

# Avant-propos

## **Les associations ont-elles leur place sur l'Internet ?**

Force est de constater que l'Internet n'est pas devenu un réseau de marchands, la chasse gardée des commerciaux et industriels, comme on aurait pu l'envisager à la fin des années 1990 avec la vague du « e-business » sur le Web. Il faut dire que le réseau mondial n'a pas été conçu pour cela.

L'Internet est tout d'abord une formidable plate-forme de communication fondée sur la technologie, géniale par sa simplicité, du réseau égalitaire, au financement équitable. Ce réseau mondial permet à n'importe quel ordinateur dans le monde, quelle que soit sa marque ou sa taille, d'échanger des données à toute vitesse avec n'importe quel autre. Cet échange se concrétise en l'un des nombreux services de l'Internet : courrier électronique, publication de documents, d'images, de films et de sons sur le Web, forums de discussion, partage de logiciels, etc.

Certaines associations pionnières ont su tirer parti de ces avantages. Pour faire connaître leur projet, recruter des adhérents et des bénévoles, organiser des événements ou diffuser des informations, les associations ont choisi l'Internet en complément des outils classiques de communication (affiches, brochures, revues de presse). Ainsi, on compte aujourd'hui plusieurs dizaines de milliers de sites associatifs.

Les bénévoles doivent pourtant surmonter des obstacles liés, pour la plupart, au fonctionnement même de l'association Loi 1901. Ainsi, les membres d'associations ont bien souvent :

- Des moyens financiers limités, car une association a peu d'argent à consacrer à la communication. On conçoit aisément qu'une associa-

---

tion caritative préfère dépenser son budget pour les démunis que pour la réalisation d'un site web, laquelle paraît de ce point de vue une opération bien futile.

- Des moyens humains limités : le site web est souvent un extra par rapport à l'activité de l'association qui rassemble déjà toutes les énergies disponibles.
- Des moyens techniques limités : une association ne peut pas toujours avoir recours à plein temps à un webmestre diplômé et expérimenté sur place, et en passer par des professionnels du Web censés détenir les pleins pouvoirs techniques n'est pas toujours la solution idéale.

Bien heureusement, ces point négatifs sont contrebalancés par :

- la volonté et le courage de nombre de bénévoles,
- une grande générosité,
- une imagination débordante et des projets ambitieux,
- un sens esthétique (qui fait souvent défaut aux techniciens « purs »),
- et l'émergence d'outils adaptés aux non-techniciens, gratuits.

## Objet et destination du présent ouvrage

Notre propos est donc de bien tenir compte de ces paramètres afin d'offrir un guide de création web totalement adapté aux besoins d'un bénévole ou d'un membre d'association.

### Lecteurs et destinataires

Ce livre s'adresse tout particulièrement :

- aux bénévoles qui souhaitent monter (et réussir !) un projet de site web au sein de leur association ;
- aux membres d'association qui ont fait appel à un prestataire extérieur mais qui souhaitent avoir un avis éclairé sur le projet ;
- aux membres d'autres types de groupement (syndicats, mutuelles, coopératives, fondations, réseaux, associations culturelles, etc.) qui connaissent parfois les mêmes soucis que les membres d'associations ;
- à toutes les personnes – particuliers, techniciens, chargés de communication, employés et cadres d'entreprises – qui souhaitent avoir des conseils pratiques et qui se sentent concernées par la problématique associative.

## Démarche

Nous proposons dans cet ouvrage :

- une méthodologie pour définir ses besoins et choisir les outils adéquats (**chapitres 1 et 2**) ;
- des conseils pour concevoir l'architecture de son site et sa charte graphique (**chapitre 3**) ;
- un guide pour suivre, étape par étape, la construction d'un site web (**chapitres 4 et 5**) ;
- des outils pour la gestion des adhésions – sécurité, facilité d'échanges, etc. (**chapitre 6**) ;
- un guide de gestion d'un système de courrier électronique (**chapitre 7**) ;
- un guide de gestion des discussions en ligne (**chapitre 8**) ;
- une méthode pour héberger facilement son site web (**chapitre 9**) ;
- les bons conseils pour promouvoir et référencer son site web (**chapitre 10**) ;
- en annexe, des documents juridiques, des conseils pour créer un beau logo, un manuel simple et pratique du fonctionnement de l'Internet, tout ce qu'il faut savoir pour créer un site accessible à tous, les fonctionnalités d'un site web de collectivité locale, les bases de la sécurité informatique.

« L'Internet doit d'abord et avant tout être l'outil qui, pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, permet l'exercice de la liberté d'expression, définie comme un droit fondamental de l'homme. »

Laurent Chemla, *Les Confessions d'un voleur*.

## Remerciements

Nous tenons particulièrement à remercier toutes les personnes (proches ou rencontrées sur l'Internet) qui nous ont épaulés tout au long de la rédaction de cet ouvrage, en particulier :

- Pascal Messelier pour la rédaction de l'annexe E sur les sites des collectivités locales ;
- Benoît Picaud pour sa relecture efficace (un samedi !) et ses remarques pleines de bon sens ;
- Dan Allen (auteur de ShoutChat) ;
- Philippe Blondel auteur de la police de caractères utilisée pour les citations du *Petit Prince* (<http://philing.net/>) ;
- Gaël Thomas pour l'illustration des citations du *Petit Prince* ;

- 
- Christophe Courmes pour son expérience du graphisme ;
  - Sylvie Duchateau, de Braillet, pour nous avoir éclairés sur l'accessibilité ;
  - Laurent Labat (gérant de apinc.org) ;
  - Hank Leininger (gérant de theaimsgroup.com) ;
  - Muriel Shan Sei Fan, Jean-Marie Thomas, Patrice Beray et toute l'équipe des Éditions Eyrolles pour leur sympathie, leurs encouragements et surtout leur professionnalisme.

Anne-Laure QUATRAVAUX

aldubois@free.fr

Dominique QUATRAVAUX

dom@kilimandjaro.dyndns.org

Mise à jour complète de l'ouvrage :

Sandrine Burriel

sandrine.burriel@free.fr

# Table des matières

---

<b>AVANT-PROPOS</b> .....	<b>VII</b>
Les associations ont-elles leur place sur l'Internet ?	• VII
Objet et destination du présent ouvrage	• VIII
Lecteurs et destinataires	• VIII
Démarche	• IX
Remerciements	• IX
<b>1. LES BESOINS INFORMATIQUES D'UNE ASSOCIATION</b> .....	<b>1</b>
Un mois dans la vie d'une association ordinaire	• 2
Scénario 0 : rendre l'association visible sur le Web	• 3
Scénario 1 : partager des documents pour travailler à plusieurs	• 4
Scénario 2 : e-mailings en nombre (appels de cotisations, annonces diverses...)	• 6
Scénario 3 : gérer les adhérents (organiser une assemblée générale...)	• 8
Scénario 4 : organiser une discussion à distance	• 9
En résumé...	• 11
<b>2. QUELS OUTILS POUR CRÉER SON SITE WEB ?</b> .....	<b>13</b>
Quel type de site pour mon association ?	• 14
Le site web classique pour une vitrine simple	• 14
Le site éditorial pour un site interactif	• 16
Avantages et inconvénients des deux techniques	• 18
Quels outils pour créer ses pages web ?	• 20
Choisir un éditeur de texte	• 22
Choisir un outil WYSIWYG	• 24
Choisir un système de publication éditoriale	• 26
Choisir un outil de transfert de fichiers	• 27
De bons navigateurs pour tester le site	• 28
De bons outils de dessin	• 31
En résumé...	• 31
<b>3. DÉFINIR L'ARCHITECTURE ET LA CHARTE DE SON SITE</b> .....	<b>33</b>
À qui s'adresse le site ?	• 34
Comment parvenir à définir le contenu du site ?	• 35
Organisation par rubriques	• 35
Les rubriques indépendantes	• 35
Les rubriques permanentes	• 36
Hiérarchiser les rubriques	• 36
Différents types de rubricage	• 37
Des rubriques simples	• 37
Des rubriques bien organisées	• 38
Un rubricage intuitif	• 39
Des rubriques façon site portail	• 40
Un site tout feu, tout flamme	• 41
Principes de base pour une bonne charte graphique	• 42
Éléments de charte graphique	• 43
Dimension de la page	• 44
Principes de navigation	• 46
La règle des « trois clics »	• 46
Baliser la visite au sein de son site !	• 47
Un sens de lecture	• 47
Couleurs	• 47
Le sens des couleurs	• 49
Styles de texte et polices	• 52
Des images et du multimédia	• 53
Les images	• 53
Les animations	• 54
Les sons	• 54
Les vidéos	• 57
Gestion de projet web pour de grandes associations : faire faire	• 58
Les personnes et les prestataires	• 58
Répartition des rôles et choix des outils en fonction des compétences	• 59
Faire un planning ?	• 60
Quel plan pour quel site web ?	• 61
La maintenance du site	• 61
En résumé...	• 63
<b>4. CRÉER LA VITRINE WEB DE L'ASSOCIATION : HTML ET CSS</b> ....	<b>65</b>
Ouvrir un compte chez l'hébergeur Free en deux semaines	• 66
Créer une première page HTML en une heure	• 69
Mise en forme de texte	• 69
Titres et sauts de ligne	• 70
Insérer images, hyperliens et ancres	• 71
Créer une page HTML complète	• 73