



200 Questions pour choisir un CMS

Les bonnes questions
à se poser pour choisir le bon outil

Grégory **BECUE**
Responsable de l'offre CMS

Smile
OPEN SOURCE SOLUTIONS

www.smile.fr • +33 (0)1 41 40 11 00 • contact@smile.fr
www.smile-oss.com • blog.smile.fr • twitter: @GroupeSmile



PREAMBULE

SMILE

Smile est une **société d'ingénieurs experts** dans la mise en œuvre de **solutions open source** et l'intégration de systèmes appuyés sur l'open source. Smile est membre de l'**APRIL**, l'association pour la promotion et la défense du logiciel libre, du **PLOSS** – le réseau des entreprises du Logiciel Libre en Ile-de-France et du **CNLL – le conseil national du logiciel libre**.

Smile compte près de 600 collaborateurs dans le monde, dont plus de 500 en France (septembre 2011), ce qui en fait *le premier intégrateur français et européen de solutions open source*.

Depuis 2000, environ, **Smile mène une action active de veille technologique** qui lui permet de découvrir les produits les plus prometteurs de l'open source, de les qualifier et de les évaluer, de manière à proposer à ses clients les produits les plus aboutis, les plus robustes et les plus pérennes.

Cette démarche a donné lieu à **toute une gamme de livres blancs** couvrant différents domaines d'application. La gestion de contenus (2004), les portails (2005), la business intelligence (2006), la virtualisation (2007), la gestion électronique de documents (2008), les PGIs/ERPs (2008), les VPN open source (2009), les Firewall et Contrôle de flux (2009), les Middleware orientés messages (2009), l'e-commerce et les Réseaux Sociaux d'Entreprise (2010) et plus récemment, le Guide de l'open source et NoSQL (2011). Chacun de **ces ouvrages présente une sélection des meilleures solutions open source** dans le domaine considéré, leurs qualités respectives, ainsi que des retours d'expérience opérationnels.

Au fur et à mesure que des solutions open source solides gagnent de nouveaux domaines, Smile sera présent pour proposer à ses clients d'en bénéficier sans risque. Smile apparaît dans le paysage informatique français comme **le prestataire intégrateur de choix** pour **accompagner** les plus grandes entreprises dans l'adoption des meilleures solutions open source.

Ces dernières années, Smile a également étendu la gamme des services proposés. Depuis 2005, un département consulting accompagne nos clients, tant dans les phases d'avant-projet, en recherche de solutions, qu'en accompagnement de projet. Depuis 2000, Smile dispose d'un studio graphique, devenu en 2007 Smile Digital – agence interactive, proposant outre la création graphique, une expertise e-marketing, éditoriale, et interfaces riches. Smile dispose aussi d'une agence spécialisée dans la TMA (support et l'exploitation des applications) et d'un centre de formation complet, Smile Training. **Enfin, Smile est implanté à Paris, Lille, Lyon, Grenoble, Nantes, Bordeaux, Poitiers, Aix-en-provence et Montpellier. Et présent également en Espagne, en Suisse, au Benelux, en Ukraine et au Maroc.**

**QUELQUES REFERENCES DE
SMILE**

SMILE est fier d'avoir contribué, au fil des années, aux plus grandes réalisations Web françaises et européennes. Vous trouvez ci-dessous quelques clients nous ayant adressé leur confiance.

Sites Internet

EMI Music, Salon de l'Agriculture, Mazars, Areva, Société Générale, Gîtes de France, Patrice Pichet, Groupama, Eco-Emballage, CFnews, CEA, Prisma Pub, Véolia, NRJ, JCDecaux, 01 Informatique, Spie, PSA, Boiron, Larousse, Dassault Systèmes, Action Contre la Faim, BNP Paribas, Air Pays de Loire, Forum des Images, IFP, BHV, ZeMedical, Gallimard, Cheval Mag, Afssaps, Beneteau, Carrefour, AG2R La Mondiale, Groupe Bayard, Association de la Prévention Routière, Secours Catholique, Canson, Bouygues Telecom, CNIL...

Portails, Intranets et Systèmes d'Information

HEC, Bouygues Telecom, Prisma, Veolia, Arjowiggins, INA, Primagaz, Croix Rouge, Eurosport, Invivo, Faceo, Château de Versailles, Eurosport, Ipsos, VSC Technologies, Sanef, Explorimmo, Bureau Veritas, Région Centre, Dassault Systèmes, Fondation d'Auteuil, INRA, Gaz Electricité de Grenoble, Ville de Niort, Ministère de la Culture, PagesJaunes Annonces...

E-Commerce

Krys, La Halle, Gibert Joseph, De Dietrich, Adenclassifieds, Macif, Furet du Nord, Gîtes de France, Camif Collectivité, GPdis, Projectif, ETS, Bain & Spa, Yves Rocher, Bouygues Immobilier, Nestlé, Stanhome, AVF Périmédical, CCI, Pompiers de France, Commissariat à l'Energie Atomique, Snowleader, Darjeeling...

ERP et Décisionnel

Veolia, La Poste, Christian Louboutin, Eveha, Sun'R, Home Ciné Solutions, Pub Audit, Effia, France 24, Publicis, iCasque, Nomadavantage, Gets, Nouvelles Frontières, Anevia, Jus de Fruits de Mooréa, Espace Loggia, Bureau Veritas, Skyrock, Lafarge, Cadremploi, Meilleurmobil.com, Groupe Vinci, IEDOM (Banque de France), Carrefour, Jardiland, Trésorerie Générale du Maroc, Ville de Genève, ESCP, Sofia, Faiveley Transport, INRA, Deloitte, Yves Rocher, ETS, DGAC, Generalitat de Catalunya, Gilbert Joseph, Perouse Médical...

Gestion documentaire

Primagaz, UCFF, Apave, Géoservices, Renault F1 Team, INRIA, CIDJ, SNCD, Ecureuil Gestion, CS informatique, Serimax, Véolia Propreté, NetasQ, Corep, Packetis, Alstom Power Services, Mazars...

Infrastructure et Hébergement

Agence Nationale pour les Chèques Vacances, Pierre Audoin Consultants, Rexel, Motor Presse, OSEO, Sport24, Eco-Emballage, Institut Mutualiste Montsouris, ETS, Ionis, Osmoz, SIDEL, Atel Hotels, Cadremploi, SETRAG, Institut Français du Pétrole, Mutualité Française...

Consulter nos références, en ligne, à l'adresse : <http://www.smile.fr/clients>.

WWW.SMILE.FR

CE LIVRE BLANC

La gestion de contenus est un domaine très dynamique, où **l’offre est particulièrement riche**, tant en produits commerciaux que open source.

Dans ce contexte, choisir l’outil qui conviendra le mieux à ses besoins n’est pas toujours facile, et **il est nécessaire de se poser nombre de questions** afin de mieux analyser son besoin et les possibilités offertes par les différentes solutions.

Smile possède une très large expertise de la gestion de contenus, et de l’offre de solutions en la matière, les CMS, ou *Content Management Systems*.

Pour vous faire partager cette expertise, Smile vous propose ce livre blanc qui s’efforce de **réunir toutes les questions que l’on peut poser à un outil CMS**. Si le sujet vous intéresse, vous pourriez également être intéressé par un autre livre blanc de Smile : « **Gestion de contenus, les solutions open source** », qui présente de manière plus didactique les concepts de la gestion de contenus, et les possibilités des produits les plus réputés.

Il faut souligner avant tout que les questions citées ici ne sont pas toutes pertinentes dans un contexte donné : il ne s’agit pas de trouver le produit qui dise « OUI » à toutes les questions, d’autant que certaines peuvent être contradictoires.

Néanmoins, en parcourant cet ouvrage, chacun pourra se poser à *lui-même* la question « **Est-ce important pour MOI ?** », avant de poser la question *pour tel ou tel produit* : « Peut-il m’offrir cela ? ». Pour vous aider, vous trouverez dans la dernière partie de ce livre des conseils méthodologiques pour choisir le bon CMS en fonction de vos attentes.

Avant d’attaquer la lecture de ces deux cents questions (287 pour être précis), **nous vous recommandons de consulter la section** « Méthodologie d’analyse » de ce livre qui décrit notre méthodologie d’analyse, et qui liste nos conseils de lecture pour tirer un maximum de valeur de cet ouvrage.

Bonne lecture !

N’hésitez pas à nous transmettre vos avis et évaluations sur ce livre blanc.
Une seule adresse : contact@smile.fr

SOMMAIRE

PREAMBULE.....	2
SMILE	2
QUELQUES REFERENCES DE SMILE.....	3
CE LIVRE BLANC.....	5
SOMMAIRE	6
METHODOLOGIE D'ANALYSE.....	8
PRESENTATION	8
CONSEILS DE LECTURE	9
LES 200 QUESTIONS A SE POSER	10
STRUCTURER LE CONTENU.....	10
STRUCTURATION DU CONTENU.....	10
MULTILINGUISME.....	14
ORGANISATION DES CONTENUS.....	16
CAPACITES MULTI-SITES.....	19
MEDIATHEQUE	20
GESTION DES VERSIONS	23
MANIPULER LE CONTENU.....	25
INTERFACE DE GESTION.....	25
DEPOT D'UN CONTENU.....	26
CYCLE DE VIE	30
CONTRIBUTION COLLABORATIVE.....	34
EXPLOITER LE CONTENU.....	36
GABARITS	36
ACCESSIBILITE	38
REFERENCEMENT	39
MESURE D'AUDIENCE.....	42
SYNDICATION, EXPORT, IMPORT	43
PERSONNALISATION ET ANIMATION DE RENDU	45
RECUEIL D'INFORMATIONS	47
FONCTIONS DE PORTAIL	48
MOTEUR DE RECHERCHE.....	50
DROITS ET SECURITE D'ACCES.....	54
UTILISATEURS, GROUPES ET ROLES	54
ANNUAIRE	56

IDENTIFICATION UNIQUE	57
SOCLE TECHNIQUE	58
FRAMEWORK / BASE TECHNIQUE	58
API DISTANTE	59
PLUGINS ET EXTENSIBILITE	60
PERFORMANCES	61
COMMUNAUTE, PERENNITE ET SUPPORT	64
LICENCE	64
COUTS	64
COMMUNAUTE	65
PERENNITE	66
CONSEILS METHODOLOGIQUES ET CAS CLIENT	67
METHODE POUR CHOISIR UN CMS	67
CAS CLIENT	71
CAS CLIENT 1, ACTEUR DE MAGAZINES SPECIALISES	71
CAS CLIENT 2, GRANDE VILLE FRANÇAISE	72
CAS CLIENT 3, GRAND ACTEUR DE PRESSE FRANÇAIS	73
CONCLUSION	74

METHODOLOGIE D'ANALYSE

PRESENTATION

Près de 15 000 téléchargements plus tard, nous vous proposons une nouvelle version, largement revue, de ce livre blanc « 200 questions pour choisir un CMS ».

Cette nouvelle version fut l'occasion d'introduire **des changements importants et attendus**. Citons par exemple :

- **une mise à jour importante des questions** : suppression de certaines, ajout de nouvelles catégories comme l'accessibilité, la dimension multi-sites, etc.
- **une nouvelle organisation des questions** : plus proche de celle de notre autre livre blanc « Gestion de contenu : les meilleures solutions open source », cette nouvelle organisation vous permettra de bénéficier d'explications complètes sur les fondamentaux de la gestion de contenu.
- **la mise en avant des questions importantes** : certaines questions sont incontournables et si vous n'avez pas le temps de lire tout ce livre, soyez particulièrement attentif à ces dernières. Des questions complémentaires (sous-questions) ont également été développées pour vous aider dans l'approfondissement d'un point donné.
- **l'ajout de la couverture moyenne d'une fonctionnalité** : savoir si une fonctionnalité que vous souhaitez est fréquente ou pas dans les CMS en général.

Ce dernier point a nécessité un travail conséquent et a fait appel à nos meilleurs experts. Pour chacune des questions de ce livre blanc, nous avons analysé leur couverture sur 8 CMS phares de l'offre open source : **Drupal, eZ Publish, Infoglupe, Jahia, Joomla, Spip, TYPO3 et HippoCMS**. Soit un tableau de plus de 2 000 valeurs.

Ce tableau n'est pas publié ici, ce n'est pas l'objet de ce livre. Par contre, à partir des valeurs récupérées, nous avons classé les questions en 3 catégories :

- **fréquente** : 75% ou plus des CMS étudiés répondaient positivement à la question
- **parfois** : plus de 37% et moins de 75% des CMS étudiés
- **rare** : moins de 37% des CMS étudiés

Ce nouvel indicateur n'est cependant pas « l'arme absolue » pour choisir un CMS ; mais il sera, et on l'espère, un bon outil pour accompagner votre réflexion.

CONSEILS DE LECTURE

Sur cette page, nous vous présentons la nouvelle organisation de ce document. Toutes les questions ont été rédigées sous le même format pour vous faciliter la lecture et la compréhension.

Les pictogrammes en forme de secteur représentent la couverture moyenne de la fonctionnalité (question) parmi les CMS open source.

Ils peuvent prendre trois états : rouge (rare), orange (parfois) et vert (fréquent).

Cet encart rouge signale que la question posée est importante pour réussir un projet CMS.



30 - Un correcteur d'orthographe est-il disponible ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Pour quelle langue ?



31 - Si, dans un contenu structuré, un champ est une liste à choix multiple, alors les éléments de cette liste peuvent-ils être traduits dans les différentes langues du site ?



IMPORTANT

32 - Les interfaces de back-office sont-elles intégralement disponibles en français ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- En anglais ?
- Dans quelles autres langues ?



33 - Les interfaces de back-office font-elles usage d'une forme de dictionnaires, ou fichiers de ressources, qui permettent de changer ou d'enrichir une traduction ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-ce modifiable par l'administrateur via une interface graphique ?
- Est-ce modifiable par l'administrateur via des fichiers tiers ?
- Existe-t-il des contributions communautaires pour la traduction des interfaces ?

Les libellés en gris correspondent soit à un complément d'information, soit à une question subsidiaire permettant d'aller plus loin sur un point donné.

LES 200 QUESTIONS A SE POSER

STRUCTURER LE CONTENU

Structuration du contenu

Les contenus ont une structure : titre, sous-titre, accroche, corps de texte, ..., qui peut inclure également des images et des documents.

Certains outils CMS n'ont qu'un seul type de contenu, un type de contenu '*générique*', c'est à dire '*à tout faire*'. Cela peut convenir pour bon nombre d'utilisations pourvu que les types de contenu '*générique*' soient suffisamment nombreux. Typiquement un site riche en contenus tel que www.lemonde.fr, pourrait se contenter d'un type de contenu unique, quel que soit le sujet abordé.

Pourtant, la capacité à définir des contenus structurés spécifiques, en définissant la liste des champs constitutifs du contenu est une possibilité fondamentale pour un outil de gestion de contenu. Structurer les contenus, c'est *leur donner un sens* et les bénéfices d'une bonne structuration des contenus sont immenses : parfaite maîtrise de la publication et de la mise en forme, meilleur contrôle des contenus à la saisie, meilleure utilisabilité des contenus, par exemple au travers de recherches par champ.



IMPORTANT

1 - Est-il possible de définir des types de contenus nouveaux, correspondant à un besoin spécifique ? Par exemple un type de contenu offre d'emploi, qui comportera des champs poste, fonction, expérience, salaire, etc, et à partir duquel on pourra ensuite créer des contenus offres d'emploi.

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Dans le cas où il n'est pas possible de définir de nouveaux types de contenus, existe-t-il un type unique, ou bien plusieurs types prédéfinis ? Par exemple un type spécifique pour les news, un autre pour les événements, ... ?
- Dans le cas où il n'est pas possible de définir des contenus structurés, quels sont les champs qui composent un article (contenu standard) ?



2 - Est-il possible d'associer plusieurs images, plusieurs documents, ... à un type de contenu ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Sans limitation de nombre ?



3 - La définition d'un nouveau type de contenu est-elle une simple opération de back-office, réalisée en interactif, sans écriture de code ?



IMPORTANT

4 - Est-il possible de définir chacun des champs composant le type de contenu, en choisissant parmi une liste de types de champs, tels que texte, date, entier, nombre, montant (prix), adresse e-mail, url, (...) ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Quelle est exactement la liste des types de champs disponibles ?



5 - Est-il possible d'ajouter de nouveaux formats de champs (nouveaux types d'attribut), par exemple un champ 'géolocalisation', qui serait constitué de latitude et de longitude, et qui n'existerait pas nativement (cela avec ou sans programmation) ?



6 - Dans la définition d'un nouveau type de contenu, est-il possible que certains champs soient « itérés », c'est à dire comportant une liste de valeurs, sans limitation dans le nombre de saisie de ces valeurs. Par exemple une liste d'auteurs pour un livre (le contributeur saisie par exemple 2 auteurs) ou bien une liste de livres pour un auteur (le contributeur saisie par exemple 8 livres).



7 - L'un des champs susceptible de composer le type de contenu peut-il être une sélection parmi N valeurs possibles. Soit de une valeur parmi N, soit de P valeurs parmi N ?



8 - Lors de la configuration des champs d'un type de contenu, peut-on préciser quel type de sélecteur utiliser (quel widget de sélection) ? C'est-à-dire quelle interface va nous permettre de saisir/sélectionner une valeur ?



IMPORTANT

9 - Est-il possible de spécifier la valeur par défaut d'un champ ?



IMPORTANT

10 - Est-il possible de spécifier le contrôle de saisie sur un champ ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Au moyen d'une expression régulière ?
- Au moyen de programmation additionnelle ?
- En précisant les valeurs minimales et maximales ?



IMPORTANT

11 - Est-il possible d'indiquer si un champ est obligatoire ou non ?



12 - Peut-on définir une politique de sécurité (droits d'accès/habilitations) par champ ou groupe de champs ?



IMPORTANT

13 - Existe-t-il un champ de contenu 'texte enrichi', qui peut être complété et modifié au moyen d'un éditeur wysiwyg (eq. traitement de texte simplifié) ?



IMPORTANT

14 - Peut-on ajouter des champs de type "Relation d'objets/contenus" permettant de créer des relations entre les contenus ? Par exemple des contenus de type Auteur mis en relation avec des contenus de type Ouvrage, et permettant de restituer les uns associés aux autres.

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Cette mise en relation est-elle directionnelle, c'est à dire distingue-t-elle un lien de A vers B, ou de B vers A ?



15 - Peut-on ajouter des champs qui se basent sur le référentiel de catégories ou de mots clés (taxonomie) du CMS ?

Remarque

Certains CMS disposent d'un référentiel central de mots clés (keywords) qui peut être utilisé à travers le site et ses contenus



16 - Peut-on réaliser le cycle complet suivant : création d'un nouveau type de contenu, saisie de contenus correspondant à ce type, publication de ces contenus sur le site, tout cela sans écriture de code ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Sans création de gabarits spécifiques ?



17 - Lorsque l'on crée un nouveau type de contenu, le CMS génère-t-il automatiquement le formulaire de saisie de ces contenus ?



18 - Est-il possible de modifier la mise en forme des formulaires de saisie pour favoriser l'intégration des contenus ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Au moyen de programmation additionnelle ?
- Via une interface du CMS ?
- Peut-on aller jusqu'à définir des CSS par champ ?
- Peut-on segmenter les formulaires de saisie sur plusieurs pages ou plusieurs onglets ?



IMPORTANT

19 - Est-il possible de modifier un type de contenu alors qu'il existe déjà des contenus de ce type ? De supprimer un champ ? D'ajouter un champ ? De modifier la nature d'un champ ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Si oui, qu'advient-il aux contenus existants ?



20 - Lorsque l'on définit un nouveau type de contenu, peut-on préciser les champs soumis à traduction et les champs qui ne le sont pas ?

Remarque

Certains champs comme un prix, un poids ne nécessitent pas une traduction



IMPORTANT

21 - Est-il possible d'ajouter des méta-données ? Sur un type de contenus spécifique, mais également sur tous les types de contenus du référentiel ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Quelles sont les méta-données naturellement associées aux contenus ?
- Couvrent-elles la spécification Dublin Core (cf. http://fr.wikipedia.org/wiki/Dublin_Core) ?
- Sont-elles définies pour l'ensemble des contenus, au cas par cas ou les deux ?

SYNTHESE :

Pour un simple site d'information, et pour une majorité de sites corporate, des types de contenus génériques peuvent tout à fait convenir (pourvu tout de même qu'ils soient suffisamment nombreux).

Pourtant, comme on l'a dit en préambule, la faculté de définir des types de contenus spécifiques peut s'avérer fondamentale, et découpler les possibilités d'utilisation des contenus. On peut s'approcher des possibilités d'une base de données relationnelle, par exemple en gérant des contenus de type 'offre d'emploi', et en restituant ici toutes les offres de la région Nord, ou en offrant aux internautes la possibilité de recherches multi-critères.

Multilinguisme

Pour bâtir des sites multilingues, le CMS doit gérer, pour chaque contenu, différentes traductions. Cette gestion peut devenir complexe : champs à traduire, et champs sans traduction, circuits spécifiques pour la validation des traductions, reconnaissance de la langue du visiteur, etc. Du côté back-office, ce sont tous les messages et libellés intervenant dans l'interface utilisateur qui doivent pouvoir être présentés dans la langue de chaque contributeur, de chaque administrateur.

WWW.SMILE.FR



IMPORTANT

22 - Le CMS permet-il de bâtir des sites multilingues ?



IMPORTANT

23 - Tous les contenus (y compris les intitulés de rubriques) peuvent-ils être traduits ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Pour cela, le CMS se base t-il sur des versions linguistiques différentes d'un contenu ?
- Ou se base t-il sur des contenus différents (dans une langue donnée) mais liés ?



IMPORTANT

24 - Peut-on définir des habilitations spécifiques pour la saisie d'une traduction ? Pour chaque langue ?



IMPORTANT

25 - Peut-on définir des workflows spécifiques pour la gestion des traductions ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- De tels workflows permettent-ils d'externaliser le processus de traduction, sans pour autant donner accès au back-office complet ?



26 - Peut-on définir une langue par défaut qui est utilisée pour restituer un contenu lorsqu'il n'a pas été traduit ?



27 - Peut-on spécifier au contraire qu'un contenu n'est mis en ligne que lorsqu'il a été traduit dans toutes les langues du site ?



IMPORTANT

28 - Peut-on gérer également des langues avec des alphabets complexes tels que l'Arabe, le Chinois ou le Japonais ? Y compris dans l'éditeur de « texte enrichi » (support de l'UTF8 nécessaire) ?



29 - Une traduction automatique du contenu est-elle proposée (même avec des services tiers) ?



30 - Un correcteur d'orthographe est-il disponible ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Pour quelle langue ?
- Sur quel référentiel se base t-il ?
- Est-il configurable ?



31 - Si, dans un contenu structuré, un champ est une liste à choix multiples (ex : Monsieur, Madame, Mademoiselle, etc.), alors les éléments de cette liste peuvent-ils être traduits dans les différentes langues du site ?



IMPORTANT

32 - Les interfaces de back-office sont-elles intégralement disponibles en français ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- En anglais ?
- Dans quelles autres langues ?



33 - Les interfaces de back-office font-elles usage d'une forme de dictionnaires, ou fichiers de ressources, qui permettent de changer ou d'enrichir une traduction ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-ce modifiable par l'administrateur via une interface graphique ?
- Est-ce modifiable par l'administrateur via des fichiers tiers ?
- Existe-t-il des contributions communautaires pour la traduction des interfaces ?



IMPORTANT

34 - Les interfaces de back-office peuvent-elles automatiquement se présenter dans la langue préférée de chaque utilisateur ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-ce modifiable ? L'utilisateur peut-il modifier ses préférences ?



IMPORTANT

35 - Lorsque le CMS est extensible et permet d'accueillir des modules tiers, ces derniers bénéficient-ils également d'un système de traduction des interfaces ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Quelle est la qualité de la traduction de ces modules tiers ?



36 - Le CMS est-il en mesure de reconnaître la langue de l'internaute et de lui fournir dynamiquement le contenu le plus adaptée (dans sa langue) ?

SYNTHESE :

Il n'est pas courant qu'un même site ait des intervenants utilisant des langues différentes, mais tout à fait possible au sein d'une multinationale. Si les outils CMS sont multilingues, c'est souvent plus pour toucher des marchés internationaux. Il n'y a donc plus aucun outil sérieux qui ne soit pas multilingue au niveau de son back-office.

Au niveau du front-office, les différences sont plus notables tant la mise en œuvre d'un site multilingue peut être complexe. A choisir, il faut privilégier les CMS gérant le multilinguisme sous forme de version de contenu plutôt que sous la forme de pages reliées.

Organisation des contenus

Il faut dans certains cas distinguer plusieurs arborescences : l'arborescence de rangement, celle du back-office, du référentiel, et une ou des arborescences de publications, correspondant à la structure du site, ou bien des sites, construits sur ce référentiel.

Les outils les plus simples ne gèrent qu'une arborescence unique, la même pour le référentiel (le back-office) et pour le site (le front-office). Notons également que certains outils proposent désormais une organisation proche de la gestion documentaire avec l'utilisation de la taxonomie libre et/ou arborescente.



IMPORTANT

37 - Est-il possible de définir l'arborescence du site, sans limitation de profondeur ?



IMPORTANT

38 - Est-il possible de déplacer une branche d'arborescence entière, avec tous ses contenus ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Qu'en est-il alors des liens internes qui pouvaient pointer vers ces pages, sont-ils recalculés de manière automatique ?



39 - Est-il possible de dupliquer une branche entière d'arborescence, avec tous ses contenus ?



40 - Le back-office offre-t-il une vision arborescente de la structure du site, dans laquelle il est possible de déplier et de replier une branche ?



41 - Est-ce que l'affichage de l'arborescence du back-office prend en compte les différents droits d'accès (lecture, édition, etc.) ? Cela permet notamment de simplifier le travail des contributeurs.

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Cette interface est-elle compatible avec des arborescences de plusieurs milliers de contenus (au sens large) ?



42 - Est-il possible de créer un contenu sans obligatoirement le positionner dans une page particulière au moment de la création (certains CMS font la différence entre l'arborescence de contenu - le référentiel - et l'arborescence de publication) ?

■ Remarque

Certains CMS proposent deux arborescences : une première permettant de centraliser les contenus, c'est le référentiel. La deuxième étant l'arborescence de restitution.



IMPORTANT

43 - Est-il possible de placer un même contenu dans plusieurs pages distinctes (multi-positionnement) ? Ceci sans le dupliquer, c'est à dire de telle sorte qu'un changement intervenant sur le contenu soit immédiatement visible sur toutes les pages dans lesquelles il apparaît ?



44 - Est-il possible d'agencer les contenus dans les pages, non pas de manière explicite, mais au travers de règles de gestion (sans passer par du développement) ? Par exemple : les trois contenus de type 'référence' les plus récents et tels que pays='France'.



45 - Est-il possible de restituer une rubrique entière et tous ses contenus dans plusieurs emplacements (notion d'héritage) ?



IMPORTANT

46 - Lorsqu'un contenu est placé dans plusieurs pages, voire plusieurs sites, la modification du contenu impacte-t-elle directement toutes les pages ?



47 - Est-il possible de définir des catégories (exemple : sport, économie, politique, etc.) et d'affecter chaque contenu à zéro, une ou plusieurs catégories ?



48 - Les catégories sont-elles définies selon des arbres hiérarchiques ?



49 - En back-office, peut-on aisément consulter tous les contenus d'une catégorie ?



50 - Les arborescences de catégories peuvent-elles être partagées entre plusieurs sites distincts ?



51 - Est-il possible d'associer une rubrique et toutes ses sous-rubriques, à une catégorie en une seule opération ?

Remarque

Il peut parfois être utile d'associer une catégorie ou un mot clé à un ensemble de pages ou de rubriques. Cela permet de gagner beaucoup de temps.



52 - Peut-on associer un contenu à des mots clés libres de saisie ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Le CMS propose t-il alors une "sélection" de contenu à la saisie des premières lettres ? Notion de compléteur.



53 - Peut-on masquer une page (contenu) ?



54 - Est-il possible de déclarer des favoris (marque page) ?

WWW.SMILE.FR

SYNTHESE :

Le minimum, bien sûr, c'est de pouvoir construire librement son arborescence, sans limitation, et avec une ergonomie efficace. Le déplacement global d'une branche entière d'arborescence est une fonctionnalité importante, car quand le besoin se présente, cela peut représenter plusieurs heures de travail manuel si la fonction n'existe pas.

Capacités multi-sites

Il est de plus en plus rare qu'une société retienne un CMS dans l'idée de bâtir un site unique. La plupart des sociétés recherchent un outil central, véritable socle de leur politique web, leur permettant de mettre en œuvre un, deux, voire dix sites et plus. Les possibilités des architectures multi-sites sont nombreuses (partage de contenu, de fonctionnalités, des droits, etc.) et il convient d'être vigilant car peu de CMS couvrent correctement cette dimension.



IMPORTANT

55 - Est-il possible de gérer plusieurs sites au sein d'un unique back-office ?



56 - Est-il possible de partager des contenus entre ces sites ?



IMPORTANT

57 - La création d'un nouveau site est-elle possible sans intervention technique, c'est-à-dire via des interfaces d'administration ?



IMPORTANT

58 - Peut-on partir d'un jeu de template pour créer un nouveau site ?



59 - Peut-on partir d'un jeu de données (arborescence type par exemple) pour créer un nouveau site ?

Médiathèque

Une médiathèque permet de gérer des objets multimédias, fichiers image, fichiers son, fichiers bureautiques, animations, vidéos, ..., de les ranger selon une arborescence dans un but de les réutiliser. La question se pose de la distinction même entre ces objets de médiathèque et des contenus proprement dits : les images ne sont-elles que des accessoires intervenant dans la création de « vrais contenus », ou bien sont-elles des contenus à part entière ?



IMPORTANT

60 - Existe-t-il une médiathèque ?



61 - Peut-on intégrer tout type de contenu, tout type de média (vidéo, flash, etc.) dans la médiathèque ?



62 - La médiathèque fait-elle l'objet d'une gestion des habilitations, certains contenus (objets au sens large) n'étant pas visibles par certains contributeurs ?



63 - Chaque contributeur dispose t-il d'un espace dédié au sein de la médiathèque ?



IMPORTANT

64 - Les contenus de la médiathèque sont-ils versionnés, c'est à dire que lorsqu'une nouvelle version d'image (par exemple) est insérée, la version antérieure est conservée, et peut être retrouvée ultérieurement ?



IMPORTANT

65 - Existe-t-il des fonctions de traitement d'images intégrées, permettant par exemple de redimensionner une image dans le back-office, simplement en spécifiant la taille cible ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- De la recadrer ?
- De la pixeliser ?
- De changer la teinte, le contraste, la luminosité ?
- D'ajouter un copyright/watermark ?



66 - Un même objet de la médiathèque peut-il apparaître associé à différents contenus ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-il possible de retrouver facilement les contenus qui utilisent un objet de la médiathèque ?
- Peut-on supprimer un objet de la médiathèque qui est référencé par un ou plusieurs contenus ?
- Que se passe-t-il dans ce cas ?



67 - Est-il possible qu'un visiteur du site dispose d'une URL accédant directement à un fichier de la médiathèque ?



68 - Les objets de la médiathèque sont-ils stockés comme simples fichiers dans une arborescence de répertoires ?



69 - Ou sont-ils rangés dans une base de données ou dans un JCR ?



70 - Peut-on charger un ensemble de fichiers dans la médiathèque via le protocole Webdav ?



IMPORTANT

71 - Y a-t-il des métadonnées associées aux objets de la médiathèque ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Quelles sont-elles ?



72 - Lors de la modification d'un élément de la médiathèque, le contributeur voit-il la liste des pages impactées par la modification ?



IMPORTANT

73 - Peut-on charger plusieurs contenus/images d'un coup à partir d'une fonctionnalité de type multi-upload (via AJAX, fichiers zip, etc.) ?

SYNTHESE :

Trop souvent encore, la médiathèque n'est qu'une arborescence de fichiers sans valeur ajoutée, et les objets de la médiathèque ne sont pas des objets gérés par le CMS, en termes d'habilitations, de versionning, de métadonnées, de suivi des utilisations.

Si les objets de la médiathèque ne sont vus que comme des accessoires au service des contenus, un simple répertoire peut convenir, mais si les objets multimédia doivent être traités comme étant eux-mêmes des contenus à part entière, alors il importe que le CMS sache les manipuler ainsi.

Gestion des versions

On ramène parfois la gestion de version à une question unique : « l'outil gère-t-il les versions ? ». Ici encore, il faut analyser la question de manière plus fine, comme on le voit ci-après.



IMPORTANT

74 - Les versions successives des contenus sont-elles conservées ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-il possible de les consulter ?
- De revenir à une version antérieure ?



75 - La création d'une nouvelle version est-elle automatique (dès qu'on contribue sur le contenu par exemple) ou manuelle (déclaratif - "montée de version") ?



76 - Est-il possible de revenir globalement à la configuration du site à une date donnée, c'est à dire de remettre tous les contenus à la version de cette date ?



77 - Est-il possible de constituer des lots de mises à jour de différents contenus, qui seront mis en ligne conjointement, et constitueront une version majeure ? De revenir à une version majeure antérieure ?



IMPORTANT

78 - Est-il possible de comparer deux versions d'un même contenu, et de faire apparaître visuellement les changements ?



79 - Est-il possible d'identifier tous les contenus qui ont été modifiés depuis une certaine date ?



80 - Est-il possible de spécifier le nombre total de versions conservées pour chaque contenu ? Ceci afin que les versions les plus anciennes finissent par être purgées automatiquement.

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Ou bien est-il possible de définir un critère de purge automatique des anciennes versions ?



81 - Le CMS propose t-il une corbeille (avant suppression définitive d'un contenu) ?



82 - Le CMS propose t-il des fonctions d'archivage d'un contenu ?

SYNTHESE :

En matière de gestion de versions, il faut bien mesurer son besoin réel : beaucoup se contentent bien d'une gestion minimale, qui permet simplement de retrouver la version antérieure d'un contenu. C'est au minimum le moyen de revenir sur une erreur de mise à jour. Les notions plus complexes de versions globales sont réservées à des référentiels plus ambitieux. En revanche, aussitôt que les contenus incluent du documentaire, il ne faut pas négliger l'importance d'une gestion de versions couvrant bien les documents en forme de fichiers.

MANIPULER LE CONTENU

Interface de gestion

Au fil des années, l'interface de gestion des contenus est devenue un élément clé de l'utilisation des CMS. L'utilisation de technologies comme l'Ajx (ensemble de technologies qui permet l'échange et la manipulation de données sans le rechargement de la page) permet de mettre en œuvre des interfaces qui n'ont plus rien à voir avec de simples pages Web.

Au delà de la couche ergonomique (qui reste un point fondamental d'une bonne interface de gestion), la facilité d'utilisation est capitale dans l'appropriation de l'outil. Vous trouverez ci-dessous les questions à se poser sur ce point.



IMPORTANT

83 - Le CMS dispose t-il d'une séparation claire entre le front office (partie visible des internautes) et le back office (interface de travail pour les contributeurs et administrateurs) ?



IMPORTANT

84 - Est-ce que l'interface de contribution est construite toute ou partie en AJAX ? C'est-à-dire offrant des fonctionnalités de confort du type raccourcis claviers, sélection multiple, compléteur de champs, drag and drop, menu contextuel, etc.



IMPORTANT

85 - L'interface de contribution est-elle facile à prendre en main pour les non initiés ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Un utilisateur qui aurait reçu une formation d'une heure, mais n'utiliserait l'interface de contribution qu'une fois tous les trois mois, pourrait-il créer ou modifier des contenus sur le site ?



86 - Peut-on restreindre l'affichage des fonctionnalités selon le profil de contributeur ? Ceci pour, une fois de plus, faciliter la prise en main des interfaces de saisie.



IMPORTANT

87 - Est-ce qu'une aide en ligne ou contextuelle est disponible sur les interfaces de back office ?

Dépôt d'un contenu

La contribution, c'est la saisie ou la modification des contenus. Si l'on souhaite la décentraliser, l'offrir à une population élargie, alors il convient que la contribution soit la plus simple possible, et qu'elle puisse être séparée de l'administration globale des contenus, qui est naturellement plus complexe.

Nous nous intéressons ici particulièrement à la simplicité de la contribution et aux différents modes de contribution possibles. D'autres aspects, tels que la gestion des habilitations ou bien des formulaires définissant des contenus structurés, sont abordés dans les autres chapitres.



IMPORTANT

88 - La contribution est-elle possible à partir des principaux navigateurs (Firefox, Chrome, Internet Explorer, Safari) ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Existe-t-il des restrictions de version ou de plateforme ?



IMPORTANT

89 - Est-il possible d'intégrer l'interface de contribution dans le front-office (frontend editing), c'est à dire qu'un visiteur sur le site, identifié et habilité à contribuer, se voit proposer directement au sein du site, une interface pour ajouter ou modifier un contenu ?



90 - Les processus de validation peuvent-ils également être intégrés au front-office, c'est à dire qu'un visiteur identifié puisse accéder directement à la liste des contenus qui attendent sa validation, ceci sans accéder à un back-office spécifique ?



IMPORTANT

91 - Le CMS dispose t-il d'un système de verrouillage lorsque un contributeur essaie de modifier un contenu déjà en édition ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-il possible de passer outre ce verrouillage ?
- Peut-on consulter la liste des contenus ainsi verrouillés ?
- Que se passe-t-il si le contributeur qui détient l'objet verrouillé ne le lâche pas ?



92 - Le CMS permet-il des contributions parallèles ? C'est-à-dire travailler sur des versions différentes (personnelles) d'un même contenu ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Dans ce cas, que se passe-t-il lorsque l'un et l'autre valident leur contribution ?



IMPORTANT

93 - Les opérations de contribution sont-elles tracées ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Peut-on retrouver tous les contributeurs ayant participé à l'élaboration d'un contenu ?
- Même question avec les intervenants qui ont validé le contenu ?
- Même question avec toutes les actions d'administration ?



IMPORTANT

94 - Existe-t-il un éditeur wysiwyg de texte enrichi (rich-text editor) utilisable dans un navigateur web permettant de saisir des contenus avec mise en forme ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Sur quelle technologie est basée l'éditeur wysiwyg intégré dans le CMS (exemple : sous forme d'applet Java, d'ActiveX, ou de Javascript) ?
- Requiert-il des réglages de sécurité spécifique sur le navigateur ?
- Est-il possible d'utiliser indifféremment un des éditeurs wysiwyg du marché ?
- L'éditeur wysiwyg requiert-il un navigateur spécifique, ou est-il compatible avec les principaux navigateurs (Firefox, Chrome, Internet Explorer, Safari) ?



IMPORTANT

95 - L'éditeur wysiwyg peut-il être configuré afin de supprimer certaines possibilités de mise en forme que l'on ne souhaite pas rendre disponible ?



96 - L'éditeur wysiwyg peut-il être personnalisé différemment pour différents types de contenus, de sorte que certains types de contenus offrent des possibilités de mise en forme plus étendues que d'autres ?



IMPORTANT

97 - L'éditeur wysiwyg peut-il être personnalisé différemment selon l'utilisateur ? Certains contributeurs ayant des possibilités plus étendues.



98 - L'éditeur wysiwyg peut-il être étendu ; est-il possible de lui ajouter des boutons correspondant à un traitement spécifique ?



99 - L'éditeur wysiwyg accepte-t-il le copier-coller depuis des applications bureautiques ?



100 - L'éditeur wysiwyg dispose t-il de fonctions de 'nettoyage Html' permettant de supprimer certaines balises, ou de traduire certains caractères spéciaux, en particulier lorsque l'on utilise du copier-coller ?



IMPORTANT

101 - L'éditeur wysiwyg permet-il de travailler avec des styles CSS, et de faire choisir le contributeur entre les styles que l'on a défini ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- La restitution wysiwyg de ces styles est-elle prise en charge ? C'est-à-dire, est-ce que les styles sélectionnés sont restitués graphiquement dans l'éditeur sans avoir à effectuer une prévisualisation.



102 - L'éditeur wysiwyg permet-il d'insérer des images, depuis le poste de travail, qui sont uploadées selon le besoin ?



IMPORTANT

103 - L'éditeur wysiwyg permet-il de sélectionner des images depuis la médiathèque ?



104 - L'éditeur wysiwyg permet-il d'insérer des tableaux ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Dans ces tableaux, permet-il d'insérer des lignes ou colonnes, d'en supprimer, de fusionner des cellules et de modifier tous les attributs spécifiques d'un tableau ?
- Peut-on copier/coller des tableaux dans l'éditeur wysiwyg depuis Microsoft Excel ou Open Office Calc ?



IMPORTANT

105 - L'éditeur wysiwyg permet-il d'insérer des liens hypertextes ?



IMPORTANT

106 - Ces liens peuvent-ils être construits automatiquement en sélectionnant une page depuis l'arborescence ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Les liens internes insérés au moyen de l'éditeur wysiwyg sont-ils « en dur », ou bien sont-ils gérés par le CMS de manière à traiter les éventuels déplacements ou suppressions de contenus intervenant dans le site ?



107 - Peut-on charger un contenu à partir d'un fichier bureautique de type LibreOffice (respectant une certaine structure) ?



108 - Peut-on intégrer un contenu en envoyant un email (respectant une certaine structure) ?

SYNTHESE :

Il est important de pouvoir distinguer interfaces de contribution et interfaces d'administration, car bien souvent les intervenants sont très différents. Les contributeurs ont le plus souvent un métier sans rapport direct avec le site, et leurs interventions pourront n'être qu'occasionnelles. Pour eux, rien n'est jamais assez simple, il faut faciliter la contribution, c'est la condition de leur participation.

Cycle de vie

On parle ici de publication à date et de workflow *de validation*, c'est à dire du processus conduisant à valider un contenu et à le publier. Plus on décentralise les contributions, plus on a besoin de processus de validation flexibles, et paramétrables, qui puissent être adaptés à chaque rubrique, à chaque type de contenu, et différencier les groupes d'intervenants.



IMPORTANT

109 - Est-il possible de définir une date de mise en ligne pour un contenu ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-ce possible de définir des jours de la semaine ?
- Est-ce possible de définir une tranche horaire ?
- Un mixte des deux ?



IMPORTANT

110 - Est-il possible de définir une date de retrait pour un contenu ?



111 - Lorsqu'une date de retrait est définie, y-a-t-il un dispositif pour signaler automatiquement les contenus qui approchent de leur limite de validité, afin qu'ils soient mis à jour ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Comment se fait cette notification ?



112 - Le contributeur dispose-il d'une "timeline" pour pouvoir se projeter dans le temps et observer le rendu d'une page, voire du site, à une date donnée ?



113 - Est-il possible de définir d'autres changements automatiques dans la vie d'un contenu ? Par exemple de programmer un changement de rubrique ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Ce cycle de vie se définit-il sur le contenu lui-même ou bien au travers des gabarits ?



IMPORTANT

114 - Peut-on distinguer les étapes de contribution et de validation d'un contenu ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Peut-on affecter des habilitations distinctes à l'une et l'autre de ces étapes, de sorte que certains puissent contribuer mais ne pas valider ?



IMPORTANT

115 - Est-il possible de définir des habilitations de validation distinctes selon les rubriques ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Selon les types de contenus ?
- Selon une valeur d'un attribut ?
- Selon les langues ?



116 - Est-il possible de créer un contenu à l'état de brouillon, sans même le soumettre à validation ?



117 - La validation est-elle synonyme de publication, c'est à dire de mise en ligne (pas de distinction entre l'étape de validation éditoriale et l'étape de publication) ?

Remarque

Certains CMS proposent deux arborescences : une première permettant de centraliser les contenus, c'est le référentiel. La deuxième étant l'arborescence de restitution. Ainsi, dans ce fonctionnement, il est possible de créer un contenu sans le publier.



IMPORTANT

118 - Est-il possible de définir des workflows de validation sur-mesure ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Ces workflows peuvent-ils avoir un nombre quelconque d'étapes de validation ?



IMPORTANT

119 - La définition d'un workflow de validation sur-mesure peut-elle être opérée par simple opération de back-office, sans développement informatique ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-ce réalisable par simple action de type Drag & Drop ?



120 - Une étape de validation du workflow peut-elle faire intervenir un groupe entier d'utilisateurs, de telle sorte que tous sont notifiés, et que la validation de l'un suffise ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Même question, mais dans un mode où tous les membres du groupe doivent valider ?



121 - Les intervenants d'un workflow reçoivent-ils un email de notification lorsqu'une action est attendue de leur part ?



IMPORTANT

122 - Un tableau de bord est-il disponible pour présenter aux différents contributeurs tous les contenus sur lesquels une action est attendue ?



123 - Un workflow peut-il inclure des conditions de temps, par exemple un délai maximum de validation, au delà duquel le workflow passe à une autre étape ?



IMPORTANT

124 - Le valideur peut-il avoir un aperçu du contenu dans la page où il sera publié, et avec le gabarit correspondant ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Si le contenu apparaît dans plusieurs pages, peut-il voir ces différentes pages ?
- Si tous les champs du contenu ne sont pas restitués en publication, peut-il voir le contenu intégral (au moins par l'intermédiaire du back office) ?



125 - Le workflow peut-il faire intervenir des conditions sur les éléments du contenu à valider ? Par exemple si le montant est inférieur à X alors « Validation uniquement par le webmestre », sinon « Validation aussi par le directeur » ?



126 - Les étapes du workflow sont elles tracées, c'est à dire que l'action de validation, de refus ou de modification est sauvegardée et consultable pour une vérification ?



127 - La suppression d'un contenu peut-elle aussi être soumise à workflow, avec les mêmes possibilités que la création ou la modification ?



128 - Est-il possible de créer des lots de publications (contenant plusieurs contenus à publier) ?



129 - Est-il possible pour les visiteurs d'un site de s'abonner à des notifications sur une page afin d'être prévenus des changements intervenus sur celle-ci ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Sur une rubrique entière ?
- Sur un document ? Comment gère-t-on les désabonnements ?



130 - Ces notifications peuvent-elles être groupées (par jour par exemple) ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-ce paramétrable par l'utilisateur (et par dossier) ?
- Quels types de notification existent-ils (email, rss, etc.) ?



131 - Le CMS propose t-il un code couleur ou un repère visuel pour signaler l'état d'un contenu (brouillon, en attente de validation, niveau 1, niveau 2, etc.) ?

SYNTHESE :

Les possibilités de workflow sont assez différenciantes parmi les outils de gestion de contenus. Les plus simples ne permettent pas de définir des workflows spécifiques, et se contentent des états non-validés et validés. D'autres prennent le parti d'implémenter des workflows plus complexes par un développement spécifique. Trop rares encore sont les outils qui permettent de définir de nouveaux workflows par simple opération de back-office.

Un workflow bien adapté permet de décentraliser la contribution tout en conservant une bonne maîtrise sur les contenus publiés. Dans le contexte d'un portail Intranet par exemple, la décentralisation des contributions fait de chaque intranaute un contributeur potentiel, et favorise donc l'adhésion.

Les états fondamentaux minimum sont : brouillon, soumis à validation, validé. Il arrive que l'on ait besoin de distinguer également validé de publié. Il peut arriver aussi, mais c'est plus rare, que l'on ait besoin de plusieurs étapes pour la validation éditoriale.

Néanmoins, il faut signaler que des workflows complexes imaginés en phase de conception, sont souvent simplifiés par la suite, car trop contraignants.

Contribution collaborative

La collaboration peut prendre différentes formes : commentaires sur les articles, forum attaché, calendrier partagé avec gestion des tâches, wiki, blog, révision de document avec suivi des modifications, notations, annotations, etc.

Les CMS qui incluent cette dimension sont rares ; c’est pourtant un axe attendu. Aujourd’hui, on sépare de plus en plus les communications selon les médias (on ne communique pas de la même façon sur un format papier ou sur un format Web). Les CMS deviennent donc un lieu de production de contenu et doivent bénéficier d’outils de collaboration.

WWW.SMILE.FR



132 - Peut-on déposer, coté back office - pour les contributeurs/administrateurs, des commentaires sur les contenus ? Ou existe-t-il un forum attaché à un contenu ?



133 - Les contributeurs disposent-ils d'un calendrier partagé leur permettant d'avoir une vue globale sur la vie du site ?



134 - Existe-t-il un centre des tâches où les différents contributeurs peuvent créer, affecter et suivre un ensemble de tâches à réaliser ?



135 - Peut-on, coté back office, noter les contenus ?



136 - Est-il possible d'annoter un document/contenu au sens large ?



IMPORTANT
137 - Le CMS propose t-il un système de révision de contenu avec suivi des modifications ?



“200 questions pour choisir un CMS ”



138 - Le CMS inclut-il une messagerie interne (pour échanger des messages par exemple) ?

WWW.SMILE.FR

EXPLOITER LE CONTENU

Gabarits

Tous les CMS ont un dispositif de gabarit, permettant de définir la mise en page, la mise en forme, des contenus publiés sur le site. Il n’y a pas véritablement de standard en matière de gabarits (si ce n’est le XSL) ; chaque CMS ayant créé son propre dispositif. Ces dernières années, de nombreux CMS ont amélioré leur périmètre fonctionnel pour permettre l’édition et la modification des gabarits à partir d’interfaces web (drag & drop notamment) ce qui facilite grandement l’évolution des sites web.



139 - Le dispositif de gabarits est-il à base de balises spécifiques au CMS, insérées entre des balises Html et interprétées ?



140 - Le dispositif de gabarits est-il à base de transformations XSL ?



141 - Est-il possible d’intégrer au sein des gabarits, du code exécuté coté serveur, utilisant un langage standard, tel que JSP ou PHP ?



142 - Le dispositif de gabarit inclut-il une syntaxe permettant de définir des clauses conditionnelles ? Des itérations ? Des variables ?



143 - Le dispositif de gabarits est-il modulaire, c’est à dire qu’une page est constituée de différents gabarits, par exemple un gabarit de mise en page générale, un gabarit pour la zone corps de page, un gabarit pour un contenu élémentaire ?



IMPORTANT

144 - N'importe quelle charte graphique peut-elle être intégrée (pas de contraintes quant à la mise en page. Par exemple : nombre de colonnes structurant la page, position du menu, etc. ?) ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Existe-t-il certaines parties des pages dont le code Html est produit directement par le CMS, indépendamment du dispositif de gabarits ?
- Le CMS impose-t-il des limites à la compatibilité de navigateur ?
- Les gabarits par défaut exploitent-ils les possibilités de l'Html 5 ?



IMPORTANT

145 - Le CMS permet-il de produire des publications autres que Html ? Par exemple pour les mobiles, pour les tablettes, etc. Est-il multi-canal ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Le CMS propose t-il des gabarits par défaut pour un site mobile ?



146 - Le CMS permet-il de restituer une page du site en Pdf ?



147 - Le CMS permet-il de définir facilement des gabarits destinés à une version « pour impression » de la page ?



148 - Est-il possible de modifier un gabarit (définition des zones) uniquement au moyen des interfaces de back-office ?



IMPORTANT

149 - Peut-on modifier la mise en forme des différentes zones via l'interface graphique ? pour passer de 1 à 3 colonnes, par exemple ? pour placer un bloc "actualités" dans un nouvel emplacement ?



150 - Y a-t-il une gestion de versions sur les gabarits ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-il possible de retrouver l'état du gabarit dans une version antérieure ?



151 - Y a-t-il une gestion des validations sur les gabarits ? Est-il possible de prévisualiser l'effet d'un changement sur un gabarit, ou bien un gabarit nouveau ?



IMPORTANT

152 - Lorsqu'un même contenu est restitué sur différentes pages, est-il possible que chacune de ces restitutions utilise un gabarit différent ?



153 - Est-il possible d'utiliser l'appartenance à une catégorie comme critère de sélection des articles dans une page, c'est à dire de demander la restitution sur une page de tous les articles correspondant à une certaine catégorie ?



154 - Le CMS dispose t-il d'une sorte de requêteur pour pouvoir sélectionner les données à afficher sur une page à partir de critères précis ?

SYNTHESE :

En fait, les CMS modernes ont en général un dispositif de gabarit qui permet de réaliser n'importe quelle charte graphique, et ce n'est pas là un caractère très distinctif. On demande parfois quelle est la complexité du dispositif, quelle formation il requiert. En réalité, tous les dispositifs de gabarits puissants demandent une maîtrise du Html bien sûr, mais aussi quelques notions de programmation. Toutefois le principe même des gabarits veut qu'on ne les modifie que rarement. La capacité à produire autre chose que du Html : CSV ou XML est pratiquement acquise pour tous les CMS, ce qui en fait des outils idéaux pour adresser le multi-canal.

Accessibilité

Réaliser un site accessible c'est bien sûr tenir compte des différents handicaps (vue, motricité, etc.), mais également faire en sorte que des critères techniques comme la vitesse de connexion, le type de navigateur ou l'absence de plug-in ne perturbe pas la vision du site ou tout au moins n'empêche pas sa consultation. Cela concerne essentiellement les gabarits (templates) réalisés lors de l'intégration du CMS mais quelques points sont de l'ordre du fonctionnel et sont à vérifier dans le choix de l'outil.



155 - Est-il possible de placer des textes alternatifs aux images ?



156 - Le CMS génère t-il un balisage structurel (H1, H2, etc.) cohérent ?



157 - Le CMS permet-il d'identifier les en-têtes de colonnes de tableaux ?



158 - L'éditeur wysiwyg du CMS intègre t-il un validateur WAI ou équivalent ?



IMPORTANT

159 - Le principe de gabarits du CMS est-il suffisamment souple pour mettre en œuvre une forte accessibilité (au minimum le label Accessiweb bronze) ?

Référencement

On connaît bien l'importance du référencement aujourd'hui. La première chose à en dire est qu'il est devenu très difficile de le manipuler, c'est à dire de viser un classement artificiellement élevé. Néanmoins, il existe quelques pratiques minimales permettant un bon référencement.



IMPORTANT

160 - Les URL peuvent-elles avoir une forme intelligible (url friendly), de la forme /domaine/rubrique/titrecontenu.html ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-il possible de définir exactement le texte intervenant dans l'URL pour chaque page ? C'est-à-dire définir une règle ?
- Est-il possible d'utiliser directement le titre de la page pour constituer l'URL ? Avec une réécriture intelligente, gérant les accents et autres caractères interdits ?



IMPORTANT

161 - Est-il possible de définir pour chaque page le contenu des balises d'en-tête du Html, keywords, description ?



162 - Est-il possible de choisir ou placer les balises sémantiques (ex : H1, H2, etc.) selon la position de la page dans l'arborescence et selon contenu ?



163 - Existe-t-il un outil pour générer automatiquement les fichiers sitemap.xml et robots.txt ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Pouvons nous exclure / inclure des pages pour l'indexation des contenus (via l'utilisation du fichier robots.txt) ?



IMPORTANT

164 - Est ce que le CMS est capable de gérer les URLs *canonical* ?



165 - Est ce que le CMS est capable de détecter le duplicate content présent sur le site ?



IMPORTANT

166 - En cas de modification de l'URL d'une page, le CMS conserve t-il un historique et met-il en place des codes de redirections temporaires ou permanents ?

SYNTHESE :

On entend dire parfois qu'un site statique aurait un meilleur référencement qu'un site à base de CMS. Ce n'est pas vrai. Les moteurs d'indexation-recherche tel que Google ne font aucune discrimination à cet égard. D'autant qu'aujourd'hui c'est une large majorité des sites qui sont construits sur un CMS. En revanche, il est vrai que le CMS doit laisser le minimum « d'empreinte » sur le site, et en premier lieu au niveau des URLs.

WWW.SMILE.FR

Mesure d'audience

Il existe deux catégories d'outils extérieurs au CMS pour la mesure de l'audience : les analyseurs de log (Webtrends, Awstats, ...), qui travaillent à partir des fichiers de log du serveur http, et les applications externes (Xiti, eStats, Google analytics, Piwik), qui collectent leurs données au moyen de balises spéciales insérées dans les pages. Ces outils sont en général suffisamment puissants pour satisfaire les besoins d'un site. Néanmoins, certains CMS peuvent aussi relever eux-mêmes le décompte des pages servies, et fournir leur propre analyse statistique.



167 - Y a-t-il un dispositif de mesure d'audience intégré ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Si la mesure d'audience est intégrée, alors quels types de statistiques permet-elle ?
- Audience par mois / jour / heure ?
- Par équipement du poste de travail (OS, navigateur, résolution écrans, ...) ?
- Par origine géographique ?
- Est-il possible de décomposer l'audience par groupe d'utilisateurs ?



IMPORTANT

168 - Est-il possible d'utiliser les relevés d'audience dans les règles de publication ? Par exemple pour de mettre en avant les contenus les plus visités ?

SYNTHESE :

En général, lorsqu'un CMS relève lui-même ses statistiques, il ne permet pas autant d'analyses que les outils externes spécialisés, que ce soit des prestataires en ASP ou des produits d'analyse de log. La qualité principale de la mesure intégrée est qu'elle peut, dans un contexte d'intranet surtout, utiliser l'annuaire pour produire des statistiques par groupe de visiteurs.

Notons également que certains CMS utilisent les valeurs collectées par ces outils de statistiques embarqués pour générer des rendus de pages différents (ex : les 10 pages les plus consultées).

Syndication, export, import

La syndication, c’est le partage de contenus avec des sites partenaires. Il existe pour cela un standard principal, le RSS, mais également d’autres techniques.

Nous avons réuni dans le même chapitre la capacité à exporter et importer des contenus, que ce soit à des fins d’échange, ou bien de reprise.

WWW.SMILE.FR



IMPORTANT

169 - Est-il possible de diffuser des contenus sous la forme de flux RSS ?

■ Pour aller plus loin, d’autres questions à se poser

- Quelle version ?



IMPORTANT

170 - Est-il possible d’intégrer des flux RSS externes ?



171 - Est-il possible d’intégrer des contenus au moyen d’appels de l’API du CMS ?

■ Pour aller plus loin, d’autres questions à se poser

- Est-elle documentée ?



172 - Dans le sens sortant, existe-t-il un webservice (SOAP, REST, etc.) qui permette à un système externe d’obtenir des contenus ? Le système respecte-il les droits de lecture des contenus ainsi obtenus ?



IMPORTANT

173 - Les contenus importés par flux de syndication RSS peuvent-ils être soumis à validation ?

■ Pour aller plus loin, d’autres questions à se poser

- Par flux entier ou élément par élément ?



IMPORTANT

174 - Les contenus importés sont-ils insérés dans le référentiel ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Peuvent-ils être ventilés dans les différentes rubriques ?
- Sont-ils archivés ?
- Peut-on mapper les attributs ?
- Sont-ils remplacés ?



175 - Est-il possible de mettre à disposition un contenu au format XML ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Un ensemble de contenus au format XML ?
- Le webmaster peut-il sélectionner des contenus et les mettre à disposition au format XML, la mise à disposition étant actualisée avec les mises à jour des contenus ?



176 - Peut-on reprendre - sans développement - un contenu d'un autre site ? C'est-à-dire accéder à un fichier XML via une URL et l'afficher comme s'il s'agissait d'un contenu interne ? Cela en suivant les mises à jour du contenu distant ?



177 - Est-il possible d'exporter également, sous forme de fichiers XML, les données autres que les contenus ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Définition des habilitations ?
- Définition des catégories ?
- Définition de l'arborescence ?
- Lorsque l'on exporte les contenus en Xml, les informations d'habilitation, de positionnement et de catégorisation accompagnent-elles les contenus ?



178 - Est-ce possible, à l'inverse, d'importer des fichiers Xml pour définir les habilitations, les catégories, etc. ?



179 - Le CMS permet-il de pousser des contenus vers les principaux médias sociaux ?

SYNTHESE :

L'export des contenus en Xml est devenu le standard d'échanges, entre serveurs, mais aussi entre outils CMS distincts. Toutefois, si tous les outils ou presque peuvent prétendre exporter leurs contenus en Xml, ce n'est pas toujours suffisant. Il faut d'une part que toutes les métadonnées et informations de gestion soient également exportées, et d'autre part, il faudra en général beaucoup de transformations pour atteindre le format cible, permettant l'importation dans un nouvel outil. Dans ce contexte, le respect de la spécification JSR170 (voir plus loin), est un vrai pas en avant en termes d'interopérabilité. Il en est de même de la norme CMIS.

Personnalisation et animation de rendu

La majorité des sites web présentent le même contenu à tous leurs visiteurs. Il existe toutefois différents cas de figure où l'on souhaite différencier la restitution selon les visiteurs et présenter à chacun ce qu'il souhaite voir, ou ce qu'il est autorisé à voir, à partir d'une base de contenu unique, administrée de manière globale. Dans d'autres cas, on souhaite animer le contenu pour apporter une dynamique au site.



IMPORTANT

180 - Peut-on rendre certaines parties du site privatives pour des groupes ou utilisateurs ?



181 - Est-il possible, au sein d'une même page, de placer des contenus dont les habilitations diffèrent, de sorte que différents visiteurs voient la même page avec des contenus différents ?



182 - Un visiteur du site, s'il est identifié, peut-il configurer lui-même un accès personnalisé, qu'il retrouvera à l'identique lors de sa prochaine visite ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Cette configuration peut-elle porter sur la charte graphique (notion de skin) ?
- Quelles fonctionnalités sont proposées ?
- Cette configuration peut-elle porter sur les contenus eux-mêmes (présence de tel ou tel fil d'information sur la page par exemple) ?



183 - Le CMS proposent-ils des fonctionnalités d'animation de contenus ? C'est-à-dire, par exemple, modifier l'ordre des blocs selon la date, selon la publication de nouveaux contenus, etc.



“200 questions pour choisir un CMS ”



Page 46

WWW.SMILE.FR

**open
source**

Recueil d'informations

La mise en ligne de formulaires est déjà en dehors du domaine de la gestion de contenus. Il s'agit plus de fonctionnalités d'animation, à la manière des quiz ou des forums.

Nous en avons fait une rubrique malgré tout, car le formulaire lui-même peut s'assimiler à un contenu, qui peut être élaboré en back-office, à la manière d'une contribution.

WWW.SMILE.FR



IMPORTANT

184 - Est-il possible de définir, par simple opération de back-office, un formulaire de saisie, mis en ligne sur le site ? sans connaissance informatique ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Quels sont les types de champs qui peuvent être utilisés dans un tel formulaire ?



185 - Les données saisies dans ce formulaire peuvent-elles être envoyées dans un e-mail formaté, à une adresse donnée ?



IMPORTANT

186 - Les données saisies par les internautes peuvent-elles être conservées et consultées par des personnes habilitées ?



187 - Dans le cas d'un formulaire de demande d'informations, l'outil permet-il à des personnes habilitées de répondre aux demandes ?



188 - Le formulaire créé peut-il enchaîner différentes questions sur plusieurs pages ?



189 - Est-ce que les résultats de ces formulaires peuvent être présentés sous forme de graphiques ?



190 - Peut-on exporter les résultats sous format CSV par exemple ?



191 - Le CMS autorise t-il que le questionnaire soit rempli en plusieurs fois (l'internaute peut sauvegarder un travail temporaire et revenir plus tard) ?

WWW.SMILE.FR

SYNTHESE :

L'élaboration d'un formulaire au moyen des seules interfaces de back-office est une fonctionnalité intéressante, mais la vraie question est : que faire ensuite des saisies effectuées sur le site. Les envoyer dans un e-mail est la chose la plus simple, mais elle implique ensuite une gestion relativement peu structurée. Selon le besoin, ces saisies peuvent soit alimenter une base de données, qui permettra une analyse de type décisionnelle, soit être passées à un outil de workflow pour traitement.

Fonctions de portail

Un portail est un outil permettant de réaliser des pages composites, réunissant contenus d'une part, modules applicatifs d'autre part. Ces modules applicatifs peuvent relever du groupware (webmail, agenda, tâches, ...), ou bien d'applicatifs métier spécifiques.

Il existe des outils portails 'purs', qui ne gèrent que l'assemblage des pages en offrant des interfaces aux modules inclus. C'est le cas de Websphere Portal Server, ou bien de Jetspeed.

Mais certains outils réunissent les fonctions de CMS et de portail en une seule application, ce qui simplifie considérablement la mise en œuvre.



192 - Est-ce que la gestion des droits intégrée dans le produit supporte la notion d'organisation hiérarchique, auxquels les utilisateurs peuvent être rattachés (et pas seulement les notions d'individus et de groupes d'individus non hiérarchisés entre eux) ?



193 - Est-il possible de placer dans les pages des composants applicatifs dont le contenu et la vue dans le portail est personnalisable (gadgets, portlets voire widgets) ?



194 - Y a-t-il une norme qui définit l'interface entre ces modules et le portail (exemple dans l'univers JEE, JSR 186 et 286) ?



195 - Est-il possible de faire cohabiter un mode non-authentifié avec un mode authentifié ? Concrètement, il s'agit de proposer, sans recours à un composant tiers, une solution technique permettant de découpler de bout en bout les stratégies de performance du site en mode non connecté de celles du site en mode connecté (identifié individuellement).



196 - Y-a-t-il des modules de gestion documentaire incluant fiche documentaire, capacité d'upload multiple, verrouillage de documents pour modification, gestion d'une taxonomie, workflows documentaires, etc. ?



197 - Le CMS dispose t-il de modules permettant d'agréger des contenus externes (composants d'agrégation HTML type IFrame, modules "connecteurs" permettant d'accéder à des contenus via des API "standard" ou normalisées telles que RSS-ATOM, CMIS, WebDav, Sharepoint ou JDBC) ?



198 - Existe t-il une notion de page personnelle et personnalisable : présentation du profil, facilité de personnalisation, présence de widgets de synthèse pour présenter les membres de groupes, les contacts, les dernières contributions, ... ?



199 - Y-a t-il des modules personnalisables favorisant le travail collaboratif : notion de groupe de travail, possibilité d'inviter des membres, wiki, blog, sondage, enquête, calendrier, centre de tâches, organigramme, gestion de ressources, offres d'emploi, petites annonces, quizz, etc. ?



200 - Existe t-il des fonctionnalités sociales et d'échanges : messagerie interne, mur, microblogging, forum, chat, gestion d'événements et de notifications, activités, bookmarks, etc. ?

SYNTHESE :

Notre analyse est qu'il ne faut pas chercher à faire faire trop de choses à un outil de gestion de contenus. Blog, Quiz, eCommerce, Chat, Forums, Webmail, ... les possibilités sont infinies, mais il n'est pas bon de tout intégrer dans un outil CMS.

En fait, il existe pour chacun de ces besoins d'excellents produits dédiés. Il nous semble préférable de choisir le meilleur outil CMS d'une part, le meilleur outil pour chaque autre besoin, et de les intégrer ce qui est généralement assez aisé.

Le fait de disposer en standard de tel ou tel module peut malgré tout faciliter la mise en œuvre d'un portail multi-fonctions, pour autant que ces modules soient de qualité. Mais le plus important est la capacité du CMS soit à jouer lui-même le rôle de portail, agrégateur de modules hétérogènes, soit à s'intégrer au sein d'un outil de portail.

Moteur de recherche

La recherche est une fonctionnalité fondamentale, quelle que soit l'envergure d'un site, simplement parce qu'elle permet au visiteur de *ne pas réfléchir* à l'organisation du site. Elle permet aussi de *procéder comme avec Google*, c'est à dire étendre à l'intérieur du site les habitudes qu'il a prises à l'extérieur.

Les internautes de la « génération Google » ne peuvent plus s'en passer.

La majorité des outils CMS propose une fonction de recherche intégrée. Lorsqu'elle est de bon niveau, son utilisation est nettement préférable à la mise en place d'un moteur dédié, externe au CMS. Un moteur externe pourra dans certains cas offrir une meilleure gestion de la langue (conjugaisons, synonymes, proximité ou inclusion sémantique, etc.), mais peut présenter des lacunes comme : une indexation différée, l'absence de gestion des habilitations des visiteurs, etc.



IMPORTANT

201 - Le CMS possède-t-il une fonction de recherche intégrée ?



202 - S'appuie t-il sur un moteur de recherche externe (type Lucene, Solr, etc.) ?



IMPORTANT

203 - La recherche prend-elle en compte les contenus fichiers bureautiques (Pdf, Word, etc.) ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Lesquels précisément ?



204 - Les contenus sont-ils indexés aussitôt qu'ils sont mis en ligne (dans le cas contraire, il s'agit d'un processus différé) ?



IMPORTANT

205 - La recherche avancée permet-elle de rechercher dans une rubrique particulière, et ses sous-rubriques ?



IMPORTANT

206 - Peut-on lancer une recherche pour une langue donnée ?



207 - La recherche propose t-elle des filtres (recherche par facettes) ?



208 - La recherche avancée permet-elle de rechercher la présence d'un mot dans un champ particulier d'un type de contenus ? Par exemple « champ 'auteur' contient 'hugo' ».



IMPORTANT

209 - La recherche prend-elle en compte les habilitations du visiteur, afin de ne lui présenter dans les résultats de recherche que des contenus auxquels il a droit ?



210 - La recherche permet-elle différentes options de tri des résultats, par exemple, par date, par auteur, par rubrique, ... ?



IMPORTANT

211 - La recherche gère-t-elle la pertinence ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Comment est-elle gérée ?
- Est-il possible de paramétrer la gestion de la pertinence, par exemple en indiquant que le mot trouvé dans le champ 'titre' a un poids plus important que le même mot trouvé dans le champ 'introduction' ?



212 - La recherche gère-t-elle les pluriels courants ?



213 - La recherche gère-t-elle les conjugaisons ?



214 - La recherche gère-t-elle les proximités ou inclusions sémantiques ?



215 - La recherche gère-t-elle les synonymes ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Si oui, est-il possible d'enrichir les synonymes ?



216 - Peut-on configurer la page de résultats pour spécifier les informations restituées ? Par exemple le nombre d'items par page ou les ruptures selon les types de contenus, selon les rubriques, etc.



217 - La recherche permet-elle de présenter les contenus trouvés, avec des extraits de textes entourant les mots cherchés ?



218 - La recherche permet-elle de présenter les contenus trouvés en surlignant les mots cherchés ? Dans la page de résultat, mais aussi dans la page cible elle-même ?



219 - La recherche peut-elle être étendue à des pages qui ne sont pas sous le contrôle du CMS ? Autrement dit, l'outil inclut-il un robot d'indexation ou crawler sachant indexer n'importe quel site ?



220 - A l'inverse, existe-t-il des connecteurs (ou intercepteurs) pour pouvoir configurer d'autres moteurs de recherche ?



221 - Peut-on mettre en place des recherches sur des valeurs d'attributs numériques, par exemple : « tous les téléphones dont le prix est inférieur à 100 € » ?



222 - Les documents présents dans la médiathèque sont-ils bien exclus lors de la recherche s'ils ne sont pas liés à des contenus du site ?



223 - Le CMS propose t-il une fonction de remplacement à partir d'un jeu de résultats du moteur de recherche ?

SYNTHESE :

L'indexation-recherche est un domaine très vaste. Toutefois, les possibilités de recherche les plus avancées ne sont pas toujours nécessaires. Les internautes habitués à Google ne veulent pas de formulaires complexes préalables à la recherche. Mais pour un corpus important, et des recherches très précises, les possibilités avancées peuvent devenir essentielles.

DROITS ET SECURITE D'ACCES

Utilisateurs, groupes et rôles

Le back-office, c'est l'ensemble des interfaces d'administration, de gestion et de contribution. Bien entendu, sur ces interfaces tous les utilisateurs doivent être identifiés, et il est nécessaire de pouvoir parfaitement définir les possibilités offertes à chacun. C'est ce qu'on appelle la gestion des habilitations. Elle est principalement organisée autour des utilisateurs mais aussi, parfois, autour de groupes et de rôles.



IMPORTANT

224 - Les habilitations peuvent-elles être définies par utilisateur ?



IMPORTANT

225 - Les habilitations peuvent-elles être définies par groupe d'utilisateurs ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Un groupe d'utilisateurs peut-il contenir d'autres groupes ? avec héritage de droits ?



226 - Un utilisateur peut-il déléguer ses droits à un autre utilisateur sur son périmètre d'action ? (administration décentralisée des habilitations)



IMPORTANT

227 - Est-il possible de définir précisément les droits sur chacune des actions élémentaire de back-office, par exemple : créer une rubrique, supprimer une rubrique, déplacer une rubrique, créer un article, valider un article, supprimer un article, ... ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Détailler ces actions.



IMPORTANT

228 - Est-il possible de définir de manière différenciée ces habilitations selon les rubriques du site ? Selon les types de contenus ?



229 - La définition des habilitations selon l'arborescence de rangement des contenus utilise-t-elle un mécanisme d'héritage, tel qu'une rubrique hérite des habilitations définies pour la rubrique mère ? Cet héritage peut-il être remplacé, à tout niveau, par une définition spécifique ?



IMPORTANT

230 - Peut-on réunir des ensembles d'actions élémentaires pour définir des profils (rôles), que l'on pourra accorder à un utilisateur ou bien à un groupe d'utilisateurs ?



231 - Est-il possible de définir des habilitations différentes sur différents champs d'un même type de contenu ? Par exemple sur un type de contenu 'offre d'emploi', les utilisateurs du groupe 'drh' peuvent créer ou modifier des offres, mais ne peuvent pas toucher au champ « salaire », que seul un autre profil pourra modifier ?



232 - Le CMS gère t-il efficacement le cas d'un profil supprimé ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Qu'advient alors les données qui lui étaient associées ?



233 - Dans le cas où le CMS permet la modification via interfaces des templates ou des zones, est-il possible de définir une politique de sécurité efficace (possibilité de modifier tel gabarit ou telle zone, etc.) ?



234 - Peut-on définir des droits par site (dans le cadre d'une plateforme multisites) ?

SYNTHESE :

La gestion des habilitations peut devenir très complexe sur un CMS. Il convient de favoriser les CMS travaillant a minima avec des groupes et si possible avec des rôles regroupant des habilitations types. C'est d'autant vrai que le nombre de contributeurs est important.

Annuaire

Une majorité d’entreprises dispose désormais d’un annuaire central. Il s’agit d’un référentiel regroupant l’ensemble des collaborateurs de la société (avec leurs fiches descriptives).

La plupart des CMS proposent désormais un interfaçage avec ces annuaires (OpenLDAP, AD, etc.). Cela permet de centraliser les informations des utilisateurs – le référentiel c’est alors l’annuaire LDAP ; pas le CMS. C’est essentiel pour garantir une bonne intégration du CMS dans le système d’informations de l’entreprise.

WWW.SMILE.FR



IMPORTANT

235 - Peut-on gérer les utilisateurs depuis un annuaire LDAP ?

■ Pour aller plus loin, d’autres questions à se poser

- Dans ce cas, est-ce que tout ou partie des informations de l’annuaire doivent être copiées dans une base d’utilisateurs spécifique ?



236 - Les groupes d’utilisateurs peuvent-ils être mis en correspondance avec ceux d’un annuaire LDAP ?



237 - Peut-on mettre en œuvre une synchronisation périodique de la base des utilisateurs du CMS avec un annuaire LDAP ?



238 - Peut-on avoir une gestion mixte des utilisateurs, certains étant définis dans l’annuaire LDAP, d’autres dans une base propre au CMS ?

SYNTHESE :

La capacité à s’interfacer à un annuaire LDAP est essentielle, pour une bonne intégration du CMS dans le système d’information de l’entreprise. Néanmoins il ne suffit pas de demander « Le CMS peut-il s’interfacer à un annuaire ? ». Comme on le voit, les questions à poser peuvent être sensiblement plus pointues.

Identification unique

L'identification unique (SSO : Single Sign On) permet d'accéder à un ensemble d'applications Web sans devoir saisir son identifiant et mot de passe à plusieurs reprises.

Les CMS qui ne supportent pas nativement le SSO peuvent être modifiés ; mais cela nécessite une intervention délicate mise en œuvre par des experts techniques.

Pour beaucoup de CMS, le SSO est mis en œuvre à travers de plugins. Il convient donc d'être vigilant sur la qualité de ces derniers.

WWW.SMILE.FR



239 - Est-il possible de mettre en œuvre une authentification transparente de type Kerberos (ou NTLM) c'est à dire utilisant la session du domaine Windows, sans demander à l'utilisateur de s'identifier ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Cela est-il possible sur le back-office ?
- Sur le front-office, c'est à dire le site lui-même ?



240 - Existe-t-il un dispositif d'authentification unique, ou Single Sign-On (SSO), permettant à un utilisateur identifié sur le site d'accéder à une application externe sans se réidentifier ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Quel est ce dispositif ?
- Est-il facile de l'intégrer à une application existante ?
- Dans quels environnements techniques ?

SOCLE TECHNIQUE

Framework / base technique

Il est courant, presque habituel, que le choix d'un outil CMS commence par des considérations techniques, car les entreprises ont bien souvent des standards ou préférences qui élimineront directement certains outils.

Au-delà de l'environnement technique retenu, les autres considérations techniques essentielles sont bien sûr les performances d'une part, la capacité à accepter des architectures réparties, ou en cluster d'autre part.



IMPORTANT

241 - Le CMS se base t-il sur un framework ?

242 - Quel est l'environnement technique principal du CMS ? JEE ? PHP ? .Net ? Python ? Perl ? Etc.

243 - Comment sont gérés les contenus ? Base de données relationnelle ? Fichiers texte ? Fichiers XML ? Base de données XML ?

Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Si les contenus sont gérés pour partie dans une base de données, et pour partie sous la forme de fichiers, alors quelle est précisément la frontière entre l'un et l'autre ?

244 - Où sont rangés les contenus binaires (images, fichiers joints, médias, etc.) ? Dans la base de données ou dans un système de fichier ?

245 - Quelles sont les bases de données supportées ?



246 - Le CMS est-il conforme à la norme JCR170 (univers JEE) pour le référentiel des contenus ?



247 - Quels sont les moyens, pour une application externe au CMS, d'accéder au référentiel des contenus ? Existe-t-il des APIs documentées ? Le modèle relationnel est-il documenté et son utilisation directe par une application est-elle autorisée ?

248 - Quels sont les systèmes d'exploitation supportés ?

249 - Quels sont les serveurs http supportés ? Apache ? IIS ? Autre ?



250 - Le noyau du CMS est-il régulièrement vérifié à travers une plateforme d'intégration continue ?

251 - Comment se déroulent les livraisons/migrations entre les serveurs de développement, d'intégration et de production ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-ce facile ?

API distante

Généralement les CMS sont contrôlés, pilotés depuis une interface d'administration (back-office). Pourtant, il peut être utile d'interagir à distance, ou via un programme tiers, avec le CMS.

Pour les projets d'envergure, l'interfaçage avec des outils tiers est incontournable ; dans ce cas, l'utilisation d'une API fonctionnelle et bien documentée est très importante.



IMPORTANT

252 - Le CMS dispose t-il d'une API ?



253 - Si oui, cette API est-elle accessible à l'extérieur ? Comment ?

Plugins et extensibilité

Cette notion d’extensibilité est désormais proposée par la majorité des CMS ; avec plus ou moins de qualité (c’est d’ailleurs un point d’adhésion pour les milliers de développeurs d’une communauté). Pour les CMS s’orientant vers ce modèle (noyau + extension), la différence se fera essentiellement sur la capacité du socle à proposer un tout opérationnel et cohérent (accès aux fonctionnalités, dépendance, etc.).

WWW.SMILE.FR



IMPORTANT

254 - Le CMS permet-il d'ajouter des extensions ?



255 - Existe-t-il des dépendances entre les extensions ?

256 - Combien d'extensions sont actuellement disponibles ?



257 - Y-a-t-il un référentiel des extensions ? Lequel ?

258 - Quelle est la qualité globale de ces modules ?

■ Pour aller plus loin, d’autres questions à se poser

- Quel est le nombre moyen d'anomalies relevées ?
- Sont-elles traitées régulièrement ?



259 - Y a-t-il un suivi statistique de l'utilisation de ces modules tiers ?

Performances

Impossible de construire un site ambitieux sans prendre en compte la dimension Performances. Pourtant, il s'agit là du point le plus complexe à évaluer. La performance dépend du contexte de réalisation (quels modules ? quelles options ? quelles personnalisations ?) et du contexte d'exploitation. Certaines questions sont à se poser pour éviter de nombreux écueils.

WWW.SMILE.FR



IMPORTANT

260 - Existe-t-il des configurations clusters supportées et opérationnelles ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Quelles sont les limites connues de ces clusters ?
- Quel est le dispositif de répartition de charge recommandé pour cette plateforme ?
- La répartition de charge doit-elle être avec affinité des sessions ?
- Quel est le dispositif de secours recommandé ?
- Le passage en secours est-il transparent ?



261 - Peut-on partager la base de données entre plusieurs frontaux CMS ? Y compris si ces frontaux acceptent tous la contribution ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Qu'en est-il alors des ressources de type fichier ?



IMPORTANT

262 - Le CMS dispose-t-il d'une gestion de cache intégrée ?



263 - Le dispositif de cache permet-il de distinguer différents éléments dans la page, ayant des paramètres de gestion de cache distincts ?



264 - Le système de cache prend-il directement en compte les modifications des contenus ? Sur toutes les pages du site où le contenu est utilisé ?



265 - Le CMS peut-il être couplé à un reverse-proxy, du type Squid ou Varnish, pour optimiser ses performances ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Dans ce cas, le cache de ces outils peut-il être mis à jour à distance lors de changements effectués sur le CMS ?



266 - Le CMS peut-il être couplé à un serveur de type *memcached*, pour optimiser ses performances ?

267 - Quelle est capacité moyenne du CMS, en pages vues / seconde, en mode non-connecté, en mode connecté, pour la recherche ?

268 - Quel volume maximal de contenus peut gérer le CMS en utilisation normale ?

269 - Quelles sont les caractéristiques techniques recommandées pour l'environnement de production du CMS ?



270 - Est-il possible de publier les contenus sous la forme de pages Html statiques ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Est-il possible de publier ainsi une arborescence entière de contenus, sous la forme d'une arborescence Html navigable, qui puisse être mise en ligne directement ?
- Est-il possible de mettre à jour cette arborescence uniquement avec les changements ?



271 - Est-il possible de séparer le front-office du back-office sur deux serveurs distants, de part et d'autre d'un firewall ?



272 - Le CMS utilise-t-il des sessions lorsque le visiteur n'est pas identifié ?

■ Pour aller plus loin, d'autres questions à se poser

- Et lorsque le visiteur est identifié ?
- De quelles manières sont gérées ces sessions : cookie, paramètre d'URL, autre ?



“200 questions pour choisir un CMS ”



Page 63

WWW.SMILE.FR

**open
source**



COMMUNAUTE, PERENNITE
ET SUPPORT

Licence

La licence d'un CMS est avant tout une question *juridique*. Elle est cependant très importante pour garantir la pérennité de son projet. Les licences open source sont des références tant elles offrent de garantie de pérennité et de droits aux utilisateurs.

IMPORTANT

273 - Le produit est-il diffusé sous licence open source, ou bien sous une licence commerciale ?

274 - Si le produit est open source, quelle est la licence ? La licence permet-elle de modifier librement le code source ? Existe-t-il des modules complémentaires sous d'autres licences ? S'il y a des modules payants, alors où se situe précisément la frontière entre l'open source et le payant ?

275 - Y a-t-il un éditeur (open source ou commercial) derrière le produit ?

Coûts

La dimension Coûts est importante dans tout projet, et il est naturel de l'observer avant toute décision. Ceci pour éviter les coûts cachés. Certaines solutions nécessitent un coût de licence par utilisateur (modèle propriétaire), d'autres, un coût de support incluant une garantie et la correction des anomalies.

276 - Si le produit est sous licence commerciale, quelles sont les conditions applicables à un serveur multi-processeurs ? A un serveur de secours ? A un serveur de développement ou bien d'intégration ?

IMPORTANT

277 - Quel est le coût moyen du support ? Comment se calcule t-il ?

Communauté

La communauté dont « dispose » un CMS ou même un produit open source au sens large est fondamentale. On a pu le voir avec des outils comme Drupal ou Magento qui ont pénétré le marché très rapidement.

278 - Si le produit est open source, quelle est l'organisation en place pour gérer les évolutions ? Combien de développeurs contribuent au code source noyau du produit durant les deux dernières années ?

279 - Si le produit est open source, existe-t-il un site consacré aux utilisateurs en France ? Ce site dispose-t-il d'un forum ? Combien y a-t-il eu de messages sur ce forum dans l'année écoulée ?

IMPORTANT

280 - Y-a-t-il une documentation à jour (en français) du produit ?

281 - Existe-t-il un ou plusieurs livres imprimés consacrés au produit ?

282 - Existe-t-il une conférence annuelle des utilisateurs ? En France ?

Un des aspects fondamentaux de la communauté est de diffuser rapidement et à l'échelle internationale le savoir-faire autour d'un produit. Pouvoir disposer de documentation à jour, par exemple, est un élément particulièrement important. La communauté est également en première ligne pour détecter, voire corriger, des anomalies.

Pérennité

Lorsqu’il s’agit de choisir un outil d’infrastructure, la pérennité est aussi importante que la couverture fonctionnelle. Les questions suivantes visent à évaluer la pérennité, que ce soit au travers des références Client installées ou de l’activité commerciale.

283 - Combien existe-t-il de références en Europe ? En France ? Combien d’entreprises de plus de 10 000 employés l’utilisent ? Combien de références nouvelles dans la dernière année écoulée ?

IMPORTANT

284 - Y-a-t-il une roadmap de définie ?

IMPORTANT

285 - Quelle est la fréquence moyenne de mise à jour ?

286 - Si le produit est sous licence commerciale, combien existe-t-il d’intégrateurs en France ?

287 - Combien d’entreprises proposent des formations sur le produit ?

Le nombre de références Client, mais également la pente de croissance de ces références, sont bien sûr les critères essentiels de pérennité. Aujourd’hui, le marché des solutions web est clairement mondial, et au niveau mondial, les solutions dominantes comptent leurs références par milliers. Il faut avoir d’excellentes raisons pour choisir un produit qui n’aurait pas atteint cette stature. Malgré tout, de nouveaux produits continuent d’apparaître, qui peuvent présenter de réelles avancées, et qui devront petit à petit se construire leur base de références. Pour des besoins spécifiques, il faut aussi les considérer.

CONSEILS METHODOLOGIQUES ET CAS CLIENT

METHODE POUR CHOISIR UN CMS

Nous ne pensons pas qu'il soit pertinent d'adresser cette grande liste de questions à un ensemble d'éditeurs et d'intégrateurs, en leur demandant de répondre par Oui, ou par Non à chacune des questions. D'une part, les réponses sont rarement Oui, ou Non, mais requièrent une vraie explication, une vraie analyse. D'autre part, il y aurait là quantité de questions dénuées d'intérêt pour votre projet.

Cependant la comparaison des périmètres des outils de gestion de contenu peut représenter une vraie valeur ajoutée à partir du moment où elle se base sur une méthodologie adaptée.

Chez Smile, notre démarche de sélection d'un outil vise toujours à sélectionner le meilleur outil en tenant compte du contexte, de l'attente fonctionnelle et des contraintes techniques. C'est une démarche systématique en phase d'avant vente. **Cela représente une garantie, tant pour nos clients que pour nos équipes, de la bonne adéquation de l'outil au projet.** Pour cela, il est important d'avoir le choix entre différentes solutions, et c'est là un point où l'offre open source est particulièrement riche.

Pour revenir à la méthodologie que nous préconisons, elle est composée de 8 étapes aussi importantes les unes des autres :

1. Lister ses attentes

Il convient de commencer par **lister ses attentes**, sur un tableur par exemple. Il vous faut recenser les points importants et nécessaires à votre projet : « *j'ai besoin d'un workflow, mes contributeurs doivent pouvoir redimensionner des images, le site doit être multilingue, etc.* ».

Vous pouvez pour cela vous baser sur les questions de ce livre blanc ; mais attention à ne pas excéder une centaine de points. Au-delà, le travail de comparaison risque de ne plus être fiable.



2. Ordonner/Classer ses attentes

Pour y voir plus clair lors de la phase d'analyse des résultats, **il est important de regrouper vos attentes au sein de catégories** (voire des sous-catégories), un peu comme la structuration de ce livre blanc. Ce regroupement ne doit pas excéder 8 valeurs principales et doit adopter votre vocabulaire, vos attentes principales : *« fonctionnalités de gestion de contenu, interopérabilité, facilité de prise en main, coûts, performances, etc. »*.

Ce classement par « famille » facilitera la pondération de vos attentes (voir ci-dessous) et la lecture des résultats finaux.

3. Définir les points incontournables

Parmi la liste de ses attentes, il est indispensable d'identifier les points incontournables, c'est-à-dire dont on ne peut absolument pas se passer. Il est important de bien peser le sens de cette phrase ; **les points incontournables étant rarement supérieurs à 10**.

Cette liste de points incontournables va vous permettre d'effectuer un premier filtre dans le choix d'un CMS en supprimant d'emblée tous les outils ne répondant pas à vos exigences. **Attention à ne pas être trop sélectif**, il faut pouvoir disposer d'un minimum de trois outils pour pouvoir effectuer une comparaison objective.

Parmi les points fréquemment cités comme incontournables, on retrouve par exemple : la technologie (certaines DSI imposent des technologies pour garantir l'homogénéité de leur parc), la licence, la capacité de charges.

4. Définir une pondération

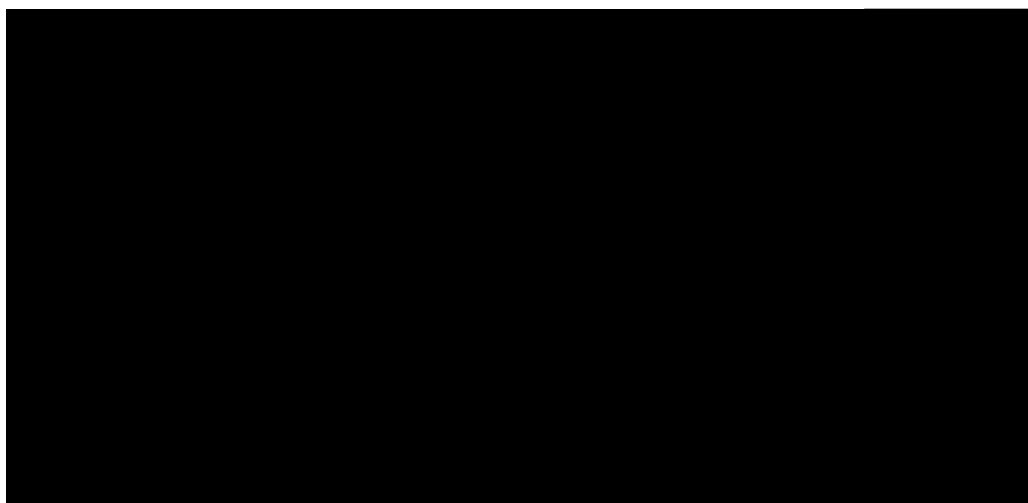
Une fois la définition des points incontournables terminée, il faut procéder à la pondération des attentes. Cette pondération doit être portée par ligne (par attente) et être basée sur une échelle de 5 valeurs maximum (de 1 à 5).

Il faut faire attention à pondérer toutes les lignes, c'est-à-dire les attentes mais également les regroupements (appelés également famille). En effet, le nombre de questions d'une catégorie ne doit pas influencer sur la notation finale de cette catégorie.

Ainsi, si vous posez 10 questions concernant le *forum* et 5 concernant le *chat*, c'est le résultat moyen de ces lignes qui doit être pondéré en face des lignes *forum* et *chat*.

Exemple :

Si dans l'exemple ci-dessous, les regroupements *forum* et *chat* ne sont pas pondérés alors le nombre de questions induirait une mauvaise appréciation des résultats. En effet, ici le forum a une pondération de 3 alors que l'ensemble de ses questions a une pondération totale (somme) de 4. Cela est plus fragrant encore pour le chat où sa pondération n'est que de 2 alors que la pondération totale de ces lignes est de 8.



5. Remplir le tableau d'analyse

Naturellement, à un moment ou à un autre, il faudra remplir le tableau à partir des outils ayant « survécu » au filtre des points incontournables.

Le remplissage n'est pas une pratique évidente d'autant qu'elle est souvent réalisée par différentes personnes (une par CMS par exemple). C'est pourquoi **les règles doivent être claires**. Le plus simple consiste à placer des valeurs booléennes, 1 ou 0 (le CMS répond à ce point ou ne répond pas). Si on veut aller plus loin, on définit une échelle de 0 à 5 permettant de définir plus précisément la couverture d'un CMS à une attente donnée (0 correspondant à une couverture inexistante et 5 à une couverture complète). **L'utilisation de ce type d'échelle nécessite que ce soit une seule et unique personne qui effectue le comparatif.**

Pour être complet, précisons que les architectures modernes basées sur le paradigme noyau/extensions complexifient l'équation. En effet, comment traiter un CMS comme Drupal qui a un périmètre de base (sans extension) proche de 0 ? La réponse à cette question dépend essentiellement de vos exigences techniques. **Il est toutefois de bon ton de prendre en compte les possibilités de ces extensions** (si elles sont de qualité, stables et pérennes) tout en spécifiant dans le tableau de valeur l'origine de la fonction (natif, paramétrage, extension). La mise en place d'une extension ayant une charge.

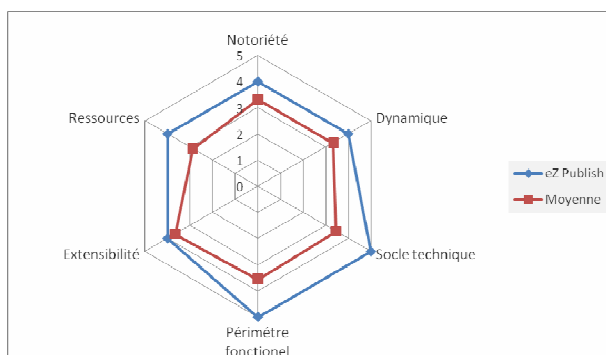
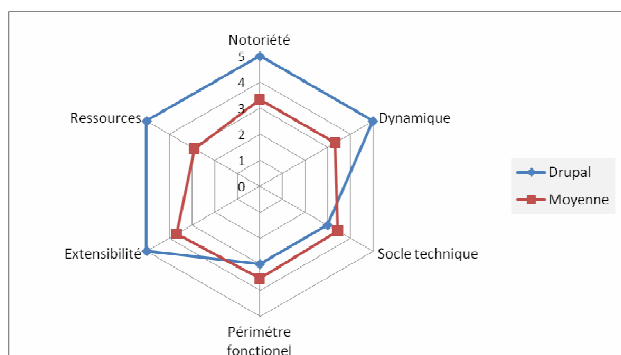
6. Comparer par moyenne

Une fois les valeurs renseignées, il est pour habitude de comparer les résultats par outil et par regroupement. Nous vous conseillons pour cela l'utilisation de graphes radars ; ils offrent une bonne lecture.

Nous vous recommandons également d'analyser les résultats d'un produit par rapport à la moyenne des autres produits et non uniquement entre deux produits. Cela permet généralement de visualiser plus facilement les points forts et les points faibles de chaque outil.

Exemple :

Sur l'exemple ci-dessous, la comparaison par moyenne (en rouge) permet très facilement d'identifier les points forts de Drupal (notoriété, dynamique, ...) et d'eZ Publish (périmètre fonctionnel, socle technique, ...) mais aussi leurs points faibles.



7. Identifier les faiblesses

Un produit n'est pas foncièrement mauvais s'il ne répond pas à toutes vos exigences. Il est important d'identifier ses faiblesses et d'évaluer s'il est possible de les corriger, et si oui à quel coût ? On préfère ainsi retenir Drupal pour la réalisation d'un site web communautaire - même s'il faut, par exemple, améliorer son système de version - que de développer des fonctionnalités communautaires sur Infoglué.

8. Tester

Enfin, ne vous contentez pas d'un tableur rempli et de nombreux graphes radar. **Demandez à voir, à toucher, à tester.** On connaît aujourd'hui l'importance du ressenti utilisateur dans l'adoption d'un outil – **il ne faut pas le sous-estimer.**

CAS CLIENT

Pour appuyer cette méthodologie, nous vous présentons succinctement trois cas Client qui nous ont amenés à retenir eZ Publish, Drupal et Jahia. **Il s’agit là d’exemples qui n’enlèvent aucune qualité aux autres CMS comme TYPO3, Spip, Joomla, Infoglue, HippoCMS, Plone, ... eux-mêmes auraient pu être présentés ici.**

Cas Client 1, acteur de magazines spécialisés

Client :

Un acteur de presse hebdomadaire, tirant à plusieurs millions d’exemplaires, basé sur des faits d’actualités notamment autour des célébrités.

Points incontournables :

- Capacité de charges (performances) en mode déconnecté. Le site accueillant régulièrement plusieurs millions de visiteurs uniques par mois.

Attentes fortes :

- Dimensions sociale et communautaire très importantes, et constituant le cœur du projet
- Capacité du CMS à définir des mises en page souples permettant de varier les rendus et de valoriser la publicité
- Roadmap et pérennité de la solution
- Licence open source sans coût de support obligatoire

Solution retenue :

Pour ce projet, c’est la solution Drupal qui a été recommandée par Smile. Drupal est un CMS écrit en PHP avec une roadmap dynamique et doté d’une énorme communauté mettant régulièrement à disposition des extensions de qualité. Drupal a notamment été retenu pour :

- Sa capacité de charges (performances) en mode déconnecté, Drupal faisant du « full-caching »
- Ses très nombreuses fonctionnalités communautaires (voir Drupal Commons pour exemple)
- Ses possibilités de mise en page sans intervention technique avec des modules comme Blocks, Views ou Panels.

Cas Client 2, grande ville française

WWW.SMILE.FR

Client : Une ville majeure de l'hexagone ayant un vécu important dans la réalisation de projets web et souhaitant orienter son projet vers un portail de services.	
Points incontournables :	▪ Possibilité de créer des sites à la volée (dimension multi-sites) à partir d'interfaces accessibles aux administrateurs. ▪ Sites devant respecter la législation en termes d'accessibilité (compatibilité Accessiweb Argent minimum)
Attentes fortes :	▪ Disposer d'un espace de stockage de fichiers documentaires ou interfaces avec la solution de gestion documentaire Alfresco (que le client utilise déjà). ▪ Dimension portail pour permettre l'agrégation de différents flux et services ▪ Des fonctionnalités avancées en ce qui concerne les fondamentaux de la gestion de contenu (workflow, version, habilitations, etc.) ▪ Notoriété et pérennité de la solution ▪ Facilité de prise en main pour un public hétérogène ▪ Coûts du support pour l'ensemble de la plateforme
Solution retenue :	Pour ce projet, c'est la solution Jahia qui a été recommandée par Smile. Jahia est un CMS/Portail écrit en JEE avec une roadmap dynamique et un périmètre fonctionnel parmi les meilleurs de l'univers de la gestion de contenu. Jahia a notamment été retenu pour : ▪ Sa capacité native à être multi-sites avec des interfaces d'ajout/modification/suppression. ▪ Sa double dimension CMS/Portail indispensable à la réalisation d'un portail Internet Citoyen ▪ Son connecteur natif (mais payant) avec Alfresco (solution de GED) ▪ Sa capacité de charges (performances) en mode connecté ▪ Son validateur WAI inclut nativement dans son éditeur Wysiwyg ▪ Sa contribution native en frontend editing ▪ La qualité de ses interfaces favorisant l'accompagnement au changement ▪ Un coût de support calculé par serveur et non par site

Cas Client 3, grand acteur de presse français

WWW.SMILE.FR

<u>Client :</u> Un acteur majeur et historique de la presse française, éditeur de très nombreux titres et disposant d’une galaxie très importante de sites Internet à fédérer autour d’une plateforme unique.	
Points incontournables :	▪ Des fondamentaux avancés en ce qui concerne la gestion de contenu (workflow, version, habilitations, etc.) permettant la contribution et la définition de cycle de vie en ligne ▪ Scalabilité de l’architecture : la capacité de la plateforme doit pouvoir être étendue pour accueillir de nouveaux sites de plusieurs millions de visiteurs uniques par mois chacun.
Attentes fortes :	▪ Facilité de prise en main pour un public hétérogène ▪ Disposer d’un centre de tâches pour coordonner le travail des contributeurs. ▪ Notoriété et pérennité de la solution ▪ Possibilité de créer des sites avec ou sans interface (dimension multi-sites). ▪ Disposer de mise en page avancée à partir d’un référentiel de blocs ▪ Optimiser le coût de mise en place d’un nouveau site
Solution retenue :	Pour ce projet, c’est la solution eZ Publish qui a été recommandée par Smile. eZ Publish est un CMS majeur de l’offre open source écrit en PHP avec une roadmap dynamique soutenue par un éditeur. eZ Publish dispose d’un périmètre fonctionnel très important – peut-être le meilleur sur ce point. eZ Publish a notamment été retenu pour : ▪ Son support natif du mode Cluster permettant la scalabilité, ainsi que son intégration avec Varnish supportant les tags ESI ▪ Son compromis entre simplicité des interfaces et périmètre fonctionnel large et complet ▪ Son périmètre fonctionnel sur les fondamentaux de la gestion de contenu avec notamment l’extension eZ Flow permettant la construction de page à partir de blocs. ▪ Sa roadmap ambitieuse qui annonce généralement une nouvelle version tous les 6 mois avec un focus fort vers les acteurs de la presse. ▪ Le nombre d’intégrateurs travaillant sur cette solution ▪ La qualité de son framework permettant facilement d’étendre le produit (utilisé ici pour l’écriture d’un centre de tâches)

CONCLUSION

On l’a dit, déjà en préambule : s’il vous plait, n’envoyez pas cette longue liste de questions à 10 intégrateurs ou éditeurs. Après l’avoir lue, trouvez plutôt les quelques points qui correspondent à votre besoin spécifique, et tirez-en vos propres questions comme nous vous le recommandons dans notre rubrique « Conseils méthodologiques ».

Mais surtout, ne vous contentez pas des réponses : demandez à voir, et même, à « toucher ». L’offre CMS propriétaire comme open source est importante et l’on peut être exigeant si l’on sait bien définir son besoin.

Aujourd’hui, on peut affirmer que les CMS open source majeurs se valent et qu’il n’y aurait pas un outil qui ressortirait comme le grand gagnant de cette étude. Ils présentent cependant des spécificités qui conviennent mieux à tel ou tel projet **et c’est justement sur la bonne adéquation du produit au contexte que se situe la clé de réussite des projets web.**

Si vous souhaitez en savoir plus sur les grands concepts fondamentaux de la gestion de contenu et découvrir les meilleures solutions open source, n’hésitez pas à consulter notre livre blanc « Gestion de contenu, les meilleures solutions open source » disponible en libre téléchargement à l’adresse : <http://www.smile.fr/Livres-blancs>.