



SOCIÉTÉ PSYCHANALYTIQUE DE PARIS

Association Reconnue d'Utilité Publique – Décret du 8 août 1997

21 rue Daviel – 75013 Paris Tél. 01 43 29 66 70
Télécopie : 01 48 78 11 60 E-mail : spp@spp.asso.fr Site : www.spp.asso.fr

Rapport d'activité du site internet 2022

A. de Cazanove

En 2022, le site internet de la SPP a poursuivi son travail de lisibilité et renforcé l'équipement en outils numériques.

Nous le distinguons désormais en trois parties distinctes mais interconnectées :

- La **partie publique**, visible de tous et ouverte sur l'extérieur ;
- La **partie privée**, réservée aux membres et Aef ;
- La **Boutique**, interface de réservation et de vente en ligne

L'équipe :

L'équipe du site est composée de Julia Flore Alibert, Fabienne Fillion, Olivier Halimi, Vassilis Kapsambelis, Sébastien Nourry, Marianne Persine et Johanna Velt nous ont rejoint Stéphanie de Buffévent, Claire-Marine François-Poncet et Cécile Corre sous la responsabilité d'Amélie de Cazanove.

Chacun ayant une veille spécifique sur certaines rubriques.

Philippe Daubry, le webmaster administre le volet technique et participe aux réunions de l'équipe. Son allocation mensuelle a été augmentée.

Son aide est précieuse, elle nous permet de faire très rapidement des modifications sur les pages, de mettre à jour en continu le logiciel WordPress, de protéger le site des attaques diverses et d'opérer une veille sur les contenus. Il participe à toute l'évolution de la structure, aux projets de créations comme de rénovations et à leur mise en œuvre. Son travail a été considérablement augmenté avec l'arrivée de La Boutique.

Le site est aussi en contact étroit avec les secrétariats, ce qui permet d'accélérer la communication vers les membres. Le travail d'harmonisation de la communication (interne et externe) de la SPP autour du site est un impératif en termes de stratégie numérique.

Statistiques :

Indications précieuses quant à la fréquentation, la circulation et plus généralement sur les comportements des utilisateurs du site :

La fréquentation en 2022 se stabilise avec 520.000 visites pour 226.000 visiteurs¹. Ce qui a changé c'est l'augmentation des visiteurs uniques de 25% (contre 182.000 visiteurs en 21), ils consultent donc moins de pages que l'année précédente. Ce ratio qui était de 4 est passé à 2,5 et permet d'inférer que le pari d'offrir une meilleure lisibilité est tenu ; les visiteurs vont accéder plus directement à ce qu'ils recherchent.

¹ Pour rappel : Les *visites* correspondent aux nombres de connexions sur un site et les *visiteurs*, une personne unique qui se connecte à un moment précis
Rapport d'activité du site internet

Les statistiques montrent surtout que la fréquentation du site se répartit à parité entre l'ordinateur et les téléphones mobiles, nous avons donc poursuivi le travail d'amélioration de la navigation sur mobile en la rendant indépendante de celle du site sur ordinateur (les deux pages d'accueil sont différentes).

Les pages les plus consultées hormis la page d'accueil, sont celles qui conduisent vers l'annuaire des membres, cette statistique reste la même depuis le début de l'ouverture du site et constitue un indicateur très important. Vient ensuite la consultation vers l'espace privé ce qui confirme la tendance apparue en 21.

À suivre on trouve avec des fréquentations équivalentes les pages concernant la « formation et instituts » celles de l'agenda des « évènements » et celles des « Conférences ouvertes ».

Puis les pages des « textes et conférences », la « vidéothèque » et les « podcasts ».

La page d'accueil et le menu : Depuis cet été, une nouvelle page d'accueil et un nouveau menu ont vu le jour. La page d'accueil, véritable vitrine du site, se devait d'offrir une plus grande lisibilité. Nous avons soigné la communication visuelle en utilisant les chartes couleurs et graphiques mises en place depuis 2020, et inséré plus d'images, afin de différencier les contenus et de proposer une mise en page intuitive et dynamique.

La page d'accueil se décompose en plusieurs étages :

- Des boutons permettant aux lecteurs d'accéder directement aux pages les plus recherchées ;
- En plus d'une partie « actualités », un ensemble de 4 boutons focus, permettent de mettre en avant des contenus institutionnels ou de communication ;
- Le bas de la page est consacré aux évènements « maison » et ensuite aux évènements « partenaires ».

La modification du menu en « méga menu » (et sa duplication pour les téléphones), consiste en une hiérarchisation des contenus du site dans une arborescence plus restreinte. Elle a permis de réorganiser l'ensemble de la trentaine d'entrées précédentes sous une seule barre de 7 entrées. Cela s'apparente à une construction d'étagères de rangement comme avec les armoires, les nôtres sont débordantes de contenus bien fournis et demandaient à être réorganisées pour permettre de mieux retrouver nos affaires !

Le moteur de recherche des membres modifié en 2021, s'est doté en fin de cette année, d'une recherche intelligente et complémentaire par activités. Aujourd'hui nous pouvons donc rechercher depuis le site un psychanalyste, par exemple dans un département en y adjoignant des critères d'activités (« reçoit des enfants », « thérapie familiale », ...).

Nous avons conservé en deuxième ressort le tableau classé par ville. Le moteur intelligent a été dupliqué pour la recherche des AeF.

A souligner qu'il est essentiel pour que ce moteur trouve sa pertinence que la base de données soit mise à jour et donc complétée par les membres.

L'espace membres et AeF (partie privée) réalisé en 2021.

La partie privée, restructurée en 2021 se veut véritablement au service de l'Institution et constitue une ressource essentielle pour les membres et AeF de la SPP. Elle abrite toute la vie institutionnelle et notamment les activités scientifiques, auparavant présente via le bulletin papier. Nous avons essayé pour celle-ci de normaliser les contenus des séminaires et conférences désormais sous forme de vignettes de façon à les rendre plus accessibles, plus lisibles. Cela fut un long travail de mettre en place ces procédures (formulaires, présentation, classement), coconstruites avec le secrétariat scientifique. Elles sont maintenant en place pour plusieurs années.

La partie privée accueille également des textes pour lesquels la confidentialité est de rigueur comme les interventions des Rencontres de la SPP.

Après une année d'exploitation, la distinction entre la partie privée et la partie publique semble opérante. Grâce à cela la partie publique, peut pleinement exploiter sa tâche d'information et de diffusion, sa fonction de vitrine de la psychanalyse et de la SPP, tout en préservant notre identité dans des enjeux de formation, de transmission et de confidentialité, comme l'exige notre éthique et la cure.

La boutique, mise en service pour la première fois en mai 2021. Véritable solution digitale, en permettant l'accès notamment aux conférences et à la bibliothèque, elle favorise la diffusion de nos savoirs analytiques.

C'est donc l'espace marchand et de réservation associé au site, dans lequel nous pouvons effectuer toutes les transactions : acheter une conférence, recevoir un billet en présence ou un lien zoom, une facture, acheter des livres, un abonnement, mais aussi des VOD ou des replays de conférences. Depuis cet été nous avons réalisé des podcasts à partir des conférences ouvertes, au nombre de 5 à titre d'essai pour cette année.

La Boutique intégrée au site de la SPP, est gérée en temps réel (exigence de réactivité) par Philippe Daubry. De plus nous avons instauré un système de suivi (routines de fidélisation) qui garantissent aux inscrits une approche personnalisée et non intrusive (par exemple des rappels à s'inscrire pour les abonnés). C'est un marketing fin et dosé qui ne fait pas d'effet d'annonce, ni de « réclame » mais qui accompagne les inscrits et opère donc un travail de confiance et de fidélisation.

Pour une meilleure utilisation par les membres et AeF, nous avons ajouté sur La Boutique en 2022 un espace qui leur est réservé, seulement visible une fois la personne reconnue « membre ou aef de la SPP » afin de simplifier les tarifs spéciaux, la gratuité ou encore les événements réservés aux seuls membres et aef (les Rencontres de Mars). Après le rodage de 2021, l'outil technique s'en trouve donc amélioré et recevant de moins en moins de requêtes en aide ou de plaintes, nous considérerons que tout un chacun parvient de plus en plus simplement à l'utiliser...

Nous notons une très forte croissance de la billetterie des conférences ouvertes, en moyenne elle est multipliée par 2,5 (par rapport aux chiffres La Boutique de 2021). Les abonnements aux cycles ont aussi bénéficié de la même augmentation ; Chiffre que l'on peut attribuer au travail de fidélisation et de confiance qui nous est fait, grâce à la réactivité du webmaster lorsqu'il est sollicité via le mail de La Boutique.

60% du chiffre d'affaires de La Boutique est réalisé par l'ensemble des conférences ouvertes (en 2022 : 61948 euros).

La Boutique a permis de toucher et d'élargir des nouveaux publics sensibles aux propos SPP et à la qualité des conférenciers. C'est à considérer comme un succès pour l'image de la SPP, sans négliger les considérations marchandes concernant les recettes.

Le nombre d'inscrits à La Boutique a doublé en un an, ce qui confirme qu'elle est entrée dans les mœurs :

AeF : de 69 à 123 (+78%)

Membres : de 103 à 323 (+214%)

Étudiants : de 82 à 317 (+287%)

Extérieurs : de 1400 à 3500 (+150%)

Les chiffres à retenir : 4620 personnes ont créé un compte à La Boutique, dont 3500 qualifiés « d'extérieurs » qui constituent un public sensible à la psychanalyse. Les étudiants inscrits ont été multiplié par trois, révélateur de notre attractivité auprès de ce public.

La Boutique c'est aussi un outil qui propose des indicateurs intéressants, et des listes exploitables vers lesquelles nous avons commencé à communiquer de manière ciblée par des newsletters lancées à partir de La Boutique et dont le taux d'ouverture vers le site est de plus de 70%, chiffre considérable qui démontre la confiance qu'ont les personnes qui reçoivent nos messages. Nous avons par exemple constaté l'impact instantané des campagnes de promotion sur les ventes de billets, notamment lors du Colloque de la Présidente.

Les contenus de la partie publique :

La vocation du site, informer, diffuser, faire rayonner la SPP et la psychanalyse demande un ajustement constant parfois en lien avec l'actualité, sans négliger les contenus de fond qui restent la marque du site.

En termes de contenus, il s'agit de :

- Nouvelles institutionnelles, en lien avec l'actualités soutenues par le CA, telles que « position de la SPP sur la guerre en Ukraine », « Position de la SPP sur la médicalisation de la transition de genre des mineurs » ou encore « les enjeux autour des réformes du soin psychique ». Ces nouvelles peuvent faire l'objet de « unes » sur la page d'accueil mais on peut également les retrouver plus facilement grâce au nouveau menu ;
- Un nouvel entretien réalisé par Marianne Persine de Marilia Aisenstein sur la vidéothèque ;
- plusieurs podcasts Talks on Psychoanalysis (Bernard Chervet, Bernard Penot, Florence Guignard...);
- une discussion sur la transidentité ;
- des textes de conférences ;
- des réflexions de psychanalystes ; ...

Nous observons un manque de proposition de publications par rapport aux années précédentes, sans doute le site n'est pas toujours adapté pour des textes à valeur scientifique qui ont leur place dans les différentes revues. Néanmoins nous aimerions retrouver de la matière et aussi favoriser un nouveau type de publication en lien avec les demandes d'un public large qui souhaiterait s'informer autour de questions simples mais récurrentes, peut-être même sur un mode plus journalistique...

Pour conclure :

Je souhaite remercier le Bureau et l'ensemble du CA, de la confiance qu'ils m'accordent ainsi qu'à Philippe Daubry et à l'ensemble de l'équipe du site. C'est à la fois un privilège et un devoir dans un champ passionnant et essentiel pour notre avenir.

Le site de la SPP se retrouve au cœur des enjeux de communication et de diffusion de la psychanalyse telle qu'on la pratique à la SPP. Fort de ses nouveaux outils numériques sortis de la période de rodage et de ses nouveaux outils techniques, il a gagné en maturité, efficacité et lisibilité. La circulation y est plus fluide et plus intuitive. Quant à l'effort graphique constant, il permet de mettre en valeur les contenus et de soutenir une image élégante et dynamique de notre Société.

Nos objectifs pour l'année à venir vont concerner l'amélioration **de la représentation** du site et de la SPP sur internet, par un effort de visibilité sur les moteurs de recherche, sur wikipédia et les réseaux sociaux et pourquoi pas, développer une chaine YouTube...

Car nous ne devons pas nous y tromper, l'ère numérique dans laquelle nous sommes entrés au tournant du siècle a bouleversé toutes les facettes de la vie, des relations personnelles à l'économie, de la communication à la politique, de la recherche à la transmission. Et si la psychanalyse veut conserver son identité forte, à rebours de l'immédiateté, de la globalisation et de la dématérialisation, et à distance du monde fini sans douleur que propose sur un mode hallucinatoire le virtuel, elle doit maîtriser son image tout en exploitant les ressources proposées par le numérique.