



Synthèse du benchmarking

Partie 1

Table des matières

I. Remise en contexte	4
II. Analyse quantitative et qualitative.....	5
A. Benchmark.....	5
B. Questionnaire	16
1. Triple Performance	16
2. Transiscope	17
3. Circasa	19
4. ISRIC – World Soil Information.....	20
III. Préconisations – à rédiger	21

I. Remise en contexte

La Chambre régionale d'agriculture Grand Est s'est portée volontaire pour répondre à l'offre émise par l'ADEME portant sur la préfiguration d'une plateforme collaborative et multi-acteurs sur la gestion durable des sols. Une plateforme de cette envergure est aujourd'hui indispensable pour mettre à disposition des données sols tant ces derniers intéressent et interrogent de plus en plus d'acteurs. L'ADEME propose comme référent le site web « La Fabrique des mobilités » et se demande s'il est possible de transposer le sujet de la gestion durable des sols à celui des mobilités traitées par le référent. Pour répondre à ce besoin, la CRAGE propose 3 étapes :

- Une analyse et formalisation des besoins
- L'analyse de 3 cas d'études pilotes
- Proposer des dispositifs répondant aux besoins identifiés et mettre en œuvre des premiers outils collaboratifs déjà existants

Pour remplir la première étape du projet il est nécessaire de s'attarder sur deux points primordiaux qui sont la réalisation d'un benchmark de sites web et d'une analyse de besoins exprimés lors de différentes enquêtes préexistantes ainsi que lors d'un atelier IGCS.

L'étude de benchmarking a été réalisée afin de :

- Analyser les tendances des sites repérés en amont
- Comparer ce qui se fait en termes de sites collaboratifs
- Confronter le projet e-Sol avec les projets déjà réalisés
- Trouver des nouvelles idées

30 sites ont été identifiés comme porteur de démarche collaborative au préalable par les partenaires du projet. Pour réaliser un benchmark complet et approfondi de chaque site recensé, ils ont été divisés en 3 catégories : une première sur les sites collaboratifs proposant des accès en open data, une seconde sur les sites proposant des espaces dédiés ou des fonctionnalités collaboratives, une troisième sur les sites qui ne présentent pas nécessairement un aspect collaboratif mais un mode de fonctionnement ou d'ergonomie évalué intéressant pour le développement d'une plateforme.

Au total il y a :

- 9 sites entièrement basés sur des contenus collaboratifs
- 10 sites présentant des fonctionnalités collaboratives
- 11 sites ayant une gouvernance ou des supports pertinents

Pour analyser les sites web une grille d'évaluation a été construite avec le comité de suivi du projet afin de renseigner des informations précises grâce à des critères comme le référencement, la gouvernance, l'ergonomie, le mode de partage/contribution ou encore la modération des sites.

II. Analyse quantitative et qualitative

A. Benchmark

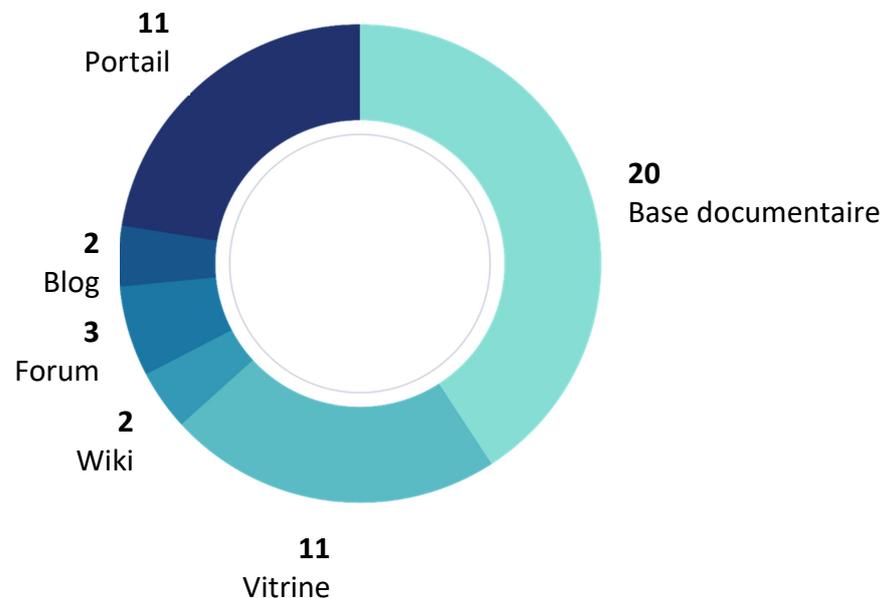
- *Typologie des sites analysés*

Après avoir analysés toutes les plateformes nous avons identifié différentes typologies de sites. Ces typologies sont au nombre de 6 :

- Des bases documentaires
- Des portails
- Des wikis
- Des sites vitrines
- Des forums
- Des blogs

Chaque site ne correspond pas forcément exclusivement à une seule typologie, en effet un site peut en combiner plusieurs. Le graphique ci-dessous présente les différentes typologies des sites web analysés.

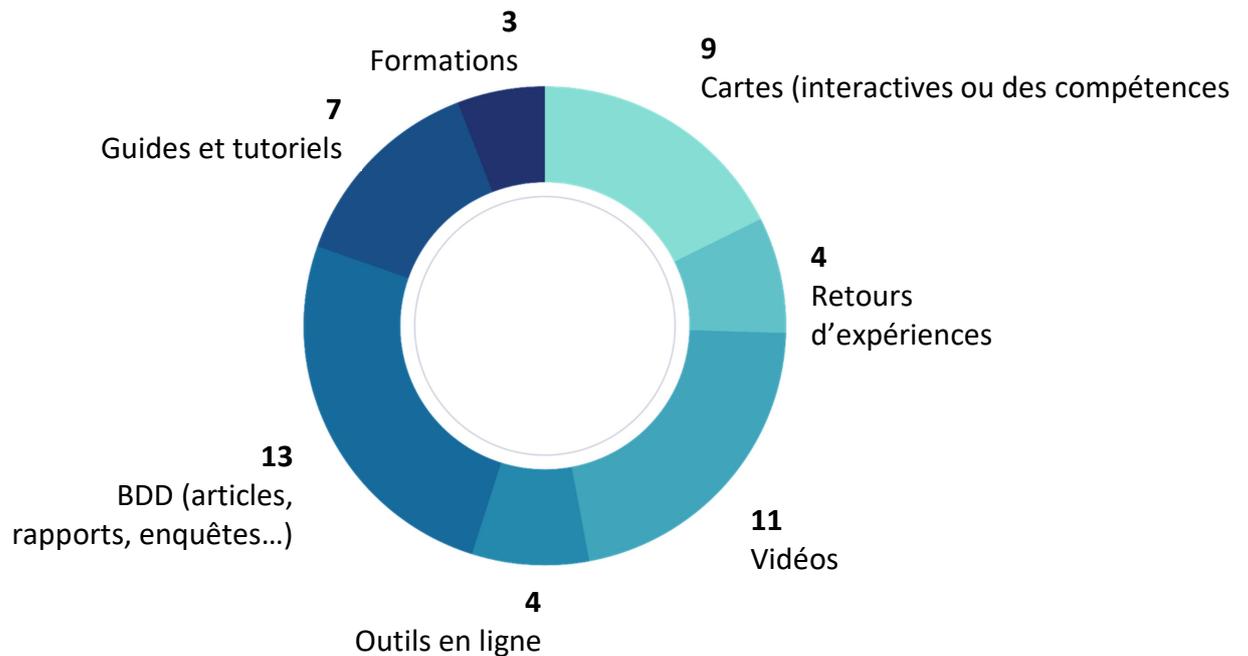
Typologie des sites web analysés



- *Typologie des contenus*

Les plateformes analysées proposent divers types de contenu à leurs utilisateurs comme des vidéos, des guides ou encore des cartes. Le graphique ci-dessous montre les différents types d'information mise à dispositions sur les 30 plateformes étudiées.

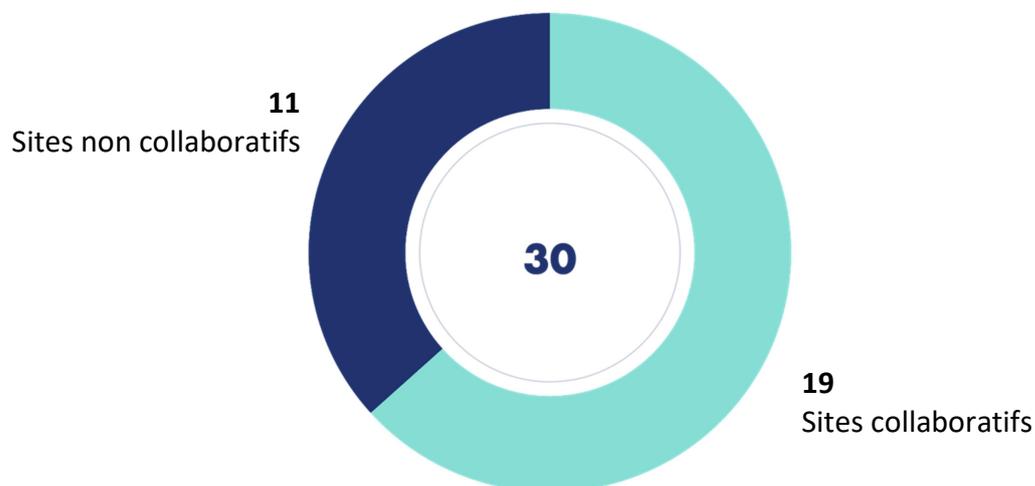
Typologie des contenus



- *Dimension collaborative*

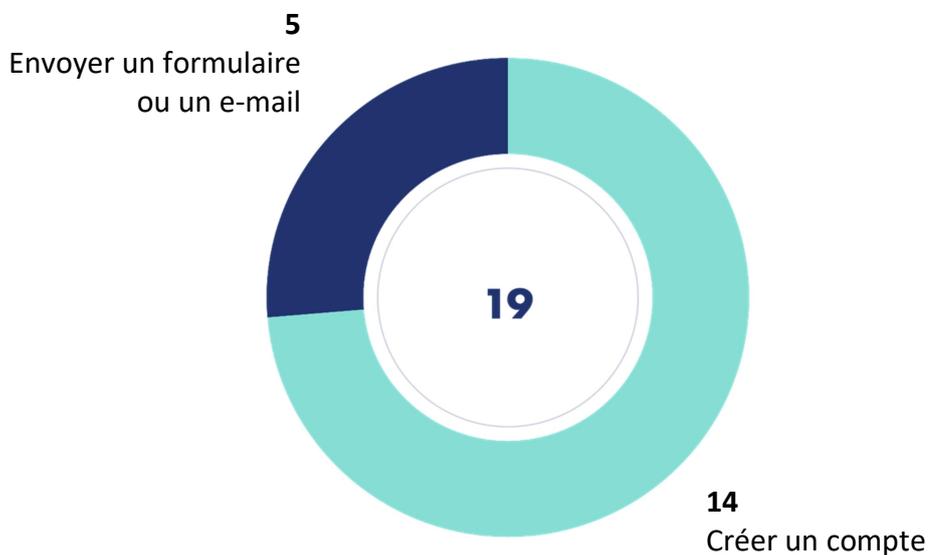
Parmi les 30 sites web analysés tous ne présentent pas une partie collaborative, cette dernière peut être déterminée grâce à plusieurs facteurs : la présence d'un forum, d'un espace commentaires ou encore la possibilité pour les utilisateurs de proposer des ressources. Le graphique ci-dessous permet de visualiser la proportion de sites qui sont collaboratifs et la proportion de ceux qui ne le sont pas.

Proportion des sites qui sont collaboratifs (selon un échantillon de 30 sites)



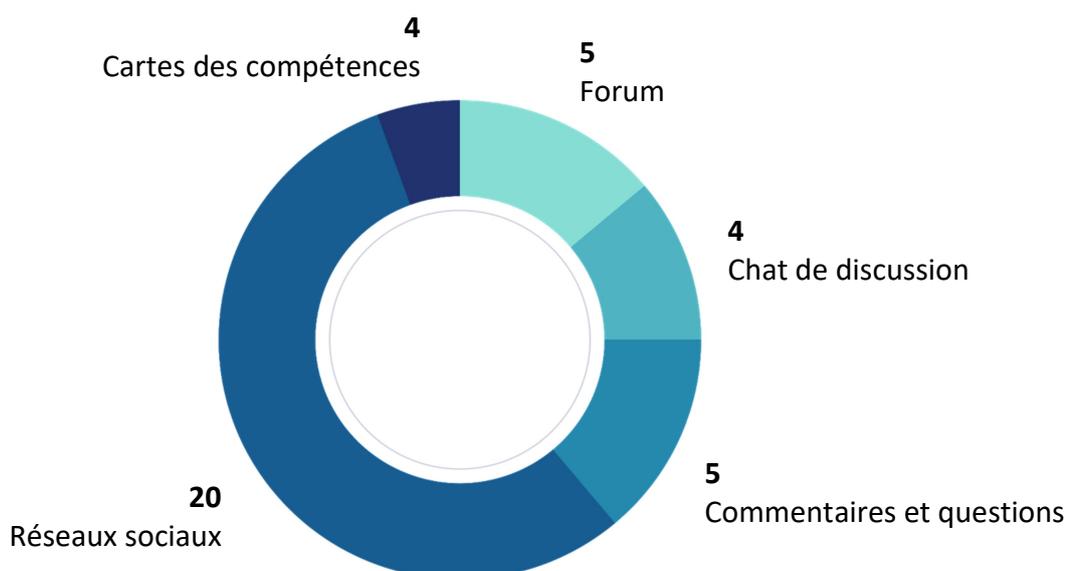
Parmi les 19 sites collaboratifs, tous ne permettent pas aux utilisateurs de contribuer selon les mêmes modalités. De manière générale et en fonction des sites les utilisateurs peuvent collaborer et proposer des ressources de 2 manières différentes. Certains sites permettent la collaboration en exigeant la création d'un compte, d'autres exigent d'envoyer un formulaire/e-mail. Le graphique ci-dessous montre la répartition de ces 2 solutions parmi les sites web qui sont collaboratifs.

Les modalités de contribution parmi les sites collaboratifs



En plus de donner la possibilité aux utilisateurs de contribuer, la plupart des sites (qu'ils soient collaboratifs ou non) permettent d'interagir de manière collaborative en proposant divers services comme l'accès à un forum, aux réseaux sociaux, à des espaces commentaires ou à des cartes des compétences comme en témoigne le graphique ci-dessous.

Les formes d'interaction collaboratives parmi les sites analysés

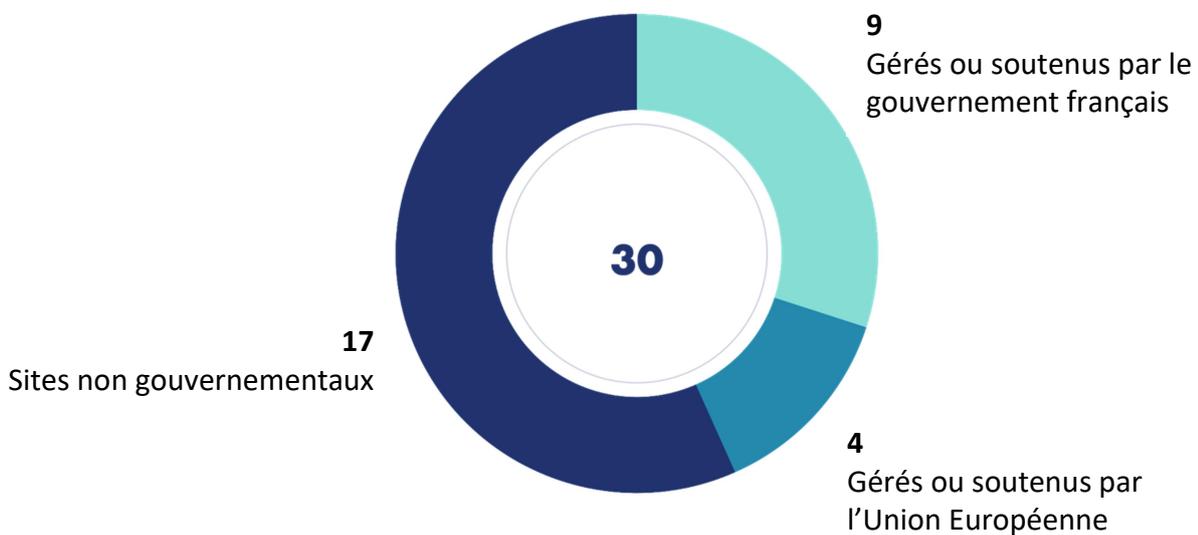


De manière générale, les sites web les plus collaboratifs combinent certaines de ces formes d'interactions. On retrouve souvent au sein d'une même plateforme un forum, un espace commentaires et questions et des liens vers les réseaux sociaux.

- *Mode de gouvernance*

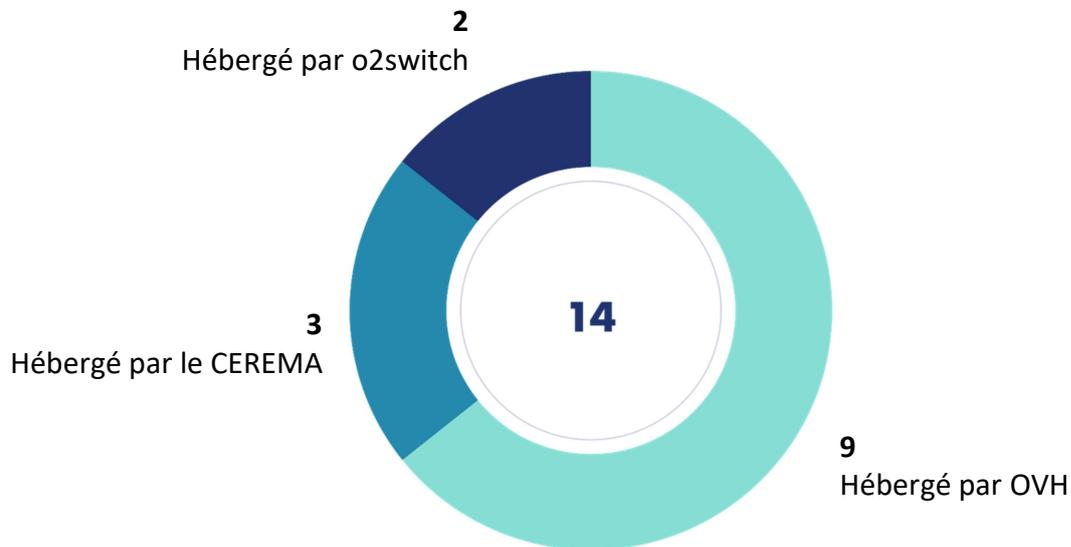
En ce qui concerne les sites web ayant une dimension collaborative, plusieurs d'entre eux mettent à disposition une charte d'utilisation ainsi que des guides de contribution. Ces guides sont à disposition des utilisateurs qui souhaitent partager des ressources afin de garantir une homogénéité et une cohérence dans les contributions et au sein de la base de références. Dans cette perspective, certains sites encouragent les utilisateurs souhaitant proposer des ressources, de suivre les recommandations adaptées selon le système des licences Creative Commons. Une partie importante des sites web analysés sont d'envergure nationale et sont accompagnés ou gérés par des institutions tels que le gouvernement français ou l'Union Européenne. Cet aspect représente un certain avantage vis-à-vis de la crédibilité des sites et des informations qu'ils mettent à disposition, en effet les sites soutenus par les gouvernements se doivent de contenir des informations (ressources, liens) fiables et de qualité. Le graphique ci-dessous montre la proportion des sites institutionnels (français ou européen).

Proportion des sites gouvernementaux



L'hébergement des sites est aussi un élément important à prendre en compte, après avoir analysés les ces derniers certains hébergeurs semblent avoir plus de popularité que d'autres. Le graphique ci-dessous met en évidence les 3 hébergeurs les plus sollicités selon l'échantillon de sites étudié.

Top 3 des hébergeurs de sites web selon l'échantillon analysé

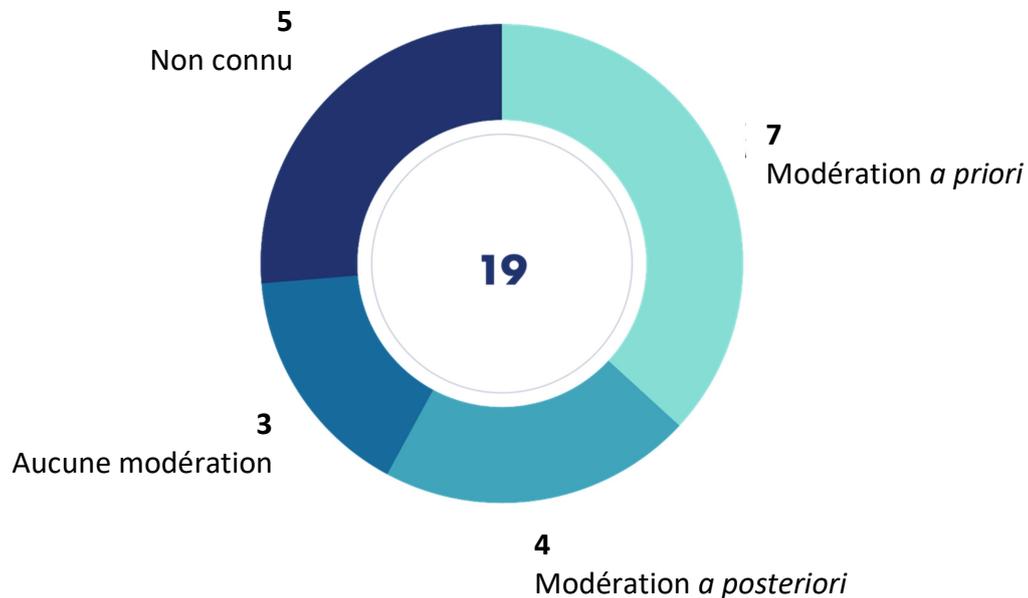


Enfin de nombreux sites possèdent des instances de gouvernance comme :

- Un comité scientifique
- Un comité d'éthique
- Un consortium des membres
- Un forum des partenaires
- Des pôles de ressources et d'échanges
- Un conseil d'administration
- Des groupes de travail
- *Animation (modération)*

La modération permet de contrôler et de filtrer les informations et ressources émises par les utilisateurs sur le web, en l'occurrence sur les sites web qui ont une dimension collaborative. Parmi les sites web collaboratifs analysés, 2 types de modération sont appliqués : la modération *a priori* (contrôle et vérification des ressources avant leur publication) et la modération *a posteriori* (contrôle et vérification des ressources après leur publication). Cependant il arrive aussi qu'aucune modération ne soit appliquée, ainsi toute ressource peut être publiée immédiatement et sans vérification. Le graphique ci-dessous illustre la répartition de ces types de modération.

Les choix de modération sur les sites web collaboratifs

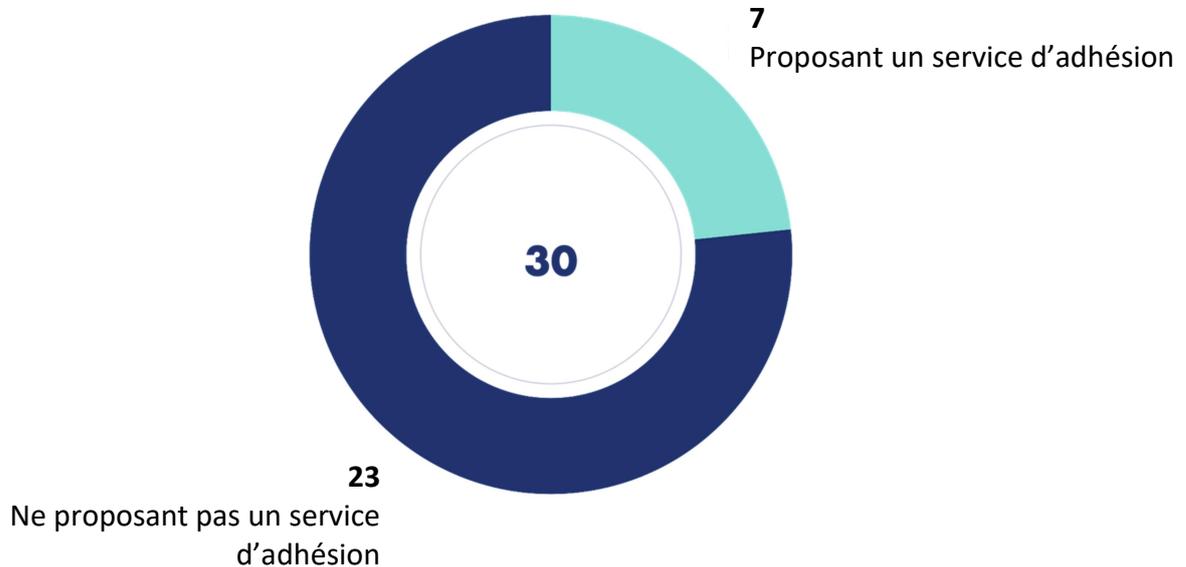


Les types de modérations précédemment cités possèdent leurs avantages et leurs inconvénients. Par exemple la modération *a priori* garantit la qualité des ressources et informations qui sont publiées sur la plateforme, en effet toutes les modifications nécessaires se font par l'équipe de modération avant la publication. Cependant cela nuit à la spontanéité des échanges entre les contributeurs et la plateforme car s'il y a beaucoup d'informations à vérifier et à corriger, le laps de temps entre la soumission des données et la publication peut s'avérer long. À l'inverse la modération *a posteriori* favorise la réactivité des échanges car toute publication est postée instantanément. En revanche, dans ce cas précis les modérateurs se doivent tout de même d'être réactif pour vérifier les contenus publiés afin que la plateforme garde une certaine cohérence.

- *Services (système d'adhésion, etc.)*

Pour assurer la viabilité d'une plateforme la mise en place d'un service d'adhésion est parfois nécessaire. Ce dernier permet à la plateforme de toucher des revenus qui permettront d'assurer le bon fonctionnement de la plateforme (hébergement, modération, etc.). En échange les adhérents ont un droit d'accès exclusif à certaines ressources. Le graphique ci-dessous montre la proportion des sites (qu'ils soient collaboratifs ou non) proposant un service d'adhésion.

Proportion des sites proposant un service d'adhésion



En proposant une adhésion, certains sites offrent en échange l'accès à :

- Des formations
- Participer à la gouvernance de l'organisation (réunions, assemblées générales, journées annuelles, etc.)
- Des contenus exclusifs (newsletters, journées techniques, ressources pédagogiques)
- Des réseaux d'échanges et de connaissances

Les tarifs peuvent varier d'un site à l'autre, si l'on prend l'exemple de deux sites qui proposent tous les deux des ressources exclusives pour toute adhésion, *Plante & Cité* et le *Réseau Agriville*, on observe que pour le premier site l'adhésion est de 310 euros par an pour un établissement d'enseignement alors que celle du *Réseau Agriville* est individuelle et coûte 20 euros à l'année.

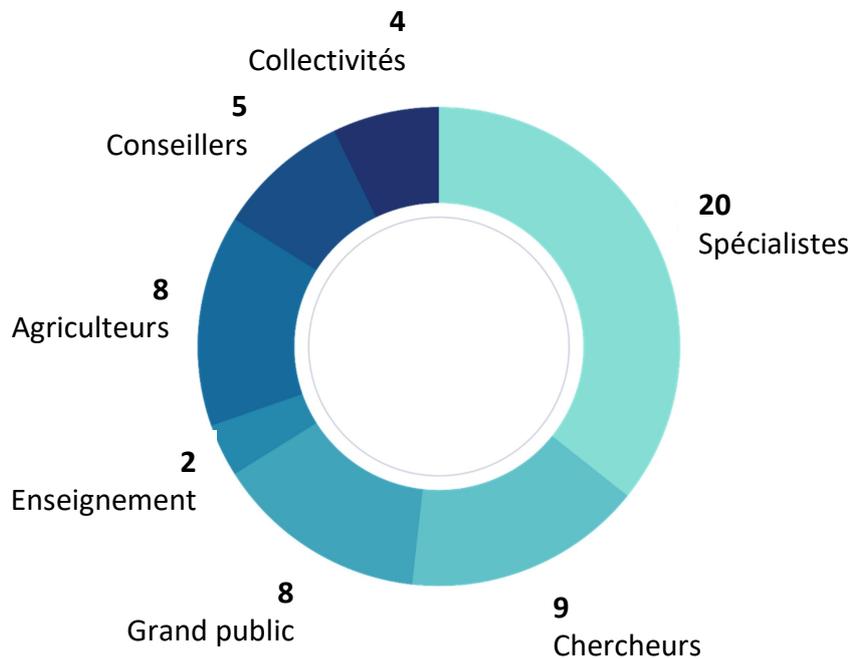
- *Publics ciblés des sites analysés*

Parmi toutes les plateformes étudiées, différentes cibles sont visées et toutes ne s'adressent pas aux mêmes publics. Nous avons identifié 7 publics différents :

- Les spécialistes
- Les chercheurs
- Le domaine de l'enseignement (enseignants et étudiants)
- Le grand public
- Les agriculteurs
- Les conseillers
- Les collectivités

Le graphique ci-dessous montre la proportion des publics ciblés par les plateformes analysées.

Proportion des publics ciblés par les sites web analysés



- *Référencement*

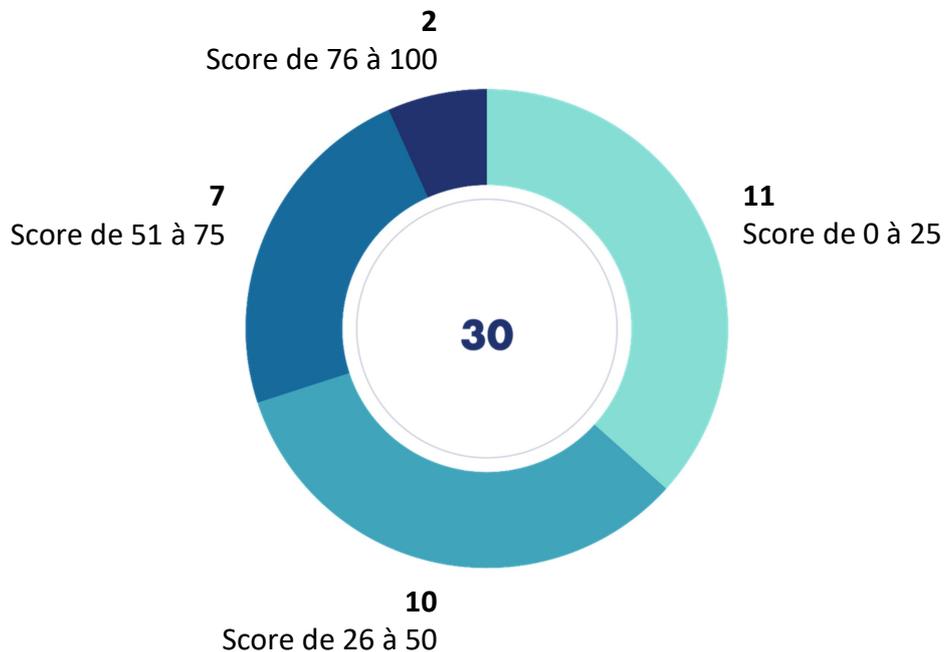
Le référencement peut se définir comme la manière d'utiliser des techniques d'SEO (Search Engine Optimisation) afin d'optimiser la position d'un site web dans les premières pages des moteurs de recherche. Avoir un bon référencement est indispensable pour atteindre deux objectifs : générer du trafic sur un site web et « convertir » les internautes à ce dernier. Certains points sont à prendre en compte afin d'obtenir un bon référencement comme :

- La longueur du titre
- La présence d'une méta-description
- La quantité de liens retours ou « backlinks » (plus ces liens sont nombreux et de bonne qualité plus l'autorité du site sera élevée et alors mieux référencée).

Dans le cadre de notre benchmark nous avons étudié ces 3 points grâce aux outils SEO Quake et AHREFS Domain Rating. De manière générale la longueur des titres des sites analysés a une bonne longueur mais 17 sites ne proposent pas de méta-descriptions sur leur page d'accueil. L'autorité des sites peut être représenté sous forme de score et ce dernier se mesure grâce à la quantité des backlinks et à la crédibilité de ces derniers.

Cependant ce n'est pas parce qu'un site à un score relativement bas que la qualité des informations qu'il partage ne sont pas bonnes, cela veut dire que peu de sites renvoient vers ce dernier et donc qu'il ne fait pas autant autorité qu'un site avec un score élevé. Le graphique ci-dessous représente les intervalles des scores obtenus par les sites web analysés.

Résultats des scores d'autorité obtenus par les plateformes analysées

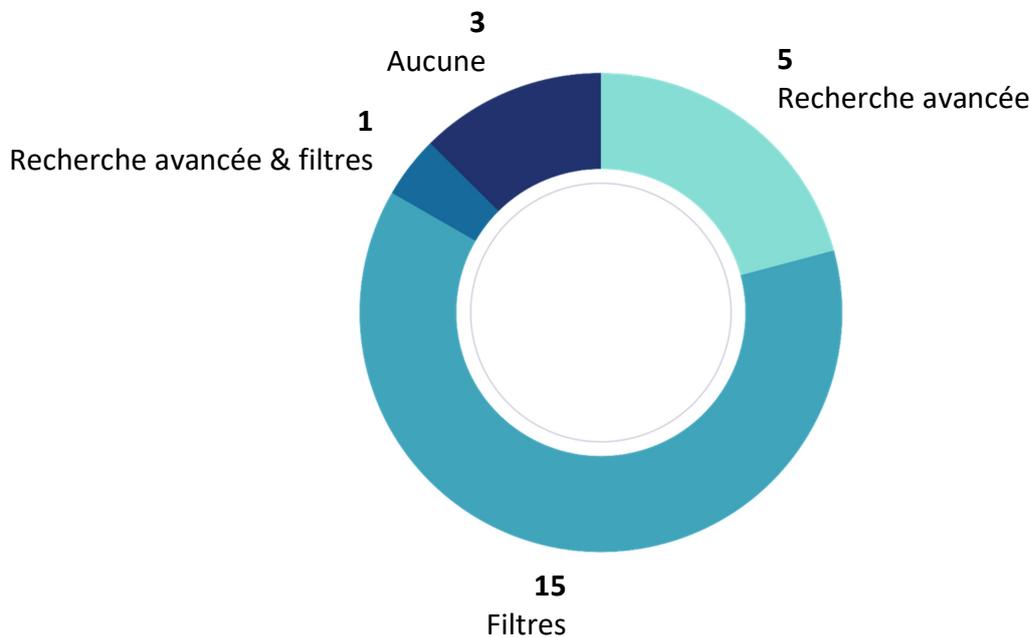


- *Recherche d'information et moteur de recherche*

Pour faciliter la recherche d'information sur un site web il est important de proposer aux utilisateurs un moteur de recherche interne. Cependant toutes les plateformes analysées ne disposent pas de cette fonctionnalité, en effet 3 sites (sites vitrines et non collaboratifs) sont dépourvus de moteur de recherche. À l'inverse 27 sites en proposent un.

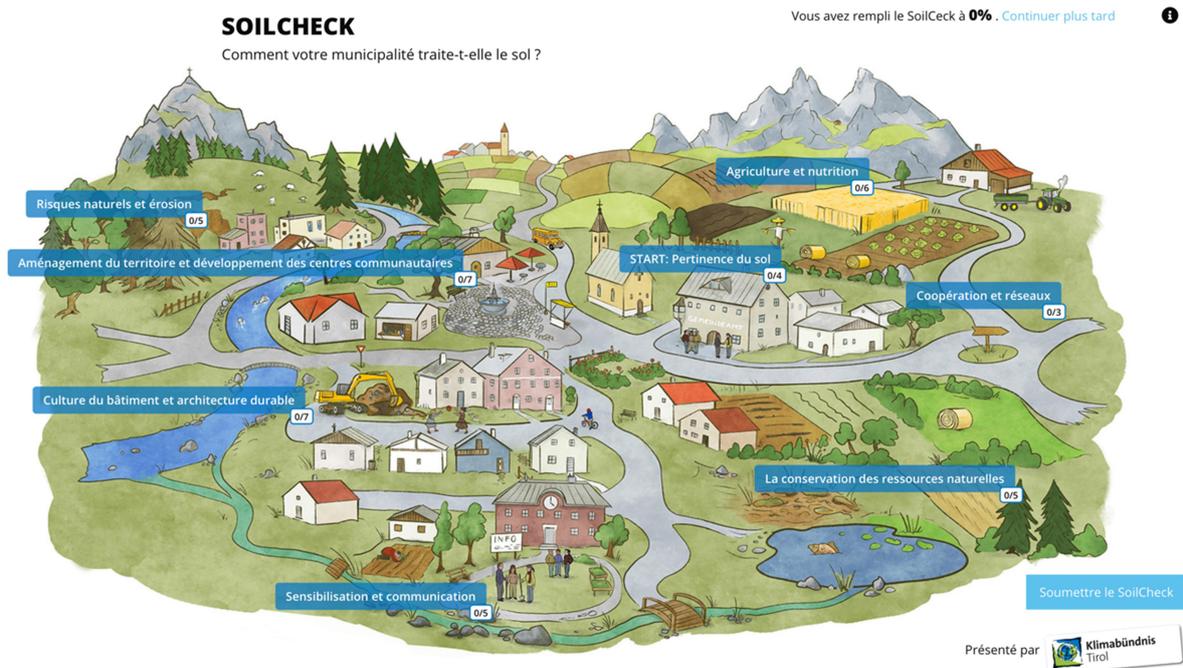
Parmi les 27 sites qui possèdent un moteur de recherche certains proposent des fonctionnalités supplémentaires comme la possibilité d'appliquer des filtres (par auteur, date, lieu, type de ressources, etc.) ou encore d'accéder à une recherche avancée comme en témoigne le graphique ci-dessous.

Fonctionnalités supplémentaires d'un moteur de recherche utilisées par les plateformes



- Exemple d'un service pertinent proposé par une plateforme non collaborative

Même s'ils ne sont pas collaboratifs, certains sites ont mis en place des éléments intéressants et pertinents au regard de la future plateforme collaborative e-Sol. Par exemple le site web *The Alpine Soil Platform* a mis en place un questionnaire interactif qui s'appelle SoilCheck dont le but est de donner des idées pour gérer durablement les sols. Ci-dessous quelques illustrations du questionnaire.



PRÉSERVER L'AVENIR: RISQUES NATURELS ET ÉROSION

Le sol naturel et cultivé de manière durable protège contre les risques naturels et garantit un avenir sûr.

[Retour à la vue d'ensemble](#)

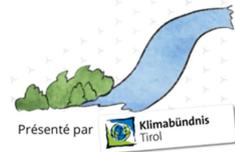


Question 1/5

[Question suivante](#)

Nous plantons, labourons et gérons les zones sur les pentes de façon appropriée afin d'éviter l'érosion excessive du sol, le ruissellement des éléments nutritifs et les glissements de terrain.

oui non je ne sais pas



B. Questionnaire

Nous avons estimé qu'il était nécessaire d'approfondir l'analyse des sites qui nous paraissaient les plus pertinents. Pour se faire nous avons effectué des entretiens avec ces derniers. Voici la liste des sites concernés :

- ISRIC
- GEOBON
- Triple Performance
- CIRCASA
- Wikhydro
- Transiscope
- La Fabrique des Mobilités
- UK Soils

Pour récupérer des informations pertinentes nous avons décidé de contacter les plateformes francophones via appel téléphonique et visioconférence. Pour les plateformes anglophones nous avons élaboré un questionnaire en ligne. Parmi les sites sollicités deux sites francophones et un site anglophone ont répondu à nos questions.

1. Triple Performance

Quelles sont vos cibles ? C'est les agriculteurs.

Quel était le besoin initial exprimé ? La genèse du projet était de construire une plateforme autour de la notion de l'open source et du collaboratif. De plus, il y avait la volonté d'introduire des outils numériques performants au domaine de l'agriculture et d'être le plus inclusif possible dans les sujets traités.

Quels étaient les objectifs ? Fournir un complément d'information sur l'agriculture en plus des entreprises spécialisées dans les études de marché. En termes de statistiques nous avons un objectif de 10.000 inscrits et de 100.000 visiteurs (pour l'instant il y a 200 comptes et 30 contributeurs)

Depuis quand le site est en ligne ? Depuis quelques mois.

Pensez-vous apporter des améliorations/changements à votre plateforme ? La plateforme souhaite favoriser au maximum le côté social de plateforme.

Contrôlez-vous les ressources qui sont publiées sur la plateforme ? Non, cependant la plateforme invite les contributeurs sur Slack afin de parler en amont sur certains sujets avant de commencer la rédaction des articles. Sur ce Slack il y a des animateurs qui accompagnent les potentiels contributeurs. De plus, quand un contributeur publie un article la plateforme reçoit des notifications en fonction de la publication/modification des articles.

Quel est le mode de validation des ressources partagées ? Les articles ont une volonté à être autocorrigé par les utilisateurs de la plateforme, de ce fait la plateforme met l'accent sur une modération *a posteriori*. De plus, la plateforme met à disposition un formulaire qui aide à la publication des retours d'expériences.

Combien de personnes sont dédiées à l'animation du site ? Actuellement il y a 2 personnes qui travaillent pour créer du contenu et qui animent les réseaux sociaux. Ainsi la plateforme est présente sur beaucoup de groupe Facebook et publie régulièrement des post (à chaque publication d'article sur la plateforme) pour tenir informé les membres des groupes (2000 vues en moyenne). Les articles qui marchent le mieux sont les retours d'expériences.

Combien de visiteurs mensuels ? 10.000 pages vues par mois.

Combien de temps cela vous a pris pour mettre en place votre plateforme ? Le développement de la plateforme a été assez rapide grâce à des développeurs freelance et à une agence de design à qui ils ont laissé les « clés ». Le développement a pris plus ou moins un an et nous agrémentons la plateforme au fur et à mesure.

Combien votre plateforme vous a-t-elle coûté ? Nous avons investi depuis le début de la plateforme environ 200.000 euros.

Êtes-vous passé par un prestataire externe ? Oui par une agence de design précédemment citée, cela nous a coûté environ 50.000 euros.

2. Transiscope

Quelles sont vos cibles ? Tous les citoyens qui s'intéressent aux transitions et initiatives citoyennes.

Quel était le besoin initial exprimé ? La plateforme est partie d'un constat : quand une personne arrivait dans un nouveau territoire ou alors qu'elle souhaitait se renseigner sur les différentes initiatives citoyennes, elle était perdue parmi un flux important d'information. Beaucoup d'initiatives utilisaient leur propre cartes et outils ce qui poussaient le citoyen à multiplier ses recherches.

Comment avez-vous recueilli les besoins ? Le recueil des besoins s'est fait de manière plutôt informelle à l'occasion de réunions conviviales et détendues mais aussi grâce à des ateliers et des événements.

Quels étaient les objectifs ? Il y a eu une certaine volonté de la part des collaborateurs de cette plateforme de regrouper et de capitaliser toutes les informations vis-à-vis des initiatives citoyennes en un seul et même endroit. Il y a aussi une certaine volonté d'établir des projets inter organisations. L'un des principaux objectifs était de réaliser une méta-carte qui regroupe les données d'une trentaine de cartes. Il y a aussi une certaine volonté de mettre en place une interopérabilité des données.

Depuis quand le site est en ligne ? Le site est en ligne depuis 4 ans.

Quelles personnes sont autorisées à partager des ressources sur votre plateforme ? Les personnes autorisées à partager des ressources sont celles qui sont qualifiées de « sources ». Pour devenir « source » d'information il faut remplir un formulaire qu'un groupe de travail de 4-5 personnes évaluera les réponses. La plupart des sources actuelles sont des associations.

Contrôlez-vous les ressources qui y sont publiées ? Une fois les « sources » déterminées toutes les informations qu'elles ajoutent sur leur propre carte sont automatiquement transférées sur celle du Transiscope toutes les 24h. Il y a un « pont » qui se fait grâce à une API entre les cartes des « sources » et celle du Transiscope. La plateforme se veut comme un agrégateur de contenu. Dans cette perspective la plateforme est plus quantitative que qualitative.

Combien de visiteurs mensuels ? Il y a en moyenne 4000 visiteurs par mois.

Combien de temps cela vous a pris pour mettre en place votre plateforme ? Trois aspects du développement ont pris un certain temps : le développement du système d'agrégation des données, la taxonomie (élaboration des filtres du moteur de recherche) et l'élaboration de la charte de la plateforme. On peut compter environ 2 ans de développement.

Combien ça a coûté ? Une partie du développement a été réalisé par un développeur de manière rémunérée et une autre partie du développement a été réalisée sur la base du bénévolat. Le développement de l'agrégateur de données et le développement d'une carte qui permet l'interopérabilité des données (GogoCarto) représente un coût d'environ 30.000 euros.

3. Circasa

Quels étaient les objectifs de votre plateforme ? Renforcer la communauté internationale sur le piégeage du carbone dans le sol et fournir une plateforme pour partager les informations et les données.

Quel était le besoin initial exprimé ? Le principal besoin identifié était de renforcer la recherche collaborative, le partage des données et rassembler les projets dans le monde entier.

Comment avez-vous recueilli les besoins ? Les besoins ont été recueillis par le biais d'un « comité d'utilisateurs de la plateforme » composé de différents acteurs du domaine de la séquestration du carbone dans les sols (chercheurs, agriculteurs, gestionnaires de projets, etc.).

Quelles sont vos cibles ? Nos cibles sont assez larges et notre plateforme s'adresse à tout le monde que ce soit les chercheurs, les spécialistes, des entreprises privées, des agriculteurs ou le tout public.

Quelles personnes sont autorisées à partager des ressources sur votre plateforme ? Les administrateurs, les contributeurs et les utilisateurs/visiteurs de la plateforme.

Contrôlez-vous les ressources qui sont publiées sur votre plateforme ? Oui, nous utilisons une modération *a posteriori*.

Combien de personnes sont dédiées à l'animation du site ? Une seule personne.

Combien de visiteurs mensuels avez-vous ? Environ une vingtaine de visiteurs par mois.

Avez-vous un système d'adhésion ? Oui, il a été construit par notre développeur, il offre la possibilité de publier votre contenu, de voir le contenu des autres (données, projets, messages) et d'accéder à notre système d'information sur les connaissances.

Comment mesurez-vous les statistiques de votre site web ? Via Google Analytics.

Avez-vous une des règles/une charte pour partager des ressources ? Non.

Depuis combien de temps votre plateforme est-elle en ligne ? Moins d'un an.

Combien de temps cela vous a pris pour développer votre plateforme ? Un an et demi.

Combien cela a coûté ? Environ 70.000 euros.

Êtes-vous passé par un prestataire externe ? Oui, nous avons fait appel à EKOAL pour tout le développement de la plateforme.

Quelles sont vos perspectives pour l'avenir de votre plateforme ? Nous aimerions améliorer le système d'information sur les connaissances et se concentrer sur la valeur ajoutée de la plateforme.

Avez-vous rencontré des difficultés lors du développement de votre plateforme ? Oui au niveau du budget et du temps.

4. ISRIC – World Soil Information

Quels étaient les objectifs de votre plateforme ? L'objectif principal était de devenir le centre d'information de référence et d'information pédologique.

Comment avez-vous recueilli les besoins ? Les besoins ont été recueillis grâce à des ateliers collaboratifs, des enquêtes, des réunions nationales et internationales et des projets.

Quelles sont vos cibles ? La plateforme s'adresse principalement aux chercheurs, aux spécialistes, aux collectivités publiques et aux entreprises privées.

Qui est autorisé à partager des ressources sur votre plateforme ? Uniquement les administrateurs et les contributeurs.

Contrôlez-vous les ressources publiées sur votre plateforme ? Oui par le biais d'une modération *a posteriori* et *a priori*.

Combien de personnes sont dédiées à l'animation du site ? Il y a un webmaster dédié, avec le soutien de plusieurs chercheurs et de notre responsable de la communication.

Est-ce que le référencement (SEO) est important pour vous ? Oui.

Combien de visiteurs mensuels consultent votre site web ? Il y a eu environ 94.000 visiteurs durant le 2^{ème} trimestre 2021, donc approximativement 31.000 visiteurs par mois.

Avez-vous un système d'adhésion ? Non.

Comment mesurez-vous les statistiques de votre site web ? Grâce à différents outils de consultation de statistiques web comme Matomo par exemple.

Avez-vous des règles pour partager des ressources ? Oui, elles sont définies dans notre politique de données (<https://www.isric.org/about/data-policy>)

Depuis combien de temps votre plateforme est-elle en ligne ? La première version de la plateforme a été mise en ligne au début des années 90. La version la plus récente date de 2016/2017.

Combien de temps cela vous a pris pour développer votre plateforme ? Cela a pris environ 2 ans pour développer la nouvelle version de la plateforme.

Combien de personnes ont été impliquées dans le développement de la plateforme ? Nous avons engagé (la plupart en temps partiel) un webmaster, deux consultants et un responsable de projet dédié. Enfin tout le personnel s'est impliqué dans le développement de la plateforme pour les sessions sur l'identification des besoins des utilisateurs et le développement du contenu.

Avez-vous fait appel à un prestataire externe ? Oui, à un expert en conception web pour développer les fonctionnalités de la plateforme (utilisation de l'outil Drupal).

Avez-vous apporté des améliorations/changement à votre site web ? Oui, nous avons fait une révision totale de la plateforme pour sa nouvelle version.

Comptez-vous apporter des améliorations/changement à votre plateforme prochainement ? Notre plateforme est en perpétuel développement dans le but de toujours servir au mieux les besoins de notre communauté.

Avez-vous rencontré des difficultés lors du développement de votre plateforme ? Oui, des difficultés techniques.

III. Préconisations – à rédiger