Consommation solidaire, nouvelles formes de dons (source La Croix)

- Article de synthèse, visible sur le site de la Croix, sur les nouveaux outils du don sur Internet.

Où l'on reparle de formules déjà évoquées ici, telles que SOLILAND, SOLIDARSHOP, ou encore UNE BONNE CAUSE.

- Comment positionner ces différentes sources de financement, encore très marginales, dans les dispositifs classiques actuellement utilisés par les associations ?
Cette interrogation générale pose plus précisément à la fois des questions techniques (cohérence des données, des outils, et des infrastructures utilisés), et d'autres plus stratégiques (quelle maîtrise du développement, quel marketing mix des canaux, quelle gestion de ces nouveaux donateurs).

- Plus généralement, sur le rôle d'Internet dans le développement des associations, on pourra [ré]entendre sur le site de l'agence les nouveaux médias non marchands (excel textuella mine) une interview de Franck HOURDEAU, alors directeur du développement de l'UNICEF.

L'utilisation d'internet par

les jeunes générations

- De plus en plus nombreuses sont les associations qui s'adressent directement sur internet à un public jeune, pour *faire passer un message*, *mobiliser*, *générer des vocations* de bénévoles et de donateur.

  - La Fondation de l'Armée du Salut (citecool)
  - l'Association Prévention Routière (Mortel scooter)
  - Action Contre la Faim (Course contre la faim)
  - etc.

- Il est donc tout à fait légitime de se demander si, et en quoi, l'utilisation d'internet par le public 8-18 ans (internet natives), est différente de l'usage qu'en ont leurs ainés.
Dans sa livraison de février 2009, un numéro des Cahiers pédagogiques est consacré au thème « les élèves et la documentation ».

On y trouvera des éléments de réflexion générale sur la place de l'école, et son rôle :

  - Apprendre ?
  - Apprendre à apprendre ?
  - Apprendre à chercher ?

- Plutôt destinée à un lectorat d'enseignants et aux documentalistes, ce numéro ouvre des pistes de réflexion sur différents sujets, et particulièrement :

  - la présentation des informations sur les sites Internet : Comment faire en sorte pour que l'information mise en ligne sur un site (que ce soit d'ailleurs un internet ou intranet), soit considérée par son lecteur comme pertinente ?

- Les outils à proposer et à utiliser sur les sites destinés à ce public particulier.

- Deux articles tirés de ce numéro illustrent cette thématique :

Comment font-ils pour s'informer (Nicole Boubée)

- Stratégies de recherche : les « jeunes » sont passés de la navigation hypertexte à la formulation de requête. Cette dernière méthode est préférée car plus efficace, permettant une conceptualisation des éléments recherchés, permettant un travail collaboratif lors d'un travail en équipe.
- L'importance de l'image, qui permet de valoriser mais aussi dans certains cas de qualifier et d'évaluer les documents.
- L'utilisation du copier-coller, qui est à encadrer plutôt qu'à proscrire.

Outils du web 2.0 et recherche documentaire (Michèle Drechsler)

- La folksonomie, classification collaborative : un document n'est plus indexé « à priori » par son auteur ou la personne qui le publie, mais par ses lecteurs successifs, au moyen des « tags » (attention au glissement du classement par pertinence à celui du classement par popularité !)
- Wikipedia : encyclopédie collaborative en ligne
- Veille, et fils RSS

L’utilisation d’internet par les associations humanitaires

A lire sur le journal du net, un dossier sur l’utilisation d’internet par les associations humanitaires

Différents exemples sont donnés

- le site de Charitic
- le site de Babyloan (micro crédit)
- le don d’objets (donnons.org)
- ainsi qu’un lien sur un article ancien sur le thème du surf solidaire

---

L’ergonomie des sites vue par les internautes

Résumé du résultat d’une enquête menée par le pôle Conseil en ergonomie de Benchmark Group

[Pour télécharger l’intégralité du livre blanc]

Des internautes sévères : près de la moitié trouvent que plus d’un site sur trois est mal réalisé :

- une navigation peu claire (75%)
- des contenus mal présentés (66%)
- trop d’animations qui gênent la lecture (80%)
- une page d’accueil peu engageante (46%)
- des textes écrits trop petit (40%)

- trop de couleur différentes (30%)

Attention, danger ! toutes ces raisons peuvent amener le visiteur à « aller voir ailleurs » en moins de 5 minutes (94%), voire en moins d'1 minute (44%)

Comme dit le proverbe, « Référencer c'est bien, mais référencer un beau site, c'est mieux ! »

---

la mémoire du web

Votre mission, si vous l'acceptez :
pour le nième anniversaire de l'association, faire une rétrospective en y incluant les différentes versions de votre/vos sites …

Petits problèmes : en 10 ans, le Dircom a changé x fois, l'agence a été remplacé y fois, et plus de traces de tout ça sur le serveur; ça doit bien être quelque part, mais où ?

Pas de panique, le site archive.org est là pour vous sauver !

Avec **un peu de chance** (selon les technologies employées, les images ne seront pas toutes restituées), et **en vous armant de patience** (les temps de téléchargement sont assez élevés), vous retrouverez avec nostalgie votre site, en version vintage.

Quelques exemples, pris au hasard (vraiment)

no images were found

Avoir la pla.net attitude !

Avec le WWF, un nouveau site communautaire (Planète Attitude) sur le principe de FaceBook, développé par l'agence Peppercube.

Bien adapté à une action militante et organisé autour de thématiques précises, il est basé sur la plate-forme Ning qui a été utilisée par Obama pendant la campagne présidentielle.

Maintenant que se sont développés multitudes de communautés sur les sites de réseaux sociaux tels que FaceBook, Youtube, etc., il est temps pour les « institutions » de les récupérer et de reprendre la main sur ce phénomène avant qu'il ne soit trop tard.

A remarquer, le seul lien trouvé pour aller sur le site du WWF depuis celui de Planète Attitude est celui du don en ligne ! Par contre, un lien pleine page sur le site du WWF pour lancer le nouveau site.

A suivre.

Le site de la Croix Rouge : avant/Après

le site en octobre 2006 :

le site en octobre 2006

le site de la Croix Rouge Française en octobre 2006

Le même 2 ans plus tard, réalisé (sous EZ Publish) par ecedi :

bon, c’est mieux, mais encore ?

- ensemble plus lisible
- meilleure structuration des fonctions disponibles (1 bandeau supérieur au lieu de 2, différents pavés fonctionnels bien identifiés)
- couleurs plus chaudes
- le passage à 3 colonnes permet un meilleur équilibre de la page
- le traitement de la photo supérieure (arrondi) diminue l' »effet rectangle » typique des sites utilisant des CMS
- meilleure visibilité générale des missions et offres de l’association

Indépendamment du fond, sur lequel je ne me prononce pas et pour voir le site en live