



AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-memoires-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10

http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php

<http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm>

Université de Lorraine

Faculté de Pharmacie

www.laudio.fr

Le premier site francophone
d'échanges internationaux des
audioprothésistes

Mémoire en vue de l'obtention du
Diplôme d'Etat d'Audioprothésiste

ELOFER Nathalie

Année 2011

Laudio.fr est un site internet permettant aux élèves audioprothésistes d'effectuer leurs stages au sein de laboratoires situés à l'étranger tel que le Canada, la Belgique ou la suisse.

Vous y trouverez les différents annuaires des pays ainsi que les maitres de stages agréés par nos écoles mais également les annales des examens nécessaires à tout étudiant.

DIPLÔME D'ÉTAT D'AUDIOPROTHÈSE
PROMOTION 2011



www.laudio.fr

**Le premier site francophone d'échanges
internationaux des audioprothésistes**

INTRODUCTION.....	1
I. Présentation du projet.....	2
A. La genèse de l'idée.....	2
B. La réponse à une demande.....	3
C. Le concept.....	4
II. La conception du site.....	5
A. La mise en place du site.....	5
1. Le nom de domaine.....	5
2. L'hébergeur.....	6
3. Choix du moteur de création.....	7
B. Le visuel.....	8
1. Le logo.....	8
2. Les couleurs.....	9
C. Définition du contenu.....	10
1. Choix des sections.....	10
a) Mon compte.....	10
b) Annonces.....	11
c) Annuaire.....	12
d) Les maîtres de stages.....	13
e) Les mémoires.....	14
f) Actualités.....	15
g) Forum de discussion.....	15
2. Choix des bannières.....	16
D. Initialisation des données.....	17
1. Recherche et imports des données.....	17
a) Annuaire de France.....	17
b) Annuaire du Canada.....	17
c) Maîtres de stages.....	18
d) Mémoires.....	18
2. Quelques chiffres.....	19
E. Optimisation du site.....	21

1.	Le référencement	21
a)	Référencement naturel.....	21
b)	Inscriptions sur les annuaires	21
c)	Inscriptions sur les moteurs de recherche	22
d)	Positionnement dans les résultats des moteurs de recherche	22
e)	Référencement payant	23
2.	Contrôle des données	24
III.	La politique de communication.....	25
A.	Cible	25
1.	National.....	25
2.	International	26
a)	A l'échelle européenne.....	26
b)	A l'échelle internationale	27
B.	Plan de communication	28
1.	Congrès	28
2.	Conférences.....	28
3.	Outils de communications.....	29
a)	Les t-shirt et casquettes	29
b)	Les cartes de visites.....	29
c)	Flyers.....	30
IV.	Résultats	31
A.	Statistiques de connections.....	31
B.	Objectifs en chiffres	33
C.	Retour utilisateurs	35
V.	Conclusion.....	36
	BIBLIOGRAPHIE	37
	ANNEXES	38

INTRODUCTION

Au cours de ces trois années d'études, j'ai pu acquérir grâce à l'activité intense de mes professeurs une certaine expérience théorique du travail d'audioprothésiste. Et grâce à mes maîtres de stages, j'ai pu acquérir une expérience professionnelle. Et il est vrai qu'une expérience linguistique ne pouvait qu'enrichir mon savoir.

C'est donc pour cela que j'ai tenté, avec l'aide de mon école ainsi que de mes professeurs, de mêler mon expérience professionnelle à une expérience linguistique. J'ai pu ainsi effectuer l'un de mes stages au Canada. Ayant été confrontée à certaines difficultés lors de ma recherche, j'ai donc pris l'initiative de créer un site internet afin d'améliorer et de faciliter les échanges au sein d'un réseau en pleine expansion.

Afin de comprendre aux mieux ce projet, vous pourrez suivre sa conception et le plan de communication qui s'en suit, nous pourrons ainsi étudier les résultats qui en découlent pour conclure.

I. Présentation du projet

A. La genèse de l'idée

Tout a débuté avec l'envie de faire ma propre expérience à l'étranger. Pour ce fait, j'ai pris l'initiative de faire ma dernière année de stage à l'étranger.

J'ai donc commencé par rédiger mon CV en anglais (Annexe 1).

J'ai ensuite ciblé les pays où je souhaitais partir.

Initialement, je souhaitais faire mon stage dans un pays anglo-saxon, j'ai donc commencé par chercher tous les audioprothésistes se trouvant à New York, Miami, Londres. Une des premières difficultés à laquelle je me suis confrontée fut qu'il n'y avait pas d'audioprothésistes mais des audiologistes. Qualification que l'on différencie par le nombre d'années d'étude et par le fait qu'ils ont la possibilité de prescrire des ordonnances médicales. J'ai tout de même envoyé bon nombre de CV vers tous les audiologistes référencés que j'ai pu trouver sur internet.

Je n'ai donc toujours pas laissé mes objectifs de côté et j'ai continué en élargissant mon champ de recherche. Il est vrai qu'initialement mon but était de pouvoir améliorer mon anglais, voyant que cela allait être difficile, j'ai quand même privilégié le fait qu'une expérience à l'étranger pouvait avoir d'autres avantages que d'améliorer mon anglais.

J'ai donc commencé à chercher en Guadeloupe, Réunion, Martinique, Tahiti, Canada, Italie.... Enfin un peu partout !

L'Italie me plaisait bien, pour moi c'était l'occasion d'apprendre une nouvelle langue. J'ai donc communiqué avec le groupe Audika principalement, car ils sont présents sur le marché italien. C'était pour moi l'occasion de découvrir leur façon de travailler, et en même temps de pouvoir leur montrer les différentes méthodes que j'avais pu apprendre à l'école et au cours de mes stages précédents.

En même temps, j'ai continué à envoyer des CV vers le monde entier. Je me suis débrouillée pour trouver un maximum d'adresses sur internet, ce qui m'a pris beaucoup de temps. Et il est vrai que l'idée de faire ce site internet m'est venue de là. Cela m'aurait vraiment beaucoup aidé si un tel site avait existé.

Finalement, j'ai commencé à avoir quelques retours positifs, le premier fut de Tahiti, puis également du Canada. Il est vrai que le Canada m'attirait un peu plus car je savais que j'aurais l'occasion de parfaire un peu plus mon anglais.

J'ai donc choisi le Canada où j'ai pu parfaire mon anglais et où j'ai également eu l'occasion de rencontrer des audiologistes de New York, et y voir une nouvelle façon de travailler.

Une fois mon stage trouvé et exécuté, j'ai remarqué dans mon entourage que beaucoup d'étudiants de Paris, de Nancy, de Fougères et même du Canada se sont intéressés de près à mon expérience mais qu'ils pensaient que trouver un audioprothésiste à l'étranger était trop

compliqué. Pour moi j'ai eu beaucoup de mal à trouver, car il n'existe pas de relation internationale dédiée à l'audioprothèse.

D'où l'idée de créer ce site pour permettre de réaliser un réseau de communication entre les différents pays principalement francophones. Et permettre aux étudiants mais également aux audioprothésistes d'échanger leurs connaissances, leurs méthodes de travail et d'apprendre.

Finalement l'idée est partie des difficultés abordées pour trouver un stage à l'étranger et pour répondre à une demande existante.

B. La réponse à une demande

A travers ce site, j'ai voulu cibler les audioprothésistes d'une part, et les étudiants d'autre part, afin de leur permettre de découvrir de nouvelles choses. Un stage à l'étranger ne permet pas seulement d'apprendre une nouvelle langue mais également, elle permet de se découvrir soi même, de découvrir une nouvelle culture, une autre mentalité.

J'espérais un peu avec ce site internet établir une sorte d'Erasmus sur tous les pays francophones dédiés aux étudiants audioprothésistes.

Ce programme permettrait ainsi d'améliorer et d'augmenter la mobilité étudiante, ainsi que la transparence et la compatibilité des qualifications dans l'enseignement supérieur et la formation professionnelle.

Ainsi Laudio.fr contribue à la réalisation d'un espace international francophone de l'enseignement supérieur en poursuivant plusieurs objectifs opérationnels dont :

- l'amélioration de la qualité et l'accroissement du volume de la mobilité étudiante
- L'amélioration de la qualité et l'accroissement du volume de la coopération multilatérale entre les différents établissements tels que les collèges nationaux ou les écoles permettant la formation d'audioprothésistes

Laudio.fr serait ainsi le Premier programme international, qui favoriserait les actions de mobilités (période de **stage**) dans tous les pays francophones pour les étudiants.

C. Le concept

Pour répondre à cette demande, j'ai donc pris l'initiative de créer un site internet pour permettre l'installation d'un réseau d'accès à l'échelle internationale.

Le concept est simple, créer une liaison internationale pour tous les audioprothésistes du monde et permettre ainsi l'installation d'un réseau de communication à l'échelle mondiale.

Pour cela quoi de plus judicieux que d'utiliser un réseau déjà préexistant qu'est internet. En effet cela permet à tous les audioprothésistes de pouvoir s'échanger des informations sur des nouveautés, sur des avis ou sur des méthodes.

De la même façon, le fait de créer ce site, permet une ouverture et un lien sur des réseaux déjà existants nationaux et de pouvoir les unir.

De même pour répondre à une forte demande, nous avons créé ce réseau pour tous les étudiants afin qu'ils puissent effectuer différents stages à l'étranger. En effet une expérience à l'étranger permet d'enrichir sa communication, son expérience linguistique, son expérience personnelle et permet un échange d'étudiant au cours du cursus scolaire.

Laudio.fr est un réseau de communication social sur Internet permettant à toute personne possédant un compte de pouvoir y déposer une annonce, dont nous pouvons contrôler la visibilité par les autres personnes, possédant un compte. L'usage de ce réseau s'étend du simple partage d'informations sur des emplois, stages, baux commerciaux ou matériels (par le biais de moteurs de recherche) à la constitution d'un forum pour permettre de se connecter en ligne pour faire appel aux réseaux (forum en construction qui permettrait de discuter en direct)

Pour des raisons de facilités, nous avons donc commencé par cibler les pays francophones, tel que la France, la Belgique, la Suisse et le Canada. Dans un avenir plus lointain et en fonction du résultat, nous espérons pouvoir toucher d'autres pays principalement anglo-saxons selon la demande.

II. La conception du site

A. La mise en place du site

1. Le nom de domaine

Le nom de domaine est le nom donné à un serveur ou à un groupe d'ordinateurs sur Internet, afin de le localiser géographiquement pour le transfert des données. On accède à un site web grâce à son nom de domaine suivi de 2 ou 3 lettres comme .com.net ou .fr par exemple.

Toute machine sur Internet est identifiée par une suite de chiffres (adresse IP) difficilement mémorisables. Pour simplifier cette identification, il a été décidé de faire correspondre à chaque adresse IP un nom différent : le nom de domaine.

Un nom de domaine est constitué d'une suite de caractères (de A à Z, de 0 à 9 et le tiret) correspondant au nom d'une société, d'une marque, d'une association, d'un particulier, etc. ; et d'un suffixe appelé aussi TLD (.fr, .de, .ca, .net, .com, etc.)

Initialement il est vrai que nous cherchions un nom de domaine pouvant accueillir l'extension .com. Ce qui aurait été beaucoup plus judicieux étant donné que le but de ce site était une ouverture internationale. Mais hélas c'est une des premières difficultés à laquelle nous nous sommes confrontée. En effet les deux noms de domaine sélectionnés n'étaient plus disponibles avec l'extension.com. Cependant nous restons dans l'attente concernant « laudio.com », car le nom de domaine a bien été réservé mais il n'y a pas de site actif pour cette extension.

Nous avons donc décidé de laisser en instance l'extension car il est nécessaire de renouveler notre nom de domaine chaque année. Nous espérons donc ainsi que l'extension soit disponible dans un avenir proche.

Pour notre site nous avons longuement hésité, nous étions parti initialement sur un nom de domaine plus cohérent mais un peu plus long, nous hésitions donc entre les deux noms. Pour ce fait, nous avons acheté les deux noms de domaine le temps de se décider.

Nous présentons donc le site aujourd'hui sous le nom de « laudio.fr » mais nous avons également la possibilité de le transférer vers « laudition.fr ».

Il est donc composé de trois parties :

- Le préfixe www ;
- Le radical choisi par le titulaire du nom de domaine « laudio »
- Le suffixe .fr... communément appelé "extension". Il existe deux grandes catégories d'extensions : les domaines de premier niveau et les domaines de second niveau.

Un nom de domaine peut comporter jusqu'à 69 caractères.

Il peut être actif (il désignera un site Internet) ou inactif (il donnera accès à une page d'erreur); le nom de domaine inactif est enregistré, mais non installé sur un serveur DNS. En l'occurrence « laudio.com » est inactif, comme nous l'expliquions précédemment.

En effet il arrive très souvent que des noms de domaine soient réservés mais seulement dans un but commerciale afin de pouvoir vendre le nom par la suite. De plus il est nécessaire de renouveler chaque année l'achat du nom de domaine donc nous ne perdons pas espoir pour que cette extension réapparaisse sur le marché

Il est particulièrement difficile, au stade actuel de l'évolution juridique des noms de domaine, d'en donner une définition précise et certaine, mais nous pouvons faire quelques propositions.

Le professeur Loiseau propose la définition suivante :

Ce serait "l'enseigne sous laquelle une entreprise exploite, sur le réseau de l'internet, un établissement virtuel auquel une clientèle peut s'adresser pour obtenir des biens ou des services (c'est la boutique électronique) ou s'informer de l'activité commerciale qu'elle exerce" [1]

On peut néanmoins proposer une définition plus large :

« Le nom de domaine, dès lors qu'il est exploité, peut être défini comme le signe distinctif unique et ubiquiste permettant d'accéder à un site Internet identifiable, sous lequel une personne physique ou morale propose, à titre gratuit ou onéreux, des biens ou des services de natures diverses. » [2]

2. L'hébergeur

Un hébergeur Internet (ou hébergeur Web) est une entité ayant pour vocation de mettre à disposition des internautes des sites web conçus et gérés par des tiers.

Il donne ainsi accès à tous les internautes au contenu déposé dans leurs comptes par les webmasters souvent via un logiciel FTP ou un gestionnaire de fichiers en l'occurrence pour nous « LWS ». Pour cela, il maintient des ordinateurs allumés et connectés 24 heures sur 24 à Internet (des serveurs web par exemple) par une connexion à très haut débit, sur lesquels sont installés des logiciels : serveur HTTP (souvent Apache), serveur de messagerie, de base de données...

La principale activité de l'hébergeur internet consiste à installer ses serveurs, à les sécuriser (par une alimentation électrique ondulée, secourue par un groupe électrogène, une salle climatisée équipée de dispositifs anti-incendie), à les tenir à jour en installant les mises à jour de sécurité pour éviter les attaques malveillantes, à les réparer en cas de panne, à y installer les technologies logicielles souhaitées par les clients ou qu'il souhaite leur offrir (comme les langages de programmation internet et les modules supplémentaires de ces langages).

L'hébergement Internet trouve sa justification par diverses raisons parmi lesquelles :

- la nécessité de sécuriser le service hébergé,
- la mise à disposition par le prestataire de ressources conséquentes
- le conseil et les services de support associés.

L'hébergement internet est une mise à disposition d'un espace disque sur un serveur web afin qu'il puisse diffuser de l'information par le biais d'un site web sur la toile.

C'est enfin un ensemble de prestations assuré par un fournisseur spécialisé pour permettre à tout un chacun de communiquer des informations ou proposer des services via Internet par le biais de pages web regroupées sur un site.

Les prestations offertes par un hébergeur sont en général la mise à disposition d'un espace disque sur un serveur web.

3. Choix du moteur de création

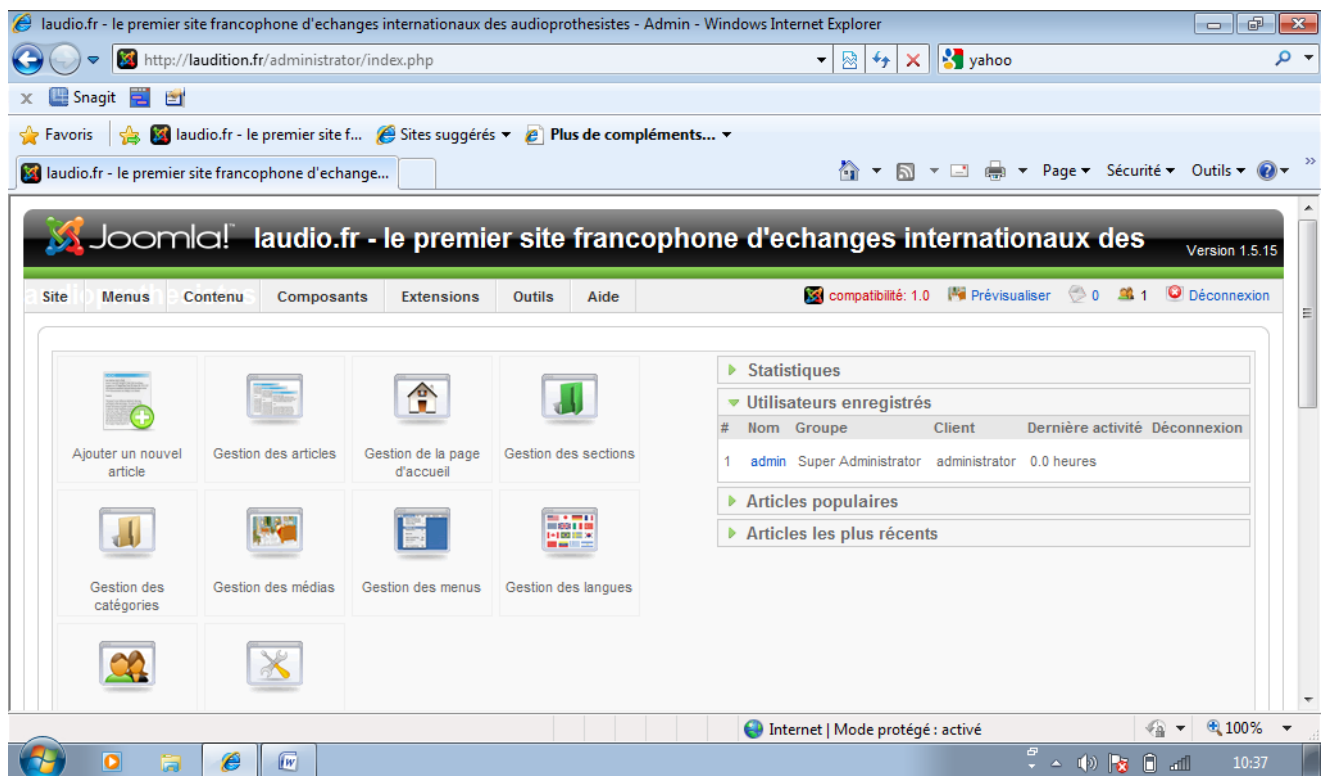
En ce qui concerne le choix du moteur de création, ce ne fut pas très compliqué, en effet nous n'avons pas de formation de base en informatique donc l'idée même de créer un site internet pouvait nous effrayer.

C'est pourquoi notre choix fut très restreint, le seul moteur de création susceptible de convenir à des novices en informatiques voulant se lancer dans la création d'un site internet fut JOOMLA.

JOOMLA est un système de gestion de contenu web. La création du site peut se faire entièrement en ligne, elle ne nécessite ni logiciel spécifique à installer, ni connaissance particulière en programmation.

Construire un site et notamment ajouter certaines extensions complémentaires tels que les moteurs de recherche, requiert tout de même quelques connaissances de base, il a donc bien fallu s'initier au monde de l'informatique et de Joomla.

Ainsi pour la construction ou la modification du site, il suffit d'avoir une connection internet et de rentrer dans notre compte administrateur qui se présente ainsi :



The screenshot shows the Joomla! administrator interface for the website 'audio.fr'. The browser window title is 'audio.fr - le premier site francophone d'échanges internationaux des audioprothésistes - Admin - Windows Internet Explorer'. The address bar shows 'http://laudition.fr/administrator/index.php'. The Joomla! logo and site name are visible at the top. The interface includes a navigation menu with options like 'Site', 'Menus', 'Contenus', 'Composants', 'Extensions', 'Outils', and 'Aide'. A sidebar on the right displays statistics and a list of registered users.

#	Nom	Groupe	Client	Dernière activité	Déconnexion
1	admin	Super Administrator	administrator	0.0 heures	

B. Le visuel

1. Le logo

Il est généralement intéressant dans toutes sortes de situations de disposer d'un logo conjuguant un certain nombre de caractéristiques positives, en quelques points, il doit être :

- facile à mémoriser (repérer).
- esthétique.
- facile à lire.
- faire passer quelque chose de positif pour que sa contemplation soit agréable.
- si possible aboutir à une sorte d'unanimité pour les points précédents.

Un des choix les plus judicieux reste donc celui du logo. En effet, il représente l'idée même du projet. En l'occurrence pour un site internet qui a pour but la création d'un réseau de communication à l'échelle internationale, il était donc nécessaire de représenter une sphère pour l'assimiler à cette ouverture.

Nous avons donc choisi deux éléments essentiels pour notre logo, une sphère, symbole de la terre et donc de l'ouverture sur le monde, et une oreille symbole de l'audioprothésiste.

Ces deux éléments assemblés représentent ainsi l'ouverture d'un réseau d'audioprothésistes à l'échelle internationale.

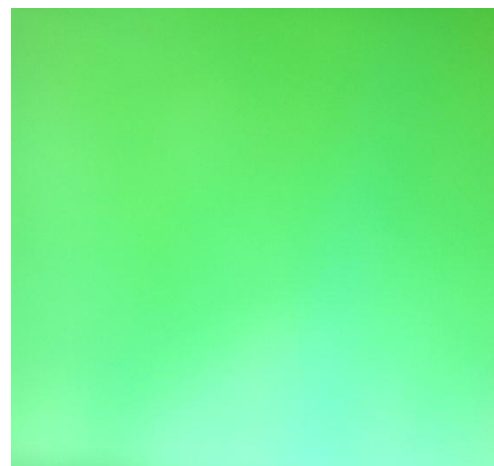
2. Les couleurs

Le graphisme d'une page Web (couleur, architecture, typographie...) n'a pas seulement un rôle esthétique. Il doit guider le regard vers les informations importantes et indiquer comment les consulter et naviguer des unes aux autres. Un site bien dessiné est un site qui se pilote intuitivement.

Après l'invention de l'édition classique par Gutenberg au 15ème siècle, 100 ans furent nécessaire avant que ne se banalisent sommaires, index, thésaurus, glossaires, titres courants, numéros de page... Le web a moins de 10 ans et ses systèmes de repérage ne sont pas encore standardisés. Si les systèmes traditionnels s'appliquent, de nouveaux apparaissent : liens hypertextes, menus de navigation, reconstruction dynamique de la mise en page... L'imprécision des conventions impose une grande rigueur aux webmasters qui sont libres d'imaginer le futur mais doivent garder à l'esprit le côté pratique d'un site. Tout effet graphique doit être aussi fonctionnel. Faire beau ne suffit pas. Il faut faire beau tout en améliorant l'ergonomie. Il faut bien définir le style du site : couleur, polices, rythme des colonnes, illustrations...

Et c'est dans cette optique que nous avons pu établir un pannelle de couleur qui pourraient s'allier avec les éléments de notre site. Une des fonctions importantes à prendre en considération et donc à ne pas négliger est le style de notre site. Nous devons garder en vue que nous représentons un site dédié aux audioprothésistes et donc qu'il est lié au métier paramédical.

Pour ce fait, notre plage de couleur s'est donc réduite aux couleurs bleu et vert dans un premier temps. Puis il a fallu choisir entre les différentes nuances de couleurs proposées. Une fois que nous avons sélectionné la couleur verte, nous avons du choisir les différents effets. En l'occurrence nous avons choisi un léger dégradé de vert clair vers une nuance de blanc éclatant que vous trouverez ci-dessous.



C. Définition du contenu

1. Choix des sections

Pour composer le site internet, nous l'avons découpé en plusieurs sections, qui constituent notre barre des menus. Pour ce fait, nous nous sommes référé à mon expérience précédente, En effet, nous avons voulu regrouper les différents accès sur lesquels j'ai pu rencontrer des difficultés lors de ma recherche de stages au cours des années précédentes. Ils se présentent sous la forme ci-dessous :

a) *Mon compte*

Dans un premier lieu nous avons constitué une section « mon compte » elle permet de s'inscrire pour les nouveaux adhérents du site d'une façon très simplifiée, juste en précisant son nom, prénom, adresse mail, et mot de passe.

Cela donne aux adhérents, une certaine sécurité pour leurs informations et pour nous même afin de garder un œil et de pouvoir contrôler l'accès au site et aux informations laissées.

Remarquons que certaines sections du site ne sont accessibles que pour les personnes inscrites.



b) Annonces

La section des annonces est une des sections difficile à mettre en place. En effet, elle nécessite un moteur de recherche et il est vrai qu'il nous a été très difficile de trouver le bon moteur de recherche et d'essayer de l'adapter à nos besoins. De plus elle fait partie des sections qui nécessitent une véritable activité sur le site. Nous espérons atteindre cette activité une fois les mailings envoyés aux audioprothésistes.

Comme on peut le constater ci-dessous, nous avons divisé cette section en différentes catégories. Nous avons donc différencié d'une part les offres et les demandes, et nous les avons réparties selon les quatre catégories suivantes :

- Les « CDI » pour les offres et les demandes d'emploi sur du long terme.
- Les « CDD » pour toutes les offres et demandes de remplacement tels que les congés maternités, les extras saisonniers, ou les arrêts maladies...
- Les « STAGES » pour cibler tous les étudiants désireux de faire un stage à l'étranger ou sur le plan national, de même que les audioprothésistes désireux d'intégrer les listes de maîtres de stage et d'être reconnu au sein du collège national d'audioprothésiste.
- Les « BAUX COMMERCIAUX ET LE MATERIEL », pour toute personne à la recherche d'un local commercial pour une reprise ou pour les personnes cédant leur activité. De même nous avons trouvé judicieux d'y intégrer une plateforme pour le matériel, ce qui à l'avenir permettrait aux audioprothésistes d'y trouver ou d'y vendre du matériel d'occasion.

The screenshot displays the website interface for LAUDIO.FR, titled 'LE PORTAIL FRANCOPHONE DE L'AUDIOPROTHÈSE'. The main navigation bar includes 'MON COMPTE', 'ANNONCES' (indicated by a black arrow), 'MAITRE DE STAGES', 'ANNALES', and 'ACTUALITÉS'. On the left, there is a 'CONNEXION' section with input fields for 'Identifiant' and 'Mot de passe', a 'Se souvenir de moi' checkbox, and a 'Connexion' button. Below it is the 'MENU PRINCIPAL' with 'Home' and 'Rechercher' options. The central content area is titled 'Les Dernieres Annonces' and 'Petites Annonces', featuring a welcome message and links to 'Ecrire une annonce', 'Toutes les Annonces', 'Mon profil', 'Mes Annonces', and 'Regles'. It lists four categories: 'CDI' (Offre d'emploi - Demande d'emploi), 'CDD' (Offre d'emploi - Demande d'emploi), 'Stage' (Offre d'emploi - Demande d'emploi), and 'Materiel & Baux Commerciaux' (A vendre - Recherche). A footer at the bottom contains copyright information: 'Copyright © 2011 All Rights Reserved. Contact' and 'Designed By Iovanna Stone'.

c) *Annuaire*

Les annuaires nous ont demandé énormément de travail. En effet, nous avons différencié plusieurs catégories d'annuaire et pour cela nous avons dû rentrer un à un chaque élément de l'annuaire.

Nous avons, dans un premier temps, différencié les annuaires d'audioprothésistes. Nous avons donc créé des sous catégories pour les audioprothésistes de France, Belgique, Suisse et Canada. Ainsi il a fallu retranscrire l'intégralité des adresses de chaque audioprothésiste dans un tableau Excel comme nous l'indiquons un peu plus loin.

Dans un second temps, nous avons créé une catégorie permettant de répertorier les différentes écoles et formations existantes. On y trouve les cinq différentes écoles nationales telles que Nancy, Paris, Fougères, Montpellier et Lyon, de même que les différentes formations à l'étranger telles que l'Institut Marie Haps en Belgique ou l'Ordre des Audioprothésistes du Canada.

Dans un troisième temps, nous avons répertorié les différents groupements présents sur le marché d'audioprothèse ainsi que les différents fabricants de prothèses auditives. Nous avons également créé une section prothèses auditives pour y insérer sous forme de tableau les différentes prothèses présentes sur le marché.

Une dernière catégorie a été créée permettant de répertorier la plupart des prothèses auditives présentes sur le marché.



d) Les maîtres de stages

Afin de faciliter le choix de stages pour les étudiants, nous avons créé une section répertoriant les maîtres de stages agréés par les différentes écoles. Nous avons ainsi constitué une liste générale à partir de chacune des listes de maître de stage des écoles.

Cela permet de faciliter la mobilité de chaque étudiant et ainsi leur permettre également de bénéficier de l'accès aux maîtres de stages à l'étranger ayant déjà accueilli des élèves de France. Remarquons également que cette accessibilité fonctionne également pour les élèves étrangers désireux d'effectuer un stage en France.

Nous considérons cette section comme étant une plateforme importante de la création du réseau d'échanges.

The screenshot shows the homepage of LAUDIO.FR. At the top, the logo 'LAUDIO.FR' is displayed in large green letters, with the tagline 'LE PORTAIL FRANCOPHONE DE L'AUDIOPROTHÈSE' underneath. To the right is a green circular icon with a white question mark. Below the header is a navigation bar with the following items: 'MON COMPTE', 'ANNONCES', 'ANNUAIRE', 'MAITRE DE STAGES' (highlighted with a green box and an arrow), and 'MEMOIRES'. The main content area is divided into several sections: on the left, a 'CONNEXION' section with input fields for 'Identifiant' and 'Mot de passe', a 'Se souvenir de moi' checkbox, a 'Connexion' button, and links for 'Mot de passe oublié', 'Identifiant oublié', and 'Créer un compte'; below that is a 'MENU PRINCIPAL' with 'Home' and 'Rechercher' options. In the center, there is a large light blue box with the text 'laudio.fr - le premier site francophone d'échanges internationaux des audioprothésistes' and a smaller box below it with 'Congrès des Audioprothésistes'. On the right, there is a vertical sidebar titled 'NOS PARTENAIRES' containing the text 'ESPACE PARTENAIRE' written vertically. At the bottom right of the sidebar is a section titled 'LES PLUS TÉLÉCHARGÉS'. The footer contains the text 'Copyright © 2011 All Rights Reserved. Contact' and 'Designé by [unreadable]'.

e) *Les mémoires*

C'est à la suite d'une demande faite par des étudiants que nous avons inséré cette nouvelle section.

Cette section s'est avérée être très utile. Elle regroupe tous les sujets de mémoires déjà existants avec la date de soutenance ainsi que le nom du candidat.

Cela permet aux étudiants de se renseigner sur l'existence d'un sujet similaire et de pouvoir, par la suite, s'y référer en complément d'aides pour son mémoire.



f) Actualités

En ce qui concerne l'actualité, il n'est pas très évident de tenir à jour le site internet quotidiennement. Nous avons donc créé cette section afin d'informer les adhérents des différentes dates importantes du calendrier telles que les dates des examens, les dates des différents congrès français et internationaux, les EPU et ainsi y ajouter certains commentaires sur le déroulement des événements.

Par la suite il serait intéressant de pouvoir y trouver l'actualité des nouveaux produits, des nouvelles méthodes de travail ou des nouveaux concepts.



g) Forum de discussion

Le choix de faire ou non un forum de discussion reste très compliqué, en effet normalement il est préférable d'attendre que le site internet soit bien engagé sur le réseau pour faire fonctionner un forum. Si un site est peu actif, il est difficile de faire vivre un forum, il faut donc normalement attendre qu'un certain nombre de fidèles soit inscrit. Cependant, étant donné que notre cible principale reste les étudiants, j'ai eu une forte demande pour la réalisation d'un forum en ligne qui permettrait à tous les inscrits de pouvoir communiquer en direct lorsqu'ils sont confrontés à une quelconque difficulté.

2. Choix des bannières

Pour définir brièvement la "bannière pub" on pourrait dire qu'il s'agit de "petites" images allongées, souvent animées, qui ralentissent le chargement d'une page web, qui perturbent sa lecture et finalement qui agacent singulièrement les internautes.

La "Bannière" est une forme de publicité sur le World Wide Web. Cette forme de publicité en ligne consiste à inclure une annonce sur une page Web. L'objectif est d'attirer le trafic d'un site web en faisant un lien avec celui de l'annonceur.

L'annonce se base sur une image, un programme javascript ou un élément multimédia utilisant des technologies comme le Java, ou Flash, souvent animé ou accompagné de son pour maximiser sa présence. L'image a généralement une forme allongée (en largeur ou en hauteur) d'où la référence aux "bannières".

Ces images sont généralement placées sur des pages web qui ont un contenu intéressant, comme des articles de journaux ou des billets d'humeur.

On peut en conclure que la présence de bannières pub est un gage de qualité pour une page Web.

Pour notre site, nous avons préféré éviter d'insérer une quelconque publicité de fournisseur. Afin de garnir notre site, nous avons donc inclus comme bannières les photos des événements en cours.

Ainsi pour le congrès des audioprothésistes, nous y avons inclus la bannière du collègue national avec un lien direct sur leur site à chaque clic sur la publicité.

D. Initialisation des données

1. Recherche et imports des données

Pour la recherche des données en France, nous avons fait appel à l'annuaire des audioprothésistes. Je ne vous cacherai pas que cela représente la plus grosse charge de travail de toute la constitution du site internet.

En effet nous avons dû retranscrire le livre de l'annuaire sur un tableau Excel en différenciant bien le nom de la société, le nom de l'audioprothésiste, son prénom, l'adresse du laboratoire, son téléphone, son email ainsi que le site web pour certaines enseignes. Seulement en comptant la France, nous avons recensé près de 3000 audioprothésistes. Nous en avons fait de même pour l'annuaire du Canada, de Belgique et de Suisse avec environ 1000 audioprothésistes.

Pour le Canada, la recherche des données fut simple à partir d'un annuaire que j'avais pu me procurer lors de mon dernier stage. Pour la Suisse et la Belgique, ce fut un peu plus compliqué, nous avons dû recenser les différents audioprothésistes à partir de recherche de site tel que les pages jaunes en France.

Vous trouverez ci-joint des extraits de retranscription d'annuaire :

a) Annuaire de France

	B	C	D	E	F	G
23	Jean-Yves Dubor	23 Boulevard Joseph Poulenc	0565440602	0565447878		www.entendre.fr
24						
25						
26						
27	Rue Ferrer	Pierre-Philippe Bribes	0565600462	0565609187		
28						
29	2 Place Des Halles	Caroline Artières	0565603457	0565614641		www.umm.fr
30						
31	14 Boulevard de l'Ayroille	Jean-Louis Gauffrès	0565604215			
32						
33						
34						
35	5 Avenue Victor Hugo	Thierry Rutkowski	0565756262	0565756215		
36						
37	Avenue de l'hôpital	Jean-Luc Robert	0565731224	0565680635		
38						
39	5 place d'armes	0565737293	0565737294		auditionconseil.rodez@wanadoo.fr	
40						
41	2 Bis rue Villaret	Bruno Gaillac	0565735975	0565735936		www.udsmatm.fr
42						

b) Annuaire du Canada

CANADA							
	Amer-Ouali Djame	1600, boulevard Le Corbusier	Laval	H7S1Y9	4 506 881 989	4 506 884 128	djamelamerouali@hotmail.com
	Amer-Ouali Amina	585, rue Sainte Catherine	Quebec	H3B3Y5	5 142 848 719	5 142 848 961	amina_amer_ouali@hotmail.com
	Amer-Ouali Nacima	7895, boulevard des Galeries	Anjou	H1M1W6	5 143 539 276	5 143 512 917	nassima_aom@hotmail.com
	Amer-Ouali Tahar	585, rue Sainte Catherine	Quebec	H3B3Y5	5 142 848 719	5 142 848 961	tamerouali@yahoo.ca
	Aquin Catherine	2348, rue Jean-Talon Est	Montréal	H2E1V7	5 147 214 616	5 147 214 618	
	Aubry-Couture Maryse	383, boulevard du Séminaire	St-Jean-sur-Richelieu	J3B8C5	4 503 599 008	4 503 599 019	maubrycouture@legroupeforget.com
	Badeaux Lucie	1900, boulevard des Récollets	Trois-Rivieres	G8Z4K4	8 193 734 111	8 193 734 034	
	Barbieri Giovanni	1396, rue Sainte Catherine	Quebec	H3G1P9	5 148 661 687	5 148 664 442	barbierig@sympatico.ca
	Bard André	641, 4e Rue Ouest	Amos	J9T2S1	8 197 320 720	8 197 324 773	
	Barrette Amélie	9335, boulevard du Centre	Hos Charny	G6X1L7	4 186 234 667	4 186 236 644	decibex@total.net
	Beauchamp Manon	450, chemin Ste-Foy	Québec	G1S2J5	4 186 881 430	4 186 883 635	claudprevost@oricom.ca
	Beauchesne Louis	2348, rue Jean-Talon Est	Montréal	H2E1V7	5 147 214 616	5 147 214 618	lbeauchesneaudio@bellnet.ca
	Beaudry Claude	1435, rue King Ouest	Sherbrooke	J1J2C1	8 195 665 661	8 195 646 911	
	Beaumont Sarah	800, boulevard Chomedey	Laval	H7V3Y4	4 506 820 054	4 506 820 348	sbeaumont@legroupeforget.com
	Bechiri Abdelaziz	585, rue Sainte Catherine	Quebec	H3B3Y5	5 142 848 719	5 142 848 961	abechiri@hotmail.com
	Begnoche Cedric	600, boulevard du Séminaire	St-Jean-sur-Richelieu	J3B7B4	4 503 494 343	4 503 484 884	
	Béliveau Laraine	500, boulevard de l'Hopital	Gatineau	J8V2P5	8 192 436 258	8 192 438 069	caronf1@videotron.ca

c) Maîtres de stages

Chaque école d'audioprothèse constitue sa propre liste de maîtres de stage. Une mise à jour est effectuée tous les trois ans. Après s'être renseigné auprès du Collège National d'Audioprothèse nous avons constaté qu'il n'existe pas à ce jour de liste commune répertoriant tous les maîtres de stages agréés. De ce fait, nous avons tenté de réunir toutes les listes de chaque école afin de les réunir et constituer une liste de maîtres de stage générale en y intégrant les maîtres de stages des pays francophones.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
90	DORDOGNE	BALET DOMINIQUE	8 BIS AVENUE D AQUITAINE	24000	PERIGUEUX	05 53 09 83 47			
91	DOUBS	HANS ERIC	133 GRANDE RUE	25000	BESANCON	03 81 81 22 00	DYAPASON		
92			29 RUE GEORGES CLEMENCEAU	25200	MONTBELIA	03 81 91 25 43	DYAPASON		
93		PIERRE HUGUES SCHIRF	22 RUE DE LA REPUBLIQUE	25000	BESANCON	03 81 50 47 09	AUDITION SANTE		
94	DROME	GREGORY MICHELARD	18 AVENUE PIERRE SEMARD	26000	VALENCE	04 75 41 30 64	AUDITION CONSEIL		
95	FINISTERE	FRANCOIS GERBES	48 RUE DU CHATEAU	29200	BREST	02 98 43 13 74	AUDIKA		
96		BRICE JANTZEM	4 SQUARE DU COMMANDANT L HERMINIER	29200	BREST	02 98 33 70 66	ENTENDRE		
97		CAROLINE BORDEAU M	13 RUE DUGUAY TROUIN	29100	DOUARNEN	02 98 11 04 99	AUDIO 2000		
98	GARD	JEAN YVES MICHEL	502 AVENUE JEAN PROUVE	30972	NIMES	04 66 04 30 10	AUDITION MUTUALISTE		
99		DENIS BLANC	6 BOULEVARD ALPHONSE DAUDET	30000	NIMES	04 66 21 06 45	AUDITION CONSEIL		
100	HAUTE GARONNE	FREDERIQUE VIGNAULT	44 ALLEE CHARLES DE FITTE	31300	TOULOUSE	05 61 59 06 07	DYAPASON		
101	GIRONDE	BAPTISTE BOUCHER	93-95 AVENUE THIERS	33100	BORDEAUX	05 56 86 22 11			
102		STEPHANE ALMODOVAR	45 RUE FONDAUDEGE	33000	BORDEAUX	05 56 44 89 93	AMPLIFON		
103		MICHEL BOURDIN	88 BOULEVARD DUPRESIDENT WILSON	33000	BORDEAUX	05 56 96 97 71			
104	HERAULT	SEBASTIEN DICOURTIEL	43 QUAI DU VERDANSON	34000	MONTPELLIE	04 67 79 04 89	ENTENDRE		
105	ILLE ET VILLAIN	FRANK LEFEVRE	18 RUE CAPITAIN ALFRED DREYFUS BP 80142	35101	RENNES	02 99 79 25 25	AUDITION CONSEIL		
106			7 RUE DU GENERAL DE GAULLE BP 56148	35761	SAINT GREG	02 99 68 77 68	AUDITION CONSEIL		
107		ANNE FRANGEUL	61 RUE SAINT HELIER	35000	RENNES	02 99 67 90 91			
108		PHILIPPE LOUCHEZ	1-5 RUE BAHON RAULT	35000	RENNES	02 99 38 24 24	AMPLIFON		
109	INDRE ET LOIRE	JEAN JACQUES BLANCHE	66 RUE BERNARD PALLISSY	37000	TOURS	02 47 60 60 00	AUDILAB		
110	ISERE	CHRISTIAN BROCARD	101 COURS JEAN JAURES	38000	GRENOBLE	04 76 84 44 00	ENTENDRE		
111		DANIEL BERTRAND	1 RUE FREDERIC TAULIER	38000	GRENOBLE	04 38 37 24 24	AUDIO 2000		

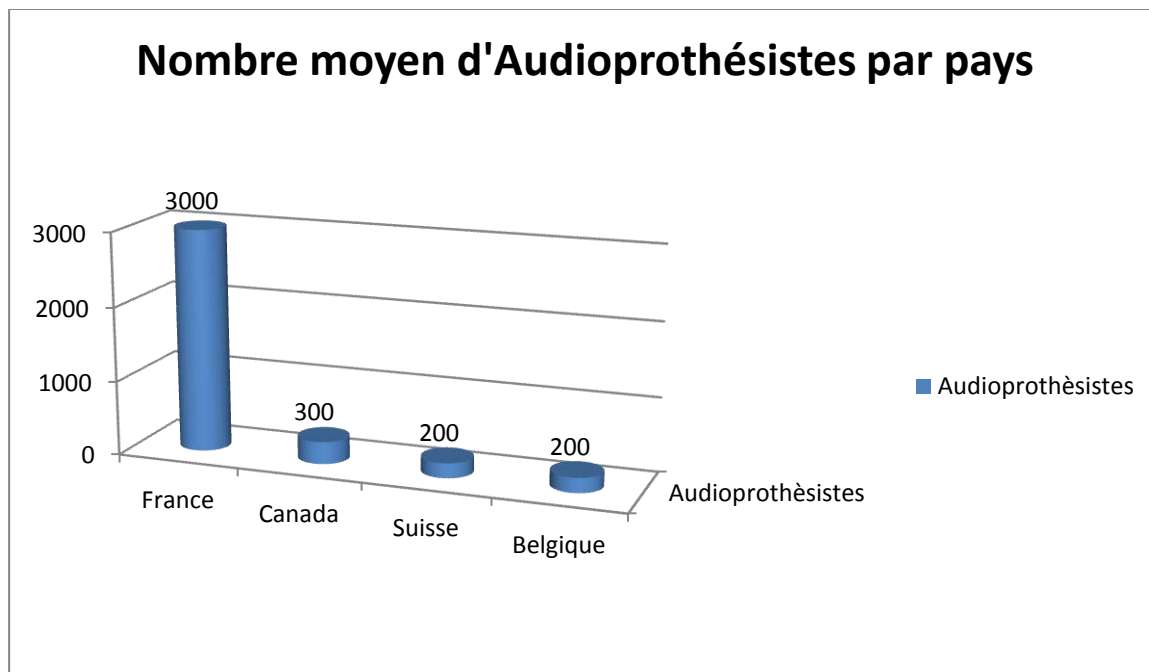
d) Mémoires

Intégrer une liste des mémoires au sein du site internet permet aux élèves de pouvoir se renseigner sur le sujet déjà existant. Nous avons donc répertorié tous les sujets de mémoire existants depuis les années 1980 à aujourd'hui à l'aide des différentes écoles qui ont pu nous fournir ces listes.

LISTE MEMOIRES AUDIOPROTHESE		
Année	Titre	Auteur
1982	Patient âgé présentant une pathologie auditive nécessitant le port d'une prothèse correctrice	F. VIGNAULT
1982	Sénescence et surdité	A. VAN MALDERREN
1982	La compression	B. TOULOUSE
1982	Les acouphènes et leurs masquages	F. TILLEAU
1982	Appareillage stéréophonique	R. MEYER
1982	L'auramétrie	B. LE SOURD
1982	Intérêts et modalités de l'appareillage précoce dans la surdité du premier age	Ph. LECONTE
1982	Surdité et médicaments : appareillages des surdités médicamenteuses	G. GODKINE
1982	Écoute magnétique tome 1	E. GAUTRON
1982	Écoute magnétique tome 2	E. GAUTRON
1982	Appareillage par voie osseuse et aérienne simultanément	St. DEYS
1982	Temps de réaction temps de latence	M.c. DEMAY
1982	L'intra auriculaire	P. BRECCQUEVILLE
1982	Bruit et recherche du confort	F. BONNAN
1982	Seuil strapédien - seuil d'inconfort	M. BERAHA
Année	Titre	Auteur
1983	Du dépistage à l'appareillage de la surdité	J.P. MILLER

2. Quelques chiffres

Afin d'établir la meilleure communication possible pour notre réseau, nous avons établi un inventaire des différents audioprothésistes existants dans chaque pays ainsi que du nombre d'écoles présentes sur le marché et offrant une formation d'audioprothésistes.



Grâce à ce recensement des écoles ouvertes à la formation, nous avons une indication du nombre d'élèves moyen sortant diplômé chaque année pour chaque pays.

En France près de 120 étudiants sortent diplômés chaque année. Si l'on considère qu'une classe compte environ 30 élèves cela représente alors près de 450 stagiaires par an en France. (regroupant les trois années)

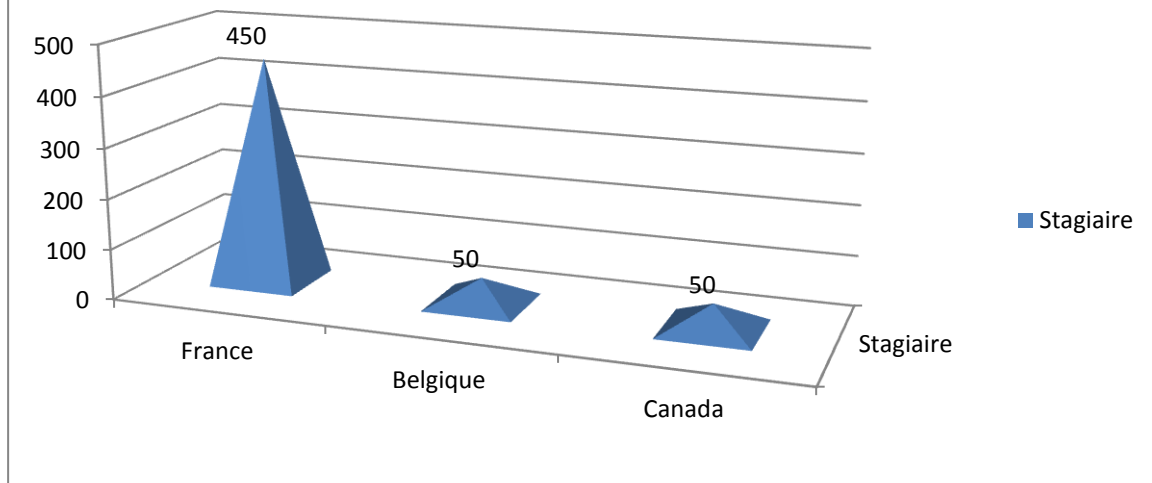
Au Canada seule une moyenne de 25 étudiants sortent diplômés chaque année et ils n'ont à effectuer que deux stages de 5 semaines au cours de leurs cursus scolaire, ce qui équivaut à près de 50 étudiants en stage chaque année.

Pour la Belgique, il en est de même que pour le Canada, nous avons également près de 50 étudiants en stage par année.

Ce qui nous amène à penser que près de 500 élèves par an choisissent leur stage et donc que ce site concerne près de 500 étudiants par an.

Remarquons que nous n'avons pas obtenu les données concernant la Suisse.

Nombre de stagiaire moyen par an et par pays



Vous pouvez trouver ci-joint la proportion d'écoles présentes sur le marché pour chaque pays.

Nombre d'Ecoles par pays



E. Optimisation du site

1. Le référencement

Sur internet, faire un lien d'une page A vers une ressource B, c'est y faire référence et donc référencer la ressource B depuis la page A. Par vulgarisation, l'action générique d'inscription dans les moteurs de recherche s'est vue appelée référencement. Aujourd'hui sa pratique s'articule autour des outils de recherche, plus particulièrement des moteurs et des annuaires de recherche, en tentant d'améliorer le positionnement d'un site (et donc sa visibilité) dans leurs pages de résultats.

Pourtant, le référencement web s'articule par la mise en place de deux stratégies distinctes et complémentaires : le référencement naturel (ou organique) et le référencement payant (ou liens sponsorisés).

La première stratégie passe par une phase d'indexation (prise en compte) du site par les outils de recherche (parfois après inscription), puis par une phase de positionnement de ces sites dans les résultats naturels des outils de recherche lors d'une recherche faite par les internautes. D'aucuns font ainsi la distinction entre référencement (être présent dans une base de données) et positionnement (y être visible). La seconde stratégie s'apparente à de l'achat d'espace où des budgets de publicité sont investis sous forme d'enchères

« La position sur les moteurs de recherche est une des principales sources de création de trafic sur un site web aujourd'hui. En effet, il permet aux internautes d'accéder à un site sans connaître son adresse. Un bon référencement sur Internet est essentiel puisque le premier lien rafle à lui seul 42% des clics et les 3 premiers en totalisent 60%, ne laissant ensuite que 6 à 3% de clics aux liens situés après eux. L'afflux principal provient des moteurs de recherche, mais nombre de visiteurs passent également par des annuaires. On trouve également de plus en plus de sites de bookmarks (marque-pages), qui permettent aux internautes de conserver les adresses de leurs sites préférés, commerciaux ou non. »*Source Wikipédia*

a) Référencement naturel

Comme précédemment précisé, deux phases se distinguent : l'inscription dans les outils de recherche et l'amélioration du positionnement d'un site. Or les outils de recherche sont classés en deux catégories : les annuaires et les moteurs.

b) Inscriptions sur les annuaires

Brièvement, un annuaire Web est un site classant de façon thématique les sites qu'il sélectionne lui même ou qui lui sont soumis. Des éditeurs analysent alors le contenu des pages et créent des résumés de leurs contenus dans le but d'orienter les visiteurs. Les annuaires proposent une recherche par catégories et sous-catégories. Il existe des milliers d'annuaires dits spécialisés ou généralistes (exemple : Google !ou Yahoo!).

Pour améliorer le positionnement de son site sur les annuaires, il n'existe qu'une technique : la soumission manuelle de son URL aux différents annuaires qui se laissent par la suite (ou pas) le droit de valider ou non la soumission.

Les critères d'acceptation d'un site sur un annuaire sont larges, citons :

Le contenu du site : le site doit correspondre à une thématique entrant dans une catégorie de l'annuaire. (Entre autre le paramédical !)

La qualité du site : est-ce un site ayant suffisamment de contenu ? Ce contenu est-il régulièrement mis à jour ? Y a-t-il beaucoup de visiteurs sur ce site ? Le site bénéficie-t-il d'ancienneté ?

c) Inscriptions sur les moteurs de recherche

Il s'agit d'ajouter des pages web à l'index d'un moteur de recherche. Les principaux moteurs de recherche sont capables de détecter les nouveaux documents sur le web (et les nouveaux sites). Cette phase n'est donc plus aussi demandeuse de ressources qu'auparavant, bien qu'il soit toujours conseillé de soumettre aux outils de recherche, via des formulaires qu'ils proposent, une liste des URL du site (ou bitmaps) pour en faciliter son exploitation par les moteurs. Le référencement se fait ainsi naturellement.

d) Positionnement dans les résultats des moteurs de recherche

Le positionnement d'une ressource (et donc sa visibilité) dans les résultats de recherche est la conséquence d'un contenu qui, selon le moteur, répond à la recherche d'un internaute et est considéré par ses tiers comme la référence sur son domaine.

Pour cela, il est avant tout nécessaire :

- d'identifier ce que recherchent les internautes (= quels sont les mots clés utilisés)
- d'adapter sa ligne éditoriale en fonction du lexique utilisé par les internautes et donc d'organiser les contenus d'un site en fonction des besoins/recherches des internautes
- de rédiger habilement les URL de ces contenus, de les transférer efficacement (HTTP) et de formater (HTML) correctement l'information.

La visibilité d'un document sera ainsi naturelle et dépend directement de la qualité du contenu apporté. En effet, un contenu de qualité est souvent référencé par d'autres sites : le contenu, parce que populaire ou considéré comme la référence sur son domaine, sera ainsi positionné en tant que tel (comme la référence/en première position) dans les résultats de recherches.

C'est le principe même du référencement naturel, et c'est la méthode que *laudio.fr* s'est attiré. Nous avons ainsi répertorié tout le lexique paramédical lié à l'audioprothèse (tel que, entendre, audio, son, signal, prothèse, appareil.... Mais également mal orthographié de sorte à augmenter notre référencement naturel).

Quelques critères de positionnement :

Le titre et la description apparaissent directement dans les résultats de recherche (limitation de caractères : titre = 100 caractères / description = 200 caractères et plus).

Le site a donc tout intérêt à enrichir son code source en mots clés pertinents. Pour ce faire, il convient de faire une étude de mots clés très pointue afin d'optimiser toutes les pages du site.

Ces mots clés doivent être sélectionnés en fonction :

- de l'activité du site
- du positionnement de ses concurrents directs : il est primordial que « notre » site figure là où figurent ses concurrents dans les résultats de Google !
- du volume de recherche des mots clés choisis : Google fournit en libre accès ses statistiques sur le volume de recherche de tous les mots clés tapés sur son moteur de recherche (classement sur une échelle de 1 à 10)

Certains mots-clés étant demandés moins de fois par jour pourraient être distribués dans une compétition restreinte et ainsi augmenter vos chances de visibilité auprès de ceux qui recherchent par des mots-clés plus spécifiques et inconnus des compétiteurs directs. C'est-à-dire qu'il n'est pas nécessaire d'utiliser des mots-clés fortement demandés, si par exemple vous voulez voir votre site en première position rapidement, un mot-clé demandé, moins de fois par jour serait distribué dans moins de pages sur le Web. Si on compare un nombre de requêtes effectuées par les internautes se chiffrant à 100 par jour comparativement à 3000 par jour, on aurait tendance à placer toutes nos énergies sur ce dernier. Par contre, il pourrait être distribué dans des millions de pages, ce qui rendrait plus difficile un bon positionnement avec ce mot-clé très populaire. Il ne faut pas sous-estimer un rendement à partir de 100 requêtes par jour, car au bout d'un mois ça représente quand même 3000 internautes susceptibles de voir votre site. Je n'ai dit pas ici qu'il ne faut pas faire des efforts avec le mot-clé populaire, comme je l'ai déjà mentionné un mot-clé faisant l'objet de 3000 requêtes par jour serait un candidat idéal pour la création de notre URL.

Une étude exhaustive de mots-clés a pour but de vérifier les requêtes réelles, effectuées par les internautes intéressés à un domaine d'affaire, propice au succès d'un démarrage de commercialisation d'un site Web, offrant les biens et services qu'il recherche.

Le temps de chargement et de rapidité d'apparition est également un facteur pour Google...

e) Référencement payant

L'achat de liens sponsorisés consiste simplement en l'achat de mots clés comme par exemple sur l'interface Google Adwords. Le site en question achète par exemple 100 mots clés qu'il aura jugés pertinent (selon une étude préalable).

Cependant, il faut bien préciser que cette pratique ne peut en aucun cas se substituer au positionnement naturel : il s'agit plutôt d'une technique complémentaire visant le court terme (par exemple à l'occasion d'un lancement de site ou d'une campagne promotionnelle).

D'ailleurs, les statistiques montrent que les internautes cliquent en premier sur les liens dits naturels plutôt que les liens payants ; c'est pour cela que nous ne l'avons pas utilisé.

Voici un tableau de statistique sur les différents positionnements :

<i>Visibilité liens naturels vs liens payants</i>		
	<i>Visibilité des liens naturels (en % du taux de clic)</i>	<i>Visibilité des liens sponsorisés (en % du taux de clic)</i>
<i>Position n°1 dans le moteur de recherche</i>	100 %	50 %
<i>Position n°2 dans le moteur de recherche</i>	100 %	40 %
<i>Position n°3 dans le moteur de recherche</i>	100 %	30 %

Source : wikipedia

2. Contrôle des données

Le contrôle de données se fait par le biais de différentes chartes et décrets pour contrôler la sécurité de la personne. (Annexe 2)

Pour ce fait lors de la création d'un site internet nous pouvons nous informer de toutes les lois régissant la sécurité des données auprès de la CNIL :

La Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL)

La Commission nationale de l'informatique et des libertés est chargée de veiller à ce que l'informatique soit au service du citoyen et qu'elle ne porte atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques.

Elle exerce ses missions conformément à la loi informatique et libertés qui la qualifie d'autorité administrative indépendante

Pour ce fait vous trouverez en annexe une charte par laquelle laudio.fr est régis.

III. La politique de communication

La communication reste la meilleure étape pour pouvoir développer un tel réseau .Il est vrai qu'après mon stage de troisième année, j'ai moi-même pu me créer un petit réseau au sein des audioprothésistes ainsi qu'auprès de l'ordre des audioprothésistes du Québec. De même qu'en France et en Europe, grâce à mon école ainsi qu'aux autres étudiants ayant effectué un stage en Europe.

A. Cible

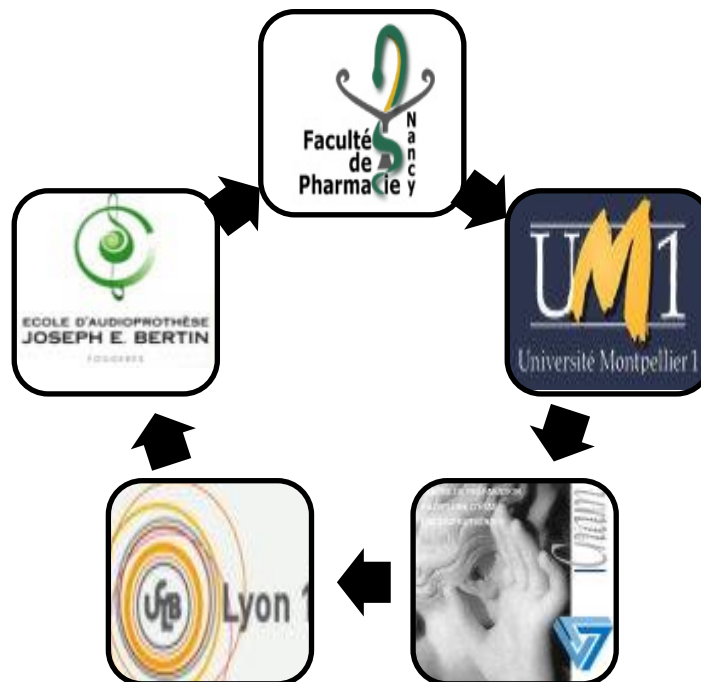
1. National

Sur le plan national, les premières cibles de notre site sont les étudiants, et le plus judicieux pour les contacter reste par le biais des écoles.

Nous avons donc recensé auprès des écoles les adresses mails de tous les étudiants en audioprothèse. Cependant ne pouvant obtenir toutes les adresses, nous nous sommes arrangé avec les écoles pour leur transmettre un mail de création ainsi que des flyers pour qu'elle puisse le transmettre directement aux étudiants.

Il est vrai que pour des raisons de sécurité et de confiance toutes les écoles n'ont pas pu me transmettre les mails des étudiants.

En France cinq écoles sont répertoriées, vous pouvez les trouver ci dessous :



2. International

a) *A l'échelle européenne*

Pour les pays francophone de la zone Européenne, nous avons recensé l'Institut Marie Haps en Belgique qui offre une formation d'audioprothésiste. Nous nous sommes mis en contact directement avec l'institut pour permettre de communiquer également avec les étudiants.

D'un point de vue européen un décret permet la reconnaissance des qualifications professionnelles pour les professions d'ordre paramédical.

Vous pouvez trouver ci joint les détails de ce décret :

PARAMEDICAUX EUROPEENS

- Le processus visant à accorder le droit d'exercice en France à des professionnels paramédicaux diplômés dans un autre pays de l'Union européenne a été revu depuis la parution au [Journal officiel du 28 mars 2010](#) du décret n° 2010-334 du 26 mars 2010 relatif à la reconnaissance des qualifications professionnelles requises des ressortissants des États membres de l'Union européenne ou des autres États parties à l'accord sur l'Espace économique européen pour l'exercice des professions médicales, pharmaceutiques et paramédicales et à la formation des aides-soignants, auxiliaires de puériculture et ambulanciers.
- Cette mesure n'est pas anecdotique puisqu'elle est susceptible d'intéresser plusieurs milliers de paramédicaux des États membres de l'Union européenne ou des autres États parties à l'accord sur l'Espace économique européen diplômés en tant que conseiller en génétique, infirmier, masseur-kinésithérapeute, pédicure-podologue, ergothérapeute, psychomotricien, orthophoniste, orthoptiste, manipulateur d'électroradiologie médicale, technicien de laboratoire médical, audioprothésiste, opticien-lunetier, prothésiste, orthésiste pour l'appareillage des personnes handicapées, diététicien, aide-soignant, auxiliaire de puériculture ou ambulancier.
- Écrit par Droit-medical.com Mardi, 09 novembre 2010 16:30
Lire la suite: <http://droit-medical.com/actualites/4-evolution/558-paramedicaux-europeens-droit-exercice-france#Z11G0pEbbT>

b) A l'échelle internationale

Grâce à mon stage précédent au Canada ainsi qu'au réseau que j'avais pu me constituer, nous restons toujours en contact avec l'ordre des audioprothésistes du Québec qui nous permet de faire le lien direct avec les étudiants et les audioprothésistes du Canada.

D'un point de vue international, nous sommes en attente des dernières informations quant à l'arrangement de l'équivalence des qualifications entre le Canada et la France. Nous avons pu nous munir du moins d'un communiqué faisant foie d'un accord prochainement.



Décembre 2010

COMMUNIQUÉ

**SIGNATURE DE L'ENGAGEMENT POUR UNE SIGNATURE
D'UN ARRANGEMENT DE RECONNAISSANCE MUTUELLE
DES QUALIFICATIONS ENTRE LA FRANCE ET LE QUÉBEC**



Monsieur Guy Seward, Président de l'Ordre des audioprothésistes du Québec

Cette entente d'un engagement pour la signature d'un AEM final au printemps prochain, signée à Paris le 23 novembre 2010, permettra désormais une meilleure mobilité des audioprothésistes entre le Québec et la France, et ce, par le biais d'une reconnaissance complète des compétences homologuées par les deux organisations professionnelles.

Nous vous invitons à visiter le site du gouvernement du Québec <http://www.immigration-quebec.gouv.qc.ca/fr/biq/paris/entente-france-quebec/index.html> pour plus d'informations.

11170, rue Notre-Dame Est #222-A - Montréal-Est (Québec) H1R 2N6
Tél. : (514) 840-2117 - Sans frais : 1-866-876-2117 - Fax (514) 840-0291

B. Plan de communication

1. Congrès

La première communication a du commencer alors que le site internet était encore en construction. Le congrès ayant lieu au mois d'avril nous avons fait en sorte que le site soit actif pour lancer notre plan de communication au plus vite. Pour ce fait, nous avons créé des Flyers (vous pourrez les découvrir un peu plus loin), que nous avons pu distribuer aux étudiants pour nous présenter.



2. Conférences

Les conférences telles que les EPU ou les congrès du Québec nous permettent de rencontrer en grande concentration les personnes impliquées.

C'est lors de ces conférences, que les gens sont à la recherche de nouveautés et cela reste pour laudio.fr une opportunité.



3. Outils de communications

a) *Les t-shirt et casquettes*

Afin de nous présenter sur les salons nous nous sommes équipés de casquettes et de t-shirt portant le logo du site internet. Cela nous a permis une meilleure visibilité sur le congrès et de même a permis de susciter la curiosité des gens.



b) *Les cartes de visites*

A chaque occasion de se présenter, nous pouvons fournir une carte de visite que nous avons établie dans un cadre de communication plus intimiste.

C'est-à-dire lors de rendez vous d'affaire ou de soirée étudiante, nous avons constamment des cartes de visites pour pouvoir se présenter et proposer le concept.



c) *Flyers*

Les flyers ont été créés principalement pour lancer la première communication lors du congrès des audioprothésistes.

N'ayant pas la possibilité de les distribuer à l'entrée des congrès, nous avons pris l'initiative de les donner en main propre aux étudiants afin de se présenter et de présenter l'idée. Nous avons pu ainsi présenter l'idée et en parler avec les étudiants qui majoritairement ont apprécié le concept.

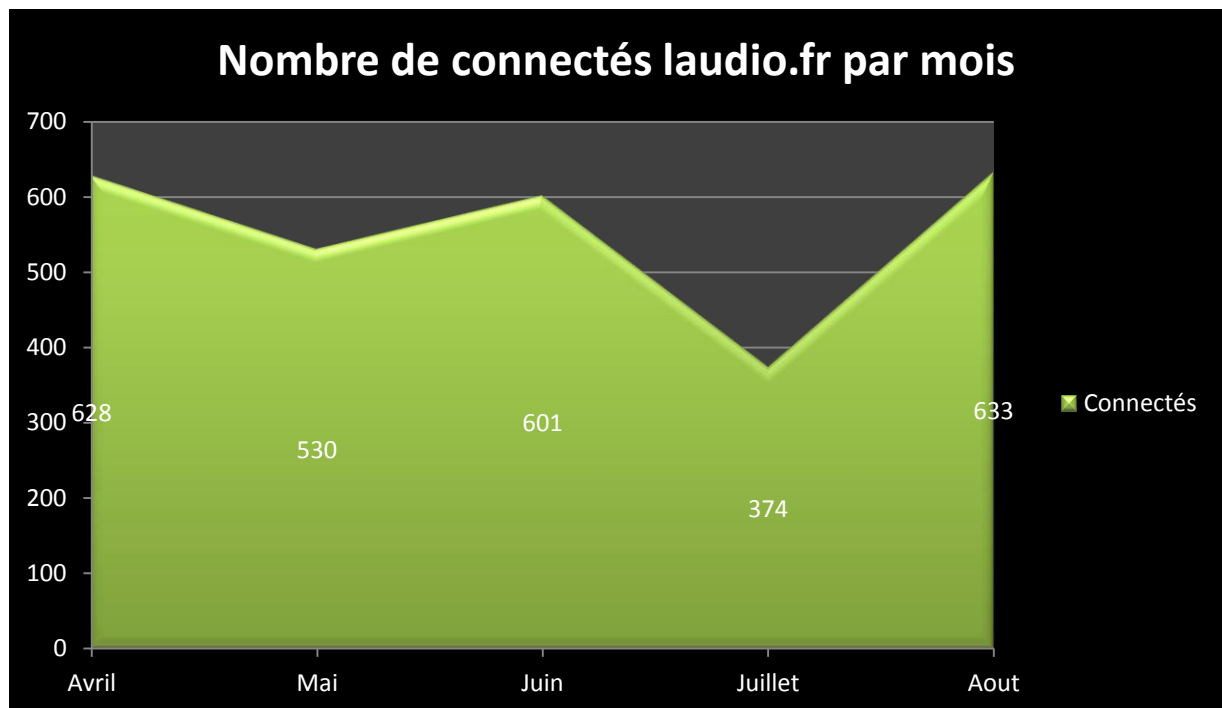


IV. Résultats

Depuis l'ouverture du site en ligne nous avons pu constater qu'en l'espace de trois mois à peine, nous étions déjà à plus de 2500 connectés, en sachant que le site était en construction et donc que beaucoup de données n'étaient pas encore disponibles.

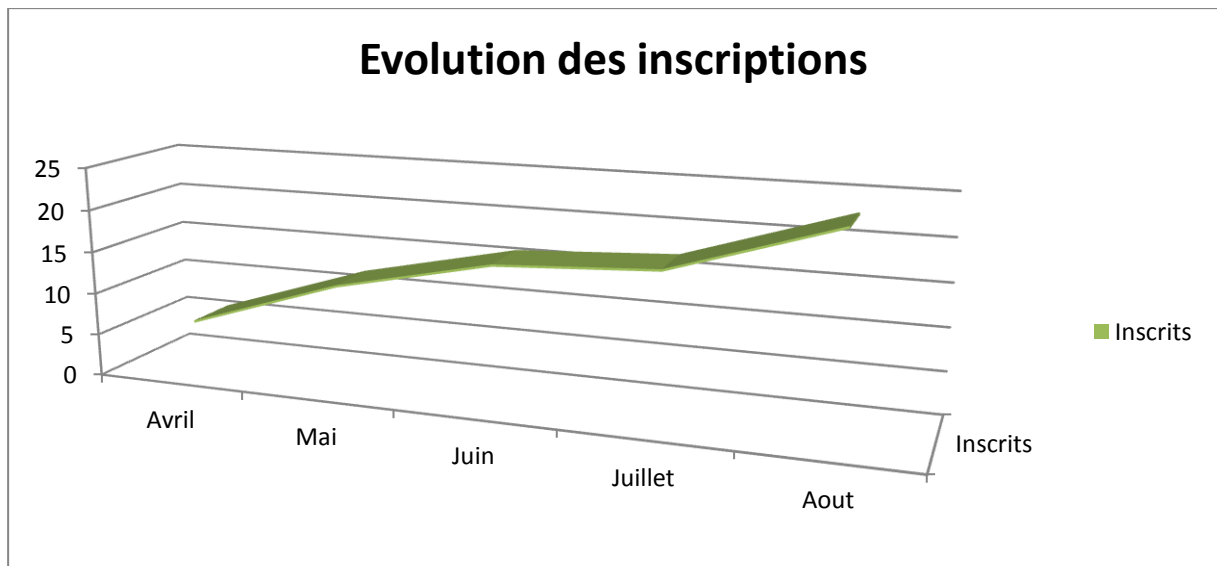
Vous pouvez trouver ci-dessous l'évolution du nombre de connectés au cours des premiers mois, ainsi que le nombre d'inscrit.

A. Statistiques de connections



Nous pouvons remarquer une forte concentration du nombre d'inscrits le premier mois qui correspond au mois du congrès des audioprothésistes.

En effet, nous avons saisi l'opportunité du congrès pour lancer la première communication afin de faire connaître le site internet et de tester auprès des étudiants l'éventualité de faire un stage à l'étranger.



Nous pouvons constater une évolution du nombre d'inscrits qui augmente avec la création du site.

En effet, l'inscription est favorable une fois toutes les données rentrées au sein du site internet.

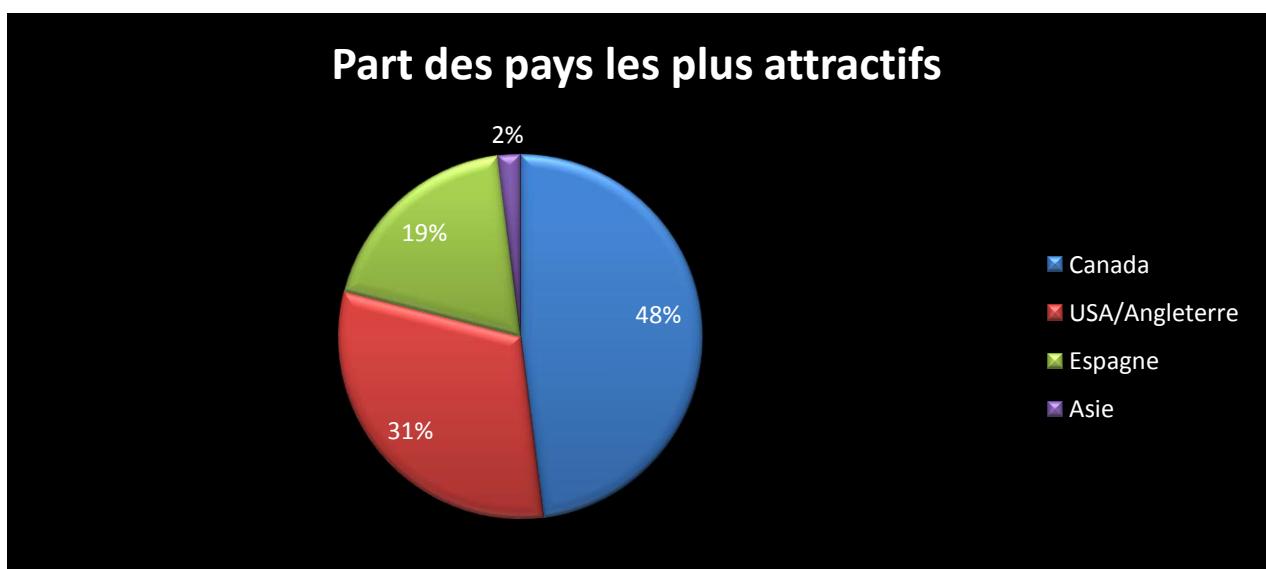
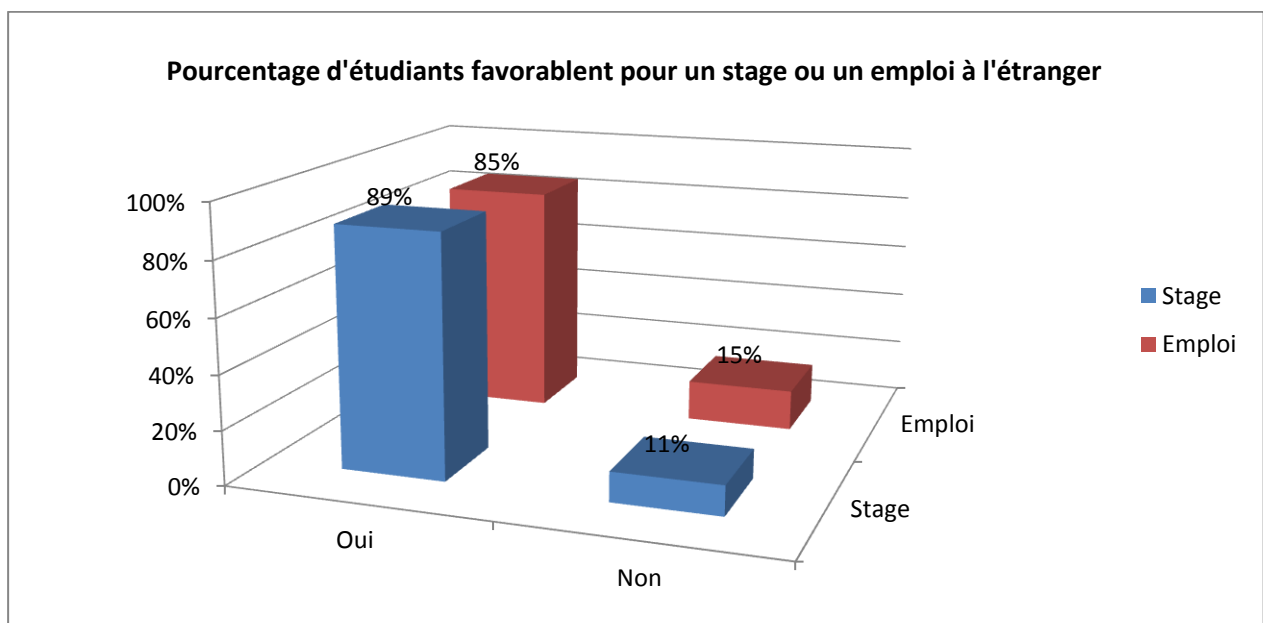
B. Objectifs en chiffres

Sondage auprès des étudiants

Afin de compléter notre étude, nous avons fait circuler, (à l'aide d'internet ainsi qu'au cours de regroupements d'étudiants d'audioprothèses), un petit sondage de trois questions pour connaître leurs avis sur des stages ou un emploi à l'étranger. Dans le cas favorable il est demandé de spécifier dans quels pays il serait désireux de partir.

Nous avons retranscrits les résultats obtenus sous forme de graphiques que vous pouvez trouver ci-dessous.

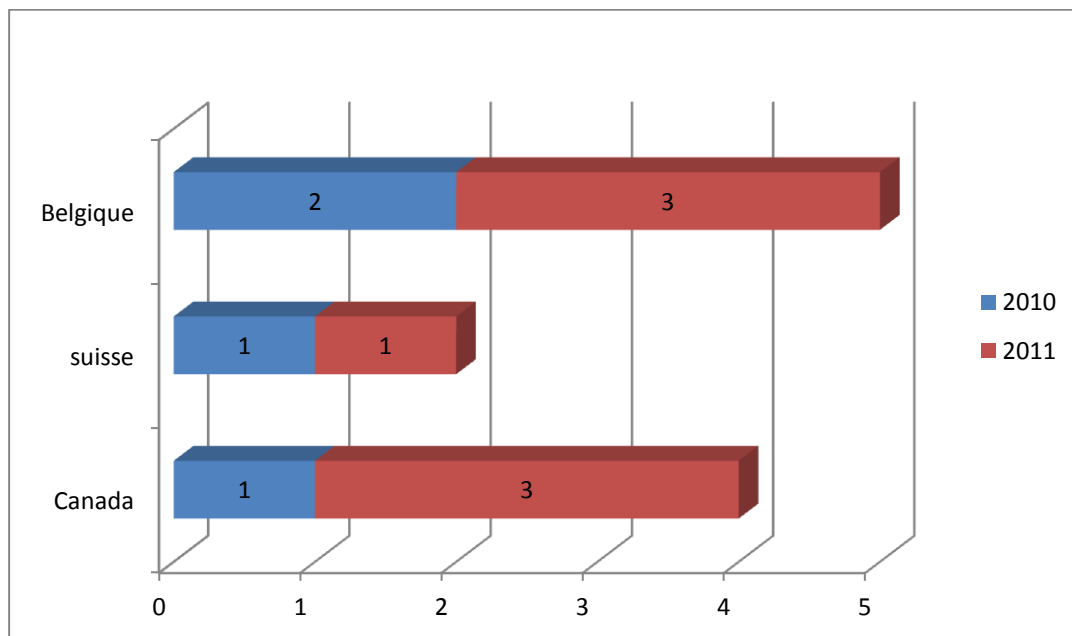
Le questionnaire se trouvant en annexe. (Annexe 3)



Etude réalisée auprès de 47 étudiants, toutes écoles confondues.

Depuis la création du site internet, nous avons pu constater une nette évolution de demande de stage à l'étranger. Cela nous montre bien qu'une véritable demande existe et nous espérons que ce site soit pour eux une facilité pour faire évoluer la mobilité des étudiants.

Evolution du nombre de stages par pays



C. Retour utilisateurs

LETTR DE REMERCIEMENT

A l'att de www.laudio.fr

Bonjour,

Je suis un élève de première année, lors de mon cursus scolaire j'ai du effectuer différents stages dont un en laboratoire d'audioprothèse. Grace à laudio.fr j'ai pu trouver un stage très facilement au Canada.

Je remercie donc ce site internet qui nous donne la facilité de découvrir de nouvelles expériences.

Merci

« MERCI ENCORE POUR TOUTES LES INFOS,
C'EST SUPER CE QUE TU FAIS ! BRAVO 😊 »

V. Conclusion

A l'heure d'aujourd'hui notre site est en ligne et compte près de 3000 visites, ce qui n'est pas négligeable si l'on prend en compte que pour l'instant la communication lancée fut donnée principalement aux étudiants Français.

Dans un avenir proche, la cible devrait s'étendre aux audioprothésistes Français et étrangers ainsi qu'à tous les étudiants étrangers.

Nous essayons au maximum de rester à l'écoute des étudiants et audioprothésistes afin d'améliorer au quotidien les données du site internet.

Nous espérons donc que notre site continue dans son expansion, et nous restons à sa disposition pour le maintenir à l'actualité du jour.

BIBLIOGRAPHIE

[1] G. Loiseau, "*Noms de domaine et internet : turbulences autour d'un nouveau signe distinctif*", D. 1999, chron., p. 245).

[2] *wikipedia*

ANNEXES

Annexe 1 : Curriculum vitae anglais

Annexe 2 : Décret Européen sur la protection des internautes et de ces informations

Annexe 3 : Questionnaire fournis aux Etudiants

Annexe 4 : Présentation du mémoire sous forme de vidéo

ANNEXE 1

Curriculum vitae anglais

Nathalie ELOFER

Adress : 53 rue henri barbusse
92110 Clichy France
Tel : +336 20 14 91 22
elofer_nathalie@yahoo.fr

Birth : December 28th 1983
26 years old
French
Single
Driving license

Academic Background

2009-2010	Diploma of audioprothesist, Second year
2008-2009	Diploma of audioprothesist, first year
2006-2008	Preparing for competition of audioprothesist at Gallien and Progress Center
2004-2006	Optician diploma in alternation at Superior Institute of Optic in Paris (ISO)
2002-2004	Bachelor Degree in Economics and Management at La Sorbonne (French DEUG)
2001-2002	A-Levels in Economic (French Baccalauréat)

PROFESSIONAL EXPERIENCE

2009-2010	ENTENDRE Bondy Internship : <ul style="list-style-type: none">- Three tutor- Control meeting- Setup- Technical fix- Secreterial helping
2008-2009 (February)	AMPLIFON Neuilly sur Seine Internship : <ul style="list-style-type: none">- One tutor- One technician
2007-2010	FIRST OPTIQUE Store manager, Management, sales, technical Responsibilities : <ul style="list-style-type: none">- Management : Store management : stock, return, order, payment- Sales : Use of French insurance, Works with Essilor, AO Sola, Ophtalmic, Essor,- Software : Winoptic a,d cristalin- Technical : Use of Kappa engine

<i>Juillet 2007</i>	OPTIC 2000 <u>Substitution :</u> - Sales - Technical
<i>2006-2007 (Saturday)</i>	BATIGNOLLES OPTIQUE <u>Store manager, Management, sales, technical</u> Responsibilities : - Management : Store management : stock, return, order, payment - Sales : Use of French insurance, Works with Essilor, AO Sola, Ophtalmic, Essor, - Technical: Renovation of old or broken frames, any manual or automatic assembly, use of Kappa engine.
<i>Mai 2007</i>	Optique GUEZ <u>Substitution :</u> - Sales : Works with French insurance - Technical : use of Nidek engine
<i>Mars 2007</i>	Progress Optique <u>Substitution of a Shaping teacher</u>
<i>2004-2006</i>	BATIGNOLLES OPTIQUE - Alternation training: Management, Sales, technical
<i>2001-2009</i>	STE EFI : Industrial pharmacy - Accounting

Languages and Computers skills

English School level

Software Optimum, Cristallin, Winoptic ,Noha ,Audiwin

HOBBIES

Tennis, reading, martial arts, shoot-gun, paint-ball.

DECRET

31995L0046

Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données

Journal officiel n° L 281 du 23/11/1995 p. 0031 - 0050

DIRECTIVE 95/46/CE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL

du 24 octobre 1995

relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données

LE PARLEMENT EUROPÉEN ET LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE,

vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment son article 100 A,

vu la proposition de la Commission (1),

vu l'avis du Comité économique et social (2),

statuant conformément à la procédure visée à l'article 189 B du traité (3),

(1) considérant que les objectifs de la Communauté, énoncés dans le traité, tel que modifié par le traité sur l'Union européenne, consistent à réaliser une union sans cesse plus étroite entre les peuples européens, à établir des relations plus étroites entre les États que la Communauté réunit, à assurer par une action commune le progrès économique et social en éliminant les barrières qui divisent l'Europe, à promouvoir l'amélioration constante des conditions de vie de ses peuples, à préserver et conforter la paix et la liberté, et à promouvoir la démocratie en se fondant sur les droits fondamentaux reconnus dans les constitutions et les lois des États membres, ainsi que dans la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales;

(2) considérant que les systèmes de traitement de données sont au service de l'homme; qu'ils doivent, quelle que soit la nationalité ou la résidence des personnes physiques, respecter les libertés et droits fondamentaux de ces personnes, notamment la vie privée, et contribuer au progrès économique et social, au développement des échanges ainsi qu'au bien-être des individus;

(3) considérant que l'établissement et le fonctionnement du marché intérieur dans lequel, conformément à l'article 7 A du traité, la libre circulation des marchandises, des personnes, des services et des capitaux est assurée, nécessitent non seulement que des données à caractère personnel puissent circuler librement d'un État membre à l'autre, mais également que les droits fondamentaux des personnes soient sauvegardés;

(4) considérant que, dans la Communauté, il est fait de plus en plus fréquemment appel au traitement de données à caractère personnel dans les divers domaines de l'activité économique et sociale; que les progrès des technologies de l'information facilitent considérablement le traitement et l'échange de ces données;

(5) considérant que l'intégration économique et sociale résultant de l'établissement et du fonctionnement du marché intérieur au sens de l'article 7 A du traité va nécessairement entraîner une augmentation sensible des flux transfrontaliers de données à caractère personnel entre tous les acteurs de la vie économique et sociale des États membres, que ces acteurs soient privés ou publics; que l'échange de données à caractère personnel entre des entreprises établies dans des États membres différents est appelé à se développer; que les administrations des États membres sont appelées, en application du droit communautaire, à collaborer et à échanger entre elles des données à caractère personnel afin de pouvoir accomplir leur mission ou exécuter des tâches pour le compte d'une administration d'un autre État membre, dans le cadre de l'espace sans frontières que constitue le marché intérieur;

(6) considérant, en outre, que le renforcement de la coopération scientifique et technique ainsi que la mise en place coordonnée de nouveaux réseaux de télécommunications dans la Communauté nécessitent et facilitent la circulation transfrontalière de données à caractère personnel;

(7) considérant que les différences entre États membres quant au niveau de protection des droits et libertés des personnes, notamment du droit à la vie privée, à l'égard des traitements de données à caractère personnel peuvent empêcher la transmission de ces données du territoire d'un État membre à celui d'un autre État membre; que ces différences peuvent dès lors constituer un obstacle à l'exercice d'une série d'activités économiques à l'échelle communautaire, fausser la concurrence et empêcher les administrations de s'acquitter des responsabilités qui leur incombent en vertu du droit communautaire; que ces différences de niveau de protection résultent de la disparité des dispositions nationales législatives, réglementaires et administratives;

(8) considérant que, pour éliminer les obstacles à la circulation des données à caractère personnel, le niveau de protection des droits et libertés des personnes à l'égard du traitement de ces données doit être équivalent dans tous les États membres; que cet objectif, fondamental pour le marché intérieur, ne peut pas être atteint par la seule action des États membres, compte tenu en particulier de l'ampleur des divergences qui existent actuellement entre les législations nationales applicables en la matière et de la nécessité de coordonner les législations des États membres pour que le flux transfrontalier de données à caractère personnel soit réglementé d'une manière cohérente et conforme à l'objectif du marché intérieur au sens de l'article 7 A du traité; qu'une intervention de la Communauté visant à un rapprochement des législations est donc nécessaire;

(9) considérant que, du fait de la protection équivalente résultant du rapprochement des législations nationales, les États membres ne pourront plus faire obstacle à la libre circulation entre eux de données à caractère personnel pour des raisons relatives à la protection des droits et libertés des personnes, notamment du droit à la vie privée; que les États membres disposeront d'une marge de manoeuvre qui, dans le contexte de la mise en oeuvre de la directive, pourra être utilisée par les partenaires économiques et sociaux; qu'ils pourront donc préciser, dans leur législation nationale, les conditions générales de licéité du traitement des données; que, ce faisant, les États membres s'efforceront d'améliorer la protection assurée actuellement par leur législation; que, dans les limites de cette marge de manoeuvre et conformément au droit communautaire, des disparités pourront se produire dans la mise en oeuvre de la directive et que cela pourra avoir des incidences sur la circulation des données tant à l'intérieur d'un État membre que dans la Communauté;

(10) considérant que l'objet des législations nationales relatives au traitement des données à caractère personnel est d'assurer le respect des droits et libertés fondamentaux, notamment du droit à la vie privée reconnu également dans l'article 8 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales et dans les principes généraux du droit communautaire; que, pour cette raison, le rapprochement de ces législations ne doit pas conduire à affaiblir la protection qu'elles assurent mais doit, au contraire, avoir pour objectif de garantir un niveau élevé de protection dans la Communauté;

(11) considérant que les principes de la protection des droits et des libertés des personnes, notamment du droit à la vie privée, contenus dans la présente directive précisent et amplifient ceux qui sont contenus dans la convention, du 28 janvier 1981, du Conseil de l'Europe pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel;

(12) considérant que les principes de la protection doivent s'appliquer à tout traitement de données à caractère personnel dès lors que les activités du responsable du traitement relèvent du champ d'application du droit communautaire; que doit être exclu le traitement de données effectué par une personne physique dans l'exercice d'activités exclusivement personnelles ou domestiques, telles la correspondance et la tenue de répertoires d'adresses;

(13) considérant que les activités visées aux titres V et VI du traité sur l'Union européenne concernant la sécurité publique, la défense, la sûreté de l'État ou les activités de l'État dans le domaine pénal ne relèvent pas du champ d'application du droit communautaire, sans préjudice des obligations incombant aux États membres au titre de l'article 56 paragraphe 2 et des articles 57 et 100 A du traité; que le traitement de données à caractère personnel qui est nécessaire à la sauvegarde du bien-être économique de l'État ne relève pas de la présente directive lorsque ce traitement est lié à des questions de sûreté de l'État;

(14) considérant que, compte tenu de l'importance du développement en cours, dans le cadre de la société de l'information, des techniques pour capter, transmettre, manipuler, enregistrer, conserver ou communiquer les données constituées par des sons et des images, relatives aux personnes physiques, la présente directive est appelée à s'appliquer aux traitements portant sur ces données;

(15) considérant que les traitements portant sur de telles données ne sont couverts par la présente directive que s'ils sont automatisés ou si les données sur lesquelles ils portent sont contenues ou sont destinées à être contenues dans un fichier structuré selon des critères spécifiques relatifs aux personnes, afin de permettre un accès aisé aux données à caractère personnel en cause;

(16) considérant que les traitements des données constituées par des sons et des images, tels que ceux de vidéo-surveillance, ne relèvent pas du champ d'application de la présente directive s'ils sont mis en oeuvre à des fins de sécurité publique, de défense, de sûreté de l'État ou pour l'exercice des activités de l'État relatives à des domaines du droit pénal ou pour l'exercice d'autres activités qui ne relèvent pas du champ d'application du droit communautaire;

(17) considérant que, pour ce qui est des traitements de sons et d'images mis en oeuvre à des fins de journalisme ou d'expression littéraire ou artistique, notamment dans le domaine audiovisuel, les principes de la directive s'appliquent d'une manière restreinte selon les dispositions prévues à l'article 9;

(18) considérant qu'il est nécessaire, afin d'éviter qu'une personne soit exclue de la protection qui lui est garantie en vertu de la présente directive, que tout traitement de données à caractère personnel effectué dans la Communauté respecte la législation de l'un des États membres; que, à cet égard, il est opportun de soumettre les traitements de données effectués par toute personne opérant sous l'autorité du responsable du traitement établi dans un État membre à l'application de la législation de cet État;

(19) considérant que l'établissement sur le territoire d'un État membre suppose l'exercice effectif et réel d'une activité au moyen d'une installation stable; que la forme juridique retenue pour un tel établissement, qu'il s'agisse d'une simple succursale ou d'une filiale ayant la personnalité juridique, n'est pas déterminante à cet égard; que, lorsqu'un même responsable est établi sur le territoire de plusieurs États membres, en particulier par le biais d'une filiale, il doit s'assurer, notamment en vue d'éviter tout contournement, que chacun des établissements remplit les obligations prévues par le droit national applicable aux activités de chacun d'eux;

(20) considérant que l'établissement, dans un pays tiers, du responsable du traitement de données ne doit pas faire obstacle à la protection des personnes prévue par la présente directive; que, dans ce cas, il convient de soumettre les traitements de données effectués à la loi de l'État membre dans lequel des moyens utilisés pour le traitement de données en cause sont localisés et de prendre des garanties pour que les droits et obligations prévus par la présente directive soient effectivement respectés;

(21) considérant que la présente directive ne préjuge pas des règles de territorialité applicables en matière de droit pénal;

(22) considérant que les États membres préciseront dans leur législation ou lors de la mise en oeuvre des dispositions prises en application de la présente directive les conditions générales dans lesquelles le traitement de données est licite; que, en particulier, l'article 5, en liaison avec les articles 7 et 8, permet aux États membres de prévoir, indépendamment des règles générales, des conditions particulières pour les traitements de données dans des secteurs spécifiques et pour les différentes catégories de données visées à l'article 8;

(23) considérant que les États membres sont habilités à assurer la mise en oeuvre de la protection des personnes, tant par une loi générale relative à la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel que par des lois sectorielles telles que celles relatives par exemple aux instituts de statistiques;

(24) considérant que les législations relatives à la protection des personnes morales à l'égard du traitement des données qui les concernent ne sont pas affectées par la présente directive;

(25) considérant que les principes de la protection doivent trouver leur expression, d'une part, dans les obligations mises à la charge des personnes, autorités publiques, entreprises, agences ou autres organismes qui traitent des données, ces obligations concernant en particulier la qualité des données, la sécurité technique, la notification à l'autorité de contrôle, les circonstances dans lesquelles le traitement peut être effectué, et, d'autre part, dans les droits donnés aux personnes dont les données font l'objet d'un traitement d'être informées sur celui-ci, de pouvoir accéder aux données, de pouvoir demander leur rectification, voire de s'opposer au traitement dans certaines circonstances;

(26) considérant que les principes de la protection doivent s'appliquer à toute information concernant une personne identifiée ou identifiable; que, pour déterminer si une personne est identifiable, il convient de considérer l'ensemble des moyens susceptibles d'être raisonnablement mis en oeuvre, soit par le responsable du traitement, soit par une autre personne, pour identifier ladite personne; que les principes de la protection ne s'appliquent pas aux données rendues anonymes d'une manière telle que la personne concernée n'est plus identifiable; que les codes de conduite au sens de l'article 27 peuvent être un instrument utile pour fournir des indications sur les moyens par lesquels les données peuvent être rendues anonymes et conservées sous une forme ne permettant plus l'identification de la personne concernée;

(27) considérant que la protection des personnes doit s'appliquer aussi bien au traitement de données automatisé qu'au traitement manuel; que le champ de cette protection ne doit pas en effet dépendre des techniques utilisées, sauf à créer de graves risques de détournement; que, toutefois, s'agissant du traitement manuel, la présente directive ne couvre que les fichiers et ne

s'applique pas aux dossiers non structurés; que, en particulier, le contenu d'un fichier doit être structuré selon des critères déterminés relatifs aux personnes permettant un accès facile aux données à caractère personnel; que, conformément à la définition figurant à l'article 2 point c), les différents critères permettant de déterminer les éléments d'un ensemble structuré de données à caractère personnel et les différents critères régissant l'accès à cet ensemble de données peuvent être définis par chaque État membre; que les dossiers ou ensembles de dossiers, de même que leurs couvertures, qui ne sont pas structurés selon des critères déterminés n'entrent en aucun cas dans le champ d'application de la présente directive;

(28) considérant que tout traitement de données à caractère personnel doit être effectué licitement et loyalement à l'égard des personnes concernées; qu'il doit, en particulier, porter sur des données adéquates, pertinentes et non excessives au regard des finalités poursuivies; que ces finalités doivent être explicites et légitimes et doivent être déterminées lors de la collecte des données; que les finalités des traitements ultérieurs à la collecte ne peuvent pas être incompatibles avec les finalités telles que spécifiées à l'origine;

(29) considérant que le traitement ultérieur de données à caractère personnel à des fins historiques, statistiques ou scientifiques n'est pas considéré en général comme incompatible avec les finalités pour lesquelles les données ont été auparavant collectées, dans la mesure où les États membres prévoient des garanties appropriées; que ces garanties doivent notamment empêcher l'utilisation des données à l'appui de mesures ou de décisions prises à l'encontre d'une personne;

(30) considérant que, pour être licite, un traitement de données à caractère personnel doit en outre être fondé sur le consentement de la personne concernée ou être nécessaire à la conclusion ou à l'exécution d'un contrat liant la personne concernée, ou au respect d'une obligation légale, ou à l'exécution d'une mission d'intérêt public ou relevant de l'exercice de l'autorité publique, ou encore à la réalisation d'un intérêt légitime d'une personne à condition que ne prévalent pas l'intérêt ou les droits et libertés de la personne concernée; que, en particulier, en vue d'assurer l'équilibre des intérêts en cause, tout en garantissant une concurrence effective, les États membres peuvent préciser les conditions dans lesquelles des données à caractère personnel peuvent être utilisées et communiquées à des tiers dans le cadre d'activités légitimes de gestion courante des entreprises et autres organismes; que, de même, ils peuvent préciser les conditions dans lesquelles la communication à des tiers de données à caractère personnel peut être effectuée à des fins de prospection commerciale, ou de prospection faite par une association à but caritatif ou par d'autres associations ou fondations, par exemple à caractère politique, dans le respect de dispositions visant à permettre aux personnes concernées de s'opposer sans devoir indiquer leurs motifs et sans frais au traitement des données les concernant;

(31) considérant qu'un traitement de données à caractère personnel doit être également considéré comme licite lorsqu'il est effectué en vue de protéger un intérêt essentiel à la vie de la personne concernée;

(32) considérant qu'il appartient aux législations nationales de déterminer si le responsable du traitement investi d'une mission d'intérêt public ou d'une mission relevant de l'exercice de l'autorité publique doit être une administration publique ou une autre personne soumise au droit public ou au droit privé, telle qu'une association professionnelle;

(33) considérant que les données qui sont susceptibles par leur nature de porter atteinte aux libertés fondamentales ou à la vie privée ne devraient pas faire l'objet d'un traitement, sauf consentement explicite de la personne concernée; que, cependant, des dérogations à cette interdiction doivent être expressément prévues pour répondre à des besoins spécifiques, en particulier lorsque le traitement de ces données est mis en oeuvre à certaines fins relatives à la santé par des personnes soumises à une obligation de secret professionnel ou pour la réalisation

d'activités légitimes par certaines associations ou fondations dont l'objet est de permettre l'exercice de libertés fondamentales;

(34) considérant que les États membres doivent également être autorisés à déroger à l'interdiction de traiter des catégories de données sensibles lorsqu'un motif d'intérêt public important le justifie dans des domaines tels que la santé publique et la protection sociale - particulièrement afin d'assurer la qualité et la rentabilité en ce qui concerne les procédures utilisées pour régler les demandes de prestations et de services dans le régime d'assurance maladie - et tels que la recherche scientifique et les statistiques publiques; qu'il leur incombe, toutefois, de prévoir les garanties appropriées et spécifiques aux fins de protéger les droits fondamentaux et la vie privée des personnes;

(35) considérant, en outre, que le traitement de données à caractère personnel par des autorités publiques pour la réalisation de fins prévues par le droit constitutionnel ou le droit international public, au profit d'associations à caractère religieux officiellement reconnues, est mis en oeuvre pour un motif d'intérêt public important;

(36) considérant que, si, dans le cadre d'activités liées à des élections, le fonctionnement du système démocratique suppose, dans certains États membres, que les partis politiques collectent des données relatives aux opinions politiques des personnes, le traitement de telles données peut être autorisé en raison de l'intérêt public important, à condition que des garanties appropriées soient prévues;

(37) considérant que le traitement de données à caractère personnel à des fins de journalisme ou d'expression artistique ou littéraire, notamment dans le domaine audiovisuel, doit bénéficier de dérogations ou de limitations de certaines dispositions de la présente directive dans la mesure où elles sont nécessaires à la conciliation des droits fondamentaux de la personne avec la liberté d'expression, et notamment la liberté de recevoir ou de communiquer des informations, telle que garantie notamment à l'article 10 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales; qu'il incombe donc aux États membres, aux fins de la pondération entre les droits fondamentaux, de prévoir les dérogations et limitations nécessaires en ce qui concerne les mesures générales relatives à la légalité du traitement des données, les mesures relatives au transfert des données vers des pays tiers ainsi que les compétences des autorités de contrôle, sans qu'il y ait lieu toutefois de prévoir des dérogations aux mesures visant à garantir la sécurité du traitement; qu'il conviendrait également de conférer au moins à l'autorité de contrôle compétente en la matière certaines compétences a posteriori, consistant par exemple à publier périodiquement un rapport ou à saisir les autorités judiciaires;

(38) considérant que le traitement loyal des données suppose que les personnes concernées puissent connaître l'existence des traitements et bénéficier, lorsque des données sont collectées auprès d'elles, d'une information effective et complète au regard des circonstances de cette collecte;

(39) considérant que certains traitements portent sur des données que le responsable n'a pas collectées directement auprès de la personne concernée; que, par ailleurs, des données peuvent être légitimement communiquées à un tiers, alors même que cette communication n'avait pas été prévue lors de la collecte des données auprès de la personne concernée; que, dans toutes ces hypothèses, l'information de la personne concernée doit se faire au moment de l'enregistrement des données ou, au plus tard, lorsque les données sont communiquées pour la première fois à un tiers;

(40) considérant que, cependant, il n'est pas nécessaire d'imposer cette obligation si la personne concernée est déjà informée; que, en outre, cette obligation n'est pas prévue si cet enregistrement ou cette communication sont expressément prévus par la loi ou si l'information de la personne concernée se révèle impossible ou implique des efforts disproportionnés, ce qui peut

être le cas pour des traitements à des fins historiques, statistiques ou scientifiques; que, à cet égard, peuvent être pris en considération le nombre de personnes concernées, l'ancienneté des données, ainsi que les mesures compensatrices qui peuvent être prises;

(41) considérant que toute personne doit pouvoir bénéficier du droit d'accès aux données la concernant qui font l'objet d'un traitement, afin de s'assurer notamment de leur exactitude et de la licéité de leur traitement; que, pour les mêmes raisons, toute personne doit en outre avoir le droit de connaître la logique qui sous-tend le traitement automatisé des données la concernant, au moins dans le cas des décisions automatisées visées à l'article 15 paragraphe 1; que ce droit ne doit pas porter atteinte au secret des affaires ni à la propriété intellectuelle, notamment au droit d'auteur protégeant le logiciel; que cela ne doit toutefois pas aboutir au refus de toute information de la personne concernée;

(42) considérant que les États membres peuvent, dans l'intérêt de la personne concernée ou en vue de protéger les droits et libertés d'autrui, limiter les droits d'accès et d'information; qu'ils peuvent, par exemple, préciser que l'accès aux données à caractère médical ne peut être obtenu que par l'intermédiaire d'un professionnel de la santé;

(43) considérant que des restrictions aux droits d'accès et d'information, ainsi qu'à certaines obligations mises à la charge du responsable du traitement de données, peuvent également être prévues par les États membres dans la mesure où elles sont nécessaires à la sauvegarde, par exemple, de la sûreté de l'État, de la défense, de la sécurité publique, d'un intérêt économique ou financier important d'un État membre ou de l'Union européenne, ainsi qu'à la recherche et à la poursuite d'infractions pénales ou de manquements à la déontologie des professions réglementées; qu'il convient d'énumérer, au titre des exceptions et limitations, les missions de contrôle, d'inspection ou de réglementation nécessaires dans les trois derniers domaines précités concernant la sécurité publique, l'intérêt économique ou financier et la répression pénale; que cette énumération de missions concernant ces trois domaines n'affecte pas la légitimité d'exceptions et de restrictions pour des raisons de sûreté de l'État et de défense;

(44) considérant que les États membres peuvent être amenés, en vertu de dispositions du droit communautaire, à déroger aux dispositions de la présente directive concernant le droit d'accès, l'information des personnes et la qualité des données, afin de sauvegarder certaines finalités parmi celles visées ci-dessus;

(45) considérant que, dans le cas où des données pourraient faire l'objet d'un traitement licite sur le fondement d'un intérêt public, de l'exercice de l'autorité publique ou de l'intérêt légitime d'une personne, toute personne concernée devrait, toutefois, avoir le droit de s'opposer, pour des raisons prépondérantes et légitimes tenant à sa situation particulière, à ce que les données la concernant fassent l'objet d'un traitement; que les États membres ont, néanmoins, la possibilité de prévoir des dispositions nationales contraires;

(46) considérant que la protection des droits et libertés des personnes concernées à l'égard du traitement de données à caractère personnel exige que des mesures techniques et d'organisation appropriées soient prises tant au moment de la conception qu'à celui de la mise en oeuvre du traitement, en vue d'assurer en particulier la sécurité et d'empêcher ainsi tout traitement non autorisé; qu'il incombe aux États membres de veiller au respect de ces mesures par les responsables du traitement; que ces mesures doivent assurer un niveau de sécurité approprié tenant compte de l'état de l'art et du coût de leur mise en oeuvre au regard des risques présentés par les traitements et de la nature des données à protéger;

(47) considérant que, lorsqu'un message contenant des données à caractère personnel est transmis via un service de télécommunications ou de courrier électronique dont le seul objet est de transmettre des messages de ce type, c'est la personne dont émane le message, et non celle qui offre le service de transmission, qui sera normalement considérée comme responsable du

traitement de données à caractère personnel contenues dans le message; que, toutefois, les personnes qui offrent ces services seront normalement considérées comme responsables du traitement des données à caractère personnel supplémentaires nécessaires au fonctionnement du service;

(48) considérant que la notification à l'autorité de contrôle a pour objet d'organiser la publicité des finalités du traitement, ainsi que de ses principales caractéristiques, en vue de son contrôle au regard des dispositions nationales prises en application de la présente directive;

(49) considérant que, afin d'éviter des formalités administratives inadéquates, des exonérations ou des simplifications de la notification peuvent être prévues par les États membres pour les traitements de données qui ne sont pas susceptibles de porter atteinte aux droits et libertés des personnes concernées, à condition qu'ils soient conformes à un acte pris par l'État membre qui en précise les limites; que des exonérations ou simplifications peuvent pareillement être prévues par les États membres dès lors qu'une personne désignée par le responsable du traitement de données s'assure que les traitements effectués ne sont pas susceptibles de porter atteinte aux droits et libertés des personnes concernées; que la personne ainsi détachée à la protection des données, employée ou non du responsable du traitement de données, doit être en mesure d'exercer ses fonctions en toute indépendance;

(50) considérant que des exonérations ou simplifications peuvent être prévues pour le traitement de données dont le seul but est de tenir un registre destiné, dans le respect du droit national, à l'information du public et qui est ouvert à la consultation du public ou de toute personne justifiant d'un intérêt légitime;

AVIS AUX AUDIO

QUESTIONNAIRE

1/SERIEZ-VOUS PRET A PARTIR TRAVAILLER A L'ETRANGER ?

OUI

NON

2/SERIEZ-VOUS PRET A EFFECTUER L'UN DE VOS STAGE A L'ETRANGER ?

OUI

NON

3/SI OUI, DANS QUEL PAYS ?