

Publication dynamique et développement durable

La publication dynamique multicanal
au service d'une communication
éco-responsable

Sommaire

Qu'est-ce que la Publication Dynamique ?	p.5
Principe de fonctionnement de la Publication Dynamique	p.6
Domaines d'application	p.6
Le Multicanal (ou <i>cross-media</i>)	p.7
Le Multiformat	p.7
L'empreinte écologique des activités de communication	p.10
Les réponses qu'apporte la Publication Dynamique	p.12
L'hébergement et la publication dynamique	p.15
Conseils pour choisir une solution adaptée...	p.17
Quark® ou Indesign® ?	p.18
Acheter ou louer ?	p.19
Lexique	p.20

Qu'est-ce que la Publication Dynamique ?

Le terme « Publication Dynamique » désigne les logiciels qui permettent de gérer des projets éditoriaux dans le cadre d'un travail collaboratif.

Grâce à Internet, les solutions de Publication Dynamique sont devenues au fil du temps des sites web sophistiqués qui permettent de gérer un projet éditorial à distance.



Les solutions de Publication Dynamique sont des sites web qui permettent de gérer un projet éditorial depuis un simple navigateur internet.

La capture d'écran ci-dessus illustre : grâce à ce type de solution, vous « entrez » directement dans la maquette d'un magazine, d'un catalogue ou d'une brochure depuis votre navigateur web, ce qui vous permet de saisir vos textes et d'importer vos images directement en ligne.

Les solutions de Publication Dynamique sont désignées différemment suivant les éditeurs de logiciel :

- système éditorial,
- flux rédactionnel,
- plateforme éditoriale,
- solution web-to-print,
- publishing on-demand,
- Entreprise Content Publishing (ECP).

Principe de fonctionnement de la Publication Dynamique

Concept de base : une solution de Publication Dynamique est un site web sur lequel va être déposé un fichier maquette au format Quark Xpress® ou Adobe Indesign®. Ce fichier joue le rôle de modèle à partir duquel vont être générés des fichiers-enfants.

La solution de Publication Dynamique va permettre aux collaborateurs du projet éditorial, qu'ils soient rédacteur, photographe ou rédacteur en chef, d'accéder à distance, depuis leur navigateur web, à la maquette du document. Ils vont ainsi pouvoir saisir leurs textes et intégrer leurs photos directement dans la maquette du document, en étant contraints de respecter le cadre défini par le studio pré-presse.

Fonctionnalités complémentaires : suivant les éditeurs de solution, des outils annexes viennent compléter ce concept de base pour offrir des fonctionnalités de travail collaboratif à leurs utilisateurs : gestion de planning, messagerie interne, visioconférence...

Domaines d'application

On distingue communément trois grands domaines auxquels les solutions de publication dynamique sont particulièrement bien adaptés :

Les solutions de publication dynamique s'adaptent à l'ensemble des supports que peut produire une Direction de la Communication, de la grande entreprise à la PME.

la papeterie institutionnelle et les imprimés récurrents : c'est ce que l'on appelle dans le jargon le « *web-to-print* ». Le principe est simple : vous chargez sur votre serveur l'ensemble de vos modèles de cartes de visite, papier entête, cartes de correspondance, cartons d'invitation, PLV... et les personnels autorisés peuvent générer leurs propres documents à partir de ces modèles.

les projets éditoriaux complexes : dans ce cas, on se trouve plus dans le domaine des *systèmes rédactionnels*, hérités de la presse écrite. Les projets éditoriaux tels que les rapports annuels, les magazines internes, les guides d'accueil, les catalogues ou les brochures commerciales impliquent beaucoup de collaborateurs, à des niveaux hiérarchiques distincts. Suivant la configuration de l'entreprise, ces collaborateurs peuvent se trouver aux quatre coins du pays, quand ce n'est pas de la planète. La collaboration à distance devenant rapidement compliquée, les systèmes rédactionnels permettent alors de simplifier le travail de groupe à distance, grâce à internet.

les publications électroniques : les lettres d'information électroniques, les e-mailings, les supports PDF... se généralisent dans le monde de l'entreprise. Et bien que ces supports ne soient pas destinés à être imprimés, il reste néanmoins qu'ils constituent de véritables projets éditoriaux, au même titre que le magazine interne de l'entreprise. Certes, ils sont souvent plus simples dans leur mise en page, mais les solutions de publication dynamique peuvent faciliter leur conception.

Le Multicanal (ou *cross-media*)

Au début des années 2000, il était de bon ton d'opposer le web et les supports numériques au papier. On prédisait la mort du papier, on parlait de « zéro papier », et les technologies s'affrontaient.

Aujourd'hui, nous abordons une période de convergence, dans laquelle les technologies propres à l'imprimé et celles des supports numériques se rapprochent, échangent et communiquent, dans l'objectif de rationaliser la communication des clients.

Les solutions de publication dynamique sont désormais capables de travailler en mode multicanal ; c'est-à-dire qu'elles vous permettent, à partir d'un fichier *print*, de réaliser des exportations aux formats :

web : fichiers HTML ou XHTML, animations Flash®,

PDF : pour le web, l'impression (PDF-X) ou l'archivage (PDF-A)

terminaux mobiles : flux RSS, pages adaptées à l'iPhone®...

formats adaptés aux déficients visuels : livres audio mp3, pages web handicap zéro, braille...

fichiers d'échange avec des bases de données : xml...

Le Multiformat

Les systèmes de publication dynamique qui gèrent le multiformat sont capables de synchroniser automatiquement tous les supports de communication d'un même produit : en d'autres termes, la référence de pièce que vous modifiez sur la fiche technique A4 sera automatiquement répercutée sur tous les autres formats de documents, print et web.

Le multiformat constitue une formidable opportunité pour rationaliser vos méthodes de travail :

il permet de gagner du temps lors de la mise à jour des documentations,

il évite les erreurs de saisie, de mise à jour ou de copier / coller,

il permet d'automatiser les exports en format web ou PDF,

il permet d'aborder un produit en prenant en considération l'ensemble des supports de communication qu'il génère, de la fiche commerciale à l'étiquette d'expédition.

Certaines solutions permettent également de distinguer les contenus de leurs contenants, intégrant ainsi une notion de multiformat rendant possible une diffusion multicanal d'un contenu structuré indépendamment d'un canal de diffusion « maître ».

**Le Multicanal
et le Multiformat
constituent
deux formidables
opportunités
de rationaliser
durablement
les méthodes de
travail des services
de communication
et de marketing.**

L'empreinte écologique des activités de communication

Les « communicants » – qu'ils travaillent en agence ou qu'ils soient salariés d'une entreprise – ont compris depuis longtemps l'intérêt marketing du développement durable. Parfois avec cynisme, souvent avec candeur, ils ont décliné ce concept à toutes les sauces... Jouant ainsi sur une vague qui est aujourd'hui devenue une contrainte de plus en plus présente qu'il faut prendre en compte dans sa communication.

Des supports imprimés à fort impact écologique : l'imprimé reste le support de prédilection des communicants, et ce malgré la démocratisation d'internet. Brochures, catalogues, invitations, flyers, dépliants... les services de communication produisent des quantités de supports imprimés chaque année. Des efforts sont fait pour paraître plus « vert », en choisissant par exemple des papiers recyclés ou des imprimeurs labellisés. Mais quoi qu'on en dise, imprimer un support publicitaire reste un acte qui génère de la pollution : traitement et transport du papier, utilisation d'encres et de vernis, façonnage, transport des imprimés, routage, collecte et recyclage des déchets...

Des imprimés qui vieillissent trop vite : les techniques d'imprimerie imposent souvent de commander des volumes d'imprimés supérieurs aux besoins réels, pour des questions d'économies d'échelle. Conjuguée à une obsolescence croissante des données, cette habitude entraîne des gaspillages de papier, car les services de communication doivent régulièrement mettre au pilon des catalogues ou des fiches périmés.

Des projets éditoriaux qui génèrent trop de déplacements : concevoir le journal d'une entreprise ou le magazine d'une collectivité, c'est avant tout animer une équipe constituée de collaborateurs et de prestataires externes. Ce qui se traduit inéluctablement par de nombreuses et fréquentes réunions, génératrices de déplacements : comité de rédaction, suivi de projet, corrections avec l'agence, validation des épreuves, calage chez l'imprimeur...

Une activité qui multiplie les supports jetables : Internet et la messagerie électronique ont considérablement réduit le nombre de supports magnétiques utilisés par les services de communication pour échanger des données avec leurs prestataires. Mais tous n'ont pas disparu : CD-Rom, DVD, clés USB,... continuent d'être utilisés pour transférer des photographies, transmettre des rédactionnels ou récupérer des fichiers natifs. Autant de supports à la durée de vie limitée que les filières de recyclage traitent difficilement, voir pas du tout.

Un métier qui impose un renouvellement régulier des ordinateurs : les départements communication / marketing, surtout lorsqu'ils intègrent un service PAO en interne, ont besoin de suivre les évolutions technologiques de leur métier. Or traditionnellement, le pré-presse est LE secteur qui exige des machines performantes, capables de faire fonctionner des logiciels gourmands et complexes, qu'il s'agisse de manipulation d'images ou de mises en page. Conséquence courante, les services de communication demandent un renou-

Les services de communication sont les premiers à « exploiter » commercialement le développement durable. Concept dont ils usent et abusent, mais qu'ils oublient le plus souvent d'intégrer dans leurs propres méthodes de travail.

vement de leur parc informatique plus fréquent que les autres services, et surtout, plus exigeant en terme de puissance.

Des circuits de validation gourmands en papier : le PDF est aujourd'hui un standard, mais les validations se font encore beaucoup sur des sorties papier. Et chaque chef de service impliqué dans le projet éditorial va imprimer le PDF de validation sur sa propre imprimante, pour le relire dans de bonnes conditions. En conséquence, même si des économies sont réalisées grâce aux messageries électroniques, les habitudes de travail font qu'au final, de grandes quantités de papier sont gaspillées à chaque parution.

Des épreuves couleurs très polluantes : l'épreuve couleur constitue la dernière étape avant la mise sous presse d'un magazine ou d'une brochure, afin que le client puisse s'assurer de la fidélité des couleurs qui vont être imprimées. Il s'agit alors de réaliser des sorties papier de très haute définition, en utilisant des procédés d'impression très polluants, que ce soit en termes de technologie d'impression ou de supports.

Une répétition des tâches à chaque déclinaison d'un nouveau support : les services de communication modernes sont désormais en charge de l'ensemble des supports d'une entreprise ou d'une collectivité, qu'il s'agisse des supports papier ou des supports électroniques, tel que les sites Internet ou les terminaux mobiles. Cette profusion entraîne une répétition manuelle de travaux et de réunions pour synchroniser les différents supports entre eux. Répétition qui se répercute, par effet « boule de neige », sur les prestataires associés : agence de communication, agence web, traducteurs... A chaque fois, les gaspillages de temps et de ressources, liés aux déplacements, aux impressions papier, aux échanges de supports jetables, se cumulent pour réussir à atteindre un résultat à faible valeur ajoutée : synchroniser des contenus.

En conclusion, tout organisme qui communique génère de fait une pollution plus ou moins importante en fonction de son organisation. Ces conséquences ont tendance à s'aggraver compte-tenu de la multiplication des supports que doivent gérer les services de communication.

Dans ce contexte, comment s'organiser de façon à rationaliser les méthodes de travail, tout en réduisant l'impact environnemental des projets de communication ?

Supports papier, site web, blogs, terminaux mobiles,...

l'explosion du nombre de supports entraîne une augmentation considérable de l'activité des services de communication, qui ont souvent du mal à s'organiser pour synchroniser les contenus publiés.

Les réponses qu'apporte la Publication Dynamique

Les plateformes éditoriales exploitent toute la richesse du web et des nouvelles technologies. Ces flux de travail virtuels, particulièrement adaptés aux contraintes des services de communication, permettent aujourd'hui d'envisager une dématérialisation concrète de la plupart des projets éditoriaux.

Le cross-media permet enfin de se concentrer sur les contenus, sachant que les déclinaisons print, web, mobile... seront générées simultanément de façon maîtrisée ou synchronisée.

Envisager tous les supports de communication d'un même produit avec une vision globale, grâce au multicanal (ou cross-media) : les anglosaxons désignent cette démarche sous le terme « *content-centric* », c'est-à-dire « *centrée sur les contenus* ». Cette approche rompt avec les habitudes de travail traditionnelles, où les projets étaient abordés support par support. Le cross-media révolutionne les méthodes de communication, car il permet de se concentrer en premier lieu sur les contenus (rédactionnels, visuels, spécifications techniques...) pour automatiser ensuite leur mise en forme synchronisée sur l'ensemble des canaux de diffusion choisis : imprimés, web, blog, tablettes numériques, terminaux mobiles... Le cross-media réduit donc considérablement les tâches répétitives et les déplacements inutiles, en affranchissant les services de communication des problématiques de synchronisation des contenus.

Réduire les déplacements grâce au travail collaboratif à distance : les systèmes éditoriaux modernes constituent de véritables espaces de travail collaboratif virtuels. Ils permettent à plusieurs collaborateurs de concevoir leur journal d'entreprise, leur brochure ou leur catalogue, à distance, depuis leur navigateur web. Messagerie instantanée, planning partagé, liste de tâches à réaliser, allocation de travaux, alertes, commentaires... tous les outils de communication et de partage sont aujourd'hui disponibles dans les plateformes éditoriales, en procurant un confort de travail révolutionnaire.

Supprimer les supports magnétiques jetables : avec une solution de publication dynamique, les rédacteurs saisissent leurs textes directement dans la maquette, depuis leur navigateur web. Les photographes déposent leurs photos de la même manière, et les fichiers natifs peuvent être téléchargés par l'imprimeur depuis la plateforme. Les supports tels que les CD-Roms, les DVD ou les clés USB n'ont donc plus de raison d'être.

Réduire les volumes d'imprimés grâce à une gestion optimale des canaux de diffusion : en combinant la richesse du cross-media et les techniques modernes d'imprimerie, les services de communication peuvent optimiser très finement la production de leurs supports. Il n'est plus nécessaire d'imprimer de grandes quantités de documents : en diffusant un document sur plusieurs canaux adaptés au lectorat (web, tablettes numériques, terminaux mobiles...), il est possible de réduire au strict nécessaire les quantités à imprimer ; ce qui engendre des économies financières, et une empreinte écologique minimale.

Limiter l'obsolescence des imprimés : une solution éditoriale permet à un service de communication de produire des supports à la demande. Même dans le cas d'un produit qui vieillit très vite, il est désormais possible de réaliser de très petits tirages papier en imprimerie numérique, afin de répondre exactement aux quantités dont les utilisateurs auront besoin. En complétant ces tirages par des supports électroniques, les services de communication auront l'avantage de ne plus avoir à gérer des stocks de supports obsolètes qu'il faudra finalement mettre au pilon.

Favoriser le télétravail : véritable flux de travail déporté sur le web, la plateforme éditoriale est l'outil rêvé du télétravailleur, y compris pour les opérateurs du service pré-presses. Graphiste, illustrateur, photographe ou rédacteur, tous peuvent travailler à distance, depuis leur domicile, en utilisant le flux de la plateforme rédactionnelle comme épine dorsale du projet éditorial. La France étant désormais bien équipée en connexion internet (ADSL, fibre optique...), les plateformes éditoriales peuvent favoriser les zones rurales en permettant à des graphistes, salariés ou freelance, de travailler à distance depuis leur domicile. Diminution des déplacements et des transports, équilibre des territoires...

Faciliter les traductions : les plateformes éditoriales permettent nativement les déclinaisons multilingues d'un même document, sans qu'il soit nécessaire de se déplacer ou de générer des tirages papier supplémentaires. Ce qui a l'avantage de faire intervenir des traducteurs directement sur la plateforme et ainsi de suivre son processus de relecture puis de validation.

Augmenter la durée de vie des matériels informatiques : aujourd'hui, de nouveaux modes de distribution des logiciels ont fait leur apparition. Appelé SaaS (Software as a Service - « le logiciel devient un service ») ou « *cloud computing* », cette nouvelle tendance consiste à déporter la puissance de calcul du poste client à des serveurs connectés à Internet. L'exemple de cette tendance est Google, qui propose désormais de puissants traitements de texte et tableur, utilisables en ligne, sans qu'il soit nécessaire d'installer quoi que ce soit sur son ordinateur. L'intérêt majeur, c'est que l'on peut bénéficier d'outils très performants sur des ordinateurs nomades, ou vieillissants. Ce bénéfice est avéré pour les rédacteurs et les contributeurs, mais également pour les opérateurs PAO, qui n'ont plus besoin de machines surpuissantes pour mettre en page leur projet. Les plateformes éditoriales permettent ainsi d'utiliser les matériels plus longtemps et de résister à la surenchère technologique dont ont longtemps été victimes agences de communication et imprimeurs.

Tendre vers des circuits de validation « zéro-papier » : les circuits de validation classiques nécessitent encore beaucoup d'impression papier, sans compter les épreuves chromatiques. Les plateformes éditoriales intègrent toutes des procédures de validation strictes : elles offrent une qualité de lecture à l'écran qui évite d'avoir à imprimer des pages, et elles imposent une signature électronique au rédacteur en chef, ce qui incite à dématérialiser les processus de validation. Lorsque l'agence de communication, l'imprimeur ou le service pré-presses dispose d'une chaîne graphique calibrée, il est même possible de réaliser des « *approvals* » (épreuves de validation chromatique) à l'écran, sans impression, en garantissant un parfait respect des couleurs.

La publication dynamique facilite le télétravail des graphistes, rédacteurs et traducteurs. Les flux éditoriaux on-line reposent sur des « clients légers », des sites web accessibles à tous les types d'ordinateurs.

Mettre en place des méthodes de travail durables : le déploiement d'une solution de publication dynamique au sein d'un service de pré-press, que ce soit dans une agence de communication, dans une imprimerie ou au sein d'une entreprise, est un projet complexe. Complexe car il modifie profondément les habitudes de travail individuelles, en imposant de nouveaux réflexes de groupe. Complexe aussi car il impose aux utilisateurs de réfléchir leur communication dans une approche globale, en appréhendant simultanément la totalité des canaux de diffusion. Mais c'est également une démarche durable, car ce qui est valable aujourd'hui le sera demain : en choisissant des solutions performantes et viables, qui seront mises à jour dans le temps, le service pré-press adopte un outil qui va l'accompagner pendant plusieurs années. Il s'agit donc d'une démarche durable, qui demande un investissement initial, mais qui révélera tout son potentiel au fil des années pour s'avérer au bout du compte extrêmement rentable.

**La démarche
de communication
éco-responsable
consiste à mettre
en place des**

procédures de travail

**qui vont porter leur
fruit pendant**

**plusieurs années, en
ouvrant de nouveaux**

horizons aux services

de communication.

S'ouvrir à tous les lectorats : adopter une démarche de communication éco-responsable, c'est faire preuve de citoyenneté. Une forme de citoyenneté qui consiste à prévoir des supports adaptés aux déficients visuels, qui sont trop souvent tenus à l'écart des outils de communication imprimés ou numériques. Dans un processus de publication classique, la déclinaison d'un journal d'entreprise ou d'un catalogue en version adaptée aux déficients visuels constitue un projet éditorial supplémentaire ; grâce au cross-media, les plateformes éditoriales modernes permettent de réaliser très simplement des exports en format à haute lisibilité (handicap zéro), ou en livres audio.

les plateformes éditoriales ont décidément beaucoup d'atouts pour mettre en place une démarche éco-responsable dans la durée. Elle reste néanmoins des applications web basées sur des serveurs...

L'hébergement peut-il influencer l'empreinte écologique d'une plateforme éditoriale ?

L'hébergement et la publication dynamique

Comme toutes les applications web, les solutions de publication dynamique sont hébergées sur des serveurs qui nécessitent une consommation énergétique conséquente. C'est pour remédier à ce problème que de plus en plus de solutions s'orientent vers des hébergements « vert ».

La virtualisation des serveurs : cette méthode qui consiste à faire fonctionner plusieurs systèmes d'exploitation sur un même serveur, au lieu d'en installer un seul par machine à l'avantage de réduire la consommation matérielle pour fournir des solutions de publication dynamique ayant une empreinte écologique moins importante.

Des data-centers éco-conçus : certains éditeurs de solutions font aujourd'hui le choix de migrer l'ensemble de leur serveur chez des hébergeurs ayant une réelle démarche développement durable, passant par des réflexions sur la meilleure façon de gérer leur data-center. Cette démarche permet d'utiliser des solutions de publication dynamique respectueuse de l'environnement et permettant de produire des documents avec une dimension développement durable globale.

Au-delà de fournir des outils efficaces, certains éditeurs sont aujourd'hui des fournisseurs de solutions de communication engagés dans une démarche développement durable. C'est dans ce but que l'ensemble des solutions qu'ils proposent sont conçus de façon à être plus respectueuses de l'environnement, reste ensuite à définir le type la plateforme éditoriale adaptée à votre structure...

Comment choisir la solution de publication dynamique qui vous correspondra ?

Les solutions de publication dynamique sont de plus en plus souvent hébergées dans une logique de diminution de l'empreinte écologique lié aux serveurs

Quark® ou Indesign® ?

L'univers des solutions de publication dynamique n'échappe pas à la guerre des formats de fichiers. Les éditeurs de solution de publication dynamique étant souvent liés de près ou de loin aux grands noms de la PAO, on retrouve inévitablement les rivalités entre les deux « poids lourds » du marché, Quark Xpress® et Indesign®.

Le marché des solutions de publication dynamique se divise en trois segments distincts : les solutions qui ne sont compatibles qu'avec Quark Xpress®, celles qui ne sont compatibles qu'avec Indesign®, et celles qui savent gérer les deux formats.

Dans ce contexte, comment choisir l'une ou l'autre des technologies ? Voici quelques conseils destinés à éclairer votre choix.

Priorité à l'existant : commencez par prendre en considération les habitudes de travail de vos équipes. En fonction du logiciel que vos graphistes utilisent au quotidien, vous éliminerez les solutions qui ne sont pas compatibles avec lui, car elles vous imposeraient le cas échéant d'acquérir de nouvelles licences monopostes et de réaliser une conversion de vos fichiers natifs.

Privilégiez les solutions mixtes : certains éditeurs étant capables de gérer les deux formats, il est donc logique de privilégier les solutions qu'ils proposent. Il faut être toutefois extrêmement vigilants aux effets d'annonce, car la compatibilité annoncée se fait parfois au prix de convertisseurs qui, s'ils sont très utiles pour convertir un fichier d'un format à un autre, ne sauraient être utilisés quotidiennement dans un flux de production ou dans une plateforme éditoriale.

Définissez vos besoins : bien que chaque logiciel de PAO ait ses détracteurs, force est de constater aujourd'hui que Quark Xpress et Indesign se valent en termes de fonctionnalités. Les préférences sont plus le fruit d'habitudes personnelles et de choix « philosophiques » que d'arguments techniques. Toutefois, une chose est sûre, le choix de l'une ou l'autre des deux plateformes est crucial en fonction de vos objectifs : Indesign® est extrêmement performant en utilisation monoposte, toutefois, il est moins évolué du point de vue travail collaboratif que propose Quark Xpress®. En contre-partie, Indesign® possède une flexibilité qui permet, dans un contexte de plateforme, d'atteindre des fonctionnalités qui ne sont pas envisageable dans Quark Xpress®. La meilleure solution consiste donc à préparer un cahier des charges dans lequel vous listerez vos besoins, et de comparer Indesign® à Quark Xpress® en fonction de vos propres critères.

Testez et informez-vous ! testez vos propres fichiers sur des solutions de type SaaS, jusqu'à obtenir une vision précise de la plateforme qui vous conviendra pour ensuite la mettre en place en identifiant précisément au préalable vos besoins avec l'aide de consultants spécialisés ou directement avec des éditeurs de solutions.

Définissez vos besoins, faites l'état des lieux de l'existant et testez les solutions de publication dynamique avec vos propres fichiers.

Acheter ou louer ?

Le marché de la publication dynamique est en plein essor. Il suit toutes les nouvelles tendances du web. En conséquence, plusieurs modèles de vente sont proposés par les éditeurs, et il est parfois difficile de s'y retrouver. Voici quelques conseils pour choisir une solution adaptée à vos besoins.

Mode «achat de licence» : ce modèle commercial est le plus classique. Il consiste à acheter une solution de publication dynamique (incluant ainsi l'ensemble des technologies mises en œuvre), puis de les faire installer par l'éditeur soit sur ses propres serveurs, soit en local sur vos propres serveurs.

Avantages : vous êtes propriétaire de votre solution, vous disposez de performances optimales, et vous n'êtes en théorie tributaire de personne.

Inconvénients : investissement très lourd (plusieurs dizaines de milliers d'euros), nécessité de disposer de personnes-ressources en interne et d'une infrastructure dédiée, coûts de maintenance et d'assistance annuels élevés.

Mode ASP (Application Service Provider) : le mode ASP est un intermédiaire entre l'achat complet d'une solution et sa location. Le solution de publication dynamique web vous est vendue sous la forme d'un abonnement mensuel sur plusieurs années, et elle est hébergée sur un serveur mis à votre disposition par l'éditeur de la solution.

Avantages : investissement réduit - paiement mensualisé - hébergement externalisé.

Inconvénient : ouverture de compte très chère - budget final important - coûts de maintenance et d'assistance souvent élevés - engagement sur une durée fixe.

Mode locatif, ou SaaS, ou «paiement à la page», ou «on-demand» : c'est LA tendance lourde dans le domaine des services professionnels sur le web. Le principe du SaaS (Software As A Service) est simple : vous ne payez que ce que vous consommez. C'est le paiement à la page : pour chaque page éditée au moyen d'une solution de publication dynamique, vous payez un montant forfaitaire qui va diminuer en fonction du volume produit. Vous n'avez à vous soucier ni de l'hébergement, ni des évolutions logicielles.

Avantages : aucune avance de frais à réaliser - pas de coûts cachés - aucune infrastructure informatique à mettre en place - vous bénéficierez toujours de la dernière version du logiciel.

Inconvénients : certains prestataires exigent un engagement sur une durée fixe.

Le choix de l'une ou l'autre formule va bien évidemment dépendre de la taille de votre entreprise. Néanmoins, nous vous recommandons de commencer par une solution en mode locatif ou SaaS, qui n'exigera que très peu d'investissement de votre part. Lorsque vous aurez rodé vos méthodes de travail, vous serez alors à même d'étudier la possibilité d'investir dans votre propre solution de publication dynamique.

**Privilégiez
les solutions SaaS
pour commencer.
Elles vous permettront
de vous familiariser
avec les outils, avant
d'envisager
l'acquisition de votre
propre plateforme.**

Lexique

ASP : acronyme d'*Application Service Provider* (fournisseur d'un service applicatif), l'ASP est une modèle de vente dans lequel vous payez un service web hébergé sur un serveur qui ne vous appartient pas. Vous êtes donc propriétaire d'un logiciel, mais vous louez son hébergement sur un serveur qui est mis à votre disposition par un prestataire spécialisé.

ECP : acronyme d'*Entreprise Content Publishing* (gestion des contenus publiés par l'entreprise), l'ECP est l'un des acronymes utilisés pour désigner la nébuleuse des solutions de publication dynamique (voir *publication dynamique*).

Flux pré-presse : voir *publication dynamique*

Flux rédactionnel : voir *publication dynamique*

Handicap zéro : il s'agit d'une association qui milite pour que les malvoyants et les non-voyants aient accès aux informations visuelles, en particulier celles publiées par les collectivités locales, les services publics et les entreprises. Par extension, le terme handicap zéro désigne des sites web accessibles aux handicapés.

JDF : acronyme de *Job Definition Format* (format de description d'un travail), il s'agit d'un format de fichier qui rassemble toutes les informations relatives à la description d'un travail. Il s'agit d'un véritable dossier de fabrication qui accompagne les fichiers de mise en page.

Livre audio : fichier numérique audio dans lequel une voix humaine ou synthétique lit le contenu d'une publication papier ou numérique.

Multicanal : terme désignant la possibilité de diffuser un support (par exemple : un magazine) sur plusieurs canaux de diffusion hétérogènes : publication papier, site web, flux RSS, contenu pour téléphone mobile...

Multiformat : terme désignant la possibilité d'appréhender globalement l'ensemble des déclinaisons en termes de supports de communication d'un produit manufacturé, pour les synchroniser. Par exemple, pour un téléphone portable, le multiformat va consister à synchroniser la fiche technique, le manuel papier, le site web, le packaging, l'encart publicitaire dans un journal et la PLV.

On-demand : littéralement, à *la demande*. Terme utilisé pour désigner les solutions de paiement à la page, dans lesquelles vous ne payez que ce vous consommez. Voir *SaaS*.

P.A.O. : acronyme de *Publication Assistée par Ordinateur*, le terme P.A.O. désigne l'ensemble des technologies qui permettent de mettre en page et de publier des supports de communication.

Plateforme éditoriale : voir *publication dynamique*

Publication dynamique : traduction de *Dynamic Publishing*, ce terme désigne les technologies qui permettent de piloter depuis un site web la réali-

Pour toutes informations complémentaires :

Stepnet

E-mail : contact@stepnet.fr

Téléphone : 01 56 45 15 70

Site web : www.stepnet.fr