



Christophe Deschamps
christophe.de@gmail.com

[**outils**] Il est un signe qui ne trompe pas quant à la popularité d'un concept web innovant, c'est l'incroyable quantité de services qui s'en emparent dans l'espoir de s'y imposer. Si le devenir d'une idée se mesure à cela, alors nul doute que la curation a de beaux jours devant elle.

Une offre foisonnante pour des usages émergents

Si le dynamisme d'un nouveau concept Web se mesure au nombre de services qui s'en réclament et à la diversité des modèles proposés pour le mettre en œuvre, alors le concept de curation en est un bel exemple. Un tableau comparatif mis en ligne par Pierre Tran ne recense pas moins d'une cinquantaine de services de curation¹. Mais ce n'est rien en comparaison de la cartographie publiée par Robin Good qui répertorie à ce jour près de 200 services². Dans cet environnement hautement concurrentiel, il est essentiel de trouver un positionnement original permettant de se distinguer de ses adversaires. Le fait est que le concept de curation arrive dans un contexte socio-technique particulièrement propice au foisonnement fonctionnel :

- la quantité d'informations à laquelle nous sommes soumis s'accroît d'année en année ; ainsi, une étude du Gartner Group indique que la quantité de données non-structurées va encore croître de 80 % dans les cinq ans qui viennent³ ;
- la mobilité fait de plus en plus partie de notre quotidien ; les tablettes et smartphones nous permettent de consulter le Web en permanence et d'y partager des contenus au fil de l'eau ;
- les technologies de *cloud computing* se développent et donnent des gages de solidité et de sécurité qui amènent de plus en plus d'internautes, mais aussi de responsables informatiques, à leur faire confiance.

Résultat : les craintes d'utiliser des services en mode SaaS pour y déposer et partager des contenus en ligne s'affaiblissent.

Si le terme de curation est récent, les pratiques correspondantes sur le Web sont anciennes et passent par de nombreux outils. Plutôt que de nous concentrer sur les services dont le positionnement marketing est explicitement celui de la curation, nous avons donc choisi de « brasser large » en choisissant des services qui, a minima et sauf exception, répondent à la définition proposée par Wikipédia : « *La curation de contenu [...] est une pratique qui consiste à sélectionner, éditorialiser et partager les contenus les plus pertinents du Web pour une requête ou un sujet donné* ». Toutefois, cette définition oublie selon nous un élément essentiel. Si le fait de partager un flux thématique de découvertes et de montrer ainsi son expertise est une motivation forte pour le curateur, il n'en reste pas moins qu'il crée aussi ces collections pour son propre usage et utilise ces services pour leur capacité à archiver les éléments sélectionnés afin de les retrouver ultérieurement. Cette logique de *personal knowledge management*⁴ doit être prise en compte lorsqu'il s'agit d'évaluer des outils de curation.

Comparatif des douze solutions de curation sélectionnées

Le choix de ces services s'est effectué sur la base de tests formels⁵ ou non, réalisés par l'auteur au fil de l'eau depuis six ans. Cette connaissance préalable a été utilisée afin de sélectionner des outils qui ne sont pas des clones les uns des autres et d'envisager ainsi les différentes facettes du concept.

	Positionnement	Tarif	URL	Divers
Bagtheweb	curation	gratuit	www.bagtheweb.com	
Delicious	social bookmarking et curation	gratuit	www.delicious.com	
Diigo	social bookmarking	gratuit et une fonction Premium	www.diigo.com	
Flipboard	magazine social	gratuit	www.flipboard.com	disponible uniquement pour iPad et iPhones
Memolane	partage de sa vie numérique, <i>storytelling</i>	gratuit	www.memolane.com	
Paper.li	curation	gratuit	www.paper.li	
Pearltrees	curation collaborative	gratuit	www.pearltrees.com	
Pinterest	curation	gratuit	www.pinterest.com	uniquement images et vidéos
Scoop.it	curation	Gratuit, 2 versions payantes	www.scoop.it	
Searcheeze	curation	gratuit	www.searcheeze.com	
Searchteam	recherche d'information et curation sociale	Gratuit, 1 version payante (Zakta.com)	www.searchteam.com	
Storify	curation	gratuit	www.storify.com	

LES CRITÈRES D'ÉVALUATION DE L'OFFRE

Trente-deux critères répartis en sept catégories ont été retenus pour évaluer les services de curation choisis.

Sources : comment le service de curation est-il alimenté en informations nouvelles susceptibles d'être diffusées ?

- Externes : le curateur choisit les éléments à partager au fur et à mesure de sa navigation sur le Web.
- Internes manuelles : le curateur choisit d'utiliser certaines sources proposées par le service de curation. Il peut par exemple ajouter des flux RSS ou encore interroger un moteur de recherche généraliste (Google, Bing) à l'intérieur même du service et sélectionner les résultats à diffuser.
- Internes *via* recommandations personnalisées : le curateur définit ses thèmes d'intérêt avec des mots-clés et le service lui propose des items issus de l'actualité (presse, blogs,...). Il peut également s'agir d'un algorithme de recommandation basé sur l'historique de consultation/diffusion du curateur.
- Intégration des réseaux sociaux : le curateur peut ajouter ses comptes de réseaux sociaux (Twitter, Facebook, LinkedIn, etc.) au service de curation et rediffuser des items qui en sont issus.
- Agrégateur de flux RSS : possibilité d'intégrer son propre agrégateur en ligne, généralement Google Reader, comme source.

Types de contenus intégrés : quels sont les types de contenus publiés par l'outil de curation ?

- URL
- Images
- Vidéos
- Clipping web : il s'agit d'extraits de la

page qui sont « découpés » par le curateur (images, textes)

• Fichiers bureautiques : .doc, .ppt, .pdf, etc.

Livrables proposés : quels types de livrables le service de curation permet-il de diffuser ?

- Page publique personnalisée : le curateur crée une page personnalisée et publie sur laquelle sont diffusés les éléments qu'il aura filtrés.
- Diffusion manuelle vers les médias sociaux : le service se connecte aux médias sociaux du curateur et lui permet de diffuser manuellement les items sélectionnés.
- Diffusion automatisée vers les médias sociaux : le service se connecte aux médias sociaux et diffuse automatiquement les items que vous sélectionnez.
- Contenu embarqué (*embedded*) : le contenu peut être publié sur un blog ou un site web tiers via la génération d'un code à copier-coller.
- Email : possibilité d'envoyer un item par courriel.
- Création d'une *newsletter* : possibilité de générer une synthèse de la curation quotidienne et de la diffuser via courriel sous forme de *newsletter*.
- Flux RSS reprenant les items partagés.
- Optimisation du rendu pour smartphones, iPad, etc.

Optimisation pour l'usage personnel :

- Lecture optimisée : le service se concentre sur l'amélioration de l'expérience de lecture des sources sélectionnées (sous forme d'un magazine par exemple).
- Utilisation mobile : l'interface de

curation peut être utilisée sur smartphone, tablettes, iPhones, etc. (apps, widgets).

• Catégorisation par tags

• Autre système de catégorisation : le service propose un système de classement amélioré des éléments sélectionnés (ex : possibilité de classer par catégories, listes, groupes, bundles, etc.)

• Possibilité de conserver des éléments en privé (non publics)

Aspect social et pratiques collaboratives :

- Réseau social : création de profils et fonctionnalités de mise en réseau (devenir « ami » avec, suivre Untel)
 - Possibilité de commenter les items publiés sur la page publique pour les lecteurs
 - Possibilité de noter ou d'approuver un item (notes chiffrées, étoiles, « like », etc.)
 - Curation collaborative : possibilité de créer des groupes et de mettre en œuvre une curation à plusieurs sur un même thème
 - Curation collaborative privée : idem, avec la possibilité de créer des groupes privés
- Éditorialisation** :
- Possibilité de « pousser » un item en « Une »
 - Personnalisation du thème de la page publique
 - Possibilité pour le curateur d'ajouter des commentaires aux items sélectionnés

Moteur de recherche : présence d'un moteur permettant aux internautes de rechercher en plein-texte dans les contenus que vous avez enregistrés. •

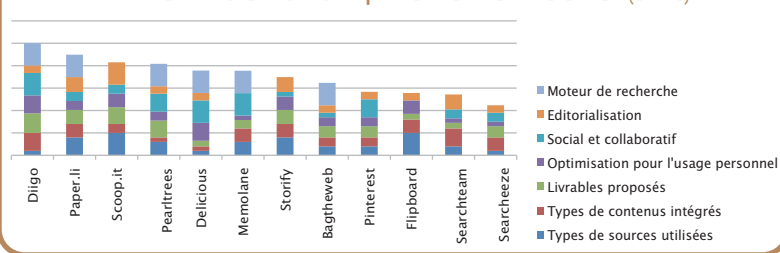
Les services retenus et le positionnement qu'ils revendiquent sont les suivants (voir ci-contre) :

Si le foisonnement actuel des services de curation est la condition de leur richesse fonctionnelle, il crée de la confusion lorsqu'il s'agit de les classer dans une typologie. Les critères retenus ici permettent de sortir du positionnement marketing annoncé par les éditeurs en dressant une typologie qui tient compte des possibilités et fonctionnalités offertes par ces outils.

Couverture des champs fonctionnels

Le cumul des critères par catégorie fait apparaître les résultats suivants :

Part des critères couverts par les solutions retenues (en %)

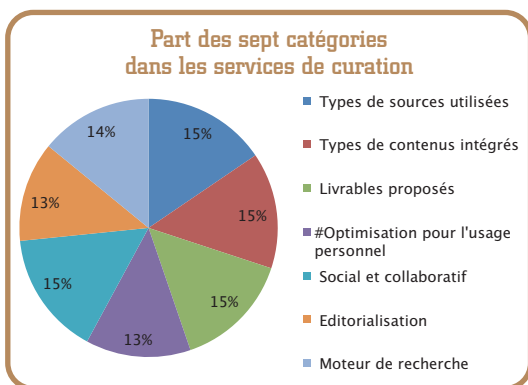


Étonnamment, c'est Diigo, un service positionné sur le *social bookmarking* depuis juillet 2006, qui arrive largement en tête, // // // //

//////// nous rappelant ainsi que le filtrage et la diffusion de contenus existaient bien avant qu'arrive le terme de curation. Pearltrees, qui se revendiquait initialement comme tel et Delicious, qui a initié le *social bookmarking* en 2003, sont d'ailleurs respectivement 4^e et 5^e. Paper.li, présenté par ses créateurs comme service de curation mais souvent cité comme outil de publication automatique⁶, arrive en seconde position. Flipboard, qui se positionne comme un outil de veille informationnelle personnalisé, fait moins bien mais arrive tout de même avant deux services de curation. Les trois premiers services *pure players* sont donc Scoop.it (3^e), Pearltrees (4^e) et Storify (7^e).

Popularité des critères pris en compte

En moyenne, sur l'ensemble des services étudiés, aucune catégorie de critères n'est beaucoup plus développée qu'une autre.



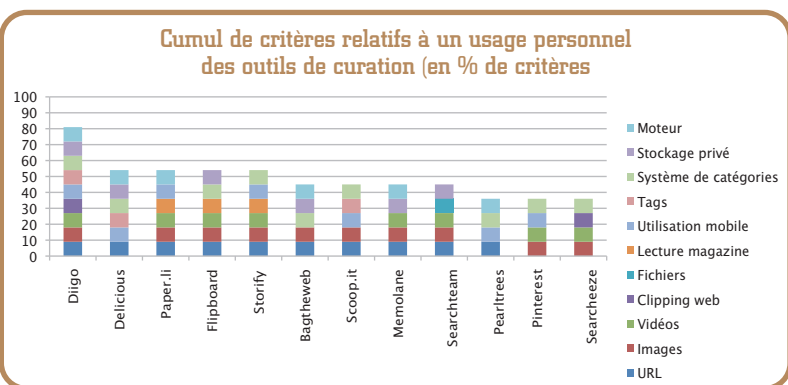
est, de loin, le service couvrant le plus grand champ fonctionnel, il est peu présent sur ces deux catégories de fonctionnalités plus rares. Enfin, si les outils proposant un mode « réseau social » sont nombreux (9 sur 12), ceux proposant de mettre en œuvre une curation collaborative le sont moins (7 sur 12). Si en plus on souhaite qu'elle soit privée (dans une optique de veille collaborative par exemple), le choix se restreint alors à cinq outils.

Les usages de la curation

Afin de rendre ces positionnements plus concrets, nous avons choisi de confronter les services retenus à trois logiques d'usages possibles en sélectionnant pour chacune les critères les plus pertinents.

- Usage personnel et capitalisation

Ici, la curation est envisagée dans le cadre d'une veille informationnelle liée à une logique personnelle d'information et d'apprentissage.



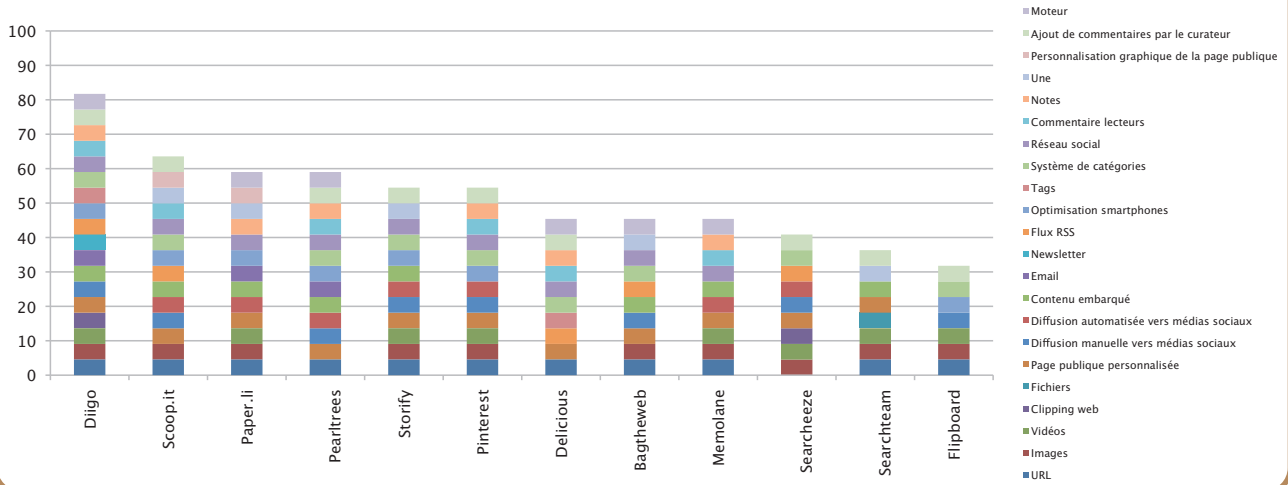
Ce classement basé sur une moyenne ne rend toutefois pas compte de la distribution des critères dans chacun des différents services. Sur ce point, les statistiques font émerger un premier groupe de trois catégories de critères relativement bien partagés : d'abord les **types de contenus intégrés**, puis les **types de livrables** susceptibles d'être diffusés, et enfin les fonctionnalités permettant de **tirer parti individuellement** de ces services qui, si elles ne sont pas très nombreuses (6^e sur 7 catégories), sont en revanche distribuées de manière assez homogène parmi les outils étudiés.

Le second groupe comprend trois catégories de fonctionnalités dont le déploiement est plus irrégulier. On y trouve d'abord le **type de sources** proposées. Là où des services comme Delicious ou Diigo, traditionnellement orientés vers le *social bookmarking*, ne proposent que l'ajout manuel de contenus *via* une barre d'outils ou un *bookmarklet*, des services positionnés sur la curation, comme Scoop.it, ou sur la veille informationnelle personnalisée, comme Flipboard, intègrent flux RSS, réseaux sociaux personnels et recommandations personnalisées ou automatiques. Viennent ensuite les fonctionnalités d'**éditorialisation**, finalement pas ou peu présentes dans la majorité des cas sauf pour quelques outils comme Scoop.it, Paper.li et Storify. De fait, si Diigo

Sans surprise, Diigo arrive en premier, suivi par trois services qui ne sont pas des *pure-players*. Il faut noter la 4^e position de Flipboard, qui s'avère particulièrement pertinent pour une veille personnelle. Le premier service de curation, Storify, arrive en 5^e position.



Cumul de critères relatifs aux pratiques de diffusion et partage (en % de critères)



• Diffusion et partage

Il s'agit ici de fonctionnalités « classiques » de la curation telle qu'elle est définie couramment (voir ci-dessus).

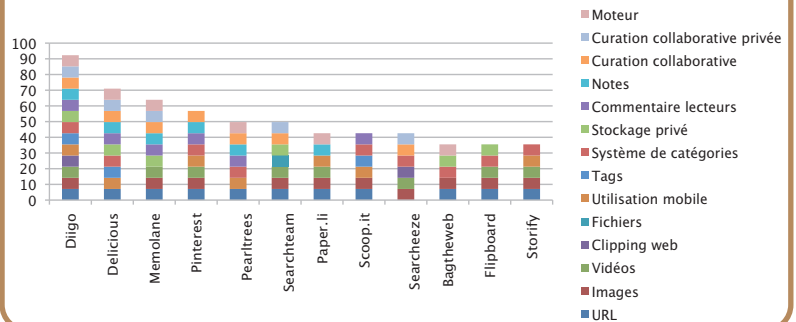
De nouveau Diigo arrive en tête, mais les *pure players* se classent directement à sa suite. Sans surprise, Flipboard arrive ici en dernier.

• Curation collaborative

On peut avoir besoin de services permettant d'aller plus loin qu'une simple diffusion de contenus d'un individu vers plusieurs (*one to many*). Il peut s'agir par exemple de travailler sur une thématique à plusieurs et de créer une page publique collaborative (*many to many*), ou encore de mettre en place une veille collaborative n'ayant pas vocation à être diffusée. Il est nécessaire dans ce cas de disposer de services offrant un espace d'enregistrement accessible aux seuls membres d'un groupe.

De nouveau, Diigo et Delicious font la course en tête. Le premier service de curation est Pinterest qui ne permet toutefois que le partage d'images. Il faut descendre à la 5^e position, avec Pearltrees, pour trouver un service de curation collaboratif (mais ne proposant pas de mode privé).

Cumul de critères relatifs à un usage collaboratif des outils de curation (en % de critères)



Ce comparatif rend compte avant tout de la couverture fonctionnelle de ces outils. Reste à le confronter à des besoins. En effet, si l'on souhaite partager avant tout des images et des vidéos, seul Pinterest est ici vraiment pertinent. Si l'on est très mobile, il faudra choisir un service optimisé pour le système d'exploitation de son smartphone ou de sa tablette (Storify, Scoop.it, Pearltrees ou Flipboard). Les critères proposés ci-dessus doivent donc être pondérés en fonction des priorités de l'utilisateur. Autre élément non pris en compte ici, l'expérience utilisateur. Certains services particulièrement bien conçus ont un potentiel d'addiction très fort. C'est le cas de Flipboard qui, de par la fluidité de son mode magazine, s'impose rapidement comme outil d'accès à l'information, compensant de fait des fonctionnalités de curation présentes mais limitées.

On le voit, les frontières sont encore floues et les jeux ne sont pas faits. Les services de curation se multiplient et, si leur usage dans une logique informationnelle est évident, les choix à effectuer doivent être éclairés par des tests menés sans *a priori* sur les « familles d'outils » rencontrés. Le pire étant de croire que seuls les outils positionnés comme « de curation » par leur éditeur permettent d'en faire. Trois principes pour parvenir à ce résultat : mener une veille sur les services émergents afin de rester ouvert aux nouvelles possibilités qu'ils offrent, les évaluer sur la base de critères fonctionnels et ergonomiques et les confronter à des logiques d'usage. ●

1 Pierre Tran, « Comparatif des plateformes de curation », <http://socialcompare.com/fr/comparison/plates-formes-de-curation-md0synr>.

Ce comparatif fait partie d'un article publié sur *01.Net* le 16 mars 2011, [http://pro.01net.com/editorial/529626/le-guide-de-la-curation-\(3\)-les-outils/](http://pro.01net.com/editorial/529626/le-guide-de-la-curation-(3)-les-outils/)

2 Robin Good, "Best content curation tools", <http://www.mindmeister.com/fr/55395228/content-curation-tools-to-aggregate-filter-edit-curate-and-distribute-any-type-of-content-updated-weekly>

3 Gartner Group, "Gartner identifies the top 10 strategic technologies for 2012", octobre 2011, <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1826214>

4 Cf. Pierre Mongin, Xavier Delengaigne, Christophe Deschamps, Organisez vos données personnelles : l'essentiel du personal knowledge management. Dunod, 2011

5 Notamment pour la lettre Recherche & Référencement édité par la société Abondance, <http://recherche-referencement.abondance.com>

6 Voir le classement de Pierre Tran cité ci-dessus.