

La publication dynamique multicanal au service des Directions Marketing / Communication

Ludovic Martin • Chef de projet système éditorial • Toguna
15 janvier 2009

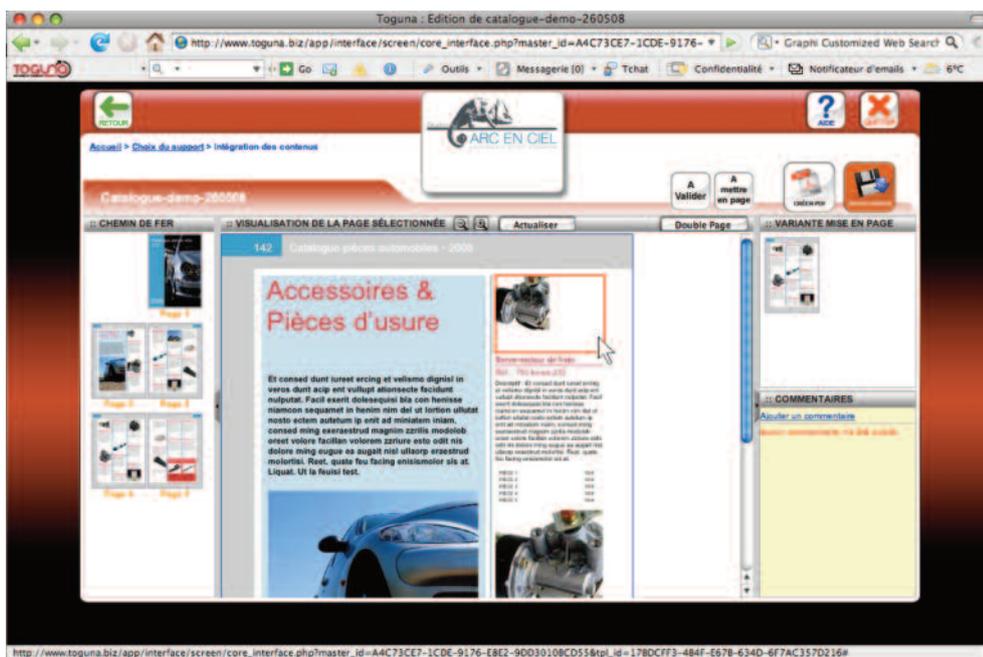
Sommaire

Qu'est-ce que la Publication Dynamique ?	p.3
Principe de fonctionnement de la Publication Dynamique	p.4
Domaines d'application	p.4
Les problématiques rencontrées dans les services Communication	p.5
Les réponses qu'apporte la Publication Dynamique	p.7
Ouvrir de nouveaux horizons : multicanal et multiformat	p.9
Conseils pour choisir une solution adaptée...	p.10
Quark® ou Indesign® ?	p.11
Acheter ou louer ?	p.12
Lexique	p.13

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 l'illustre : grâce à ce type de solution, vous "rentrez" directement dans la maquette d'un magazine, d'un catalogue ou d'une brochure depuis votre navigateur web, ce qui vous permet de saisir directement vos textes et d'importer vos images.

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 :

⊗ **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 en-tête, 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.

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.

Les problématiques rencontrées dans les services Communication / Marketing

Qu'il s'agisse de grands groupes internationaux ou de P.M.E., les services chargés de la communication sont souvent confrontés à des problèmes récurrents, problèmes accentués par les nouvelles technologies :

⊗ **Imposer le respect d'une charte graphique** : à l'instar des manuels d'utilisation, les chartes graphiques sont des documents complexes que peu de personnes vont lire et utiliser. Avec la démocratisation des technologies numériques, les services de communication sont confrontés à des déclinaisons "exotiques" et aux interprétations personnalisées des logos et graphismes institutionnels, chaque employé pouvant se considérer comme un graphiste en devenir. Dans ce contexte, imposer une charte graphique relève de la mission impossible, à moins de procéder à des contrôles stricts et permanents.

⊗ **Produire des supports dans des délais de plus en plus courts** : le rythme de travail dans les entreprises s'accélère, les supports deviennent obsolètes de plus en plus rapidement, et les services de communication doivent être toujours plus réactifs ; les autres départements leur imposant d'être en mesure de produire très rapidement brochures, mailings ou fiches produit.

⊗ **Gérer une multitude de supports chronophages** : les services communication / marketing étant ceux qui traitent avec les imprimeurs, et qui disposent parfois d'outils P.A.O., il n'est pas rare qu'ils héritent au fil des ans d'une foison de supports anodins mais extrêmement chronophages : cartes de visite, trombinoscope, carnet d'adresse interne, papiers à en-tête, modèles de contrat... Au fur et à mesure de la croissance de l'entreprise, la gestion de ces supports peut représenter une importante masse de travail qui sera – malheureusement – rarement prise en considération dans les plannings de travail.

⊗ **Synchroniser les mises à jour de contenus** : les fiches commerciales, les catalogues, brochures, pages web, notices... sont saturés de données techniques, de références à des normes internationales et de mentions légales. La modification d'une seule référence impose de mettre à jour manuellement tous les supports affiliés ; même en étant vigilants et réactifs, les services de communication sont souvent dépassés par ces déclinaisons, ce qui entraîne à la longue erreurs, informations contradictoires et rectificatifs dans l'urgence.

⊗ **Manager les traductions des documents** : lorsqu'une société exporte des produits dans le monde entier, son service marketing / communication doit, avant chaque parution d'un nouveau document, anticiper sa traduction en une ou plusieurs langues. Cette traduction peut être réalisée par des prestataires spécialisés, ou par des employés bilingues ou étrangers. Dans ces deux cas, la gestion des rédactionnels à traduire devient vite complexe : il faut exporter les textes à partir des fichiers Quark Xpress® ou Indesign® en version française, les envoyer au traducteur qui va les traduire dans Word®, puis ré-importer les textes traduits dans le logiciel de mise en page, en les position-

Les services de communication doivent faire face aujourd'hui à une multiplication de leurs missions, conjuguée à une réduction des budgets et des contraintes de planning de plus en plus tendues.

nant au bon endroit. Avec des langues telles que l'anglais, le travail du graphiste n'est pas trop difficile, car il peut facilement trouver des repères. Mais lorsqu'il s'agit de chinois, russe, grec, japonais ou arabe, le graphiste va travailler "à tâtons", ce qui est une source potentielle d'erreurs et de confusions.

⊗ **Travailler à plusieurs, à distance, sur des fuseaux horaires différents :** concevoir la brochure d'un produit, le catalogue de l'entreprise, ou le magazine interne, c'est avant tout un travail d'équipe animé par le service communication. Plusieurs départements sont impliqués, des prestataires externes sont parfois sollicités, et il n'est pas facile de coordonner le travail d'équipe lorsque certains collaborateurs ne travaillent pas sur le même site, sont en déplacement ou vivent carrément à l'étranger.

⊗ **Piloter les projets éditoriaux avec un service pré-presse internalisé :** dans une logique de rationalisation des coûts, bon nombre d'entreprises ont choisi d'internaliser le pré-presse, en créant leur propre service PAO. Ce choix permet de bénéficier de plus de souplesse et de réactivité, tout en maîtrisant les budgets de communication. Toutefois, le fait d'internaliser un service pré-presse génère un effet "retour" pour les services de communication, qui se voient privés d'un prestataire qui assurait jusqu'à présent la gestion complète des projets éditoriaux. La coordination du planning, de la conception à l'impression et au routage, les achats, le timing de remise des éléments par les rédacteurs, la recherche de visuels... autant de nouvelles tâches auxquelles le service communication va devoir faire face.

⊗ **Optimiser le recours aux prestataires externes :** les politiques de réduction des coûts et de recours restreint à la sous-traitance conduisent les directions des achats à limiter le recours à des agences de communication ou des freelances. Les services de communication doivent donc réussir à être autonomes pour les travaux courants, afin de dégager les enveloppes adéquates lorsqu'il est nécessaire de faire appel à une agence de communication. Ce challenge sera d'autant plus difficile à relever pour les services de communication qui ne disposent pas de ressources internes en PAO.

⊗ **Respecter des circuits de validation complexes :** qui dit magazine interne, rapport annuel ou brochure produit dit relecture et validation par plusieurs responsables. Qu'il s'agisse d'une validation technique ou comptable, ou d'une relecture finale par le Directeur Général, ces circuits de validation imposent au service de communication de générer des exports en PDF pour relecture, puis de centraliser et de synchroniser les éventuelles corrections.

⊗ **Contenir les débordements des rédacteurs :** la communication passe en grande partie par l'écrit, et dans le monde de l'entreprise, tous les écrits ne sont pas le fruit de rédacteurs professionnels. Qu'il s'agisse d'un chef de service qui exceptionnellement va rédiger un article pour un magazine interne, ou d'un ingénieur qui doit proposer une description d'un nouveau logiciel, il s'agit de collaborateurs qui n'ont pas l'habitude d'écrire, et encore moins, celle de respecter un nombre maximal de signes. Le service communication doit alors s'armer de patience pour "gérer" ces rédacteurs d'un jour, et leur suggérer diplomatiquement des coupes opportunes dans leurs rédactionnels.

Les responsables communication / marketing jouent désormais le rôle de chefs de projets éditoriaux, chargés d'animer des équipes de collaborateurs séparés parfois par plusieurs milliers de kilomètres.

Les réponses qu'apporte la Publication Dynamique

⊗ **Gérer efficacement le travail collaboratif** : grâce à une solution de publication dynamique, les participants d'un projet éditorial peuvent concevoir leur support "à plusieurs mains" ; chaque participant est chargé d'une partie du travail. Plusieurs personnes peuvent collaborer à un même article, sous le regard du rédacteur en chef. Par ailleurs, les outils de planning et de communication (messagerie instantanée, commentaires, visioconférence...) qui sont intégrés aux solutions de publication dynamique facilitent grandement la gestion de projet : tous les membres de l'équipe ont accès à un planning commun, ils peuvent se laisser facilement des messages, et dialoguer entre eux autour d'un même projet.

⊗ **Imposer le respect de la charte graphique** : en déployant une solution de publication dynamique, vous allez permettre à chaque commercial, ou chaque département de votre entreprise, de générer lui-même ses cartes de visite ou ses papiers à en-tête personnalisés. Vous lui donnez ainsi de la souplesse et de la flexibilité, mais en contrepartie, vous lui imposez d'utiliser les modèles que vous avez défini dans le respect de votre charte graphique. Cette méthode est de plus en plus utilisée dans les multinationales pour garantir en douceur la cohérence de la charte.

⊗ **Imposer le respect d'un nombre de signes** : les éditeurs de texte intégrés aux solutions de publication dynamique contiennent des compteurs de signes paramétrables. Vous définissez le nombre de signes minimal et maximal, et vos rédacteurs sont automatiquement contraints de respecter le cadre que vous avez défini. Cet outil vous permet ainsi d'éviter les allez-retours entre le graphiste et le rédacteur pour supprimer le surplus de texte.

⊗ **Réduire le nombre de déplacements et de réunions de travail** : la conception d'un magazine nécessite de fréquentes rencontres entre les membres de l'équipe rédactionnelle, rencontres qui peuvent générer de nombreux déplacements si les participants sont répartis sur une large zone géographique. L'utilisation d'une solution de publication dynamique permet de réduire le nombre des réunions en permettant un travail collaboratif à distance, par le web.

⊗ **Adopter une démarche éco-responsable** : en plus de réduire le nombre de déplacements, et donc d'émission de CO₂, une solution de publication dynamique multicanal (voir chapitre suivant) permet d'optimiser sa production, en n'imprimant que le strict nécessaire. Par exemple, au lieu d'imprimer un rapport annuel à 15.000 exemplaires, vous pouvez décider de générer une version électronique pour le web, ce qui vous permettra de n'imprimer que 5.000 exemplaires du document.

⊗ **Disposer d'un cadre de travail adapté à la gestion éditoriale** : la solution de publication dynamique permet au service de communication de disposer d'un véritable espace dédié à ses projets éditoriaux, dans lequel sont rassemblés tous les outils dont elle a besoin : photothèque, planning, compteur de signes... Tous ces outils étant accessibles via un simple navigateur web.

Définir un cadre de travail pour vos collaborateurs, automatiser les tâches répétitives, améliorer la qualité et réduire le nombre d'erreurs, tout en adoptant une démarche éco-responsable.

⊗ **Travailler à votre rythme, d'où vous voulez, quand bon vous semble :**

la solution de publication dynamique permet aux collaborateurs de travailler à l'heure qu'ils veulent, où qu'ils soient dans le monde. Plus besoin d'être présent physiquement au bureau, ou de jongler avec des clés USB pour faire transiter ses fichiers de l'ordinateur professionnel à celui de la maison... Tous les documents sont accessibles en ligne, 24 heures sur 24, quasiment partout dans le monde.

⊗ **Disposer d'un cadre strict, donc sécurisant :** il arrive fréquemment que les responsables de projets éditoriaux se "noient" dans la masse de travail à réaliser, car ils ne disposent d'aucun cadre de travail pré-défini. La solution de publication dynamique permet de disposer d'un cadre de travail plus ou moins strict (nombre de signes limité, contrôle de la résolution des photos...) qui va jouer le rôle de garde-fou.

⊗ **Gérer facilement la validation des documents :** la solution de publication dynamique simplifie grandement le processus de validation, puisque seules les personnes référencées peuvent valider un document, avec une traçabilité à l'appui.

⊗ **Déléguer les tâches fastidieuses :** les services de communication sont souvent "pollués" par une somme de tâches fastidieuses et répétitives, allant de la gestion des cartes de visite au trombinoscope. Avec une solution de publication dynamique, ils peuvent se défaire de ce type de supports répétitifs et chronophages pour se consacrer aux projets vraiment importants.

⊗ **Faciliter les traductions :** une solution de publication dynamique permet à une agence de traduction de saisir les textes traduits directement dans la maquette d'exécution. Le graphiste récupère ensuite le fichier avec les nouveaux libellés positionnés au bon endroit, ce qui évite perte de temps et risques d'erreurs.

⊗ **Gagner du temps :** la solution de publication dynamique permet au client de gagner du temps à deux niveaux. En économisant sur les réunions, les déplacements et les échanges téléphoniques. En disposant de plus de temps que dans un processus classique pour préparer ses textes, relire et valider.

⊗ **Synchroniser tous vos supports :** le service Recherche & Développement vous informe tardivement d'un changement de spécification d'un pièce cruciale ? Avec une solution de publication dynamique capable de gérer le multiformat, vous avez la possibilité de saisir cette correction dans un support (par exemple, la fiche commerciale) en sachant qu'elle sera immédiatement synchronisée avec tous les autres supports relatifs à ce produit (manuel d'utilisation, fiche PDF, page web, encart publicitaire...). Vous gagnez en temps, en qualité et en tranquillité d'esprit.

**Gagner du temps
sur les réunions,
les déplacements et
les échanges
téléphoniques.**

**S'affranchir
des supports
chronophages,
cartes de visite,
papeterie...**

Ouvrir de nouveaux horizons...

Les solutions de publication dynamique permettent également aux services de communication de s'ouvrir vers de nouvelles méthodes de travail, qui vont leur permettre de générer une plus grande variété de documents.

> LE MULTICANAL

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 multi-canal ; 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.

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

**Conseils pour choisir
une solution de publication dynamique
adaptée à vos besoins**

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.

☒ **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 du type Markzware ID2Q® ou Q2ID® 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.

☒ **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 n'offre aucune des fonctionnalités de travail collaboratif que propose Quark Xpress®, et il est moins efficace que son concurrent dans la synchronisation automatique de contenus, le multi-formats, et dans l'export multicanal. 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, comparez et re-testez !** Identifiez les différentes solutions, testez-les en situation réelle, avec vos propres fichiers, jusqu'à trouver celle qui s'adaptera le mieux à vos méthodes de travail.

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, et 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 pour le studio de pré-presses à acheter une solution de publication, puis à la faire installer par l’éditeur sur ses propres serveurs qui seront soit installés sur son réseau local, soit hébergés auprès d’un prestataire spécialisé. 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 du logiciel. 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 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. De plus en plus de prestataires se lancent dans ce modèle commercial. Avantages : aucune avance de frais à réaliser - pas de coûts cachés - aucune infrastructure informatique à mettre en place. Inconvénients : certains prestataires exigent un engagement sur une durée fixe - coût élevé à la longue.

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 en “paiement à la page” pour commencer. Elles vous permettront de vous familiariser avec les outils, avant d’envisager l’acquisition de votre propre plateforme.

Lexique

ADSL : acronyme d'*Asymmetric Digital Subscriber Line* (liaison numérique à débit asymétrique sur ligne d'abonné), l'ADSL est une technique de communication qui permet d'utiliser une ligne téléphonique classique pour échanger des signaux numériques à des débits élevés (source : Wikipedia).

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.

ID2Q : (*Indesign to Quark Xpress*) logiciel édité par la société Markzware qui permet de convertir un fichier Adobe Indesign® en format Quark XPress®.

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.

Numeris : nom commercial donné par France Telecom à son réseau de télécommunications numériques basé sur la technologie RNIS. Technologie qui a été progressivement abandonnée au profit de l'ADSL.

On-demand : littéralement, *à la demande*. Terme utilisé pour désigner les solutions de paiement à la page, dans lesquelles vous ne payez que ce que 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 réalisation de supports de communication (magazines, brochures, catalogues...). La Publication Dynamique regroupe toutes les solutions de travail collaboratif destinées à faciliter le travail des équipes éditoriales, dans leur processus de réalisation de publications.

Q2ID (*Quark to Indesign*) : voir ID2Q

RSS : acronyme de *Really Simple Syndication*, les flux RSS sont des fichiers contenant de l'information brute mise à jour très fréquemment, sur le principe des flux d'informations des agences de presse. Les flux RSS sont incorporés aux sites web, et il est possible de s'y abonner pour lire par exemple les titres d'un journal. Très légers et universels, les flux RSS sont très utilisés dans les blogs et sur les terminaux mobiles (iPhone®, Blackberry®...).

SaaS : acronyme de *Software As A Service* (le logiciel vendu comme un service), ce terme désigne un modèle de vente où le client ne paye que pour le service rendu. Ce modèle de vente tranche avec les principes classiques, où l'on achetait un logiciel à prix fixe, quel que soit l'usage qu'on en faisait. Avec le SaaS, on ne paye que ce que l'on consomme ; ce modèle de vente est particulièrement adapté aux nouveaux usages du Web.

Système éditorial : voir *publication dynamique*

web-to-print : terme générique qui désigne l'ensemble des solutions qui permettent de piloter des publications papier à partir d'un site web.

xml : acronyme de eXtensible Markup Language, le xml est un langage informatique universel qui permet de stocker des données structurées. Son objectif est de faciliter les échanges de données entre les systèmes informatiques hétérogènes.

Pour toute information complémentaire :

Ludovic Martin, Chef de projet

E-mail : ludovic@agence-arcenciel.com

Site web : www.toguna.info

Vidéo de démonstration visible : <http://tinyurl.com/9folhz>