

Guide pratique

À destination des communes de la région Midi-Pyrénées

le site Internet

Créer et animer
le site de ma commune.







Sommaire

CHAPITRE I

La préparation

- ▶ Ne brûlez pas **les étapes** ! 2
- ▶ Un **site local**, pour quoi faire ? 4
- ▶ Une **construction** « pierre à pierre »... 6

CHAPITRE II

La conception

- ▶ L'**architecture** d'information 8
- ▶ L'**arborescence** 10
- ▶ L'**animation** du site 12
- ▶ L'évaluation des **coûts** 14
- ▶ Le **cahier des charges** 16

CHAPITRE III

L'exploitation

- ▶ **Produire et diffuser** des informations 24
- ▶ Entretien des **relations** avec les usagers 26
- ▶ Lancer l'**administration électronique** 28
- ▶ **Faire connaître** le site 30
- ▶ Évaluer pour **évoluer** 32

Chapitre I

La préparation

Ne brûlez pas les étapes !

La démarche qui conduit à la création d'un site web* de ville peut paraître au premier abord intimidante, surtout dans le cadre d'une commune de petite taille. D'une part, en raison de certaines expériences décevantes : combien de sites laissés en jachère, au contenu défraîchi, à l'interactivité insuffisante, à la maintenance coûteuse...

D'autre part, parce que les questions qui se posent d'emblée peuvent ressembler à autant d'obstacles infranchissables : quelles solutions techniques faut-il mettre en place ? Qui va faire fonctionner ce nouveau média ? Et d'ailleurs, dans quel but exactement ?

Toutes ces questions trouveront une réponse adaptée, parfois dans le cadre d'une démarche intercommunale. À une condition : on intégrera, dès le départ de la réflexion, l'idée essentielle selon laquelle le développement d'un site web de ville est un processus évolutif. En effet, avant de parvenir au stade ultime, le Portail Internet Citoyen (PIC)*, le site web devra passer par trois étapes :

* Reportez-vous au glossaire situé page 36.

Le stade de l'information

- Le site communal informe et renseigne.
- C'est un site dynamique d'information et d'actualité.

Le stade de la communication

- Il permet d'échanger et de collaborer.
- C'est un site interactif et coopératif.

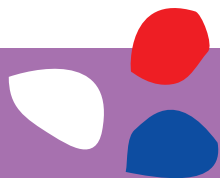
Le stade de la transaction

- Il facilite les démarches.
- Le site est alors un portail* local administratif et participatif.

Le site va donc connaître une montée en charge progressive. Au fur et à mesure, tous les aspects du projet (technique, juridique, organisationnel, financier) vont s'inscrire dans une complexité croissante. Mais celle-ci sera d'autant mieux maîtrisée que les différentes étapes auront été respectées.

L'erreur à ne pas commettre...

C'est celle dont souffrent aujourd'hui de nombreux sites communaux de première génération : conçus comme des vitrines promotionnelles trop statiques, ils sont difficiles à mettre à jour, pas assez autonomes, offrent très peu d'interactivité et n'intègrent quasiment pas de services. Pour que l'évolution du site local soit possible, la solution technique choisie au départ doit elle-même être souple et adaptable.



Un site local, pour quoi faire ?

Dès l'origine, la réflexion doit être inscrite dans le moyen et dans le long terme. Le site communal, en effet, va devoir évoluer : il lui faudra s'adapter en permanence aux attentes des citoyens, et apporter des solutions à des projets communaux eux-mêmes évolutifs. Ainsi, les trois stades de son développement répondront à des objectifs stratégiques bien définis :

Stade 1 : informer et renseigner

24 heures sur 24, et à distance, tous les internautes ont accès à l'information publique locale. Le site présente la ville et ses activités, et diffuse en priorité des informations administratives, politiques et pratiques. Tous les thèmes de la vie locale sont abordés. Bien entendu, la pertinence et la fiabilité de toutes ces informations sont garanties, ce qui signifie qu'elles sont validées et modifiées en fonction de l'actualité.

Stade 2 : échanger et collaborer

Le site est un outil de démocratie locale. Il facilite les échanges entre l'administration communale et les usagers des services publics, entre les élus et les citoyens, et entre les différents acteurs locaux (associations, entreprises, etc.).

Stade 3 : dématérialiser et intégrer

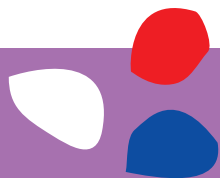
Le site propose des télé-services* et des télé-procédures* qui en font un véritable guichet administratif local. Il fournit aussi des services numériques qui facilitent les relations des citoyens avec les services administratifs.

*En passant
d'un stade à un autre,
le site web* local s'enrichit
de nouvelles fonctionnalités
correspondant à de nouveaux objectifs.
C'est l'addition de ces différentes étapes
qui va donner naissance à un véritable
Portail Internet Citoyen*.*

Chacun son rythme !

Chaque commune, en fonction de sa taille et de sa personnalité, va intégrer ses propres axes prioritaires dans le processus de développement de son site : ils peuvent être économiques, touristiques, culturels, sociaux, ...

Elle va également adapter sa vitesse de passage d'un stade à un autre aux moyens financiers et humains qu'elle décide d'allouer au projet. Enfin, elle tiendra compte de la capacité de ses services municipaux à utiliser ce type d'outil. Si nécessaire et, notamment pour les plus petites communes, elle devra se poser la question de la mutualisation des moyens dans le cadre de l'intercommunalité. Bref, s'il ne faut brûler aucune étape, c'est chacun son rythme !



Une construction "pierre à pierre"

La création d'un site web* local est une véritable «construction» : à chaque étape, une nouvelle strate fonctionnelle vient s'ajouter à la précédente. Ainsi, chacun des trois stades peut être défini par un certain nombre de fonctionnalités minimum, qui sont autant de passages obligés dans la réflexion et la conception du site local :

informer et renseigner

Stade 1 - Il comporte obligatoirement :

- une charte graphique*,
- une interface avec l'administration du site assurant la gestion des informations, des annuaires et de la page d'accueil du site,
- le co-marquage* des fiches «droits et démarches» du site service-public.fr,
- les informations légales et contact,
- des outils d'aide à la navigation (plan du site, moteur de recherche),
- un module statistique.

échanger et collaborer

Stade 2 - Il ajoute au stade précédent :

- une interface avec l'administration assurant la gestion des droits de publication, des mails, des sondages, des formulaires, de la lettre d'information, du forum,
- un accès personnalisé par catégorie d'utilisateurs (définie en fonction de leur profil),
- un module de cartographie interactive,
- l'accès direct à des contenus externes (liens, syndication*, etc.).

dématérialiser et intégrer

Stade 3 - Il complète les stades 1 et 2 par :

- une interface d'échange pour les télé-services* : création de passerelles avec les applications métiers du système d'information interne de la collectivité,
- intégration des modèles d'échange XML* standardisés pour les télé-procédures* avec les services de l'Etat (normalisation ADAE, Agence pour le Développement de l'Administration Électronique - www.adae.pm.gouv.fr, ou autre acteur habilité),
- pré-enregistrement des données personnelles pour faciliter l'accès aux services proposés et éviter la re-saisie d'informations.

Les fonctionnalités minimum d'un site Internet de Collectivité Locale (liste non exhaustive)

- Plan du site,
- Mentions légales,
- Contact mail,
- Coordonnées complètes de la Collectivité,
- Lien sur www.service-public.fr dès la page d'accueil.

Prévoir l'évolution du site

Dans l'immense majorité des cas, la fourniture du site web* local devra être confiée à une ou plusieurs sociétés spécialisées. Quelques semaines leur suffiront pour mettre le site en place, ensuite il faudra y ajouter tous les contenus.

La consultation préalable peut porter uniquement sur le stade 1, ou sur les stades 1 et 2. Mais dans tous les cas, la commune devra retenir une solution qui permette une évolution vers le stade 3.

Chapitre II

La conception

L'ARCHITECTURE D'INFORMATION

Comment organiser le contenu du site ?

... Ou comment ranger les informations dans cet espace virtuel et faire en sorte que les citoyens-internautes y trouvent facilement ce qu'ils cherchent ?

Autrement dit, quelle «architecture d'information» faut-il mettre en place ?

Plusieurs solutions techniques sont possibles, mais la mieux adaptée à un site web* communal est une structure d'organisation «hiérarchique» (du même type qu'un organigramme) : cette dernière solution est la plus appropriée pour un utilisateur novice.

Si cette architecture est la colonne vertébrale du site, sa chair est constituée par l'information elle-même.

Trois étapes successives vont permettre de l'organiser :

Énumérer

Il s'agit d'abord de lister tous les éléments de contenu que l'on veut mettre en ligne. Et ceci en fonction de deux critères inséparables : les objectifs de la commune, et les besoins des utilisateurs.

Catégoriser

Il est ensuite nécessaire de classer ces éléments de façon logique et cohérente dans des groupes d'informations. Comme on le ferait dans les rubriques d'un journal.

Structurer

Enfin, il faut hiérarchiser les informations à l'intérieur de chaque groupe, mais aussi relier certaines informations appartenant à des groupes différents. C'est cette organisation très structurée qui va permettre à l'internaute de comprendre la logique interne du site, et de le parcourir ainsi sans s'y perdre : il doit trouver facilement l'information recherchée ; ou bien s'apercevoir très vite qu'elle n'est pas disponible.

Quelques conseils

Soigner la page d'accueil

C'est la vitrine du site. En un coup d'œil, l'internaute doit comprendre ce qu'on lui propose et comment en profiter. Une sorte de sommaire enrichi d'un mode d'emploi.

Fournir des outils

Un plan du site et un moteur de recherche aideront le visiteur. Ils seront indispensables si l'architecture est mal conçue.

Privilégier l'utilisateur

L'architecture du site ne doit pas être la simple transposition de l'organisation administrative de la mairie. Ce sont les besoins des internautes qui doivent guider sa conception, et non ceux des services municipaux.

Compter les clics

L'internaute doit accéder à l'information qu'il recherche en trois clics au maximum. Ce qui suppose de limiter la profondeur du site.

Chapitre II

La conception

L'ARBORESCENCE

La bonne logique, c'est celle de l'internaute* !

Une fois réunies les informations qui vont constituer le contenu du site web* communal, il faut les structurer selon une arborescence (un canevas, une grille) qui permettra de les intégrer, concrètement, dans les systèmes de navigation du site. Ici encore, pas de mystère : ce sont les besoins des futurs utilisateurs qui doivent guider la réflexion. D'où la nécessité de concevoir l'arborescence sur la base de cette simple question :

Comment les internautes cherchent-ils l'information dont ils ont besoin ?*

Ils « navigent » selon des logiques d'accès très courantes, qui sont autant de portes derrière lesquelles ils savent qu'ils vont trouver un certain type de contenu :

- **par dates** : actualité, agenda, nouveautés...
- **par zones** : (par quartiers par exemple) plans, informations personnalisées...
- **par types d'outils** : annuaires, cartes, documents, liens, forums...
- **par thèmes** : (les différents aspects de la vie locale) vie quotidienne, vie associative, vie culturelle, vie citoyenne, vie économique...
- **par actions** : visiter, découvrir, s'informer, vivre, se divertir, se loger, s'installer, entreprendre...
- **par publics** : (le «profil» de l'internaute*) nouveaux habitants, enfants, parents, jeunes, étudiants, seniors, touristes, entreprises, associations...

Ces logiques d'accès sont évidemment combinables. En particulier sur plusieurs niveaux de navigation : par exemple, on entre sur le site par un thème, puis on utilise un outil pour circuler dans une rubrique de documentation.

L'habit fait le site...

Le contact de l'internaute avec le site communal sera d'abord visuel : de page en page, les couleurs, la taille des caractères et des illustrations, la longueur des textes, la maquette vont permettre de lui présenter l'information de façon claire et cohérente. Cette charte graphique*, qui répond à des exigences spécifiques au média Internet, sera réalisée par un prestataire spécialisé.

Mais le travail de celui-ci doit être orienté par le maître d'ouvrage : c'est en effet l'identité visuelle de la commune qui est en jeu ; l'intégration de ses éléments constitutifs (logo, couleurs, etc.) renforcera son image de marque et facilitera sa reconnaissance par le visiteur.

Chapitre II

La conception

L'ANIMATION DU SITE

Un média très collectif

Les informations mises en ligne sur le site web* de la commune vont être le reflet de sa personnalité :

- *quelle image veut-elle donner d'elle-même ?*
- *quels publics veut-elle atteindre, et pour satisfaire quels besoins ?*
- *quel type de service public veut-elle proposer ?*
- *quel genre de démocratie locale veut-elle instaurer ?*

C'est dans le cadre de ces questions «fondatrices» que va s'inscrire la politique d'animation du site : en matière d'informations, qui va produire quoi ? L'organisation à mettre en place sera différente en fonction des trois stades d'évolution.

Informers

Stade 1 - Un responsable du site :

C'est lui qui prend en charge le contenu. Il récupère les informations auprès des services de la mairie et des acteurs externes, et les met en ligne. Ce qui va inévitablement enclencher l'évolution vers le stade 2 : les visiteurs en effet vont demander davantage de contenu, et les services municipaux vont souhaiter mettre eux-mêmes leurs informations en ligne.

Favoriser les échanges

Stade 2 - Une équipe :

Le responsable du site ne peut plus travailler seul. Il s'assure la collaboration de correspondants dans les différents services, voire au sein d'organismes externes (bibliothèques, centres culturels, associations...). À ce stade, c'est donc une équipe qu'il faut mettre en place et dont il faut organiser la production. Mais attention : toutes les informations mises en ligne le sont sous la responsabilité juridique de la collectivité locale. D'où la nécessité d'instituer un système de validation préalable.

Télé-services*

Stade 3 - Des équipes-projet :

L'équipe fonctionne comme au stade précédent. Mais une organisation de type «gestion de projet», dans laquelle seront impliqués tous les services municipaux concernés, doit être mise en place pour chaque télé-service programmé. Le responsable du site est associé à cette démarche, même s'il ne la pilote pas.

Internet, une nouvelle culture

Au fur et à mesure de sa progression, le site web* communal nécessite une plus grande implication des services internes et des acteurs de la ville. C'est donc progressivement qu'une «culture Internet» va être développée et entretenue. Ainsi, la mise en place de télé-services* sera facilitée, et constituera pour tous une évolution logique et naturelle.

Chapitre II

La conception

L'ÉVALUATION DES COÛTS

Il faut faire naître... et faire vivre

La création d'un site web* ne pèse évidemment pas le même poids dans le budget d'une petite commune ou dans celui d'une grande ville. Par ailleurs, son coût dépendra du contenu du site et du sous-traitant sélectionné pour le mettre en place. Mais hormis ces variables, on peut lister les principales dépenses liées à tous les projets (chacune sera affectée, selon les cas, au poste «investissement» ou au poste «fonctionnement»).

Un prestataire extérieur, oui mais...

La mise en place technique du site, opération nécessitant des compétences spécifiques, devra être confiée à une société spécialisée. En revanche, il faudra que la commune puisse gérer elle-même ses contenus : mise en ligne d'informations nouvelles, corrections, ajout ou suppression de rubriques, etc. Un investissement jugé plus important au démarrage pour disposer d'un outil facile à utiliser sera, par la suite, rentabilisé par les économies qui seront réalisées au niveau du fonctionnement.

Les dépenses à court terme (création)

Elles sont liées à la mise en place du site et ne seront donc engagées qu'une seule fois :

- équipement informatique avec connexion Internet du responsable,
- conception du site et développement de la charte graphique*,
- achat d'une licence pour le logiciel ou développement spécifique,
- intégration de la solution,
- formation initiale des utilisateurs à la gestion du site,
- saisie des données, ou conversion si celle-ci est sous-traitée,
- si l'hébergement* est assuré par la commune : matériel informatique.

Les dépenses à long terme (fonctionnement)

C'est le poste le plus important :

- frais d'utilisation de la connexion Internet,
- hébergement* et gestion des noms de domaine*, référencement,
- abonnement auprès d'un fournisseur de services,
- frais de personnel pour la gestion du contenu,
- frais de personnel informatique,
- maintenance informatique : corrections, adaptations, évolutions du système.

Chapitre II

La conception

LE CAHIER DES CHARGES

Stade 1 : informer et renseigner

Les objectifs de la commune

Ce premier stade de l'évolution d'un site web communal doit permettre de :

- présenter la ville et ses activités,
- fournir des renseignements pratiques relatifs aux services communaux, aux procédures administratives et aux services publics,
- informer sur le fonctionnement du conseil municipal et la vie politique locale.

Formalités administratives : qualité exigée

Dès sa création, un site web* communal doit fournir un accès en ligne aux descriptions des diverses formalités administratives, avec la garantie donnée aux citoyens-internautes de disposer d'une information exacte et mise à jour.

La solution la plus sûre passe par l'intégration dans le site de la commune du module «Vos droits et démarches» mis à disposition par service-public.fr. Ces informations sont disponibles, soit directement auprès de la Documentation française (en échange XML*), soit auprès de la Caisse des Dépôts (en co-marquage* simple). Dans ce second cas, le service est payant mais permet d'associer des données locales aux données nationales.

La mission du prestataire

Le prestataire qui va fournir le site devra proposer une solution qui permette à la commune de gérer directement son contenu, et ceci sans compétence informatique particulière. Les principes suivants seront donc mis en œuvre :

- **souplesse** : l'arborescence du site n'est pas figée. Rubriques et sous-rubriques peuvent être créées, modifiées ou déplacées à tout moment en fonction des besoins ou des orientations données par la commune.
- **simplicité** : des grilles de saisie sont à la disposition du responsable du site. Elles facilitent le traitement des informations à diffuser.
- **cohérence** : la charte graphique* est indépendante du contenu. Ce qui signifie qu'elle peut évoluer sans que soient remises en cause les informations déjà mises en ligne. Quand il élabore une rubrique, une sous-rubrique ou une information, le responsable du site choisit dans un catalogue de maquettes prêtes à l'emploi celle qui convient le mieux à ses besoins. Quant à la charte graphique*, elle peut être mise au point par l'agence ou le conseiller en communication de la commune, si celle-ci le souhaite, puis intégrée dans la solution proposée par le prestataire.

Chapitre II

La conception

LE CAHIER DES CHARGES

Stade 2 : favoriser les échanges et la démocratie locale

Les objectifs de la commune

Le deuxième stade de l'évolution du site communal poursuit les objectifs suivants :

- permettre à chaque service municipal de fournir directement ses informations,
- associer à l'enrichissement du site tous les acteurs de la ville,
- développer les échanges avec les citoyens et les usagers des services publics,
- proposer aux internautes* des informations qui correspondent à leurs centres d'intérêt spécifiques.

E-administration : les premiers pas

Le site communal, à ce stade, pose les bases de l'administration électronique : son responsable doit pouvoir créer des formulaires qui permettront aux citoyens de fournir des informations, de se pré-inscrire à un service, d'effectuer des demandes ou des réservations d'actes, ou encore de commander des publications.

La mission du prestataire

Le site communal entre véritablement dans l'interactivité.

Le dialogue entre les internautes et la commune s'enrichit par la mise en place de nouveaux services. Pour cette étape, le prestataire devra fournir les modules fonctionnels permettant la mise en place de ces services :*

- **des collaborations multiples** : des correspondants, dans les services de la commune, peuvent gérer le contenu de certaines rubriques. Dans ce cas, l'information qu'ils proposent est validée par le responsable du site avant d'être mise en ligne. Même principe pour les acteurs locaux (centres culturels, associations, commerçants, artisans, etc.), auxquels est proposée une interface de saisie d'administration simplifiée.
- **un outil d'animation** : les citoyens ont la possibilité de réagir aux informations qui leur sont fournies ; formulaires, sondages, consultations doivent pouvoir leur être proposés.
- **un plan interactif** : le site doit fournir une carte de la commune sur laquelle figurent les équipements locaux (services de la mairie, cinémas, piscines, restaurants, etc.) et toutes les informations pratiques de base (services d'urgence, associations, etc.). Le responsable du site doit pouvoir enrichir cette carte lui-même.
- **une gestion fine des e-mails** : le site propose la liste des élus et des chefs de service auxquels les citoyens peuvent envoyer directement des mails. Ceux-ci sont gérés de façon centralisée, comme le courrier papier, de façon en particulier à ce qu'aucun mail ne reste sans réponse.
- **une lettre d'information** : les habitants peuvent s'abonner à une lettre périodique qui leur livre l'essentiel de l'information municipale. Une bonne solution doit permettre l'élaboration automatique de la lettre, sur la base d'une sélection des informations déjà mises en ligne.

Chapitre II

La conception

LE CAHIER DES CHARGES

Stade 3 : proposer des télé-services* et des télé-procédures*

Les objectifs de la commune

A ce stade de son évolution, le site communal devient un Portail Internet Citoyen (PIC) : outre les informations et les outils qu'il a déjà mis en ligne, il constitue désormais un guichet d'accès local pour le citoyen et l'usager des services publics.*

Les précautions juridiques

Elles sont nombreuses. Parmi celles-ci :

- la décision de créer un site Internet relève du maire et de son conseil municipal.
- le nom de domaine*, choisi librement, et qui permet d'identifier le site de la collectivité sur Internet, doit être enregistré (de préférence dans la zone «.fr», qui donne davantage de lisibilité sur le Net).
- le site doit être déclaré à la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés).
- les mentions légales obligatoires (sur la page d'accueil ou sur une page spéciale) : nom de la collectivité locale, son adresse physique, son numéro de téléphone, le nom du directeur de la publication (en général, le maire), le numéro de déclaration à la CNIL.

La mission du prestataire

Le site devra proposer des télé-procédures (toutes les démarches liées aux administrations centrales et aux services déconcentrés de l'Etat) et des télé-services* de proximité (les démarches gérées par les collectivités et les services territoriaux). Il s'agira toujours de projets spécifiques, pour lesquels il est donc difficile d'établir un cahier des charges type.*

- **les télé-procédures*** : le prestataire devra intégrer celles qui sont élaborées par l'Etat (via l'agence ADAE), dans un délai maximum de 6 mois après publication des modèles d'échange XML*.
- **les télé-services*** : des interfaces d'échange avec les applications internes seront mises en place par le prestataire, qui fournira une estimation à partir de spécifications détaillées.

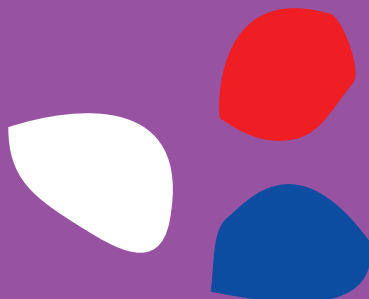
Chapitre II

La conception

LE CAHIER DES CHARGES

Un site communal en moins de six mois

La commune et le prestataire qu'elle a choisi définissent ensemble le planning détaillé du projet. Il appartient à la commune, maître d'ouvrage du projet, de s'assurer de la bonne marche des travaux. Deux grandes phases peuvent être identifiées : mise en place du socle technique et mise en ligne du contenu. Certaines étapes peuvent demander un délai de réflexion important. Il est donc prudent de «compter large»...



1. Mise en place du socle technique :

- **Recueil des attentes**, analyse de l'arborescence souhaitée, élaboration des grandes lignes de la charte graphique*, présentation détaillée du projet à l'équipe : **1 à 4 semaines.**
- **Réalisation de trois maquettes** pour l'approche graphique, après réunion de cadrage avec toutes les parties impliquées. Plusieurs phases de validation peuvent être nécessaires : **2 à 5 semaines.**
- **Élaboration d'une charte graphique* ergonomique** : page d'accueil, maquettes de présentation des rubriques et des informations, principes de lien entre les éléments du site : **1 à 3 semaines.**
- Transformation des maquettes graphiques en **maquettes HTML*** et intégration dans le socle technique : **1 à 4 semaines.**
- **Formation** du responsable du site et des correspondants. **Quelques jours**, en parallèle avec les actions qui précèdent.
- Présentation de la solution sur la **plate-forme de test** pour validation : **1 à 3 semaines.**

2. Mise en ligne du contenu :

- Rédaction du contenu, **mise en ligne** d'une première version : **4 à 8 semaines.**

Chapitre III

L'exploitation

VOUS DEVEZ MAINTENANT...

Produire et diffuser des informations

Un site web communal n'est pas un média comme un autre : sa gestion par la collectivité impose une organisation spécifique de ses services, et le rôle de chacun des intervenants doit être clairement établi. Dans tous les cas, il faut :*

Désigner un responsable du site :

il en sera le coordonnateur éditorial, chargé de la maintenance et de la cohérence de l'information mise en ligne. Il s'assurera de la bonne application des procédures : recherche de l'information, rédaction, réécriture, validation, diffusion sur le site.

Établir une procédure de mise en ligne de l'information :

elle pourra être différente selon le niveau d'évolution du site :

- la mise en ligne centralisée (stade 1, lire pages 16 et 17) : c'est le responsable du site qui est chargé de recueillir dans les services les informations nouvelles, de les mettre en ligne, de contrôler et d'actualiser celles qui y figurent déjà.
- la mise en ligne décentralisée (stade 2, lire pages 18 et 19) : chaque service est responsable de la mise à jour des données qui le concernent.

Organiser la participation des acteurs extérieurs :

mettre en ligne les informations fournies par les associations, clubs sportifs, théâtres, cinémas, etc., suppose que la commune (juridiquement responsable de tout ce qui figure sur son site) les ait préalablement validées. D'où la nécessité de mettre en place une procédure de contrôle, dans le cadre d'une charte librement consentie.

Information périmée = site dévalorisé

C'est très aimable de la part de la commune, au mois de janvier, de souhaiter une bonne année aux internautes. Mais si ces vœux sont toujours en ligne au mois de juillet, l'amabilité frise la farce... Pire, elle dévalorise l'ensemble du site : l'internaute qui relève une incongruité, une information fausse ou simplement dépassée, un numéro de téléphone périmé par exemple, est fondé à se méfier de toutes les informations qui lui sont fournies.

Pour lutter contre ce danger, en plus des procédures internes de contrôle, il peut être intéressant de donner la possibilité aux utilisateurs du site de signaler les informations erronées ou périmées. Ne pas oublier, dans ce cas, de les remercier de leur contribution...

Implication du personnel = formation

La participation du personnel communal à la création et au développement du site est indispensable. Elle permet d'abord de limiter les inquiétudes (quel impact sur mon travail quotidien ? Sur la pérennité de mon emploi ?). Elle enrichit la réflexion sur la nécessaire adaptation des services à l'usage d'Internet et du site communal. Et elle permet de constituer, autour du responsable du site, un réseau aux compétences complémentaires.

Corollaire tout aussi indispensable, une formation adaptée doit être proposée au personnel. Tant dans le domaine technique que, pour certains agents, dans celui de la conduite de projet. Cette formation permettra, non seulement de mieux exploiter ces nouvelles technologies, mais aussi de transformer leurs potentialités en améliorations concrètes dans la gestion des services communaux.

Chapitre III

L'exploitation

VOUS DEVEZ MAINTENANT...

Entretenir des (bonnes) relations avec les usagers

C'est l'interactivité qui fait la force d'Internet. C'est vers elle que doit tendre tout site communal. Plus il est vivant et efficace, et plus l'internaute s'y sent à son aise. Mieux l'information circule entre l'usager et l'administration, mieux le site se prépare à rendre des services en ligne. Plus il suscite la participation de ses visiteurs (poser une question, signaler un problème, remplir un formulaire, donner un avis, ...), plus il les fidélise. D'où l'utilité de proposer sur le site des outils de dialogue.

- le courrier électronique* :

c'est le moyen de communication le plus utilisé. Les citoyens pouvant s'adresser directement aux élus et aux services communaux (pour s'informer de l'état d'avancement d'un dossier par exemple, ou pour prendre un rendez-vous), on s'assurera que des réponses leur sont faites dans des délais raisonnables. Pour favoriser la généralisation de ces échanges, il faut penser à mettre sur le site un formulaire pour envoyer un mail aux différents élus et aux services de la commune.

- les forums* ou groupes de discussion :

chacun, devant son ordinateur et donc éventuellement depuis son poste de travail, peut émettre des messages qui s'ajoutent à ceux de tous les autres participants. Débat sur un sujet local (mené par un modérateur) ou réunion de travail, cet outil permet des usages multiples.

- les abonnements ou mailing-lists :

ils permettent au responsable du site d'envoyer des messages (des lettres d'information par exemple), plus ou moins automatiquement, aux internautes* qui le souhaitent et lui ont communiqué à cet effet leur adresse e-mail.

- les sondages et formulaires en ligne :

sur la première page du site sont posées aux visiteurs des questions «fermées» (de «très favorable» à «très défavorable» sur une échelle de 1 à 10 par exemple) ou des questions «ouvertes» («Que pensez-vous de... ?») sur un projet communal par exemple.

- les FAQ (Foires Aux Questions) :

les questions les plus courantes sont regroupées, et les réponses sont accessibles à tous.

Chapitre III

L'exploitation

VOUS DEVEZ MAINTENANT...

Lancer l'administration électronique

Le site web communal peut devenir un producteur de services en ligne : il va permettre au citoyen-internaute d'éviter des déplacements, d'engager des démarches au moment qui lui convient le mieux (24 heures sur 24 !), d'obtenir des réponses dans des délais très courts, de suivre l'avancement de son dossier en temps réel. Mais pour les services de la commune, proposer des télé-services* et des télé-procédures* (lire pages 20 et 21) constitue une révolution qui va exiger la mise en place de nouvelles méthodes de travail.*

Services compris...

Les services qui peuvent être mis en ligne sont extrêmement nombreux. Quelques exemples de base :

- réservation de livres à la bibliothèque communale,
- inscription au club de sport, au centre culturel,
- demande de permis de construire,
- commande d'actes d'état civil : naissance, mariage, décès,
- demande de logement social,
- inscription et règlement de la cantine scolaire.

La mise en ligne de formulaires téléchargeables :

L'internaute* se connecte au site communal, télécharge le formulaire administratif dont il a besoin, et l'imprime. Il peut alors le remplir et le renvoyer par les voies classiques. À ce stade, la procédure d'instruction et d'administration des dossiers par l'administration de la commune n'est pas modifiée.

Attention : les services communaux doivent être informés de la validité des formulaires téléchargés puis imprimés par l'usager !

Les démarches intégrales en ligne :

C'est une étape supplémentaire : elle mènera à la mise en place d'un guichet local unique en ligne. L'internaute* passe du formulaire à imprimer au formulaire électronique : rempli directement sur le site de la commune, sa réception et une partie plus ou moins importante de son traitement sont immédiates. À la condition bien sûr que, pour tout télé-service* proposé, une procédure de traitement adaptée soit mise en place. Les responsabilités et les tâches concrètes de chacun, dans chaque service, doivent être précisées selon le canevas suivant :

- *envoi automatique d'un accusé de réception,*
- *examen de la conformité du dossier,*
- *demande éventuelle de pièces complémentaires,*
- *envoi d'un accusé de réception avec numéro de dossier, et précisant le délai de traitement,*
- *demande de rendez-vous physique si nécessaire.*

Chapitre III

L'exploitation

VOUS DEVEZ MAINTENANT...

Faire connaître le site

Énonçons cette évidence : l'internaute qui ne connaît pas l'adresse du site communal ne pourra pas le visiter... Il est donc indispensable d'assurer sa promotion, par les voies classiques (qui n'excluent pas l'imagination), mais aussi bien sûr en utilisant Internet.*

Faire-part de naissance

Une bonne communication au moment de l'ouverture du site doit associer plusieurs démarches : une inauguration officielle à laquelle seront conviés acteurs locaux et habitants de la commune ; une conférence de presse mettant l'accent sur le contenu du site et les services qu'il rend aux citoyens ; des relations avec la presse locale : journaux, radio, télévision.

Une présence permanente sur tous les supports

- L'adresse du site doit figurer sur le papier à en-tête de la ville, sur les cartes de visite des élus et des responsables, et sur tous les documents édités par la commune (journal, brochures, affiches, etc.).
- Des dépliants spéciaux peuvent être distribués dans les principaux lieux publics locaux (administrations, banques, bureaux de poste, gares, bibliothèques, écoles, offices de tourisme, etc.) : ils valoriseront l'adresse du site et détailleront son contenu en insistant sur les services pratiques qu'il peut rendre.
- Le bouche-à-oreille est un vecteur puissant : on peut en particulier demander aux membres du personnel en contact avec le public de signaler systématiquement ce nouvel accès aux services publics, organiser des séances d'information en divers lieux de la commune, participer à des conférences ou à des formations spécialisées, mobiliser les relais locaux (associations, etc.).

La co-promotion avec d'autres sites

- Il est indispensable de s'inscrire dans les annuaires existants : pour la région, l'Agence ARDESI, par exemple, et au niveau national le portail service-public.fr.
- Pour une visibilité sur Internet, il est nécessaire d'indexer le site sur les moteurs de recherche*. Par un système de mots-clé, ils orientent les internautes* vers les sites susceptibles de répondre à leurs questions. Attention donc aux catégories dans lesquelles le site communal est indexé, et aux mots-clé qui lui sont attribués.
- On peut aussi contacter les sites proches de l'univers communal, ceux des communes voisines, des collectivités locales (région, département), des entreprises de la zone, et conclure avec eux un échange : sur chaque site, un lien direct renvoie vers le site communal, lequel assure le même service en retour.

Chapitre III

L'exploitation

VOUS DEVEZ MAINTENANT...

Évaluer... pour évoluer

Dès le départ de la réflexion qui a précédé la création du site communal, on a admis que celui-ci devrait pouvoir évoluer par étapes. Il se fixerait d'abord pour objectif d'informer et de renseigner ; puis il ferait en sorte de favoriser les échanges et la démocratie locale ; enfin, but ultime, il constituerait un véritable Portail Internet Citoyen (PIC).*

A chacun de ces stades, et en permanence, il faudra donc se donner les moyens de mesurer ses qualités et ses défauts. Deux démarches s'imposent :

Analyser la fréquentation

Combien d'internautes* ont-ils visité le site ? Durant combien de temps ? Quelles pages et quels services ont-ils utilisé ? A partir d'où se sont-ils connectés ? Un module d'analyse de la fréquentation – qu'il faut prévoir dans le cahier des charges dès la création du site – permettra de répondre à ces questions et d'en tirer des enseignements utiles sur les attentes du public.

Évaluer la qualité

Le site doit être régulièrement évalué : une fois par an par exemple. Les objectifs et les priorités du projet original sont-ils remplis ? Quels usages les internautes font-ils du site ? Quels sont les problèmes techniques éventuels, et comment peut-on les résoudre ? Les processus de gestion sont-ils efficaces ? Les différentes tâches sont-elles correctement accomplies (bilan des compétences humaines) ? Et finalement, combien ça coûte... ?

Notes



TIC : l'engagement d'une Région

Vers une société de l'information équitable

Les nouveaux moyens de communication, Internet en particulier, constituent aujourd'hui de véritables outils d'aménagement du territoire. Ils ont une influence de plus en plus considérable sur la vie économique, sur la vie culturelle, sur la vie sociale de la région. Aujourd'hui indispensables, ils seront demain incontournables.

C'est pourquoi le Conseil régional Midi-Pyrénées s'est engagé depuis plusieurs années en faveur du développement de la "société de l'information".

Avec un objectif central : tous les habitants et toutes les entreprises de la région, où qu'ils se trouvent, doivent avoir accès aux services Internet et à un réseau au bon débit. Imagine-t-on une localité, même très petite, qui ne soit pas reliée au réseau routier ?...



www.cr-mip.fr



L'Ardesi : un accélérateur...

La politique de la Région Midi-Pyrénées en matière de TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) s'appuie en particulier sur l'Ardesi, Agence Régionale pour le Développement de la Société de l'Information. Celle-ci a un rôle d'impulsion et d'animation auprès des collectivités locales, des institutions et des professionnels. Objectifs : contribuer à l'amélioration de la qualité et à l'efficacité des sites Internet des collectivités locales et des services de l'État ; et favoriser la création de contenus "de proximité" qui accéléreront l'usage des nouvelles technologies par les habitants de la région.

L'Ardesi est une association qui regroupe le Conseil régional, des collectivités locales (départements et agglomérations), des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, des organismes consulaires et des acteurs sociaux-économiques impliqués dans le développement des TIC.



Adresse : 9, place Alfonse Jourdain - 31000 Toulouse
Téléphone : 05 67 77 76 76 - Télécopie : 05 67 77 76 77
E-mail : contact@ardesi.fr - Web : www.ardesi.fr



Glossaire

C **Charte graphique** : ensemble des règles graphiques de présentation du site (police de caractères, taille des caractères, largeur des colonnes, couleurs, etc.).

Co-marquage : désigne le fait de faire apparaître automatiquement et simultanément, dans des espaces désignés de sites Web, des contenus issus de sources d'information distantes. C'est ce mécanisme qu'utilise service-public.fr pour faire apparaître le module "Les Droits et Démarches" dans les sites des communes.

Courrier électronique : e-mail, mail, mël ou courriel. C'est un message électronique transmis par un utilisateur à un ou plusieurs destinataires grâce à l'utilisation de son ordinateur connecté à Internet. C'est un usage qui a connu un succès rapide car il permet de communiquer avec n'importe qui dans le monde pour un coût quasiment nul.

D **Dématérialisation** : mécanisme consistant à transformer l'échange traditionnel des documents sous forme papier, en un échange électronique, via Internet, tout en conservant la même validité qu'un échange sous forme papier.

Domaine : les domaines identifient des sous-parties ou des régions du réseau Internet. Ils sont désignés par des abréviations situées à la fin des adresses électroniques. Le suffixe « .com » indique qu'il s'agit d'un site dont le domaine est commercial ou généraliste, le « .fr » qu'il est français.

E **E-mail** : voir Courrier électronique.

F **Forum de discussion** : «newsgroup» en anglais. Lieu virtuel où chacun dépose des courriers par thème. Ces contributions donnent lieu à des discussions.

Fournisseur d'accès Internet : société qui vous permet d'accéder à Internet («provider» en anglais).

H **Hébergement** : les particuliers, entreprises ou collectivités qui souhaitent ouvrir un site ont deux solutions : soit s'équiper de leur propre serveur et être reliés en permanence à Internet ; soit louer de l'espace chez un fournisseur d'accès à Internet.

HTML : langage de programmation adopté dans le monde entier, utilisé pour créer des documents hypertextes et construire des pages web.

I **Internaute** : utilisateur du réseau Internet.

M **Moteur de recherche** : site ou système spécialisé dans la recherche et le classement d'informations. Pour faire une recherche, il suffit de taper un ou plusieurs mots-clés.

P **Portail** : site web thématique qui offre une sélection de liens pointant vers d'autres sites.

Portail Internet Citoyen (PIC) : portail consacré aux services de proximité et administratifs proposés par les collectivités territoriales.

S **Site web** : ensemble de données hébergées dans un serveur web. Chaque site, identifié par une adresse, est composé de plusieurs pages HTML comprenant des textes, des images et des sons, reliées les unes aux autres par des liens hypertextes.

Syndication : on parle en général de «syndication de contenu» pour désigner la possibilité de regrouper des contenus provenant de sources différentes et de les publier sur un site web de façon automatisée.

T **Téléchargement** : transfert de fichiers puisés sur un serveur distant, souvent via Internet, pour être enregistrés localement sur un ordinateur.

Télé-procédures : démarches liées aux administrations centrales et aux services déconcentrés de l'Etat et que l'internaute peut effectuer en ligne.

Télé-services : démarches gérées par les collectivités et les services territoriaux et que l'internaute peut effectuer en ligne.

W **Web** : désigne l'ensemble des sites situés dans le monde entier et qui sont reliés virtuellement entre eux par des millions de liens hypertextes formant comme une immense toile d'araignée.

X **XML** : nouveau format de données, plus souple que le langage HTML, utilisé pour l'échange structuré de documents sur le Web.



9, place Alfonse Jourdain - 31000 Toulouse

Téléphone : 05 67 77 76 76

Télécopie : 05 67 77 76 77

E-mail : contact@ardesi.fr

Site Internet : www.ardesi.fr