVAL Victor, *La recherche intelligente sur l'internet - outils et méthodes*, Paris, Hermès, 1998, 155 p.

## CRÉATION DE SITES WEB

- X LE GUELVOUIT Arnaud, *Comment concevoir un service web - de la théorie à la pratique*, Paris, ADBS Editions, 1999, 147 p.
- X MUET Florence, « Positionnement marketing du site web documentaire », dans Jean-Claude Le Moal et Bernard Hidoine éd., *Créer et maintenir un service web, cours INRIA, 28 septembre - 2 octobre 1998 - Pau*, Paris, ADBS Editions, 1999, pp. 13-39.
- X RICHARD-ARLAUD Ariel. (Page consultée le 6 janvier 2000). *En amont et en aval de la réalisation des sites web Internet/Intranet*, [En ligne].  
[http://www.idt.fr/pages\\_fra/accueil/3frm\\_fra.html](http://www.idt.fr/pages_fra/accueil/3frm_fra.html)

## INTERNET ET BIBLIOTHÈQUES

- X BONTEMPS Isabelle, *Quelle politique documentaire pour l'acquisition des liens Internet en bibliothèque ?*, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, mémoire DCB, 1999, 67 p.
- X FALK Howard, "Projecting the library onto the web", dans *The electronic library*, vol. 17, n°6, décembre 1999, pp. 395-399.

- X LUPOVICI Catherine, « L'information bibliographique des documents électroniques », dans *Bulletin des bibliothèques de France*, t. 43, n°4, 1998, pp. 42-47.
- X PEDLER Emmanuel et ZERBIB Olivier, « Les nouvelles technologies et leurs utilisateurs : enquête sur les usages des bibliothèques françaises », dans *Bulletin des bibliothèques de France*, t. 44, n°5, 1999, pp. 24-29.

#### **SITES DE BIBLIOTHÈQUES VISITÉS**

Un grand nombre de sites de bibliothèques, principalement universitaires, ont été consultés. Pour les bibliothèques universitaires françaises, on peut se reporter à la liste établie par le Ministère de l'Éducation Nationale :

- X Ministère de l'Éducation Nationale, de la Recherche et de la Technologie. (Page consultée le 10 octobre 1999). *Pages des bibliothèques universitaires sur Internet*, [En ligne]. <http://www.sup.adc.education.fr/bib>

Parmi les plus intéressants sites de bibliothèques, on peut citer :

#### **A l'étranger :**

- X Université de Laval. Bibliothèque. (Page consultée le 3 novembre 1999). *Site de la bibliothèque l'Université de Laval*, [En ligne]. <http://www.bibl.ulaval.ca/simple.html>
- X Université de Mac Gill. Bibliothèque. (Page consultée le 13 septembre 1999). *Site de la bibliothèque de l'Université de Mac Gill*, [En ligne]. <http://www.library.mcgill.ca>
- X Indiana University Bloomington. Bibliothèque. (Page consultée le 2 novembre 1999). *Site de la bibliothèque de l'Université d'Indiana*, [En ligne]. <http://www.indiana.edu/~libweb/index.html>

#### **En France :**

- X Université du Havre. Bibliothèque. (Page consultée le 24 novembre 1999). *Premier site de la bibliothèque de l'Université du Havre*, [En ligne]. <http://biblist3.fst.univ-lehavre.fr>
- X Université du Havre. Bibliothèque. (Page consultée le 30 novembre 1999). *Deuxième site de la bibliothèque de l'Université du Havre*, [En ligne].



<http://gromit.univ-lehavre.fr/biblehavre/Accueil.asp>

- X Bibliothèque Inter-Universitaire de Médecine de Paris. (Page consultée le 24 novembre 1999). *Site de la Bibliothèque Inter-Universitaire de Médecine*, [En ligne]. <http://www.bium.univ-paris5.fr>
- X Bibliothèque de Documentation Internationale Contemporaine. (Page consultée le 24 novembre 1999). *Site de la Bibliothèque de Documentation Internationale Contemporaine*, [En ligne]. <http://www.u-paris10.fr/bdic/index.htm>
- X Université de Lyon 3 Jean Moulin. Bibliothèque. (Page consultée le 24 novembre 1999). *Site de la bibliothèque de l'Université de Lyon 3*, [En ligne]. <http://www-scd.univ.lyon3.fr/scd/>
- X Bibliothèque Publique d'Information. (Page consultée le 2 novembre 1999). *Site de la Bibliothèque Publique d'Information*, [En ligne]. <http://www.bpi.fr>

## INTRODUCTION

En février 1999, le Web était estimé à 800 millions de pages et 180 millions d'images<sup>1</sup>. Sur cette masse considérable, les sites universitaires et scientifiques ne représentaient «que» 6%, dont 3% pour le seul domaine de la santé<sup>2</sup>.

Ces deux ordres de grandeur montrent clairement - s'il était besoin d'une démonstration - que les sites Web des bibliothèques présentent un incontestable intérêt. Ces sites apportent d'une part une forte valeur ajoutée au monde scientifique, en améliorant la qualité et le contenu intellectuel du Web. Construire un site est d'autre part pour une bibliothèque un moyen d'accroître son rayonnement dans et surtout hors de ses murs, de se positionner sur une Toile en pleine expansion.

Néanmoins, la création d'un site ne peut pas s'improviser. Le risque est bien réel, en effet, de ne rien apporter de nouveau par rapport à ce que la bibliothèque propose déjà sur d'autres supports, de privilégier la forme sur le fonds, ou encore de perdre l'internaute dans un dédale d'informations... Le risque, en un mot, de ne faire «qu'un site de plus».

La construction du site doit être l'aboutissement d'une réflexion : quel site, pour quel public, pour faire quoi, avec quels moyens, etc. Le développement proprement dit ne doit débiter qu'*après* que ces points aient été précisés. Cette idée est de plus en plus clairement exprimée par la littérature consacrée à la création des sites Web. Ainsi, Arnaud Le Guelvouit estime que «l'erreur à ne pas commettre est de réduire le projet [de site] à un travail de création de pages HTML et de se lancer dans la construction proprement dite en occultant toute la partie réflexive nécessaire. Il est donc fortement préconisé de suivre une méthodologie claire et précise : de son efficacité dépendra le succès du serveur»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Chiffres estimés, pour le Web indexable uniquement. Voir S. Lawrence et C. Lee Giles, *Accessibility of information on the Web*, dans *Nature*, vol. 400, 8 juillet 1999, pp. 107-109.

<sup>2</sup> Cependant, beaucoup de sites scientifiques requérant une identification préalable de l'internaute, et n'étant donc pas comptabilisés dans cette étude, ce pourcentage est vraisemblablement en deça de la réalité.

<sup>3</sup> Arnaud Le Guelvouit, *Comment concevoir un service web - de la conception à la pratique*, Paris, ADBS Editions, 1999, 147 p., p. 30.

Le projet de ce mémoire est donc de proposer des éléments permettant de conduire la réflexion à mener pour créer le site Web d'une bibliothèque. Nous examinerons les questions qu'une bibliothèque doit se poser, nous esquisserons quelques grands axes pour les réponses possibles. Il n'existe cependant pas de solution toute faite pour un bon site Web : les réponses à apporter à chaque question lors de la réflexion préalable dépendent de chaque bibliothèque.

Les étapes de la construction d'un site peuvent s'organiser de la manière suivante<sup>4</sup> :

**X Bases organisationnelles**

1. Poser les fondations pour mener à bien le projet (comité de pilotage et définition de la méthodologie)

**X Réflexion préalable**

2. Etude préalable d'opportunité
3. Définition des objectifs opérationnels
4. Conception informelle (solutions pour développer le projet)

**X CAHIER DES CHARGES**

5. Conception détaillée du service (cahier des charges)

**X Réalisation**

6. Mise en place d'une maquette électronique
7. Réalisation du service dans son intégralité
8. Mise en œuvre du projet

**X Evaluation**

9. Evaluation du service

Nous détaillerons ici la réflexion préalable et l'élaboration du cahier des charges définissant la politique éditoriale pour un site Web de bibliothèque.

---

<sup>4</sup> Cette proposition d'étapes à suivre est issue de Arnaud Le Guelvouit, op. cit., p. 30-32.

## **Chapitre premier**

-

# **L'OPPORTUNITÉ : POURQUOI UN SITE WEB POUR UNE BIBLIOTHÈQUE ?**

Lors de cette première étape vers la réalisation de son site Web, la bibliothèque doit mener une étude d'opportunité. Le projet de site est-il adapté aux missions que les bibliothèques en général, et plus particulièrement la bibliothèque qui mène la réflexion, doivent remplir ? Or, il apparaît que la création de sites Web par un nombre croissant de bibliothèques et l'enrichissement constant de ces sites ne résultent pas seulement de la vogue actuelle d'Internet. La présence d'une bibliothèque sur le réseau est aussi pour elle un moyen de faire connaître ses collections et de profiter du développement de cette nouvelle technologie. La bibliothèque met ainsi en valeur ses collections, et, au-delà, se valorise elle-même.

Les caractéristiques d'Internet en font en effet un outil de valorisation très efficace. Tout d'abord, il modifie le rapport des utilisateurs avec l'espace. Ensuite, il permet à la bibliothèque d'élargir son public potentiel. Enfin, la bibliothèque peut offrir grâce à son site de nouveaux services aux usagers.

## ***A. DÉVELOPPER UN NOUVEAU RAPPORT AVEC L'ESPACE***

### **1. Intégration au réseau professionnel**

Le fait, pour une bibliothèque, d'avoir un site, lui permet d'être plus présente dans le réseau des bibliothèques<sup>5</sup>. D'un point de vue professionnel, elle devient plus " visible ", il est plus facile de se renseigner sur elle et ses collections. On peut trouver sur le site, outre une présentation de ses collections, le nom des personnes que l'on souhaite rencontrer, leur adresse électronique pour les contacter facilement... La présence du catalogue en ligne améliore l'identification des ouvrages demandés en PEB par des bibliothèques étrangères<sup>6</sup> et facilite ainsi le travail de ces services.

L'information circule donc mieux, et il s'ensuit une meilleure complémentarité entre les collections des diverses bibliothèques, et une plus grande interaction au niveau professionnel.

### **2. Contourner les difficultés de la bibliothèque**

L'accessibilité du site Web depuis n'importe quel ordinateur permet d'autre part de contourner les difficultés de certaines bibliothèques.

#### ***a. Un meilleur service pour les lecteurs éloignés***

Une bibliothèque spécialisée peut avoir des lecteurs géographiquement très éloignés. Si celle-ci est dotée d'un site, ils peuvent connaître sans se déplacer ce que la bibliothèque possède : celle-ci proposera sur son site des renseignements pratiques sur les modalités d'accès et les lecteurs autorisés, une présentation détaillée de ses collections, son catalogue, une liste des CD-ROMs, etc. Les lecteurs peuvent aussi, si le site propose des services à distance, réserver leur place en salle de lecture, commander à l'avance leurs ouvrages pour être sûrs de leur disponibilité et ne pas perdre de temps une fois qu'ils seront sur place. Enfin, il sera possible aux lecteurs éloignés de contacter plus facilement les membres du

---

<sup>5</sup> La connexion de la bibliothèque au réseau Internet est une première étape dans cette intégration. Elle permet une meilleure communication entre collègues, grâce aux sites et listes de diffusion professionnels (ADBS, SiteBib, Biblio-fr...). La création du site propre de la bibliothèque peut se voir comme une seconde étape, comme la participation institutionnelle de la bibliothèque au réseau et aux informations qui y sont présentes.

<sup>6</sup> Les bibliothèques universitaires françaises peuvent utiliser le Pancatalogue, puis le SU.

personnel de la bibliothèque si celle-ci propose sur son site un annuaire de son personnel. Si l'ensemble du personnel dispose d'une adresse e-mail individuelle, le lecteur pourra les joindre directement par courrier électronique. Sinon, cet annuaire permettra tout de même à l'utilisateur de connaître le nom de l'interlocuteur qu'il souhaite contacter, facilitant ainsi la prise de contact ultérieure par téléphone ou par courrier.

Ces possibilités peuvent être utilisées par tous les utilisateurs de la bibliothèque, mais elles se révèlent particulièrement intéressantes pour les lecteurs habitant loin, une autre ville ou à l'étranger.

***b. Un pouvoir fédérateur pour les bibliothèques éclatées en plusieurs lieux***

Les bibliothèques éclatées en plusieurs lieux (une centrale et des annexes) peuvent aussi utiliser un site Web pour donner une unité à leurs sites géographiques et à leurs publics. L'utilisation d'un catalogue commun permet déjà de fédérer ce type de bibliothèques car cela favorise la circulation des lecteurs entre ces lieux<sup>7</sup>.

Le site permet à des bibliothèques dispersées sur plusieurs lieux d'aller plus loin encore, car il peut proposer toute une palette de services donnant une image unifiée de la bibliothèque : annuaire commun du personnel, présentation des fonds de tous les sites géographiques de la bibliothèque, bibliographies thématiques signalant les ouvrages possédés par la bibliothèque quel que soit leur lieu de conservation... De plus, les utilisateurs auront grâce à ce site un point d'accès unique aux ressources de toutes les antennes de la bibliothèque. Cela se traduira pour eux par une même page d'accueil sur tous les postes de consultation, qu'ils se connectent de la centrale ou des annexes, et par l'accès systématique aux services de l'ensemble du réseau documentaire. L'existence du site Web peut ainsi aider la bibliothèque à construire une image unifiée d'elle-même.

---

<sup>7</sup> Soit parce qu'ils auront identifié un ouvrage conservé sur un autre lieu, soit parce qu'ils étendront volontairement leurs recherches à cet autre lieu.

### *c. Une option de remplacement pour les bibliothèques petitement logées*

Les bibliothèques souffrant de locaux exigus peuvent utiliser leur site pour y proposer des services qui seraient autrement impossibles. Par exemple, si la taille de la salle de lecture ne permet pas d'organiser une exposition, même petite, celle-ci peut être réalisée sur le site. L'impact et le public touché seront certes différents, mais cela permet tout de même à la bibliothèque d'exposer ses belles pièces.

C'est le cas de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales (BIULO) qui, étant donné la taille de ses locaux<sup>8</sup>, ne dispose d'aucun espace pour exposer ses plus belles pièces. La réalisation sur le Web d'une petite exposition sur ses plus beaux ouvrages - voire la réalisation d'une exposition virtuelle de grande envergure sur un thème transversal - lui permettrait de contourner ce handicap<sup>9</sup>.

## **B. ACCÉDER À UN NOUVEAU PUBLIC**

### **1. A l'extérieur de la bibliothèque : un public élargi**

L'image de la bibliothèque joue un rôle important dans sa capacité à attirer et à conserver son public. Il est fondamental qu'elle garde la maîtrise des nouvelles technologies, et soit même pionnière en la matière. Elle risque sinon de perdre son pouvoir attractif. Ceci est particulièrement marqué dans les milieux scientifiques. La création d'un site Web par la bibliothèque est un des moyens de montrer à son public que loin de se laisser dépasser par les nouvelles technologies, elle est capable de profiter de leur développement et de proposer à son public des services innovants.

#### *a. Au sein de l'Université : un public fidélisé*

Ainsi, la création d'un site Web peut être pour la bibliothèque un moyen de fidéliser une partie de son public naturel au sein de l'Université, en lui proposant des services adaptés à ses besoins et à ses demandes.

A l'Université du Maine, l'accès Web au catalogue «a été choisi car il correspondait à une

---

<sup>8</sup> Elle dispose d'une salle de lecture de 78 places, où aucun espace n'est actuellement libre.

<sup>9</sup> Le déménagement de la BIULO dans la ZAC-Rive-Gauche, actuellement à l'étude dans le cadre du projet U3M, serait évidemment plus satisfaisant.

forte demande de la part des enseignants-chercheurs de pouvoir consulter le catalogue via le réseau à partir de leur bureau, ou à l'extérieur de l'Université»<sup>10</sup>.

L'expérience du SCD du Havre est plus marquante encore, car il s'agissait cette fois de reconquérir le public naturel. Avant la création du site, les enseignants, principalement scientifiques, avaient commencé à désertier la bibliothèque. Le responsable du site estime que "porter la bibliothèque sur le réseau était le seul moyen de reconquérir notre public"<sup>11</sup>. Le site du SCD du Havre a rempli sa mission à cet égard, puisque les enseignants scientifiques sont revenus à la bibliothèque après que le site a été mis en service et a fait ses preuves.

### ***b. Hors de l'Université : un public exigeant***

Les techniques de recherche sur Internet, la navigation hypertexte, le temps que sont en général prêts à consacrer les utilisateurs à une recherche lorsqu'ils se connectent, facilitent la découverte de nouveaux sites. Le site d'une bibliothèque est donc a priori susceptible de toucher un public plus large que son public naturel.

Dans l'ensemble, les BU connaissent assez mal le public qui se connecte à leur site depuis l'extérieur. L'utilisation de statistiques de connexion ne donne en effet que des renseignements chiffrés (nombre et temps de connexion) et ne permet ni approche qualitative ni identification des internautes. Leur utilisation semble de plus ne pas être la règle pour les BU interrogées.

Néanmoins, il apparaît, au travers des témoignages recueillis, que ce sont les sites de référence qui parviennent à attirer un public différent du public naturel. Au Havre, alors que le site avait été conçu pour les étudiants, des utilisateurs du monde entier se connectent, principalement pour consulter les pages sur les moteurs de recherche et les sélections de signets. Cet élargissement notable du public de la BU n'avait pas du tout été prévu par les responsables du site. Il peut s'expliquer par la nature des pages consultées par ces utilisateurs distants : ce sont des pages consacrées aux méthodes de recherche d'information

---

<sup>10</sup> Anne-Marie Fourquet, Bibliothèque de l'IUT, Université du Maine.

<sup>11</sup> Pierre-Yves Cachard, conservateur section Sciences et Techniques, SCD de l'Université du Havre.



(sélection de moteurs de recherche, fiches méthodologiques, guide de recherche d'information), qui peuvent aider un vaste public. Elles ne sont pas directement liées au fonds de la bibliothèque, mais peuvent servir au contraire *de référence* dans certains domaines. Par la mise en place de ce service, le site de la BU du Havre est devenu un site de référence sur la recherche d'information sur Internet ; ce positionnement lui a permis d'attirer un public plus étendu que son public traditionnel.

Au contraire, les BU qui ne proposent sur leur site que des services bibliographiques et de mise en valeur ne parviennent pas à attirer un public nouveau. Ces sites ne permettent pas un rayonnement de la bibliothèque au delà des murs de l'Université.

## **2. A l'intérieur de la bibliothèque : un public différent**

A l'intérieur de la bibliothèque, tous les lecteurs n'utiliseront pas forcément le site. Des freins existent, qui limitent l'accès au site.

### ***a. Les freins inhérents aux locaux***

Les locaux peuvent constituer une première barrière à l'utilisation d'Internet et du site de la bibliothèque. Selon l'emplacement des postes et la signalétique, selon le nombre de postes et l'affluence, les lecteurs seront plus ou moins enclins à utiliser Internet. La BIULO, par exemple, a décidé de limiter l'accès Internet à une sélection de sites car elle ne peut mettre qu'un seul poste de consultation à disposition du public. Il arrive fréquemment que des lecteurs souhaitent consulter des adresses hors de la sélection de sites et, ne le pouvant pas, repartent déçus.

Les postes doivent donc être bien signalés, le logiciel de navigation doit être d'un emploi simple, les raisons qui ont poussé la bibliothèque à opter pour certaines modalités de mise en accès doivent être clairement expliquées, etc.

### ***b. Les freins inhérents aux lecteurs***

Mais il existe aussi des freins inhérents aux utilisateurs eux-mêmes. Ceux-ci sont souvent mal renseignés sur ce qu'ils peuvent trouver sur Internet et pensent pouvoir "tout" y trouver, ils ne savent pas toujours comment chercher des informations... Tout cela peut donner lieu à des expériences négatives, des découragements. Les lecteurs ayant une connaissance

préalable d'Internet, ou ayant bénéficié de formations, seront donc mieux armés que les autres pour utiliser ce nouveau service.

La bibliothèque doit se fixer comme objectif que tous ses lecteurs deviennent des utilisateurs potentiels de son site, à l'extérieur comme à l'intérieur de ses locaux. L'instauration de séances d'initiation, de formations plus approfondies, d'une aide ponctuelle aux utilisateurs, doit être envisagée par la bibliothèque.

### ***C. PROPOSER DE NOUVEAUX SERVICES AUX USAGERS***

La création d'un site est souvent pour une bibliothèque l'occasion d'apporter des modifications aux services offerts aux lecteurs et à la manière de les mettre à disposition.

#### **1. Services nouveaux et services migrés sur support électronique**

##### ***a. Services migrés sur support électronique***

La bibliothèque peut d'une part faire migrer sur son site des services qui existaient déjà. La seule nouveauté est alors de les présenter sur support électronique.

La convivialité des services est souvent améliorée. En effet, l'accès en ligne aux catalogues se fait par des interfaces Web graphiques, qui sont nettement plus conviviales que les interfaces plus anciennes. L'accès à tous les services proposés par la bibliothèque, si celle-ci a mis en œuvre l'interfaçage complet, permet un plus grand confort d'utilisation. De plus, ces services deviennent accessibles à distance, ce qui est en soi une nouvelle possibilité offerte par la bibliothèque.

##### ***b. Services nouveaux***

La bibliothèque peut d'autre part profiter de la création de son site pour mettre sur pied des services totalement nouveaux.

Ceux-ci pourront donner lieu à la création en parallèle du même service sur un support papier. Ainsi, à la BIULO, la présentation des fonds qui est proposée pour le site, qui n'existe pas encore de manière suffisamment détaillée, pourra aussi être disponible sur papier dans la salle de lecture. A Paris-X, le site a dans un premier temps proposé une liste des services

offerts par la BU avec un mode d'emploi ; ceci a donné lieu à la création d'une information parallèle sur papier. Certains autres services, comme la sélection de sites, qui n'ont de sens que dans un environnement Web, ne seront proposés que sur le site.

### *c. Une distinction artificielle*

Dans la réalité, la distinction entre services migrés sur support électronique et services totalement nouveaux n'est pas toujours possible à faire. La mise à disposition de services à distance reprend des services existants (PEB, suggestion d'achat...) mais constitue aussi un service nouveau offert aux lecteurs puisqu'ils sont consultables à distance. La sélection de sites proposée pour la BIULO semble être un service nouveau puisque lié à Internet ; en réalité, elle reprendra, peut-être en l'étoffant, la sélection qui est déjà proposée en salle de lecture. Il en est de même pour chaque service proposé par la bibliothèque.

## **2. Des pages destinées à la consultation**

La mise en place d'un site Web doit faire connaître la bibliothèque à l'extérieur. Elle doit donc mettre en place des pages dont la consultation est ouverte à tous.

### *a. Les pages de consultation*

Les services proposés peuvent être de plusieurs sortes :

#### *X Une présentation de la bibliothèque*

Présentation des fonds, guide du lecteur...

#### *X Le catalogue de la bibliothèque*

L'accès peut se faire par Telnet, ou la bibliothèque peut avoir un OPAC<sup>12</sup> directement accessible sur le Web. Il est possible de créer des liens hypertexte vers les documents numérisés par la bibliothèque, vers les ressources électroniques, vers les documents accessibles en ligne... De plus, le catalogue peut s'accompagner de listes de nouveautés de la bibliothèque.

---

<sup>12</sup> Online Public Access Catalogue.

X *Une offre documentaire sur Internet*

Il s'agit principalement de la sélection de sites Web, qui s'apparente à une nouvelle offre de documents destinés aux lecteurs mais disponibles sur un autre support. On peut aussi pouvoir accéder aux catalogues d'autres bibliothèques.

X *Des offres spécifiques*

Elles sont déterminées selon les missions de la bibliothèque, les objectifs qu'elle assigne à son site, les sources documentaires existant au préalable. Par exemple, la BU de Paris-IX Dauphine, qui a donné à son site une orientation résolument bibliographique, offre des cahiers de recherche en texte intégral<sup>13</sup>. La BU du Havre, qui a axé son premier site sur l'aide aux étudiants et leur formation, a mis en place des fiches méthodologiques sur la recherche sur Internet<sup>14</sup>. La Bibliothèque Inter-Universitaire de Médecine de Paris a élaboré une exposition particulièrement réussie<sup>15</sup>.

X *Des services d'accès à la documentation spécialisée hors de la bibliothèque*

Liste à jour et détaillée des bibliothèques complémentaires pour aider les chercheurs à compléter leurs recherches, annonces de colloques et de conférences dans le domaine choisi pour leur permettre de se tenir au courant de l'actualité de leur domaine de recherche, dossiers thématiques, diffusion d'informations spécialisées...

Le chercheur peut ainsi être amené à se positionner sur le site de la bibliothèque pour entamer ou élargir ses recherches.

**b. Avantages des pages de consultation**

Ce sont ces pages qui permettent une vraie valorisation de la bibliothèque. Ce sont en effet

---

<sup>13</sup> Université de Paris-IX Dauphine. Bibliothèque. (Page consultée le 24 novembre 1999). *Les cahiers de recherche de Dauphine*, [En ligne]. <http://www.dauphine.fr/cahiers.htm>

<sup>14</sup> Université du Havre. Bibliothèque. (Page consultée le 24 novembre 1999). *La recherche d'information sur le Web*, [En ligne]. <http://biblist3.fst.univ-lehavre.fr/guide/Accueil.htm>

<sup>15</sup> Bibliothèque Inter-Universitaire de Médecine. (Page consultée le 24 novembre 1999). *Exposition virtuelle : 100 frontispices de livres de médecine, du XVI<sup>e</sup> siècle au début de XIX<sup>e</sup> siècle*, [En ligne]. <http://www.bium.univ-paris5.fr/expo>

elles qui sont susceptibles d'attirer un nouveau public en touchant des non-lecteurs. Elles permettent l'ouverture de la bibliothèque vers l'extérieur, car les lecteurs potentiels peuvent avoir une première approche de la bibliothèque sans se déplacer.

Les pages d'accès à la documentation spécialisée s'adressent plus particulièrement aux chercheurs. On déborde alors du domaine de la stricte mise en valeur des collections, et on aborde la mise en valeur de la bibliothèque elle-même, qui cherche à bénéficier d'une plus grande reconnaissance dans le monde de la recherche. La bibliothèque, par ce moyen, peut élargir son champ documentaire : le chercheur se connecte à son site non pas tant pour les collections et les services de la bibliothèque, que pour le travail documentaire qu'elle a effectué sur les ressources Internet de ses pôles d'excellence. Le site de la bibliothèque peut devenir une nouvelle référence dans le monde de la recherche.

### 3. Les services à distance

La mise en place du site Web peut viser à faciliter la circulation des informations *au sein* de la bibliothèque, et éventuellement de l'institution qui l'abrite, fonction qui s'ajoute à la visibilité extérieure de la bibliothèque assurée par les pages de consultation. La bibliothèque s'orientera alors vers la création de services à distance. On distinguera entre Intranet et Extranet<sup>16</sup>.

#### a. Les préalables à la création des services à distance

---

<sup>16</sup> Intranet, Extranet et Internet peuvent être définis de la manière suivante (les citations sont issues de : *Dictionnaire encyclopédique bilingue de la micro-informatique*, Les Ulis, Microsoft Press, 1999, 535 p.) :

- **Intranet** : Aréseau conçu pour traiter l=information à l=intérieur d=une entreprise ou d=une organisation. Il comprend des services tels que la distribution de documents, de logiciels, l=accès à des bases de données, et la formation. Un intranet peut éventuellement être connecté à l=Internet≡.

L=Intranet est destiné à être consulté sur certains postes, identifiés au préalable au moyen de leur adresse IP. Pour une BU, il s=adresse donc principalement aux enseignants-chercheurs de l=Université, qui souhaitent avoir accès aux services du SCD depuis leur laboratoire de recherche et leur bureau.

- **Extranet** : Aréseau privé (...) qui relie une entreprise à ses fournisseurs ou à ses clients en utilisant les technologies du Web. Il est une extension de l=intranet d=entreprise qui facilite l=accès à l=information la plus récente possible.≡

Pour une bibliothèque, l=Extranet diffère de l=Intranet car ce ne sont pas les postes qui sont identifiés mais les utilisateurs eux-mêmes. Ils s=identifient par un mot de passe, et peuvent ainsi avoir accès aux services à distance quel que soit le poste depuis lequel ils consultent le site de la bibliothèque. L=Extranet s=adresse aux lecteurs inscrits de la bibliothèque, qui se voient délivrer un mot de passe au moment de leur inscription. Il sert principalement à gérer le compte-lecteur.

- **Internet**, enfin, permet à tous de se connecter depuis n=importe quel poste de consultation.

Les services à distance ne peuvent être envisagés que si la bibliothèque dispose d'une infrastructure suffisante. L'architecture du serveur Web devra d'abord permettre de faire la distinction entre les lecteurs inscrits, qui pourront s'identifier par un mot de passe et avoir accès à l'Extranet, et les "lecteurs invités", qui n'auront accès qu'aux services en consultation libre. Le serveur Web doit être capable de distinguer entre les services soumis à accès autorisé et les services à accès libre, puisqu'ils sont en général mêlés dans un même site<sup>17</sup>. Il devra enfin reconnaître les adresses IP des postes autorisés à se connecter en Intranet.

Un Extranet doit par ailleurs s'accompagner d'une aide aux lecteurs, principalement destinée à ceux qui ne sont guère familiers d'Internet et qui vont tout de même être contraints d'utiliser le site de la bibliothèque.

#### ***b. Les services Intranet et Extranet***

Les services à distance sont de deux types :

##### **X *Les services onéreux pour la bibliothèque***

Abonnement à des bases de données, consultation de périodiques en ligne, accès au réseau de CD-ROMS... Ils sont en général réservés à l'Intranet.

##### **X *Les services destinés directement aux lecteurs inscrits et au personnel de l'Université***

Suggestion d'achat, PEB, gestion du compte-lecteur (avec des fonctionnalités comme la réservation d'ouvrages, la prolongation du prêt, la commande d'ouvrages stockés sur un autre site)... Ils sont mis en service dans le cadre de l'Intranet et de l'Extranet.

#### ***c. Avantages des services à distance***

La création d'un Extranet rend l'utilisation de la bibliothèque plus facile pour le lecteur. Il

---

<sup>17</sup> Comme par exemple la page d'accueil du catalogue de la bibliothèque de l'Université de Haïfa, où certaines fonctionnalités sont réservées aux lecteurs inscrits (Renouvellement des prêts et vérification des demandes, Demande de prêt entre bibliothèques), alors que tout le reste est d'accès libre (consultation du catalogue).

Voir Université de Haïfa. Bibliothèque. (Page consultée le 22 novembre 1999). *Catalogue*, [En ligne]. <http://www-lib.haifa.ac.il:4500/ALEPH/ENG/hai/hai/hai/START>

n'a plus à se déplacer de poste en poste selon le type de document ou de catalogue qu'il souhaite consulter. Il est beaucoup plus autonome car il ne doit plus obligatoirement passer par la médiation du bibliothécaire. Surtout, il peut gérer son compte-lecteur depuis l'extérieur de la bibliothèque.

Pour le personnel de la bibliothèque, la création d'un Extranet permet une réorganisation des tâches. Ce qui était auparavant effectué à la banque d'accueil, comme par exemple la réservation des ouvrages ou les demandes de PEB, n'est plus directement effectué par le personnel en service public. Dès lors, le personnel peut consacrer son énergie à améliorer l'accueil des lecteurs, à les aider et à leur donner des renseignements bibliographiques. L'Intranet, enfin, permet de satisfaire à la demande du personnel de l'Université d'avoir accès de leur bureau aux services du SCD, et permet une meilleure intégration de la BU au sein de l'Université.

#### **4. De nouveaux services autour du site**

Enfin, la création d'un site peut être l'occasion pour la bibliothèque de mettre en place des services *autour* du site lui-même.

##### ***a. L'accès à Internet dans la salle de lecture***

Si la bibliothèque ne proposait pas d'accès à Internet dans sa salle de lecture avant de créer son propre site, elle pourra le faire parallèlement à l'ouverture de son site<sup>18</sup>. Les postes publics s'ouvriront directement sur la page d'accueil du site.

La question du bridage des postes ou d'une liberté totale laissée aux utilisateurs ne sera pas développée ici. On peut simplement noter que le choix dépend de la politique générale de la bibliothèque et du nombre de postes. On remarquera qu'une totale liberté de navigation peut limiter l'impact du site sur le public de la bibliothèque. Ainsi, à la bibliothèque de Paris-X, les postes en libre-accès avaient généré un afflux de public utilisant les messageries gratuites et les sites ludiques, au détriment des services proposés par la bibliothèque.

##### ***b. La formation des usagers***

Par ailleurs, la création du site de la bibliothèque et la possibilité d'y accéder directement

---

<sup>18</sup> C'est ainsi le cas au SCD du Havre, qui a mis en place en même temps son site et des postes publics destinés aux étudiants dans la salle de lecture.

dans la salle de lecture doivent s'accompagner de la formation du public. Elle s'avérera d'autant plus nécessaire si le public est peu habitué à Internet et si de nombreux services y sont proposés, surtout en Extranet.



## Chapitre deuxième

-

### LA STRATÉGIE : QUEL SITE RÉALISER ?

L'analyse des avantages attendus du site Web, de manière générale et dans le contexte précis de la bibliothèque, doit mener cette dernière à décider de l'opportunité de construire son propre site. Puis elle doit définir sa stratégie pour savoir quel type de site réaliser.

Les objectifs que va se fixer la bibliothèque, en termes d'ampleur du site, de positionnement, et d'éventuel partenariat avec d'autres bibliothèques, doivent être confrontés aux possibilités matérielles de la bibliothèque et aux attentes et besoins de son public. La bibliothèque étudiera aussi les moyens de faire connaître son site.

#### ***A. LES OBJECTIFS DE LA BIBLIOTHÈQUE : L'IMAGE***

Dans un premier temps, la bibliothèque va devoir se fixer des objectifs fondés sur ce qu'elle souhaite faire, et donc sur l'image qu'elle a d'elle-même.

##### **1. L'ampleur du site**

Actuellement, une grande partie des bibliothèques universitaires ou de grands établissements sont présents sur le Web. Mais l'importance et la qualité de cette présence sont très variables, allant de quelques pages hébergées sur le site d'une autre institution à un site propre. La bibliothèque doit donc, avant toute chose, réfléchir à l'ampleur qu'aura le site dont elle envisage de se doter.

###### ***a. De quelques pages de présentation...***

Dans un premier temps, de nombreuses bibliothèques ne se sont pas dotées d'un site propre, mais ont fait héberger quelques pages de présentation sur le site de leur Université ou institution de rattachement. Cette première démarche est utile car elle permet à la

bibliothèque de montrer son existence aux internautes qui visitent le site de son institution de rattachement. Cependant, c'est très nettement insuffisant, car les pages ne font en général que reprendre le guide du lecteur sous une version électronique.

Ce type de «site», qu'il conviendrait mieux de qualifier de «présence Internet», est un choix que font souvent les bibliothèques qui sont trop petites pour assumer la création et l'entretien d'un site, ou qui, pour une raison ou une autre, ne peuvent pas mettre leur catalogue en ligne. On peut citer à titre d'exemple les bibliothèques de l'École des Hautes Etudes en Sciences Sociales<sup>19</sup> (EHESS) ou du Collège de France<sup>20</sup>. C'est aussi ce qu'a jusqu'à maintenant réalisé la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales (BIULO), puisqu'elle propose actuellement son guide du lecteur sur le site de Paris-III<sup>21</sup>.

Ces quelques pages de présentation peuvent cependant constituer la première étape avant la création d'un site propre de plus grande ampleur. Elles assurent la présence de la bibliothèque sur le Web, et lui permettent donc de prendre le temps de développer un site propre. Ainsi, au SCD du Havre, le point de départ du projet Internet a été l'installation d'une présentation de la bibliothèque sur le serveur Web de l'Université. La prise de conscience du caractère limité de ce service, parallèlement à une réflexion sur l'ouverture d'un accès Internet dans les diverses sections de la BU, ont amené la bibliothèque à concevoir un projet plus ambitieux. Le cheminement est identique à la BIULO, qui souhaite maintenant se doter d'un véritable site.

#### ***b. ... à des sites de taille moyenne...***

On ne peut pas parler de valorisation de la bibliothèque quand celle-ci n'est présente sur Internet que par les quelques pages de son guide du lecteur. Par contre, dès que la bibliothèque se dote d'un site qui lui est propre, elle entre dans le domaine de la mise en

---

<sup>19</sup> Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales. (Page consultée le 23 novembre 1999). *Bibliothèque du Centre d'Etudes de l'Inde et de l'Asie du Sud*, [En ligne]. <http://vhf.msh-paris.fr/Labos/CEIAS/Bibliotheque.html>

<sup>20</sup> Collège de France. (Page consultée le 23 novembre 1999). *Bibliothèques d'Extrême-Orient*, [En ligne]. [http://www.college-de-france.fr/college/bibliotheques/biblio\\_extreme\\_orient.html](http://www.college-de-france.fr/college/bibliotheques/biblio_extreme_orient.html)

<sup>21</sup> Université de Paris-III. (Page consultée le 9 décembre 1999). *Bibliothèque interuniversitaire des Langues Orientales, guide du lecteur*, [En ligne]. <http://www.univ-paris3.fr/bibliotheques/biblio4.html>

valeur.

#### X *Des sites souvent organisés autour du catalogue...*

La bibliothèque peut concevoir un site de taille moyenne. Ces sites sont souvent organisés autour du catalogue, le service qui semble le plus utile à mettre en ligne. La mise en ligne du catalogue est assez simple à réaliser si la bibliothèque utilise un catalogue qui peut être directement interfacé avec le Web. Dans le cas contraire, la mise en ligne du catalogue doit s'accompagner d'une réinformatisation de la bibliothèque<sup>22</sup>.

Les bibliothèques universitaires peuvent fournir de nombreux exemples de ces sites de taille moyenne, organisés autour du catalogue. La bibliothèque de l'Université de Technologie de Compiègne propose par exemple un accès au catalogue en ligne, accompagné de quelques pages de renseignements sur la bibliothèque et d'un accès soumis à autorisation aux CD-ROMS<sup>23</sup>. Le site de la bibliothèque de l'Université de Paris-IX (Dauphine), lui aussi organisé autour de son catalogue, propose, en plus de l'accès à son catalogue et à des bases de données, des pages consacrées à la recherche documentaire dans son catalogue<sup>24</sup>.

En complément du catalogue, la bibliothèque peut offrir d'autres services, déterminés en fonction du public visé et du positionnement du site. Le contenu du site, son ampleur, sont variables.

#### X *... mais pouvant s'organiser autour d'autres axes structurants*

Néanmoins, si la plupart de ces sites d'ampleur moyenne sont organisés autour du catalogue, il est possible de concevoir un vrai site sans catalogue en ligne. Le projet réalisé pour la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales<sup>25</sup>, s'il prévoit à terme un

---

<sup>22</sup> Par exemple, le SCD du Havre, qui est en train de migrer son ancien site Web vers un nouveau, mène ce projet parallèlement à une réinformatisation.

<sup>23</sup> Université de Technologie de Compiègne. Bibliothèque. (Page consultée le 23 novembre 1999). *Page d'accueil*, [En ligne]. <http://www.utc.fr/butc>

<sup>24</sup> Université de Paris-IX. Bibliothèque. (Page consultée le 23 novembre 1999). *Page d'accueil*, [En ligne]. <http://www.bu.dauphine.fr>

<sup>25</sup> Voir en annexe I le projet de site pour la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales.

Pour plus de détails, voir Emmanuelle Ashta, ALe site Web de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales - propositions, dans *Rapport de stage, la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales*, Diplôme de conservateur de bibliothèques, 2000, annexe n°3.

accès au catalogue, a identifié d'autres axes structurants pour le site :

- La mise en valeur des collections : historique de la bibliothèque, présentation détaillée des fonds, trésors de la bibliothèque, exposition virtuelle ;
- La bibliothèque au service des chercheurs : renseignements pratiques, documents numérisés, accès prévu à terme au catalogue ;
- Point d'accès à la documentation spécialisée sur les pôles d'excellence de la bibliothèque (langues et littératures «orientales») : liste des autres bibliothèques orientalistes, sélection de sites, annonces de conférences et des thèses de l'Institut National des Langues et Civilisations Orientales (INALCO).

*c. ... jusqu'au site conçu comme un guichet unique pour tous les services de la bibliothèque*

Enfin, la bibliothèque peut décider de faire du site le passage obligé de ses lecteurs. Le site est conçu comme le guichet unique qui donne accès à tous les services proposés par la bibliothèque. Il fonctionne comme un service Intranet et Extranet.

La page d'accueil des postes en salle de lecture est configurée pour être celle du site de la bibliothèque : l'utilisateur accède directement au site. Il y consulte les pages qui l'intéressent et il s'en sert pour gérer son compte-lecteur. Il peut accéder directement aux autres ressources électroniques de la bibliothèque sans avoir à se déplacer sur un autre poste. Le site de l'Université de Technologie de Troyes a été conçu avec cet esprit<sup>26</sup>.

Il s'agit évidemment des sites les plus complets, mais ils ne peuvent pas être mis en œuvre dans tous les établissements. La bibliothèque doit être équipée d'un nombre de postes suffisant pour que les lecteurs aient facilement accès au site. Il doivent avoir une connaissance préalable d'Internet suffisante pour pouvoir utiliser ce service au quotidien. On trouve donc plutôt ce type d'interfaçage complet dans les bibliothèques à vocation scientifique, où les ressources électroniques jouent un rôle plus important et où les utilisateurs sont plus familiers d'Internet.

---

<sup>26</sup> Université de Technologie de Troyes. Bibliothèque. (Page consultée le 23 novembre 1999). *Les services offerts*, [En ligne]. <http://www.univ-troyes.fr/scd/service.htm>

## **2. Le positionnement du site**

Après avoir décidé de l'ampleur du site à mettre en place, la bibliothèque doit réfléchir au positionnement de son site.

### ***a. De nombreuses possibilités***

Les possibilités de positionnement sont en effet nombreuses et la bibliothèque sera contrainte d'effectuer un choix : site favorisant la recherche ou la formation des usagers ; site d'aide bibliographique, de mise en valeur des collections, d'accès à de la documentation présente sur Internet ; site de référence, exhaustif, qualitatif, innovant...

### ***b. Les motivations du choix***

Le choix se fera en fonction des missions de la bibliothèque. Les bibliothèques universitaires desservant des étudiants de 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> cycles mettront l'accent sur la formation des usagers. Les bibliothèques des grands établissements, au contraire, sont des bibliothèques de référence dans certains domaines : leur site devra être le reflet de cette situation, en devenant le site de référence dans ces mêmes domaines. Le contenu du site favorisera la recherche et la mise en valeur des collections.

Ainsi, le SCD du Havre avait volontairement mis l'accent sur la formation des usagers dans son premier site, en proposant en ligne des fiches sur les méthodes de recherche et une sélection d'adresses sur les enseignements dispensés à l'Université. Au contraire, le projet élaboré pour la BIULO, bibliothèque de niveau recherche, ne prend pas en charge la formation des usagers, mais propose des services destinés aux chercheurs et un accès à la documentation sur les pôles d'excellence de la bibliothèque. Ce projet vise à faire du site de la BIULO le site de référence dans les langues et littératures dites «orientales».

Néanmoins, la réalisation puis l'utilisation du site peuvent modifier son positionnement initial. Le site du SCD du Havre avait été nettement conçu pour aider les étudiants de l'Université à mener leurs propres recherches et à se familiariser avec Internet. Or, l'expérience a montré que plusieurs utilisateurs en avaient fait leur page d'accueil hors de l'Université, tendant à transformer le site dédié à la formation en site de référence.

### **3. La coopération avec d'autres bibliothèques**

Le développement d'un partenariat avec d'autres bibliothèques n'est pas indispensable pour la mise en place d'un site. Parmi les bibliothèques universitaires interrogées, seules celles de Toulouse ont développé une coopération régionale, ce qui a donné lieu à la création du catalogue du réseau de BU de Toulouse. Pour les autres, la coopération n'a jamais dépassé le cadre du SCD<sup>27</sup>.

Pourtant, dans une logique d'aide aux lecteurs et d'amélioration des services qui leur sont rendus, il peut être très profitable de chercher à développer le site en coopération avec d'autres bibliothèques. Selon le profil de la bibliothèque et son environnement, cette coopération pourra avoir des bases géographiques ou des bases disciplinaires.

#### **a. La coopération sur des bases géographiques**

La coopération entre bibliothèques situées dans une même zone géographique vise à faciliter la circulation des lecteurs entre les différents centres de ressources documentaires de cette zone. Les caractéristiques du réseau Internet - accessibilité depuis n'importe quel ordinateur et abolition des distances<sup>28</sup> - en font un des meilleurs instruments pour fédérer les bibliothèques et permettre aux lecteurs d'accéder à toutes les ressources documentaires de la région.

Ce type de coopération géographique se traduit par la possibilité d'interroger *simultanément* plusieurs catalogues de bibliothèques, voire par la création d'un catalogue commun. On peut citer de nombreux exemples de ces " catalogues collectifs " : le Réseau Documentaire du site de Grenoble (REDOC), qui regroupe des établissements très divers, bibliothèques universitaires, municipales, centres de recherche...<sup>29</sup> ; le WebPAC du réseau des bibliothèques universitaires de Toulouse<sup>30</sup> ; l'Université de Technologie de Troyes, qui

---

<sup>27</sup> C'est par exemple le cas du site du SCD de l'Université de Bordeaux-2, qui réunit trois BU (sciences de la vie et de la santé, sciences de l'homme et odontologie, sciences du sport et de l'éducation physique).

<sup>28</sup> Voir ci-dessus À développer un nouveau rapport avec l'espace (chapitre premier, 1<sup>e</sup> partie).

<sup>29</sup> Réseau Documentaire du site de Grenoble (REDOC). (Page consultée le 23 novembre 1999). *Page d'accueil*, [En ligne]. <http://www-pole.grenet.fr/POLE/REDOC/>

<sup>30</sup> Réseau des bibliothèques universitaires de Toulouse. (Page consultée le 23 novembre 1999). *Catalogue*, [En ligne]. <http://www.biu-toulouse.fr/ups/index2.htm>

permet d'interroger simultanément son propre catalogue, celui de la BU de Valenciennes et celui du SCD de Reims<sup>31</sup>, etc.

***b. La coopération sur des bases disciplinaires***

La même logique de coopération est intéressante à mettre en œuvre pour une bibliothèque très spécialisée qui cherche à favoriser la complémentarité de ses collections avec celles d'autres bibliothèques spécialisées sur le même domaine. La coopération devient possible et réellement utile lorsque le site se positionne comme un site de référence, d'accès à la documentation sur une discipline.

Poussée à son maximum, cette logique de coopération par discipline pourrait aboutir à la formation de sites de très grande taille, spécialisés, intégrant le contenu des sites de diverses bibliothèques spécialisées. Ceci ne semble ni réalisable ni souhaitable car les bibliothèques y perdraient leur individualité. Il faut plutôt envisager cette coopération comme un système de renvois réciproques vers les sites des bibliothèques complémentaires, ce qui permettrait à l'internaute de naviguer facilement d'un site à l'autre.

Il ne semble pas que ce type de coopération, qui vise à créer une synergie entre des sites de bibliothèques spécialisées dans un même domaine, existe en France. Une des propositions faites à la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales pour le contenu de son site a justement pour objectif de lancer une telle entreprise dans le domaine des bibliothèques «orientalistes». Il s'agit de proposer sur le site de la BIULO une liste des autres bibliothèques orientalistes en France, avec une description de leur fonds et un lien vers leur site Web quand elles en ont un. Parallèlement, le webmestre de la BIULO prendrait contact avec les bibliothèques orientalistes répertoriées ayant un site, pour qu'elles créent de leur côté un lien vers le site de la BIULO.

***B. LES CONTRAINTES DE LA BIBLIOTHÈQUE : L'EXISTANT***

Il n'est cependant pas suffisant que la bibliothèque fixe les objectifs de son site. Elle doit

---

<sup>31</sup> Université de Technologie de Troyes. Bibliothèque. (Page consultée le 23 novembre 1999). *Catalogue*, [En ligne]. <http://www-scd.univ-troyes.fr/scdWeb/Catalogues/MenuCatalogues.asp>

les confronter à la réalité pour mesurer la faisabilité de ses projets.

## **1. Les contraintes du côté de l'offre : la bibliothèque**

Les personnes chargées de mettre en place le site doivent mener une analyse de l'existant à la bibliothèque abordant en particulier plusieurs aspects.

### ***a. Le budget***

Le budget d'un site Web peut ne pas paraître très important. L'exposition virtuelle de la Bibliothèque Inter-Universitaire de Médecine de Paris, qui compte 1256 pages et 663 images, a été réalisée avec un investissement de 9 000 FF<sup>32</sup>.

Cette apparente facilité ne doit cependant pas faire oublier que «créer un service web est souvent vu comme un faible investissement sur le court terme (considérant la gratuité de la plupart des logiciels utilisés) mais n'en est pas moins un investissement lourd sur le long terme (tant du point de vue financier qu'humain)»<sup>33</sup>.

La bibliothèque doit en effet ne pas sous-estimer les investissements qu'elle devra consentir, en plus des achats de matériel et de logiciels : sous-traitance éventuelle de l'hébergement et/ou du développement du site, création éventuelle de poste(s) de webmestre, temps de travail de membre(s) de son personnel...

### ***b. Le personnel de la bibliothèque***

Le personnel est un élément fondamental à prendre en compte dans la conception du site. Même s'il y a une personne responsable du site - le webmestre -, le personnel sera amené à participer au projet, ne serait-ce que pour la collecte des informations spécialisées à proposer en ligne puis pour l'aide aux lecteurs en salle de lecture. Il faut donc mesurer sa disponibilité afin de savoir s'il aura du temps à consacrer à la collecte des informations pour le site. Il faut aussi estimer l'adhésion du personnel au projet, et stimuler son intérêt en mettant en place des services qui lui sont directement utiles<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> Bibliothèque Inter-Universitaire de Médecine de Paris. (Page consultée le 18 janvier 2000). *En savoir plus... crédits, remerciements et informations techniques*, [En ligne]. <http://www.bium.univ-paris5.fr/expo>

<sup>33</sup> Arnaud Le Guelvouit, op. cit., p. 41.

<sup>34</sup> Ainsi, au SCD du Havre, le AKiosque Internet≡ (sélection de sites, renseignements sur les moteurs de



Il est aussi important de s'assurer de la présence des compétences nécessaires au sein de la bibliothèque avant de décider de la mise en place du site. La sous-traitance complète du projet à une société de services n'est que difficilement envisageable<sup>35</sup>, et il faudra toujours des personnes de référence capables de prendre en charge des problèmes techniques. La bibliothèque doit donc compter parmi son personnel une personne appartenant au corps des bibliothèques familière des questions informatiques. Il est par ailleurs indispensable qu'elle puisse compter sur des compétences techniques plus poussées : accord avec le Centre de Ressources Informatiques de l'Université ou informaticien parmi le personnel de la bibliothèque chargé de la maintenance du réseau informatique.

Enfin, il est très souhaitable que la bibliothèque puisse identifier un webmestre parmi son personnel. Selon l'ampleur du site, il consacrerá ou non la totalité de son temps de travail à cette tâche<sup>36</sup>.

#### ***c. Le système informatique de la bibliothèque***

La bibliothèque doit par ailleurs faire le point sur son système informatique. La présence à la bibliothèque d'un serveur sur lequel le site pourra être installé peut faciliter le travail sur l'architecture du serveur (dans le cas de la mise en place d'un système d'autorisation d'accès). Une idée précise du stade d'avancement de l'informatisation de la bibliothèque est aussi fondamental. Existe-t-il un OPAC ? Le catalogue est-il en ligne, facilement interfaçable avec le Web ? D'autres services sont-ils déjà proposés sur un support électronique ?

#### ***d. Les conditions de consultation sur place***

Enfin, la bibliothèque doit prendre en compte les possibilités de consultation du site dans sa salle de lecture. A titre d'exemple, il ne sera pas possible d'installer beaucoup de postes dans

---

recherche, fiches méthodologiques se rapportant à Internet) a été l'occasion de populariser l'utilisation professionnelle d'Internet au sein du personnel de la bibliothèque, et a servi de support à un programme de formation. Grâce à cette action, le site a remporté un vif succès auprès du personnel.

<sup>35</sup> Voir ci-dessous, La mise en place du site : bibliothèque ou prestataire de service ? (chapitre troisième, 2<sup>e</sup> partie).

<sup>36</sup> Voir ci-dessous, L'organisation du travail au sein de la bibliothèque (chapitre troisième, 1<sup>e</sup> partie, 2<sup>e</sup> section).

une salle de lecture exigüe ; la conception du site Web comme un guichet unique donnant accès à tous les services de la bibliothèque ne sera dès lors pas envisageable. Par contre, la dispersion de la bibliothèque sur plusieurs sites milite en faveur de la création d'un site fédérateur qui proposerait des services destinés à faciliter la circulation des lecteurs d'un lieu à un autre (réservation d'un ouvrage conservé dans un autre lieu, consultation du catalogue à distance...).

## **2. Les contraintes du côté de la demande : le public**

### ***a. L'identification du public-cible***

La bibliothèque doit, avant de se préoccuper du contenu du site, déterminer le public à qui celui-ci s'adressera. Il s'agit la plupart du temps du public-cible traditionnel de la bibliothèque : les chercheurs pour une bibliothèque spécialisée, les étudiants et les chercheurs pour une bibliothèque universitaire.

Néanmoins, il faut aussi prendre en compte l'utilité que peut avoir le site pour le public-cible. Ce paramètre peut amener à donner une orientation légèrement différente à la définition du public-cible de la bibliothèque, ou à insister sur un type de public particulier<sup>37</sup>. Enfin, il ne faut pas perdre de vue les publics qui sont concernés par le site mais qui ne constituent pas - tout du moins numériquement - le public-cible de la bibliothèque. On peut penser aux enseignants pour les BU et au personnel d'une manière générale. A la bibliothèque du Havre, la mise en place du site a été l'occasion de populariser l'utilisation professionnelle d'Internet, et a servi de base à un vaste programme de formation.

### ***b. Les attentes et les besoins du public-cible***

Une fois que le public-cible a été identifié, il faut déterminer ses attentes et ses besoins. La bibliothèque peut pour cela se baser sur la connaissance que son personnel a du public, acquise lors des permanences de service public. Elle peut se renseigner auprès des enseignants sur les lacunes dans les connaissances des étudiants. Les bibliothèques ayant mis en place un site sont rarement allées au delà de cette démarche, et ont développé leur

---

<sup>37</sup> Voir ci-dessous l'exemple de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales (conclusion du chapitre deuxième).

site dans une logique d'offre plus que de demande.

La bibliothèque peut décider de s'appuyer réellement sur les attentes des utilisateurs futurs en menant une enquête auprès de ses lecteurs, afin de les laisser s'exprimer sur ce qu'ils souhaitent et les laisser faire des suggestions.

Ce type d'enquête est cependant difficile à mener, et peut donner des résultats décevants. En effet, alors que la majorité des lecteurs sont au premier abord intéressés par la mise en place d'un site et déclarent qu'ils s'y connecteraient (de l'intérieur ou de l'extérieur de la bibliothèque), une grande part des lecteurs n'a en réalité pas d'idée précise sur ce que le site Web pourrait leur offrir, hormis le catalogue. A Paris-X, par exemple, les enquêtes effectuées auprès des étudiants à l'occasion de la création du site n'ont pas fait apparaître de demande ni de besoin particuliers. On peut estimer que leur connaissance de cet instrument n'est pas encore suffisamment développée pour qu'ils formulent des demandes constructives et réalisables. Une enquête permettra cependant de sensibiliser les lecteurs et de les informer des projets de la bibliothèque en la matière. A ce titre, elle présente l'avantage de constituer un des éléments de promotion du site - avant même qu'il ne soit mis en service.

## ***C. LA PUBLICITÉ DU SITE : SE FAIRE CONNAÎTRE***

Enfin, dès sa réflexion sur le type de site à réaliser, la bibliothèque devra réfléchir aux actions visant à faire connaître le site.

### **1. A l'extérieur de la bibliothèque : se faire connaître sur le Web**

#### ***a. Etre repéré par les internautes***

Lors de la conception de son site Web, la bibliothèque peut utiliser des moyens techniques pour rendre son site plus visible.

##### *X Utiliser une adresse intuitive*

L'adresse du site devra être simple et le plus proche possible du nom habituel donné à la bibliothèque, afin de devenir intuitive et facilement mémorisable par le public. Ainsi, la bibliothèque de l'Université de Paris-IX, plus connue sous le nom de Dauphine, a choisi comme adresse : <http://www.bu.dauphine.fr>. De même, la Bibliothèque Inter-universitaire des Langues Orientales aimerait utiliser pour son site l'adresse la plus simple possible, à savoir : <http://www.biulo.fr>.

On remarquera que les bibliothèques, en tant qu'établissements publics, sont tenus d'utiliser la racine «.fr»<sup>38</sup>. Ils ne peuvent pas utiliser les racines «.com», «.net», «.org», plus faciles à obtenir mais qui ne refléteraient pas aux yeux du public leur caractère d'établissement public français<sup>39</sup>.

##### *X Etre indexé par les moteurs de recherche*

Actuellement, moins de la moitié des pages présentes sur le Web sont connues et repérables par les moteurs de recherche de référence<sup>40</sup>. Chaque moteur utilise des moyens différents pour repérer les sites. La bibliothèque doit donc, dans la construction de ses pages, inclure tous les éléments qui permettront aux moteurs de recherche de trouver son site.

- les métadonnées : Altavista, Hot Bot, Infoseek.

---

<sup>38</sup> Circulaire du Premier ministre du 7 octobre 1999 relative aux sites Internet des services et des établissements publics de l'Etat, paragraphe 2.2.1.

<sup>39</sup> Le dépôt d'un nom en A.fr coûte environ 1 000 FF. Il est obligatoire de passer par un fournisseur d'accès qui a passé une convention avec l'AFNIC.

<sup>40</sup> Nous rappelons qu'en février 1999, l'utilisation conjointe de onze moteurs de recherche ne permettait de couvrir que 42% des pages du Web.

- le résumé : Excite.
- les 250 premiers caractères de la page : Web Crawler, Open Text.
- les mots du titre de la page d'accueil : Lycos (regarde les mots en fonction de leur emplacement dans le document, et en tire des degrés de pertinence).

Tous ces éléments doivent apparaître sur les pages du site, même s'ils peuvent paraître redondants.

De plus, la bibliothèque devra prêter attention à l'initiative Dublin Core, qui vise à fournir des éléments normalisés pour la description bibliographique des pages Web, afin de permettre de meilleures recherches sur les ressources Web<sup>41</sup>. Ce programme est actuellement en phase de test, mais il serait souhaitable que la bibliothèque intègre les éléments de description bibliographique adéquats une fois le programme finalisé.

#### ***b. Aller au devant des internautes***

Ces mesures doivent s'accompagner d'une action de promotion du site à destination des internautes potentiellement intéressés par le site.

##### *X Se faire référencer par d'autres sites*

La bibliothèque doit faire référencer son site sur tous les sites-portails, sites-catalogues, répertoires de ressources, comme la liste des bibliothèques universitaires du Ministère de l'enseignement supérieur<sup>42</sup>, afin d'être visible à l'extérieur.

##### *X Se faire connaître auprès des professionnels*

Enfin, la bibliothèque peut faire connaître son site directement auprès des professionnels d'autres bibliothèques, qui peuvent avoir un intérêt particulier à le consulter. Elle peut pour cela utiliser les listes de diffusion professionnelles.

---

<sup>41</sup> Voir Catherine Lupovici, AL=information bibliographique des documents électroniques, dans *Bulletin des bibliothèques de France*, t. 43, n°4, 1998, pp. 42-47.

Pour plus de renseignements sur Dublin Core et la sixième conférence, voir aussi : OCLC PURL Service. (Page consultée le 3 décembre 1999). *Dublin Core Metadata Initiative*, [En ligne]. <http://purl.org/DC/workshops/dc6conference/index.htm>

<sup>42</sup> Ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie. (Page consultée le 3 décembre 1999). *Pages des bibliothèques universitaires sur Internet*, [En ligne]. <http://www.sup.adc.education.fr/bib>

## **2. A l'intérieur de la bibliothèque : se faire connaître auprès des lecteurs**

### ***a. La visibilité du service***

Le site Web doit être visible pour les lecteurs. L'accès en salle de lecture à Internet, et donc au site de la bibliothèque, doit apparaître clairement. La signalétique, le nombre et l'emplacement des postes sont des éléments auxquels la bibliothèque prêtera donc attention. Afin de faire connaître le site dans son ensemble, la bibliothèque aura intérêt à faire de la page d'accueil de son site la page d'accueil des postes en salle de lecture, comme c'est le cas à la BU du Havre. L'utilisateur peut ainsi consulter le catalogue, mais aussi les autres services proposés sur le site<sup>43</sup>. La bibliothèque peut aussi choisir, si son catalogue a une interface Web, de paramétrer ses postes pour qu'ils s'ouvrent directement sur le catalogue. Néanmoins, dans ce cas, le site risque de rester peu connu et sous-utilisé. L'exemple de la bibliothèque de Lyon-2 montre en effet que lorsque les postes s'ouvrent directement sur le catalogue, les utilisateurs tendent à ignorer l'existence du site et des autres services<sup>44</sup>.

### ***b. Le lancement du site***

Toutes les bibliothèques ne font pas d'opération spécifique de promotion lors de l'inauguration de leur site. Cette promotion auprès du public-cible peut pourtant se révéler utile. D'une part, elle permet de renseigner les utilisateurs de la bibliothèque sur un nouveau service mis en place. D'autre part, parce qu'elle déborde du cadre strict de la bibliothèque, elle peut toucher des personnes qui ne la fréquentent pas mais qui font tout de même partie du public-cible (pour une BU, il s'agit principalement des enseignants ou des étudiants ayant déserté la bibliothèque).

L'opération de promotion en elle-même peut utiliser tous les moyens à disposition de la bibliothèque : journal de la bibliothèque et de l'Université, affiches, propositions de visites

---

<sup>43</sup> Certains postes pourront néanmoins être dédiés plus spécifiquement au catalogue, et seront dans ce cas paramétrés pour s'ouvrir directement sur celui-ci.

<sup>44</sup> A Bron, l'observation avait montré que la plupart des étudiants ne connaissaient pas l'existence du site. Voir Alexandre Allain, Alain Carou, Claire Denecker, et alii, *Enrichissement du site Web de l'Université de Lyon 2*, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, gestion de projet DCB, 1999.

accompagnées du site... La BU du Havre a par exemple fait un numéro spécial de son journal d'information *L'appariteur* à l'occasion du lancement de son nouveau site. Il visait à attirer l'attention des usagers de la bibliothèque et de l'ensemble des personnes fréquentant l'Université du Havre sur ce nouveau service.

La bibliothèque informera par ailleurs son autorité de tutelle du lancement de son site.

***c. Au delà du lancement du site : l'action des bibliothécaires sur le long terme***

La promotion du site doit se poursuivre au delà des opérations de lancement du site. Les bibliothécaires en service public doivent sensibiliser les lecteurs, leur proposer une aide ponctuelle pour découvrir le site.

Les actions de promotion menées à l'occasion de l'ouverture du site pourront même être répétées lorsque le public se renouvelle. Ainsi, à la Bibliothèque de Technologie de Compiègne, à chaque rentrée scolaire, c'est-à-dire en septembre et en février, le site fait l'objet d'une campagne d'information auprès des étudiants. La bibliothèque utilise l'affichage, des annonces dans le bulletin d'informations de l'Université, des affiches dans les livrets des étudiants. Cette campagne permet d'informer les nouveaux arrivants de l'existence du site de la bibliothèque.

## ***CONCLUSION DE LA 2<sup>e</sup> PARTIE : LE CHOIX DU SITE À RÉALISER***

### ***L'exemple de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales***

Nous allons développer l'exemple du positionnement du site proposé pour la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales, afin de montrer concrètement comment une bibliothèque doit s'appuyer à la fois sur son image et sur son fonctionnement concret pour élaborer un projet de site<sup>45</sup>.

La BIULO est une bibliothèque particulièrement riche, aux collections importantes (600 000 volumes), et dont certaines n'ont aucun équivalent en France ni en Europe (ourdou, malgache, coréen...).

La création du site Web de cette bibliothèque serait l'occasion de valoriser ses collections et de se positionner comme site de référence dans les domaines d'excellence de la bibliothèque (langues et littératures «orientales»).

La BIULO doit cependant compter avec des contraintes fortes. La taille de la salle de lecture actuelle ne permet pas d'installer plus d'un poste pour la consultation d'Internet. Il n'est donc pas possible de créer un interfaçage complet de tous les services proposés par la bibliothèque sous peine de créer un engorgement du poste.

Le catalogue informatisé ne semble pas pouvoir être mis en ligne dans l'immédiat, à cause d'un problème de droits sur les notices (notices OCLC). Par ailleurs, les fichiers papier jouent encore un rôle irremplaçable (1/6<sup>e</sup> du fonds est accessible par le catalogue informatisé<sup>46</sup>). La bibliothèque ne peut donc pas organiser son site autour de son catalogue, et doit trouver d'autres contenus structurants.

La spécificité linguistique très marquée de cet établissement rend nécessaire, plus qu'ailleurs, l'adhésion et la participation de tout le personnel au projet. Le travail de collecte des informations doit en effet s'appuyer sur une bonne connaissance des fonds, que

---

<sup>45</sup> Voir en annexe I le projet de site pour la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales. Pour plus de détails sur le projet présenté à la BIULO, voir Emmanuelle Ashta, op. cit.

<sup>46</sup> Le catalogue regroupe les ouvrages en caractères latins et certaines langues translittérées (d=Inde et d=Asie du Sud-est) pour lesquelles la BIULO est pôle associé de la BnF.



seuls chaque spécialiste linguiste possède (pour les fonds en langues originales). Ceci rend le travail plus lourd à mener.

Le public, enfin, est composé à égalité d'étudiants de 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> cycles d'une part, et de doctorants, enseignants et chercheurs d'autre part. Si l'on ajoute à cela le positionnement très net de la bibliothèque de la rue de Lille sur la recherche, et l'intérêt que représente un site pour les chercheurs, l'identification du public-cible du site de la BIULO s'impose d'elle-même. Cette bibliothèque doit mettre en place un site destiné avant tout aux chercheurs. L'enquête menée à la bibliothèque a fait apparaître un intérêt *a priori* des utilisateurs pour le site, et a aussi montré qu'ils n'avaient pas de suggestion à faire sur son contenu. L'utilisation actuelle des ressources électroniques de la bibliothèque (CD-ROMs, base de données First Search) fait de plus apparaître que seule une petite partie des lecteurs maîtrise bien ces instruments.

Le site proposé pour la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales est donc un site d'ampleur moyenne, permettant la consultation de plusieurs rubriques, sans création d'un Intranet ni d'un Extranet, et principalement destiné aux chercheurs. Il doit permettre la mise en valeur de la bibliothèque et de ses collections, mais aussi proposer des services au public (meilleure connaissance des ressources de la bibliothèque, accès aux ressources documentaires sur les pôles d'excellence de la bibliothèque) afin de fidéliser les internautes.

### ***Vue d'ensemble***

Le schéma suivant résume les possibilités qui s'offrent aux bibliothèques dans la définition de leur stratégie, selon ce qu'elles souhaitent et peuvent faire.

## Chapitre troisième

-

### **STRUCTURE ET CONTRÔLE : COMMENT RÉALISER ET ENTRETENIR LE SITE ?**

La réflexion sur la structure doit suivre celle sur la stratégie : une fois que la bibliothèque a défini le public cible de son site, son ampleur, son positionnement, elle doit préciser les moyens qu'elle compte utiliser pour réaliser puis pour entretenir le site.

La réalisation du site Web et sa maintenance représentent une charge de travail importante pour le personnel de la bibliothèque qui en est chargé. La sous-traitance à un prestataire de services ne permet à la bibliothèque de se décharger que d'une partie de ses tâches, et vise surtout à améliorer la qualité du site. Enfin, la réflexion préalable menée par la bibliothèque doit déboucher sur l'établissement d'un cahier des charges formalisant la politique éditoriale du site, permettant le contrôle des décisions prises<sup>47</sup>.

#### ***A. LA CHARGE DE TRAVAIL POUR RÉALISER ET ENTRETENIR LE SITE***

##### **1. Evaluation de la charge de travail<sup>48</sup>**

###### ***a. La réalisation***

Evaluer le temps que le personnel devra consacrer à la mise en place du site dépend évidemment de l'ampleur du site projeté et de l'éventuelle compétence déjà acquise en ce domaine par des membres du personnel. La bibliothèque doit aussi prendre en compte un temps incompressible nécessaire à la maturation du projet au sein de l'équipe.

---

<sup>47</sup> Nous ne nous intéresserons ici qu'aux éléments éditoriaux. Les questions de calendrier et de coût, qui devront être résolues avant le développement des pages du site, ne sont pas traités ici.

<sup>48</sup> Selon l'ampleur du site, l'évaluation proposée devra bien sûr être modifiée.

Il est possible de se baser sur quelques expériences. A la bibliothèque de Paris-X, plusieurs semaines ont été nécessaires pour mettre en place le site. La partie la plus importante du travail, en dehors de la rédaction et de l'édition proprement dites, a été la collecte des informations sur Internet et dans la bibliothèque même. A la bibliothèque de l'Université du Havre, l'écriture et le développement du site ont mobilisé une journée hebdomadaire de travail pour deux personnes sur un an. A la Bibliothèque Inter-Universitaire de Médecine de Paris, la réalisation de l'exposition virtuelle a mobilisé deux personnes pendant dix mois, à temps partiel. A la BU d'Evry-Val-d'Essonne, une commission de cinq personnes a travaillé sur le contenu du site pendant deux mois, puis un mois a été nécessaire pour la création des pages, à raison de 2h par jour pour une personne.

On peut donc raisonnablement estimer que tout le travail de préparation intellectuelle, de création du contenu, puis de mise sur le réseau occupera un petit groupe de travail à temps partiel pendant une période de temps de l'ordre d'une année<sup>49</sup>.

La mise en place du site représente donc une réelle charge de travail pour le personnel de la bibliothèque. Celle-ci devra mobiliser une partie de ses énergies pour remplir son objectif. La bibliothèque qui choisit de créer son site peut donc être amenée à renoncer à d'autres projets par manque de temps : la création d'un site est souvent la conséquence d'un arbitrage entre plusieurs projets, mené dès l'étude d'opportunité.

### ***b. L'entretien***

L'entretien du site est moins prenant que sa création, surtout s'il ne donne pas lieu à beaucoup d'enrichissements. L'importance de cette tâche ne doit cependant pas être sous-estimée car il est fondamental que le contenu du site se maintienne et évolue, sans quoi il court le risque de se scléroser et de ne plus attirer ni fidéliser les utilisateurs<sup>50</sup>.

---

<sup>49</sup> Soit un Aéquivalent temps plein  $\cong$  d=une année.

<sup>50</sup> La littérature sur Internet et la création des sites insiste de plus en plus sur le caractère indispensable de la maintenance du site. Il s=agit principalement de repérer les dysfonctionnements du site, de le faire évoluer en fonction des nouveaux besoins des usagers, et d=enrichir constamment le site d=informations nouvelles pour fidéliser les utilisateurs.

Voir par exemple : RICHARD-ARLAUD Ariel. (Page consultée le 6 janvier 2000). *En amont et en aval de la réalisation des sites web Internet/Intranet*, [En ligne]. [http://www.idt.fr/pages\\_fra/accueil/3frm\\_fra.html](http://www.idt.fr/pages_fra/accueil/3frm_fra.html)

Il est de nouveau possible de se fonder sur d'autres expériences menées en bibliothèque universitaire. La mise à jour du site occupe au SCD du Havre un jour par semaine pour une personne ; au Mans, de une demi-journée à une journée par semaine pour une personne ; à Compiègne, presque un plein temps, mais avec un gros travail d'enrichissement du site ; à Paris-IX, un jour par mois pour deux personnes, la mise à jour portant avant tout sur la sélection de sites ; à Evry-Val-d'Essonne, 2h par mois pour une personne ; à Bordeaux-2, une personne est chargée à plein temps de l'administration et de l'édition du site, ainsi que de la maintenance du parc informatique de la BU.

On peut donc évaluer cette charge de travail à une journée de travail par semaine pour une personne.

## **2. Organisation du travail au sein de la bibliothèque**

### ***a. Identifier un responsable : le webmestre***

La bibliothèque doit identifier une personne responsable du site, qui sera chargée de veiller à l'avancement du projet et d'en assurer la cohérence. Cette personne sera l'interlocuteur de l'éventuel prestataire de service extérieur<sup>51</sup>, et devra coordonner les actions menées à l'intérieur de la bibliothèque. Le webmestre sera amené à travailler en étroite collaboration avec les personnes responsables de l'informatique (Centre de Ressources Informatiques ou informaticien de la bibliothèque), mais devra appartenir au corps des bibliothèques afin de ne pas perdre de vue les enjeux bibliothéconomiques. Ce sont l'intérêt pour Internet, la disponibilité, et éventuellement des compétences d'ordre technique, qui guideront la bibliothèque dans le choix de son webmestre.

Cette fonction ne devra pas disparaître avec la mise sur le réseau du site. Le webmestre devra continuer à maintenir la cohérence du site et à assurer la coordination des actions s'y rapportant. De plus, c'est lui qui devra gérer la boîte aux lettres électronique de la bibliothèque, en répondant directement aux messages ou en les réexpédiant vers les personnes concernées. Enfin, le travail de mise à jour et d'enrichissement du site pourra relever de la responsabilité du webmestre.

---

<sup>51</sup> Voir ci-dessous, La mise en place du site : bibliothèque ou prestataire de service ? (chapitre troisième, 2<sup>e</sup> partie).

***b. Le personnel de la bibliothèque***

Cependant, en dépit de l'identification d'un Webmestre au sein de la bibliothèque, c'est bien l'ensemble du personnel qui est concerné par le site Web. Le site est celui de la bibliothèque dans son ensemble, et non pas celui de quelques membres du personnel montrant une attirance plus particulière pour les nouvelles technologies. Il est souhaitable qu'il s'intègre aux pratiques de travail de tout le personnel.

L'adhésion de tous est donc importante pour sa réussite. Tous n'y participeront pas directement, mais tous peuvent être amenés à rassembler des informations sur leur service ou à participer au travail de préparation intellectuelle.

***c. L'exemple d'une bibliothèque très spécialisée : la Bibliothèque Inter- Universitaire des Langues Orientales***

La Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales, en tant que bibliothèque très spécialisée, fournit un bon exemple de l'organisation possible du travail. Pour mener à bien le projet de site Web, il est nécessaire d'identifier deux groupes d'acteurs :

*X Les acteurs spécialisés sur le site*

Le webmestre et le responsable informatique de la bibliothèque<sup>52</sup>.

*X Les acteurs non spécialisés*

Une des grandes difficultés de fonctionnement de la BIULO est sa spécialisation linguistique. Tous les fonds en langues rares ne peuvent être traités que par des spécialistes linguistes (les «responsables de fonds»), et les responsables des activités transversales, comme par exemple la conservation, doivent aussi faire appel à eux car ils ne peuvent pas traiter seuls ces fonds.

Le site doit refléter cette forte spécialisation linguistique. Comme les autres responsables d'activités transversales, le webmestre doit faire appel aux responsables de fonds pour rassembler des informations sur les domaines sur lesquels il ne peut pas agir seul : par exemple, la présentation des fonds, la sélection des sites en langue originale, la sélection

---

<sup>52</sup> En tant que bibliothèque inter-universitaire, la BIULO doit disposer d'un informaticien à mi-temps.

d'ouvrages à présenter dans le cadre d'une exposition virtuelle... Dans le cas de la BIULO, un véritable travail de groupe doit donc se mettre en place, réunissant le webmestre et les responsables de fonds.

Cette tendance peut se vérifier pour tous les sites, mais elle sera d'autant plus marquée que la bibliothèque sera spécialisée et que le site fera appel à des connaissances très pointues sur la bibliothèque elle-même.

### **3. La charge de travail de la sélection de sites**

La sélection de sites, que proposent en général toutes les bibliothèques qui disposent de leur propre site, représente un nouveau travail de sélection de l'offre documentaire, donc un nouveau volet de la politique d'acquisition, sur un support où l'offre est particulièrement vaste et difficile à appréhender. Cette sélection se mène en trois étapes : élaboration des critères de sélection, recherche d'adresses, évaluation des sites trouvés et décision de sélection ou de rejet. Il convient d'ajouter à ces trois étapes le travail de veille qui doit se mettre en place une fois que la sélection de sites est créée : surveillance des sites déjà sélectionnés et surveillance d'Internet pour repérer de nouveaux sites<sup>53</sup>.

Ce travail de sélection, on le voit, est très lourd. Or, il n'existe guère de moyens, hormis l'expérience, pour diminuer le travail d'appréciation qualitative des sites. Par contre, certaines étapes du travail de sélection de sites peuvent être réalisées différemment.

#### ***a. Elaboration des critères de sélection***

La bibliothèque doit définir au préalable les critères qui vont présider au choix des sites qu'elle souhaite proposer à ses usagers.

#### ***X Articulation avec la politique d'acquisition***

La sélection de sites, en tant que sélection d'une offre documentaire, est liée à la politique d'acquisition de la bibliothèque. La sélection de sites doit donc rester cohérente avec la politique d'acquisition : elle peut soit viser à combler les lacunes du fonds de la bibliothèque, soit enrichir les pôles d'excellence de la bibliothèque.

---

<sup>53</sup> Nous n'aborderons pas ici l'aspect documentaire de la sélection de sites, mais seulement la charge de travail que suppose cette sélection, et les éventuels moyens de l'alléger. Pour le reste, voir Isabelle Bontemps, *Quelle politique documentaire pour l'acquisition des liens Internet en bibliothèque ?*, Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information, mémoire DCB, 1999, 67 p.

A la BIULO, qui acquiert principalement dans le domaine des langues et littératures «orientales», il apparaissait par exemple plus adéquat d'orienter la sélection de sites vers ces domaines afin de renforcer les pôles d'excellence de la bibliothèque et de s'inscrire dans la continuité de la politique d'acquisition.

#### X *Nature des sites sélectionnés*

On trouve sur Internet des sites ayant un contenu propre et des sites-portails<sup>54</sup>. Pour alléger la charge de travail, la bibliothèque peut choisir, comme celle de l'Université du Havre, de proposer dans sa sélection des sites-portails. L'avantage est appréciable, car la bibliothèque se décharge ainsi de la mise à jour des adresses URL. De plus, le travail d'évaluation qualitative est plus léger, car il va surtout porter sur la qualité du site-portail lui-même et sur quelques liens proposés.

Cette solution n'est cependant que partiellement satisfaisante. L'utilisation des sites-portails est d'une part plus difficile, car l'organisation des adresses ne correspond pas forcément à ce que recherche l'utilisateur. Celui-ci peut rapidement se sentir perdu et renoncer à sa recherche, d'autant plus qu'il est peu familier d'Internet. Ainsi, dans la sélection de sites par aires régionales existant actuellement dans la salle de lecture de la BIULO, la moitié sont des sites-portails. Ceci pourrait être une des explications pour le faible succès rencontré par ce service. Au contraire, une organisation des adresses effectuée par la bibliothèque est plus proche des habitudes des utilisateurs, car elle connaît le profil de ses lecteurs et leurs domaines de recherche. D'autre part, la bibliothèque perd tout contrôle sur les sites pointés par le site-portail<sup>55</sup>. Il lui faut donc être d'autant plus vigilante lorsqu'elle choisit un site-

---

<sup>54</sup> Les sites-portails, spécialisés par domaines, pointent eux-mêmes vers d'autres sites. On les appelle aussi métasites.

<sup>55</sup> Ainsi, dans la sélection de sites existant actuellement à la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales, on trouve un site-portail de l'Université du Texas, le Middle East Network Information Center, très complet et de très bonne qualité. Pourtant, ce site pointe vers le site des Talibans (Taliban Online). Même en admettant que ce site, de par son contenu, méritait de figurer dans une sélection créée dans un but de recherche, sa qualité (toutes les pages étaient en construction) aurait dû lui interdire de figurer dans cette sélection.

Université du Texas. Middle East Network Information Center. (Page consultée le 20 septembre 1999). *Site du Middle East Network Information Center*, [En ligne]. <http://menic.utexas.edu/menic.html>

portail.

Sélectionner des sites-portails n'est donc pas une solution satisfaisante pour une bibliothèque. Pointer directement vers les sites contenant des informations assure une bien meilleure qualité à la sélection de sites<sup>56</sup>.

## X Niveau et qualité des sites

La définition du niveau et de la qualité des sites à sélectionner découle du positionnement du site et du public-cible retenu.

### b. Recherche des sites

Pour trouver des adresses intéressantes, la bibliothèque peut utiliser les revues, les listes de diffusion, les outils de recherche spécialisés (sites fédérateurs spécialisés, guides à valeur ajoutée...), les connaissances de son personnel.

Les personnes responsables du site peuvent aussi lancer une recherche plus systématique sur le Web, en utilisant les métamoteurs<sup>57</sup> et les agents intelligents<sup>58</sup>.

En effet, la recherche sur des moteurs de recherche apporte un bruit considérable et fournit des informations très difficiles à traiter. Le travail qui doit s'exercer en aval (vérification des adresses, évaluation qualitative des sites...) sera trop important. Au contraire, la même recherche sur les logiciels intelligents donne des réponses en nombre beaucoup plus limité -

---

<sup>56</sup> Néanmoins, la signalisation de quelques sites-portails de qualité pourra satisfaire les utilisateurs qui souhaitent approfondir leurs recherches.

<sup>57</sup> Les métamoteurs interrogent simultanément plusieurs moteurs de recherche traditionnels. Ils permettent surtout d'économiser du temps et de mener des recherches plus larges. Deux métamoteurs ont été testés : Copernic 99 et Web Ferret (voir annexe II, document n°1, présentation de Copernic 99 et de Web Ferret). Copernic 99 est gratuit, et interroge simultanément 12 moteurs de recherche traditionnels. Il est performant et agréable d'utilisation. Il est disponible à l'adresse suivante : <http://www.copernic.com/fr>

<sup>58</sup> Les agents intelligents fonctionnent selon le même principe que les métamoteurs, mais ils utilisent des logiciels d'interrogation plus sophistiqués (analyse sémantique...). Deux agents intelligents ont été testés : Bullseye Pro v.1.5 et DigOut4U (voir annexe II, document n°2, présentation de Bullseye Pro v.1.5 et de DigOut4U).

Bullseye Pro v.1.5 coûte 149 \$ (environ 900 FF). Il dispose de la technologie Apush. Il analyse simultanément plusieurs moteurs de recherche en utilisant la technologie de Verity Search 97. Comme Copernic 99, il est performant et agréable d'utilisation. Il est disponible à l'adresse suivante : <http://www.intelliseek.com>



parce que plus pertinentes - accompagnées de résumés permettant de se faire une première impression sur le site. De plus, l'interrogation simultanée de plusieurs moteurs permet une interrogation plus satisfaisante<sup>59</sup>.

Exemples : recherche sur les thèmes :

- «Tamil poetry» Alta Vista : 278 310 pages  
Copernic : 62 documents (adresses validées<sup>60</sup> ; dont quelques doublons)  
Bullseye : 43 documents (adresses validées ; sans doublons)
  
- «Arab calligraphy» Alta Vista : 169 020 pages  
Copernic : 68 documents (adresses validées ; dont quelques doublons)  
Bullseye : 71 documents (adresses validées ; sans doublons)

### ***c. Choix des sites***

Cette question mériterait des développements qu'il ne nous appartient pas de donner ici puisque c'est avant tout la charge de travail générée qui est au centre de notre réflexion. Néanmoins, il importe de mentionner que le choix des sites est un travail long et délicat à mener. L'élaboration de grilles d'aides à la sélection de sites, comme celle que l'on trouve dans le mémoire d'Isabelle Bontemps<sup>61</sup>, permet de donner une cohérence à l'ensemble de la sélection, mais n'allège guère la charge de travail.

---

<sup>59</sup> Selon une étude de février 1999, le moteur de recherche le plus performant n=indexe que 16% du Web (Northern Light). Mais la couverture combinée des onze moteurs testés (Northern Light, Alta Vista, Snap, HotBot, Microsoft, Infoseek, Google, Yahoo !, Excite, Lycos, Euroseek) représente 42% du nombre total de pages Web.

Voir S. Lawrence et C. Lee Giles, op. cit.

<sup>60</sup> La validation des adresses est une fonctionnalité qui permet d'éliminer rapidement de la liste des adresses les URL non valables. Cette fonctionnalité est particulièrement importante dans le monde mouvant du Web : en février 1999, le pourcentage de liens repérés par les moteurs mais non valides se situait entre 14% (Lycos) et 2,2% (HotBot).

Voir S. Lawrence et C. Lee Giles, ibid.

<sup>61</sup> Isabelle Bontemps, op. cit., p. 33.

*d. Veille sur les sites sélectionnés et sur Internet*

Une fois la sélection de sites mise en place, la bibliothèque doit instaurer un système de veille, qui lui permettra de maintenir et d'enrichir cette sélection.

Les sites déjà sélectionnés doivent être régulièrement surveillés, pour vérifier le maintien de leur qualité et pour vérifier la validité de leurs URL. Pour cette dernière tâche, il existe maintenant de petits logiciels permettant une vérification rapide de tous les liens externes d'un site. Les logiciels de création de site, comme Dreamweaver ou Pagemill, incluent aussi cette fonctionnalité.

L'enrichissement de la sélection se fera en utilisant les mêmes instruments que pour la recherche d'adresses. Les revues seront utilisées, tout comme les listes de discussion, les sites répertoires, et les informations échangées entre professionnels.

L'utilisation des métamoteurs et des agents intelligents permet aussi d'automatiser en partie la recherche de nouveaux sites :

- Soit parce que le logiciel garde en mémoire la requête et dispose d'une fonctionnalité de mise à jour. Celle-ci n'est cependant pas automatique, et doit être effectuée par le personnel de la bibliothèque. Cependant, la fonctionnalité de mise à jour fait surtout apparaître des sites ayant échappé à la première recherche<sup>62</sup>.
- Soit parce que le logiciel dispose de la fonctionnalité «push». Grâce à cette technologie, l'utilisateur peut être prévenu des modifications survenues sur le réseau par e-mail.

---

<sup>62</sup> Ainsi, sur Copernic, pour la requête Aamharique≡, on trouvait 52 sites validés le 18 octobre 1999. Pour la même requête mise à jour le lendemain, on trouvait 26 nouveaux sites validés. Ce n'étaient évidemment pas des sites ajoutés dans la nuit du 18 au 19 octobre 1999.

## ***B. LA MISE EN PLACE DU SITE : BIBLIOTHÈQUE OU PRESTATAIRE DE SERVICES ?***

Les sociétés qui proposent de prendre en charge la création d'un site sont de plus en plus nombreuses sur le marché. La bibliothèque peut envisager de faire appel à l'une d'entre elles. Cependant, elle ne peut pas lui confier toutes les tâches, et elle doit garder la maîtrise du projet.

Deux éléments peuvent être sous-traités : l'hébergement et le développement du site.

### **1. Sous-traiter l'hébergement du site**

#### ***a. Pourquoi sous-traiter l'hébergement du site : des raisons techniques***

L'hébergement du site à la bibliothèque même n'est pas toujours envisageable. Cela suppose en effet que celle-ci soit équipée d'un serveur, et qu'elle puisse donc bénéficier de la compétence d'un administrateur-réseau. Si la bibliothèque ne dispose pas de ces compétences, elle devra faire héberger son site sur un serveur situé hors de ses murs.

Les bibliothèques universitaires ont la possibilité de faire héberger leur site sur un des serveurs de l'Université et de profiter ainsi des compétences du Centre de Ressources Informatiques. C'est la solution que privilégiera la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales, puisqu'elle envisage de faire héberger son site sur le serveur d'une de ses universités contractantes.

Les bibliothèques ne disposant pas de cette solution doivent envisager de faire héberger leur site par une société extérieure. Le marché des sociétés d'hébergement est en pleine expansion. Elle pourront ainsi se décharger de certains aspects techniques qu'elles ne maîtrisent pas.

#### ***b. Le coût financier de l'hébergement à l'extérieur***

Le coût d'un hébergement à l'extérieur dépend de deux variables : le volume d'informations stockées d'une part, qui utilise l'espace-disque du serveur de la société d'hébergement, et le nombre de connexions mensuelles d'autre part, dont dépend le degré

d'utilisation de la bande passante du prestataire. L'hébergement extérieur revient à quelques milliers de francs par an<sup>63</sup>.

## **2. Sous-traiter le développement du site**

Toutes les tâches intellectuelles ne peuvent être conduites que par la bibliothèque, car la réflexion sur le contenu et la construction de ces pages fait appel à des connaissances bibliothéconomiques et à la maîtrise totale des caractéristiques propres à la bibliothèque. Les seules tâches que la bibliothèque peut envisager de confier à une société extérieure concernent la réalisation technique : numérisation des images, réalisation des pages en HTML. De plus, la réalisation de la charte graphique peut aussi être externalisée.

Les quelques bibliothèques universitaires qui sont passées par une société extérieure, ou qui s'approprient à le faire, ont pris entièrement en charge la définition du contenu. Ce sont bien les tâches de réalisation technique qu'elles ont sous-traité.

### ***a. Pourquoi sous-traiter le développement du site : la recherche d'un savoir-faire***

Les raisons qui ont poussé ces bibliothèques à faire appel à des prestataires de services sont diverses. La recherche de la diminution de la charge de travail pesant sur le personnel de la bibliothèque semble évidente au premier abord. Cependant, étant donné la spécificité des tâches externalisables et le travail qui doit quand même être effectué par la bibliothèque, cette motivation n'est sans doute pas la plus importante.

En réalité, la bibliothèque fait appel à des sociétés extérieures pour les aspects de la création du site où ces sociétés ont un savoir-faire plus important que celui de la bibliothèque, à savoir la qualité graphique de la réalisation et la résolution de questions techniques liées à la (ré)informatisation de la bibliothèque.

---

<sup>63</sup> Par exemple, pour un espace disque de 200 Mo, avec une bande passante de 135 Mo, il faut déboursier 3 600 FF HT chez NCIS pour faire héberger son site. Les prix trouvés chez d'autres sociétés d'hébergement sont semblables.

Nord Créations Informatiques et Services. (Page consultée le 5 novembre 1999). *Site de Nord Créations Informatiques et Services*, [En ligne]. [http://www.ncis.fr/w\\_creosite.htm](http://www.ncis.fr/w_creosite.htm)

### X *Une réalisation graphique de meilleure qualité*

Les bibliothèques font appel à des sociétés extérieures pour améliorer l'habillage graphique et l'ergonomie de leur site, pour lesquels le personnel de la bibliothèque ne possède en général pas de compétence particulière. Ainsi, à la bibliothèque de l'Université du Maine, comme «il y a eu beaucoup d'améliorations dans la présentation des sites, nous avons pensé que seuls des professionnels étaient en mesure de réaliser une maquette correcte»<sup>64</sup>. Cette motivation se retrouve, moins nettement exprimée, chez d'autres bibliothèques. Au Havre, le second site, réalisé par Archimed, fait preuve d'une grande recherche graphique<sup>65</sup>.

### X *Un site de grande ampleur, nécessitant la résolution de problèmes techniques*

L'autre raison qui justifie la sous-traitance de la réalisation technique du site est la résolution de problèmes techniques de grande ampleur. Cela a principalement été le cas lorsque le site était créé (ou modifié) dans le cadre d'une (ré)informatisation de la bibliothèque. Ainsi, la bibliothèque de l'Université du Havre se dote actuellement d'un nouveau service de gestion de bibliothèque, qui a été choisi en partie pour ses facultés d'ouverture vers le Web. A l'occasion de cette réinformatisation, elle modifie son site pour en proposer une version plus élaborée. Elle a donc fait appel à une société extérieure pour des tâches techniques (infographie, interfaçage du catalogue de la bibliothèque, interfaçage du réseau de CD-ROMS et architecture du nouveau serveur Web, conçue en fonction des autorisations d'accès).

Les expériences des bibliothèques universitaires montrent que, jusqu'à présent, c'est le plus souvent le personnel de la bibliothèque qui a pris en charge la réalisation du site. Mais après cette première étape réalisée exclusivement en interne, certaines bibliothèques ressentent le besoin de mettre en place des sites plus ambitieux, de plus grande ampleur et de meilleure qualité. Pour ce faire, l'utilisation du savoir-faire de sociétés spécialisées dans la création de

---

<sup>64</sup> Anne-Marie Fourquet, bibliothèque de l'IUT, Université du Maine.

<sup>65</sup> Université du Havre. Bibliothèque. (Page consultée le 30 novembre 1999). *Page d'accueil*, [En ligne]. <http://gromit.univ-lehavre.fr/biblehavre/Accueil.asp>

sites peut se révéler un atout majeur.

### ***b. Le coût financier du développement extérieur***

Les sociétés de création de sites, qui bénéficient d'un marché en pleine expansion, sont très nombreuses. Une interrogation sur Internet permet déjà d'en repérer un grand nombre et d'avoir un ordre du prix de la réalisation technique des pages d'un site<sup>66</sup>. Pour réaliser une vingtaine de pages, il faut compter environ 20 000 FF<sup>67</sup>. On peut retenir comme référence le prix proposé par BT WebWorld, une filiale de British Telecommunications, légèrement plus élevé mais garant d'une certaine qualité : cette société propose un forfait pour la création de 25 pages et quarante images, pour la somme de 3 950. (soit environ 40 000 FF)<sup>68</sup>.

## ***C. LE DOCUMENT FINAL : QU'EST-CE QUE LA POLITIQUE ÉDITORIALE DU SITE WEB ?***

### **1. Un document indispensable**

#### ***a. Un document de travail interne***

Ce cahier des charges est avant tout un document de travail interne à la bibliothèque. Il peut

---

<sup>66</sup> Les prix trouvés sont assez variables, car ce sont des forfaits, qui incluent à chaque fois des services un peu différents (hébergement, création de formulaires, Javascript...).

<sup>67</sup> Exemples :

- Creative Online Publications : 900 euros (environ 6 000 FF) pour un site de 30 pages.  
Creative Online Publications. (Page consultée le 5 novembre 1999). *Site de Creative Online Publications*, [En ligne]. <http://www.c-o-p.com/french/conception.html>
- Millenium - Art et Communication : 20 000 FF HT pour un site de 20 pages.  
Millenium - Art et Communication. (Page consultée le 5 novembre 1999). *Site de Millenium - Art et Communication*, [En ligne]. <http://www.millenium.fr>
- Nord Créations Informatiques et Services : 5 200 FF HT pour un site de 4 pages.  
Nord Créations Informatiques et Services. (Page consultée le 5 novembre 1999). *Site de Nord Créations Informatiques et Services*, [En ligne]. [http://www.ncis.fr/w\\_creasite.htm](http://www.ncis.fr/w_creasite.htm)

<sup>68</sup> Ce prix forfaitaire comprend la création du site, mais aussi la fourniture du nom de domaine et l'hébergement, plus deux mises à jour la première année (chacune équivalant à la création de six pages). British Telecommunications. BT WebWorld. (Page consultée le 5 novembre 1999). *BTWebworld*, [En ligne]. <http://www.btWebworld.com>

éventuellement être diffusé à l'extérieur afin d'améliorer la transparence du site vis-à-vis du public<sup>69</sup>. Ceci peut être un élément intéressant pour faire connaître le site, à une époque où connaissance des sources et transparence des informations sont des éléments clés pour l'évaluation des sites. Néanmoins, si la politique éditoriale peut contribuer à améliorer l'image du site Web de la bibliothèque vis-à-vis de l'extérieur, ce n'est qu'un aspect secondaire : sa fonction première est de guider le travail de ceux qui élaboreront le site.

### ***b. Un instrument de cohérence du site***

La formalisation de la politique éditoriale est en effet indispensable pour assurer la cohérence globale du site. Elle doit d'une part permettre d'avoir une vue d'ensemble des services proposés et de leurs liens, afin que le site présente une cohérence intellectuelle et que la navigation y soit aisée. Elle doit d'autre part permettre au site de conserver cette cohérence au fil du temps, en lui évitant d'évoluer de manière anarchique (ajout de services qui ne s'inscrivent pas dans la démarche globale du site, évolution opposée de services existants dès l'origine...).

### ***c. Un instrument encore peu utilisé par les bibliothèques universitaires***

L'élaboration de ce document n'est pas encore la règle pour les bibliothèques. Parmi les bibliothèques universitaires interrogées, trop peu semblent avoir pris conscience de son importance. Parmi celles qui avaient explicité les objectifs et le contenu de leur site avant tout développement, on peut citer le SCD du Havre. Le contenu du site a été écrit avant tout développement sur le réseau. Pour certaines pages, un cadre éditorial a été défini pour préserver la cohérence du contenu. Ainsi, pour la sélection de sites, la bibliothèque a décidé que seuls y figureraient les meilleurs sites-portails des disciplines choisies et les sites de revues ou de bases de données utiles à la recherche documentaire.

## **2. Le contenu de la politique éditoriale**

---

<sup>69</sup> La bibliothèque de l'Université de Laval, par exemple, propose d'accéder en ligne au document décrivant la politique éditoriale de son site. Université de Laval. Bibliothèque. (Page consultée le 3 novembre 1999). *Politique éditoriale du site Web*, [En ligne]. <http://www.bibl.ulaval.ca/info/Webpoled>

**a. *Le fonds : le contenu du site***

Le cahier des charges définissant la politique éditoriale du site doit d'abord préciser les informations qui seront contenues dans le site.

**X *La réflexion préalable***

Il doit d'abord apporter une réponse aux questions que la bibliothèque a résolu lors du mûrissement du projet et que nous avons déjà examinées, à savoir :

- . Ampleur du site
- . Positionnement du site
- . Public(s)-cible(s)
- . Partenariat éventuel avec d'autres bibliothèques (et si oui, avec quelles bibliothèques, dans quel objectif, et pour quel(s) service(s) à l'intérieur du site)

**X *Les services offerts par le site***

Ce document doit ensuite définir les différents services qui seront offerts par le site : catalogue, services d'aide aux lecteurs, services de mise en valeur de la bibliothèque, services d'accès à la documentation spécialisée dans les domaines d'excellence de la bibliothèque, Intranet, accès distant par Extranet, etc.

Ces services doivent offrir un ensemble cohérent, compréhensible pour l'internaute et en adéquation avec le positionnement adopté pour le site.

**X *L'arborescence de chaque service***

Le cahier des charges doit enfin inclure une arborescence détaillée pour chacun des services proposés. C'est cette arborescence qui servira de support à la réalisation des pages. Elle est cependant difficile à élaborer, car elle est présentée sur un support papier, alors qu'elle vise à présenter un document Internet. Cela revient à gommer les spécificités de la navigation sur Internet, comme la possibilité de l'internaute de créer un parcours unique<sup>70</sup>. L'arborescence servira donc principalement à refléter un ordonnancement de fichiers informatiques<sup>71</sup> et des possibilités de navigation internes (liens).

---

<sup>70</sup> Sur le papier, la démarche intellectuelle est linéaire : on prête attention à l'absence de répétitions et à l'équilibre des parties. Ces considérations perdent de leur importance sur Internet, puisque l'internaute peut utiliser la navigation pour se créer son propre parcours.

<sup>71</sup> Le fichier est un ensemble informatique, qui présente, dans une arborescence, une cohérence intellectuelle.



***b. La forme : l'aspect du site***

Le cahier des charges s'attachera ensuite à définir l'aspect du site. Ces questions de forme, en effet, bien qu'elles doivent rester subordonnées au fonds, n'en revêtent pas moins une importance fondamentale pour un site Web, ne serait-ce que parce que la conception graphique du site peut aider l'utilisateur à se repérer. Deux éléments principaux sont à prendre en compte :

**X *La charte graphique***

Logo, couleurs, fonds, bandeaux...

Si la bibliothèque a déjà défini une charte graphique, elle l'utilisera aussi pour le site. Dans le cas contraire, la création du site Web sera une bonne occasion d'élaborer une charte graphique destinée à être utilisée dans tous les aspects de communication de la bibliothèque.

**X *Les aspects techniques***

Format des documents (PDF, HTML...)

Traitement des images

***c. Les moyens mis en œuvre pour créer et faire vivre le site***

Le cahier des charges définissant la politique éditoriale doit enfin préciser les moyens qui seront rassemblés en faveur du site.

**X *Organisation du travail***

Répartition des tâches et des compétences, organisation du travail au sein de la bibliothèque

Identification du (ou des) responsable(s)

Solutions de développement : prestataire extérieur, bibliothèque, ou solution intermédiaire

**X *Promotion du site***

Métadonnées à incorporer aux pages pour qu'elles présentent une unité et qu'elles soient référencées de manière identique

Référencement du site

Actions de promotion à mener à la bibliothèque

**X *Maintenance***

Objectif(s) de la maintenance : simple mise à jour des informations déjà présentes sur le site, ou enrichissement permanent

Personne(s) responsable(s)

## CONCLUSION

La bibliothèque est maintenant prête à entamer la création proprement dite de son site : développement des pages HTML, mise sur le réseau, évaluation, puis maintenance et enrichissement du site. Ce travail sera d'autant plus simple à effectuer que la politique éditoriale aura été bien définie.

Ce site sera pour la bibliothèque un instrument de valorisation. Nouvelle approche de l'espace, élargissement du public de la bibliothèque, opportunité d'améliorer les services existants et d'en proposer de nouveaux, le site Web est l'occasion pour une bibliothèque de se repositionner, de repenser son action et de se fixer de nouveaux objectifs.

Les expériences menées en BU témoignent de l'effet valorisant pour la bibliothèque de la mise en service de son site Web : valorisation auprès de son public traditionnel, valorisation auprès des enseignants et des chercheurs qui méconnaissent souvent les services offerts par la bibliothèque, valorisation du personnel qui a su mettre en place le site.

Par la mise en service de son site Web, la bibliothèque accède à de nouvelles fonctions. Elle conserve ses services traditionnels - conservation, collections, accès aux documents - mais peut en plus offrir des services nouveaux pour un public différent. L'assimilation des nouvelles technologies par la bibliothèque et son positionnement sur le réseau font évoluer son rôle vers une diversification de son offre de services et revitalisent son image.

## **TABLE DES ANNEXES**

<b>ANNEXE I</b> : projet de site pour la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales	p. 63
<b>ANNEXE II</b> : présentation des métamoteurs et des agents intelligents	p. 74

## ***ANNEXE I***

-

### ***PROJET DE SITE POUR LA BIBLIOTHÈQUE INTER-UNIVERSITAIRE DES LANGUES ORIENTALES***

#### **X La réflexion préalable**

- < Ampleur du site : site de taille moyenne, en excluant la mise en place d'un Intranet ou d'un Extranet.
- < Positionnement du site : site de valorisation de la bibliothèque et de ses collections, et site de référence dans les domaines d'excellence de la BIULO, langues et littératures dites «orientales».
- < Public(s)-cible(s) : chercheurs.
- < Partenariat : non, sauf dans le cadre du service «autres bibliothèques orientalistes en France».

#### **X Les services offerts par le site**

Le futur site de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales peut s'orienter autour de trois pôles forts, autour desquels seront structurés les services proposés. S'y ajoutent les instruments de repérage dans le site :

- Mettre en valeur la bibliothèque et ses fonds
1. Histoire de la bibliothèque
  2. Présentation des fonds de la bibliothèque
  3. Les trésors de la bibliothèque
  4. Exposition virtuelle
- Mettre à disposition les fonds de la bibliothèque pour les chercheurs
5. Renseignements pratiques sur la bibliothèque

[6. Accès au catalogue de la bibliothèque]

7. Documents numérisés

- Devenir un point d'accès pour les chercheurs vers la documentation concernant les pôles d'excellence de la bibliothèque

8. Autres bibliothèques orientalistes en France

9. Sélection de sites orientalistes

10. Annonces de thèses et de conférences orientalistes

- Instruments de repérage dans le site et contact avec la bibliothèque

11. Index du site

12. Carte du site

13. Contact avec la bibliothèque

La structuration est thématique. Cependant, étant donné l'importance des langues à la bibliothèque, il a paru utile de ménager, d'un service thématique à l'autre, des liens directs regroupant tout ce qui concerne une langue ou une aire géographique. Ainsi, le chercheur en russe ou en arabe peut bâtir son propre chemin, et passer directement de la présentation des fonds russe ou arabe aux autres bibliothèques ayant des fonds sur ces langues ou aux annonces de conférences sur ces langues.

## **X Présentation de chaque service**

### **La page d'accueil du site**

La page d'accueil du site est la page qui s'ouvrira quand l'utilisateur tapera l'adresse du site de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales.

Elle devra comprendre les éléments suivants, afin d'inviter l'utilisateur à poursuivre la découverte du site de la bibliothèque :

- *Nom de la bibliothèque* clairement identifié, et éventuellement *logo ou signe identifiant* la bibliothèque
- *Accès aux différents services du site*

Chaque service doit être accessible dès cette page d'accueil, grâce à un titre significatif et bref. Il sera possible d'indiquer en clair le nom des trois grandes rubriques, afin de faciliter

le repérage des utilisateurs.

- *Accès aux instruments de repérage à l'intérieur du site et au contact*
- *Date de dernière mise à jour*

De plus, le chargement devra être rapide. La bibliothèque évitera donc de mettre trop d'images ou d'animations qui ralentissent la vitesse de chargement et qui peuvent dissuader des utilisateurs équipés d'ordinateurs peu performants.

### 1. Mettre en valeur la bibliothèque et ses fonds

Il s'agit de mettre en valeur la bibliothèque pour qu'elle soit mieux connue à l'extérieur et que ses fonds soient valorisés.

Bien qu'il ne soit pas question d'en restreindre l'accès, ce service est surtout destiné à être consulté de l'extérieur (le nombre de postes en salle de lecture ne permettant guère de passer beaucoup de temps à visiter une exposition virtuelle), par un public hétérogène («grand-public»). Ce service étant étroitement lié aux fonds de la bibliothèque, il semble préférable d'envisager un traitement différencié des langues, selon leur importance dans la constitution des fonds (accent sur les «langues historiques») et dans la bibliothèque actuelle (accent sur les langues pôles associés).

#### 1. *Histoire de la bibliothèque*

La bibliothèque proposera ici un texte sur sa propre histoire, agrémenté d'images numérisées illustrant quelques unes des plus belles pièces qu'elle possède.

#### 2. *Présentation des fonds de la bibliothèque*

Ce service a une double vocation :

- A l'attention des chercheurs : décrire le plus précisément possible les grands fonds existants ; faire connaître les petits fonds (langues peu répandues, particularités de la bibliothèque...)
- A l'attention du grand public : faire connaître les richesses de la bibliothèque

### *3. Les trésors de la bibliothèque*

La bibliothèque pourra proposer une " exposition tournante ". Il s'agirait de présenter chaque mois un ou plusieurs ouvrages particulièrement intéressants de la bibliothèque, avec un petit texte explicatif et des images. Les aires géographiques seraient représentées l'une après l'autre, en accordant vraisemblablement une place plus importante aux fonds les plus riches en documents remarquables. Le nombre d'ouvrages exposés chaque mois dépendra des capacités de la bibliothèque (l'arborescence propose trois ouvrages par mois).

Si la bibliothèque présente dans la salle de lecture un ouvrage par mois, comme l'idée en est actuellement envisagée, le même ouvrage pourra être présenté à la fois sur le site et dans la salle de lecture.

La bibliothèque pourra ainsi se constituer progressivement une exposition de ses plus beaux et plus intéressants ouvrages.

### *4. Exposition virtuelle*

La bibliothèque pourra monter une exposition virtuelle sur un thème transversal intéressant toutes les aires géographiques de la bibliothèque, comme par exemple les voyages. Le choix du thème revient cependant à la bibliothèque.

### *2. La bibliothèque au service des chercheurs*

Allier la mise en valeur de la bibliothèque et l'aide aux chercheurs devrait être le noyau central du site de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales. Cependant, parce qu'il est pour le moment impossible de proposer le catalogue de la bibliothèque en ligne, ce service ne peut pas occuper la place qu'il devrait.

### *5. Renseignements pratiques*

Présentation des modalités d'accès à la bibliothèque et des services offerts dans la salle de lecture. L'utilisateur se verra offrir le choix entre deux chemins possibles :

- *Une présentation classique*

Présentation des divers services semblable à celle du guide du lecteur actuel.



- *Une présentation par langue*

Présentation d'un «parcours-type» que le chercheur spécialisé dans une langue ou dans une aire géographique devrait effectuer pour trouver ce qui l'intéresse (localisation des documents à Orsay ou rue de Lille, catalogues spécifiques, et liens vers les autres parties du site consacrées à cette langue).

Cette double présentation peut apparaître partiellement redondante, mais elle offre des services différents aux utilisateurs.

6. *Accès au catalogue de la bibliothèque via le SU*

La mise en place de ce service ne dépend pas de la bibliothèque et est donc cité pour mémoire.

Le site de la bibliothèque devra cependant prévoir un lien vers le SU afin de donner accès à son catalogue. Ce service sera utile pour les personnes qui se connecteront au site de la bibliothèque depuis l'extérieur. Pour ceux qui consulteront le site depuis la salle de lecture de la bibliothèque, d'autres postes seront de toute évidence dédiés au SU (les postes actuellement dédiés à AUROC) et le lien du site vers le catalogue perdra donc de sa pertinence.

7. *Documents numérisés*

Les documents réunis dans ce service seraient assez divers quant à leur contenu, mais présenteraient tous la caractéristique d'être des textes numérisés, en texte intégral. Ces documents numérisés seraient réunis dans ce service pour plus de commodité, mais il faudrait ménager des liens internes depuis d'autres services (par exemple, depuis «l'histoire de la bibliothèque» vers «les articles numérisés concernant l'histoire de la bibliothèque»).

Les documents numérisés seraient de trois types :

- *Les articles sur la bibliothèque*

Articles écrits en général par le personnel de la bibliothèque, décrivant certains aspects de la bibliothèque (histoire, fonds particuliers comme le fonds thaï ou le fonds Brunet de Presles...)

- *Les thèses de l'INALCO*

La Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales devant devenir prochainement le dépositaire des thèses de l'INALCO, il serait intéressant de constituer, en coopération avec cet institut, un fonds de thèses numérisées.

- *Une bibliothèque numérisée*

Il ne s'agit pas ici d'une numérisation d'art (déjà réalisée dans «les trésors de la bibliothèque», voire dans l'exposition virtuelle). Il s'agit au contraire d'une numérisation de textes.

Le choix de ceux-ci et l'ampleur du programme de numérisation dépendront du plan de numérisation que la bibliothèque adoptera (numérisation de conservation, numérisation de communication pour des ouvrages particulièrement demandés...). Cependant, il sera important d'assurer leur diffusion sur le site Web de la bibliothèque.

### 3. La bibliothèque comme point d'accès à la documentation orientaliste

Ce service s'adresse aux chercheurs des domaines d'excellence de la bibliothèque - langue et littérature - qui souhaitent approfondir leurs recherches au-delà des fonds de la bibliothèque. Il est destiné à être utilisé depuis la bibliothèque, vers le monde extérieur. Cette grande rubrique est le prolongement des deux autres - mise en valeur de la bibliothèque et bibliothèque au service des chercheurs.

Afin de fidéliser les usagers, ce service doit s'accompagner d'un travail documentaire de la part de la bibliothèque, grâce auquel le site de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales peut devenir le point d'accès des chercheurs dans le domaine orientaliste. Les langues doivent, dans la mesure du possible, être traitées de manière équivalente, car le critère de choix est l'importance de la langue non pas dans les fonds de la bibliothèque mais dans les grands courants de la recherche.

### 8. *Autres bibliothèques orientalistes en France*

Description des fonds pouvant intéresser des chercheurs en langue et littérature, existant dans des bibliothèques françaises. Chaque description devrait comporter des

renseignements sur le fonds (importance quantitative et qualitative, ce en quoi il complète le fonds de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales) et des renseignements sur la bibliothèque (public autorisé, coordonnées, lien vers le site Web). Dans la mesure du possible, la BIULO demandera à être signalée sur les sites des autres bibliothèques.

#### *9. Sélection de sites orientalistes*

Sélection de sites de niveau recherche. Cette sélection portera sur :

- les pôles d'excellence de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales
- les pôles de qualité propres à chaque langue ou aire géographique (comme par exemple l'histoire des missions en Afrique, la littérature anglo-indienne, ou la sociologie contemporaine chinoise)
- les sites de ressources (bibliothèques, universités, librairies)

Ces sites devront valoir par leur contenu, afin que les utilisateurs aillent directement à l'information recherchée, sans avoir à se perdre dans les moteurs de recherche. Cette sélection pourra cependant être complétée par des adresses de moteurs de recherche et de pointeurs spécialisés sur un domaine géographique, pour les utilisateurs familiers d'Internet qui souhaiteraient approfondir leur recherche.

Le classement des sites reprendra le classement actuel (généralités, puis aires géographiques). La page d'accueil comportera une rapide description du site (qui le maintient, ce qu'on y trouve, ce qu'il y a de plus intéressant). Le niveau recherche suppose l'exclusion d'un certain nombre de sites de qualité insuffisante, ou ne correspondant manifestement pas à de la recherche.

#### *10. Thèses et conférences orientalistes*

Annonce des colloques et conférences (en Ile-de-France) sur les disciplines du pôle d'excellence de la Bibliothèque Inter-Universitaire des Langues Orientales concernant les pays dont la bibliothèque s'occupe ; annonce des thèses de l'INALCO qui vont être soutenues.

#### 4. Instruments de repérage dans le site et contact avec la bibliothèque

Ces services sont indispensables pour un bon repérage à l'intérieur du site.

##### *11. Index du site*

Index permettant de trouver facilement une information à l'intérieur du site.

##### *12. Carte du site*

Présentation sur une seule page des titres de tous les services et des rubriques à l'intérieur de ces services.

##### *13. Contact avec la bibliothèque*

Contact par messagerie, sur le modèle qui existe actuellement

## **X L'arborescence de chaque service**

Nous proposons l'exemple de l'arborescence du service de présentation de la bibliothèque aux lecteurs (service 5). Nous limitons l'exemple à l'Afrique noire, mais chaque domaine géographico-linguistique de la bibliothèque devra être présenté de la même manière, afin de créer un parcours spécialisé pour les chercheurs dans chaque domaine linguistique.

Ce sont les fichiers qui sont présentés (titre souligné dans l'arborescence, et introduits par un tiret), c'est-à-dire les ensembles présentant une cohésion intellectuelle. Ils peuvent comporter plusieurs pages-écran.

Les «niveaux» désignent la profondeur de la page dans le site, c'est-à-dire le nombre de clics nécessaires pour arriver à la page choisie (par exemple, le niveau III est accessible en trois clics à partir de la page d'accueil du site).

## NIVEAU I

### 5. - Renseignements pratiques

Venir à la biblio

Salle de lecture et services aux lecteurs

## NIVEAU II

### - Venir à la biblio

Adresse, tel, adresse site  
Transports  
Public et conditions inscription  
Horaires, vacances

### - Salle de lecture et services aux lecteurs

Consultation des ouvrages et périodiques

Catalogues et usuels

Ressources électroniques

Services aux lecteurs

## NIVEAU III

### - Plan du quartier

### - Conditions de consultation des ouvrages

Ouvrages et périodiques à Orsay, au CTL  
Mises de côté  
Ouvrages anciens

### - Présentation des catalogues et usuels

Fichiers papier généraux  
Fichiers papier par langue  
Contenu du catalogue informatisé  
Usuels : liste d'accès vers  
mini-catalogue des usuels

### - Présentation des ressources électroniques

CD-ROMS  
First Search  
*Lien : vers catalogues de biblio par  
Internet (service 9)*

### - Présentation des services aux lecteurs

Accueil  
Prêt, PEB  
Reproduction de documents

## NIVEAU IV

- Usuels généraux  
- Usuels Afrique noire  
- Usuels Moyen-Orient/Afrique du nord  
- Usuels péninsule indienne  
- Usuels Asie du Sud-est  
- Usuels Extrême-Orient  
- Usuels Russie-Eurasie  
- Usuels Europe centrale  
- Usuels amériidiens  
- Usuels Océanie

## NIVEAU I

Vous êtes chercheur spécialisé dans  
une aire géographique  
Afrique noire

## NIVEAU II

- Vous êtes chercheur sur l'Afrique noire,  
spécialisé en :

*Liens :*

*Les fonds sur l'Afrique noire à la BIULO (service 2)*

*Sélection de sites sur l'Afrique noire (service 9)*

Langues éthiopiennes

## NIVEAU III

- Les ressources en langues éthiopiennes

*Liens :*

*Les fonds sur le domaine éthiopien à la BIULO (service 2)*

*Les fichiers généraux (service 5)*

*Catalogue usuels Afrique noire (service 5)*

*Autres bibliothèques ayant des fonds sur l'Afrique noire (service 8)*

*Autres bibliothèques ayant des fonds sur les langues éthiopiennes (service 8)*

*Sélection de sites sur les langues éthiopiennes (service 9)*

Lieu de conservation

Catalogues spécialisés

Langues malgaches

- Les ressources en langues malgaches

*Liens :*

*Les fonds sur les langues malgaches à la BIULO (service 2)*

*Les fichiers généraux (service 5)*

*Catalogue usuels Afrique noire (service 5)*

*Autres bibliothèques ayant des fonds sur l'Afrique noire (service 8)*

*Autres bibliothèques ayant des fonds sur les langues malgaches (service 8)*

*Sélection de sites sur les langues malgaches (service 9)*

Lieu de conservation

Catalogues spécialisés

Autres langues d'Afrique noire

- Les ressources pour les autres langues d'Afrique noire

*Liens :*

*Les fonds sur les autres langues d'Afrique noire à la BIULO (service 2)*

*Les fichiers généraux (service 5)*

*Catalogue usuels Afrique noire (service 5)*

*Autres bibliothèques ayant des fonds sur l'Afrique noire (service 8)*

*Autres bibliothèques ayant des fonds sur les autres langues d'Afrique noire (service 8)*

*Sélection de sites sur les autres langues d'Afrique noire (service 9)*

Lieu de conservation

Catalogues spécialisés

## ***ANNEXE II***

-

### ***PRÉSENTATION DES MÉTAMOTEURS ET DES AGENTS INTELLIGENTS***

*Document 1* : Copernic 99 et Web Ferret

*Document 2* : Bullseye Pro v.1.5 et DigOut4U

# *DOCUMENT 1*

-

## *COPERNIC 99 ET WEB FERRET*

### **Copernic 99 (moteur)**

Adresse URL : <http://www.copernic.com/fr>

#### **X** *Présentation*

. Deux logiciels, disponibles sur le site de Copernic : Copernic 99 (logiciel gratuit) et Copernic 99 Plus (logiciel payant présentant comme avantages de pouvoir interroger plus de bases de données).

. Interroge simultanément 12 moteurs de recherche traditionnels<sup>72</sup>.

. Interface agréable et simple à utiliser.

#### **X** *Qualités et fonctionnalités intéressantes*

~ Grande rapidité de traitement des requêtes (2-3 minutes).

~ »Valider« : vérification automatique de la validité des URL.

~ »Mettre à jour la recherche« : possibilité de conserver en mémoire le résultat des recherches, et de la remettre à jour. Il est ensuite possible de n'afficher que les sites «nouveaux» (qui sont cependant plus des sites ayant échappé à la première recherche que des sites véritablement nouveaux).

~ Résumés automatiques des sites retenus (cependant moins bien que ceux de Bullseye).

~ Adresses des sites en clair.

#### **X** *Inconvénients*

~ Ne supprime pas les doublons.

~ Possibilités de recherche booléenne limitées.

. Ne fait pas automatiquement la double recherche en français et en anglais. De plus, le résultat des requêtes en français est en général assez décevant.

---

<sup>72</sup> Moteurs interrogés par Copernic 99 : Alta Vista, Eurosite, Excite, Fast Search, HotBot, Infoseek, Lycos, Magellan, MSN Web Search, Netscape Net Center, Webcrawler, Yahoo!.



## **Web Ferret (métamoteur)**

Adresse URL : <http://www.vironix.com/netferret>

### **X** *Présentation*

. Deux logiciels, disponibles sur le site de FerretSoft : Web Ferret (logiciel gratuit), et Web Ferret PRO (logiciel payant - 26,95 \$ pour une copie - et ne présentant pas de réel avantage par rapport à la version gratuite).

. Interroge simultanément huit moteurs de recherche traditionnels<sup>73</sup>.

. Interface peu agréable.

### **X** *Inconvénients*

. Pas de possibilité de valider les URL.

. Pas de possibilité d'imprimer le résultat d'une recherche.

. Pas de résumé automatique du contenu des sites trouvés : on obtient le résumé soit en le demandant (et qui s'affiche alors dans une fenêtre qui masque l'ascenseur) soit en positionnant le curseur dessus.

---

<sup>73</sup> Moteurs interrogés par Web Ferret : Alta Vista, Yahoo! (USA), AOL Net Find, Euroseek, CENT, Excite (USA), GoTo, LookSmart.

## ***DOCUMENT 2***

-

### ***BULLSEYE PRO v.1.5 ET DIGOUT4U***

#### **Bullseye Pro v.1.5 (agent intelligent)**

Adresse URL : <http://www.intelliseek.com>

##### **X** *Présentation*

- . Deux logiciels payants, disponibles sur le site de Intelliseek : Bullseye Pro (149 \$), Bullseye (49 \$ - ne comprend pas la technologie " push "), plus version d'évaluation (30 jours).
- . Analyse simultanée de plusieurs moteurs de recherche en utilisant la technologie de Verity Search 97.
- . Interface agréable et simple à utiliser.

##### **X** *Qualités et fonctionnalités intéressantes*

- . Technologie «push» : possibilité de se faire envoyer par e-mail les mises à jour des requêtes (à la fréquence souhaitée).
- . Résumés de bonne qualité.
- . Elimine les doublons.
- ~ Temps de traitement d'une requête moyen (5-8 minutes).
- ~ Recherche booléenne possible.

##### **X** *Inconvénients*

- . Pas d'adresse en clair des sites.
- . Comme pour Copernic, ne fait pas automatiquement la recherche en français et en anglais. De plus, le résultat des requêtes en français est en général assez décevant.

#### **DigOut4U (agent intelligent)**

Adresse URL : <http://www.arisem.com/en/products/digout4u>

### X *Présentation*

- . Logiciel payant, disponible sur le site d'AriseM : 880 \$, plus version d'évaluation (15 jours).
- . Analyse sémantique assez développée sur 15 moteurs de recherche<sup>74</sup>.
- . Interface peu agréable, et temps de traitement des requêtes extrêmement long.

### X *Qualités*

- . La requête s'effectue à la fois en anglais et en français.

### X *Inconvénients*

- . Logiciel très long d'utilisation : une requête prend environ une heure à être traitée.
- . Pas de possibilité d'impression des résultats.
- . Pas de résumé automatique facilement accessible.
- . Utilisation non intuitive.

---

<sup>74</sup> Moteurs interrogés par DigOut4U : Alta Vista, Carrefour, Echo, Ecila, Excite, HotBot, Infoseek, Lokace, Lycos, NL Search, Open Text, Pages Web, UREC, Yahoo!, Yahoo-France.