



Réalisation d'**enquêtes quantitatives** et de **tests qualitatifs** auprès des utilisateurs des sites internet gérés par la Direction de l'information légale et administrative (DILA), et notamment :

- www.ladocumentationfrancaise.fr
- www.service-public.fr
- www.vie-publique.fr

2^{ème} trimestre 2011 > 2^{ème} trimestre 2014

Cahier des charges n°10 107

Pour en savoir plus, contacter :

- Sur les aspects administratifs du marché :
Serge Péliissier (serge.pelissier@dila.gouv.fr)
- Sur le contenu du présent document
- Véronique Bordeaux, veronique.bordeaux@dila.gouv.fr

Et :

- pour service-public.fr : Bénédicte Roullier, benedicte.roullier@dila.gouv.fr
- pour vie-publique.fr : Olivier Garry, olivier.garry@dila.gouv.fr
- pour ladocumentationfrancaise.fr : Dominique Gros, dominique.gros@dila.gouv.fr

Tables des matières

Première partie : Préambule.....	3
1. Contexte	3
1.1. La Direction de l'information légale et administrative : contexte institutionnel.....	3
1.2. Historiques des travaux d'enquête et de tests déjà réalisés sur les sites internet.....	4
2. Prestation attendue.....	4
2.1. Objectifs de la prestation attendue.....	4
2.2. Publics cibles	5
2.3. Modalités de réalisation de la prestation.....	5
Deuxième partie : Descriptif détaillé des prestations attendues.....	6
1. Description détaillée de la prestation attendue : enquêtes quantitatives on line.....	6
1.1. Méthodologie.....	6
1.2. Outils de suivi	6
1.3. Contraintes à prendre en compte	6
1.4. Enquête barométrique	7
1.5. Enquête ad-hoc.....	8
1.6. Enquêtes Quali-quantifi.....	9
1.7. Enquêtes Expresses.....	10
2. Description détaillée de la prestation attendue : enquêtes qualitatives en face à face	10
2.1. Tests qualitatifs en groupe ou en mini-groupe.....	10
2.2. Tests qualitatifs individuels (entretiens en face à face semi-directifs).....	11
3. Description détaillée de la prestation attendue : études qualitatives en ligne.....	12
3.1. Réunions de groupe en ligne (Focus on line synchrone).....	13
3.2. Forum qualitatif en ligne asynchrone (Bulletin Boards).....	14
3.2.1. Objectifs	14
3.3. Entretiens individuels semi-directifs par Internet (Focus chat et webcam interview)	15
3.4. Etude par Blog personnel	16
4. Autre prestation.....	17
5. Livrables attendus.....	17
5.1. Livrables pour les enquêtes quantitatives on line.....	17
5.2. Livrables pour les enquêtes qualitatives de groupe.....	18
5.3. Livrables pour les enquêtes qualitatives individuelles.....	19
Troisième partie – Présentation de quelques sites internet de la DILA.....	20
1. service-public.fr et pme.service-public.fr.....	20
1.1. Quelles sont les missions de service-public.fr ?	20
1.2. Les rubriques de service-public.fr	21
1.3. Les rubriques de pme.service-public.fr	22
2. Vie-publique.fr.....	23
2.1. Quelles sont les missions de vie-publique.fr ?.....	23
2.2. Rubriques du site vie-publique.fr.....	23
3. Site ladocumentationfrancaise.fr.....	25
3.1. Quelles sont les missions du site ?.....	25
3.2. Rubriques du site ladocumentationfrancaise.fr.....	25
3.3. Nouvelle version du site ladocumentationfrancaise.fr prévue en octobre 2011.....	26
4. Legifrance.gouv.fr : le service public de la diffusion du droit par l'internet.....	27
5. Journal-officiel.gouv.fr.....	27

Première partie : Préambule

1. Contexte

1.1. La Direction de l'information légale et administrative : contexte institutionnel

La Direction de l'information légale et administrative (DILA) est une direction d'administration centrale des services du Premier ministre. Issue de la fusion de la direction de la Documentation française et de la direction des Journaux officiels, elle est placée sous l'autorité du Secrétariat général du Gouvernement.

La DILA assure quatre missions principales :

- la diffusion des données dont la publication est obligatoire, par la publication au Journal officiel de la République française et dans les bulletins d'annonces légales ;
- la conception et le fonctionnement de services d'information qui permettent aux citoyens de connaître leurs droits et obligations et facilitent leurs démarches ;
- la facilitation de l'accès des citoyens à la vie publique et au débat public, par l'édition et la diffusion de publications sous la marque éditoriale de la Documentation française et par la mise à disposition de documents et d'espaces de diffusion sur internet ;
- la préparation de la politique interministérielle dans le domaine de la diffusion légale, de l'information administrative et de l'édition publique.

La DILA assure la publication des lois et décrets au Journal Officiel. Elle édite et diffuse les textes législatifs et réglementaires français, mettant à la disposition de tous la norme juridique française. Elle garantit également la transparence économique et financière par la publication au niveau national de l'ensemble des informations légales, économiques et financières relatives à la vie des entreprises et au milieu associatif (notamment grâce au Bulletin officiel des annonces civiles et commerciales ou au Bulletin officiel des annonces des marchés publics).

La DILA figure parmi les premiers éditeurs publics d'ouvrages et périodiques en France. Elle est le partenaire privilégié de plus de 150 administrations et organismes. Elle édite des conventions collectives, des codes, des publications de référence, imprimées ou numériques, favorisant l'accès des citoyens à la vie publique et au débat public. Son périmètre est national, européen et international sur des thèmes variés : administratif, économique, social et juridique.

La DILA produit et diffuse une information publique et administrative fiable et de qualité, régulièrement mise à jour. Son offre multi-canal permet au plus grand nombre d'accéder à l'information officielle : via le téléphone (Allô Service Public 3939), le site www.service-public.fr et son service de messagerie électronique.

Elle édite les sites internet suivants :

- journal-officiel.gouv.fr
- ladocumentationfrancaise.fr
- service-public.fr
- legifrance.gouv.fr
- vie-publique.fr
- boamp.fr
- bodacc.fr
- circulaires.gouv.fr
- info-financiere.fr
- formation-publique.fr

Fréquentation des sites internet (année 2010)

- ladocumentationfrancaise.fr : 6,8 millions de visites ; 20 millions de pages vues
- service-public.fr : 69,8 millions de visites ; 209 millions de pages vues

- vie-publique.fr : 5,5 millions de visites ; 14,8 millions de pages vues
- legifrance.gouv.fr : 65 millions de visites, 526 millions de pages vues
- journal-officiel.gouv.fr : 6,5 millions de visites, 17,6 millions de pages vues
- boamp.fr : 3 millions de visites, 42 millions de pages vues
- bodacc.fr : 863 000 visites, 3,6 millions de pages vues
- circulaires.gouv.fr : 585 000 visites, 3 millions de pages vues
- info-financiere.fr : 151 000 visites, 640 000 pages vues
- formation-publique.fr : 330 000 visites, 908 000 pages vues.

Les « lettres statistiques » de service-public.fr peuvent être consultées à l'adresse suivante : <http://www.service-public.fr/apropos-du-site/chiffres-statistiques/>

1.2. Historiques des travaux d'enquête et de tests déjà réalisés sur les sites internet

Pour service- public.fr :

- enquêtes quantitatives : 2001, 2002 et 2003-2004, 2005, 2006, 2008 et 2010
- tests qualitatifs : 2001, 2003-2004, 2010

Les résultats des enquêtes sont disponibles à l'adresse suivante : <http://www.service-public.fr/apropos-du-site/enquetes-etudes/>

Pour pme.service-public.fr :

- enquêtes quantitatives : 2008
- tests qualitatifs : 2008

Pour vie-publique.fr :

- enquêtes quantitatives : 2004, 2007 et 2009
- tests qualitatifs : 2004, 2010

Pour ladocumentationfrancaise.fr :

- enquêtes quantitatives : 2003, 2007 et 2009
- tests qualitatifs : 2003

2. Prestation attendue

2.1. Objectifs de la prestation attendue

Pouvoir mettre en œuvre :

- en tant que de besoin,
- dans la limite du budget disponible,
- de façon simultanée sur des sites différents,
- sur la durée du marché (3 ans),
- aux conditions décrites dans l'offre du prestataire retenu et conformément au présent cahier des charges,

les modules d'enquêtes de satisfaction ou d'évaluation, de tests et d'études utilisateurs (profils utilisateurs, personas et scénarii d'utilisation) de tout ou partie des sites internet gérés par la Direction de l'information légale et administrative (DILA), c'est-à-dire, d'une part, des :

Enquêtes quantitatives on line (baromètres, études de satisfaction ad hoc, études quali-quant, études expresses) auprès des visiteurs des sites, des lecteurs des lettres de diffusion et des clients. Les enquêtes dites barométriques sont constituées notamment d'éléments pérennes, comparables dans le temps et susceptibles de fournir des informations statistiques fiables relatives aux publics, aux attentes, au niveau de satisfaction, aux usages, notamment. Ces enquêtes doivent permettre de recueillir des informations utiles à une vision transversale de l'offre internet

Cahier des charges n°10 107 Enquêtes utilisateurs 4/27

de la Direction légale et administrative (analyse comparée des différents publics, usages, motifs de visites, attentes, niveau de satisfaction ...) et d'identifier les axes d'amélioration des sites internet ou des services offerts afin de mettre en place des plans d'actions adaptés. Elles doivent permettre à la DILA de mesurer la satisfaction des internautes et éventuellement le Net Promoter Score (NPS) sur ses sites internet, ses nouveaux services en ligne, sur la commande et l'achat de produits en ligne ... Ces enquêtes doivent également nous permettre d'identifier les profils ou populations qui présentent des caractéristiques de satisfaction ou d'insatisfaction particulières.

Et d'autre part des enquêtes qualitatives :

- Tests qualitatifs en groupe (en présentiel ou en ligne pour pouvoir interroger des personnes dispersées sur le territoire)
- Tests qualitatifs en mini-groupe (en présentiel ou en ligne pour pouvoir interroger des personnes dispersées sur le territoire)
- Tests qualitatifs individuels par entretien semi-directif en face à face
- Tests qualitatifs individuels par entretien semi-directif ou non directif administré par internet.

Réalisés auprès de publics utilisateurs ou non utilisateurs du site concerné et destinés à apporter des éléments analytiques précis et ponctuels portant essentiellement sur l'ergonomie, la navigation, l'utilité et « l'utilisabilité », le wording, les usages et attitudes différenciés en fonction des publics, l'image et l'opinion, la satisfaction et la perception fine de certaines rubriques, fonctionnalités ou services mais aussi pour faire émerger de nouvelles voies d'optimisation ou pour tester des pistes d'amélioration ou de refonte.

2.2. Publics cibles

Les publics concernés par la prestation attendue sont potentiellement :

- les internautes utilisateurs des sites, habitués ou primo-visiteurs,
- les abonnés aux lettres d'information diffusées par la DILA,
- les publics non utilisateurs des sites à capter et à fidéliser,
- les publics identifiés comme cible potentielle des produits web (sites internet, vente en ligne de formations, d'ouvrages et de revues, vente d'ouvrages numériques, d'articles de revues) proposés par la DILA,
- les différents types d'acheteurs (abonnés aux revues, clients) des produits édités par la DILA.

2.3. Modalités de réalisation de la prestation

Il est souhaité que ces études soient réalisés par un même prestataire, sur une durée de 3 ans et ceci afin de faciliter :

- la cohérence des méthodologies,
- la bonne compréhension du contexte et des enjeux, des problématiques et des sites concernés,
- la vision transversale, complémentaire et sur la durée des différentes approches méthodologiques (quantitative et qualitative),
- la mission de conseil et le rôle de prescripteur du prestataire.

Le présent cahier des charges précisera les attentes et livrables afférents à chacun des modules qui pourront faire l'objet avec le prestataire de bons de commande indépendants (voir annexe financière à compléter par le candidat dans l'offre).

Les enquêtes pourront être menées de façon concomitante sur des sites différents.

Deuxième partie : Descriptif détaillé des prestations attendues

1. Description détaillée de la prestation attendue : enquêtes quantitatives on line

1.1. Méthodologie

Elle repose sur la technique des enquêtes auto-administrées.

> Pour le recueil

D'une part, l'interrogation en ligne par la mise place d'une « fenêtre » accessible à partir de différents noms de domaines à la charte graphique du site concerné, placés en page d'accueil et au sein des différentes rubriques incitant le visiteur à participer à l'enquête à l'issue de sa visite.

La technologie utilisée doit répondre aux conditions suivantes :

- non blocage par les navigateurs,
- facile à mettre en place sur différents noms de domaine d'un même site
- respect des règles d'accessibilité,
- respect des règles de confidentialité : loi "Informatique et libertés" n° 78-17 du 16 janvier 1978

D'autre part, l'e-mailing par le biais des fichiers des abonnés aux lettres de diffusion, des acheteurs des produits de la DILA ou via le panel du prestataire pour les non utilisateurs ou les prospects.

> Pour le traitement et l'analyse

L'information collectée fera l'objet de tris à plats et tris croisés « systématiques », de tris plus précis sur des aspects identifiés comme critiques, complexes ou sensibles et de traitements pondérés (scoring). Le traitement devra également permettre de mettre en valeur des dominantes d'usage, de satisfaction ou d'insatisfaction par profil d'utilisateurs et d'en établir une cartographie. Le traitement fera l'objet d'une analyse et de comparaisons avec les études antérieures et éventuellement d'une analyse lexicographique des verbatim. L'analyse proposera également des recommandations de la part du prestataire retenu (voir livrables).

1.2. Outils de suivi

Il est demandé au prestataire de mettre à disposition :

- Pour l'équipe projet : un outil de suivi des statistiques permettant de contrôler en temps réel le nombre de connexions sur les différentes pages du questionnaire et les réponses faites (extranet)
- Pour l'internaute : une aide visuelle permettant à l'interviewé de suivre la progression de remplissage du questionnaire.

1.3. Contraintes à prendre en compte

Assurer la continuité avec les études quantitatives déjà conduites, en terme de :

- contenu du questionnaire (formulation des questions, items proposés ...),
- modalités de recueil (emplacement des pop-up ou pop-under ...),
- modalités de traitement (population de référence ...),
- modalités de restitution (comparaison, évolutions...).

Nous avons identifié quatre formats d'étude : l'enquête barométrique, l'enquête ad-hoc, l'enquête quali-quantitative et l'enquête expresse sur un point très précis, mais le prestataire pourra bien entendu faire des propositions complémentaires.

1.4. Enquête barométrique

1.4.1. Objet

L'objectif des enquêtes barométriques est prioritairement, de procéder à la mise à jour des baromètres¹ des sites et, le cas échéant, d'interroger sur de nouveaux sujets :

- en développant les thèmes d'interrogation suivants (qui est notre public ? Son profil a-t-il évolué ? Quels sont ses usages, sa perception, sa satisfaction, son insatisfaction, ses attentes ?)
- en identifiant les variations les plus significatives,
- en fournissant les éléments nécessaires à la publication des indicateurs de résultats.

Il s'agit aussi de mieux appréhender la façon dont le site étudié se positionne par rapport :

- aux autres sites de la Direction de l'information légale et administrative (DILA),
- à d'autres sites publics ou privés partageant le même périmètre et objectifs (sites des ministères, sites locaux, sites de libraires en ligne),
- aux autres canaux de renseignement.

Ces enquêtes de sites doivent permettre de recueillir des informations utiles à une vision transversale de l'offre internet de la DILA² et permettre notamment une analyse comparée des :

- différents publics,
- usages,
- motifs de visites,
- attentes et besoins,
- niveau de satisfaction,
- niveau d'insatisfaction général et par profil,
- centres d'intérêt ...

1.4.2. Données à analyser

Le nombre précis de questions posées aux internautes sera arbitré avec le prestataire afin de respecter la bonne couverture du périmètre de réponse attendu et l'optimisation de la qualité des réponses fournies. Il sera néanmoins conforme au cadre volumétrique précisé plus loin.

L'ensemble des données listées ci-dessous est indicatif. Le prestataire pourra donc, dans son offre, faire d'autres propositions.

Les utilisateurs	Les usages	Le site en général	Les rubriques, lettres ou services offerts par le site
- sexe - année de naissance - niveau d'étude - activité professionnelle - secteurs d'activité - CSP - fonction publique détaillée (A, B, C et type de fonction publique),	- fréquence de consultation du site - usage professionnel ou personnel du site - usage pour le compte d'un tiers (prescription) - utilisation moteur de recherche	- origine de la connaissance du site - appréciation générale du site - image de marque - appréciation de la page d'accueil - appréciation des caractéristiques ergonomiques et graphique du site	- appréciation globale de chaque rubrique - appréciation détaillée du contenu, de la qualité de l'information, de l'ergonomie, du graphisme - appréciation

¹ Afin de faciliter le travail du prestataire et de permettre la continuité dans la collecte et le traitement des informations barométriques les questionnaires et résultats antérieurs seront fournis au prestataire retenu.

² Indicateurs transversaux / questions communes à l'ensemble des sites.
Cahier des charges n°10 107 Enquêtes utilisateurs

<ul style="list-style-type: none"> - dirigeants et profession libérale : taille entreprise, ou pme et association - fonction dans l'entreprise - lieu de résidence - type d'accès internet - expérience et usage sur internet - fréquence d'utilisation d'internet (professionnelle/scolaire et privée) - pays de connexion ... 	<ul style="list-style-type: none"> - motifs de visites (ex : pour passer un concours, préparer un devoir, préparer une démarche, pour renseigner un tiers dans le cadre de mon travail ...) 	<ul style="list-style-type: none"> - appréciation de l'information diffusée sur le site - positionnement par rapport aux autres sites, par rapport à l'administration, par rapport à d'autres canaux d'information et de vente - satisfaction à l'égard du site dans son ensemble - vocabulaire, style éditorial, mises à jour - recommandations (question ouverte) - pistes d'amélioration (question fermée + ouverte) - articulation entre les rubriques 	<ul style="list-style-type: none"> - iation du niveau de l'information, du langage ... - perception comparée des rubriques (classement par ordre de préférence) - intérêt et usages - questions spécifiques sur la rubrique, le service concerné, la lettre
---	--	---	---

1.4.3. Dimensionnement

L'enquête barométrique est dimensionnée de la façon suivante :

Echantillon (questionnaires complets)	Entre 3000 et 6000
questions fermées	De 30 à 50
questions ouvertes codées	De 4 à 8
durée du terrain	d'une semaine à un mois

1.5. Enquête ad-hoc

1.5.1. Objet

Prioritairement, pour nous permettre d'avoir une vision/appréciation précise et rapide sur une rubrique (ayant fait l'objet d'évolutions, par exemple), d'un service (nouveau moteur de recherche par exemple), d'une lettre de diffusion ou sur un sujet précis (attentes sur un thème par exemple).

1.5.2. Données à analyser

Le nombre précis de questions posées aux internautes sera arbitré avec le prestataire afin de respecter la bonne couverture du périmètre de réponse attendu et l'optimisation de la qualité des réponses fournies. Il sera néanmoins conforme au cadre volumétrique précisé plus loin.

L'ensemble des données listées ci-dessous est indicatif, elles devront être adaptées en fonction des sujets d'étude.

Les utilisateurs	Les usages	La rubrique, le service, la lettre en général
<ul style="list-style-type: none"> - sexe - âge - niveau d'étude - activité professionnelle - secteurs d'intérêt - CSP ... 	<ul style="list-style-type: none"> - fréquence de consultation - usage professionnel ou personnel - usage pour le compte d'un tiers (prescription) - Modes d'accès (favoris, moteur, lettres ...) - usages d'internet - motifs d'utilisation ... 	<ul style="list-style-type: none"> - connaissance de la rubrique, du service - appréciation générale - image - appréciation de la page d'accueil - appréciation des caractéristiques ergonomiques et graphiques - appréciation de l'information délivrée - positionnement par rapport à d'autres rubriques, services - satisfaction - recommandations (question ouverte)

1.5.3. Dimensionnement

Echantillon (questionnaires complets)	Entre 100 et 600
questions fermées	De 15 à 30
questions ouvertes codées	2
durée du terrain	Moins d'une semaine

1.6. Enquêtes Quali-quant

1.6.1. Objet

Prioritairement, pour évaluer les sites sur un échantillon relativement important, dispersé géographiquement et éventuellement très ciblé mais aussi pour analyser plus finement les usages et les attitudes de certains types d'utilisateurs ou pour évaluer des propositions d'évolution du site concerné ou de ses rubriques par exemple.

1.6.2. Données à analyser

Le questionnaire sera conçu sur le mode d'entretiens semi-directifs structurés combinant des questions ouvertes et fermées pour recueillir de manière plus spontanée et plus approfondie la perception, la compréhension, l'appréciation d'aspects particuliers du site, d'une rubrique ou d'un service offert.

Le nombre précis de questions posées aux internautes sera arbitré avec le prestataire afin de respecter la bonne couverture du périmètre de réponses attendues et l'optimisation de la qualité des réponses fournies. Il sera néanmoins conforme au cadre volumétrique précisé plus loin.

1.6.3. Dimensionnement

Echantillon (questionnaires complets)	Entre 100 et 400
questions fermées	De 10 à 20
questions ouvertes	De 10 à 20
durée du terrain	Une à 2 semaines

1.7. Enquêtes Expresses

1.7.1. Objet

Prioritairement, pour évaluer un aspect précis du site ou pour proposer à l'évaluation des pistes créatives en vue d'évolutions sur les rubriques ou sur des services proposés sur les sites par exemple.

1.7.2. Données à analyser

Le nombre précis de questions posées aux internautes sera arbitré avec le prestataire afin de respecter la bonne couverture du périmètre de réponse attendu et l'optimisation de la qualité des réponses fournies. Les résultats devront être livrés à la DILA très rapidement et dans le délai de 3 à 5 jours maximum.

1.7.3. Dimensionnement

Echantillon (questionnaires complets)	Entre 100 et 300
questions fermées	De 5 à 10
questions ouvertes codées	1 ou 2
durée du terrain	quelques jours

2. Description détaillée de la prestation attendue : enquêtes qualitatives en face à face

Le prestataire pourra offrir un dédommagement aux participants (compris dans le budget alloué au test). L'offre financière pourra présenter des tarifs différents selon qu'il s'agit d'un public professionnel ou particulier.

2.1. Tests qualitatifs en groupe ou en mini-groupe

2.1.1. Objectif

L'objectif de la réunion de groupe est d'apporter des éclairages sur des aspects particuliers du site ou sur une rubrique ou un service offert par le site :

- la perception,
- les attentes,
- l'appréciation d'éléments de forme (nom, logo, signalétique, éléments de repérage, graphisme, zonage, navigation ...)
- l'appréciation d'éléments de fond (contenu, services proposés, niveau d'information, fiabilité perçue, qualité, complétude, diversité, intérêt des thèmes, compréhension ...)
- les freins, la motivation ...
- des propositions, des nouvelles pistes ...

2.1.2. Public concerné

Les participants pourront selon les besoins être recrutés parmi :

- des internautes connaissant le site,
- des personnes ne connaissant pas le site,
- des particuliers (étudiants, inactifs, seniors, CSP+, CSP- ...)
- des professionnels (artisans, dirigeants de PME, journalistes, documentalistes, enseignants, info-médiateurs, agents publics ...)
- des clients ayant acheté en ligne ou par d'autres canaux de vente.

2.1.3. Mode de recrutement

Selon les objectifs indiqués par la DILA, le recrutement pourra se faire :

- via les abonnés aux lettres de diffusion, (par lien dans les lettres vers une page web gérée par le prestataire),
- par e-mailing adressé aux acheteurs des produits en ligne ou par d'autres canaux de vente,
- par pop-up sur le site (recrutement anticipé via les enquêtes quantitatives),
- via les courriels de réponse aux messages adressés par les visiteurs des sites (par lien dans les messages de réponse vers une page web gérée par le prestataire),
- via le public fréquentant les lieux d'accueil de la DILA (librairie, centre de documentation)
- selon les modalités indiquées par le prestataire pour les publics ne connaissant pas le site ou pour des publics spécifiques.

2.1.4. Conditions d'animation du groupe

- Un groupe sera constitué de 8 à 10 personnes,
- Il durera environ 3 heures (plus ou moins 20 minutes),
- Il sera conduit par un animateur expérimenté dans une salle équipée d'ordinateurs connectés à internet, l'animateur suivra le guide d'animation réalisé en collaboration avec la DILA,
- La réunion sera filmée,
- 3 à 5 personnes de la DILA pourront assister à la réunion en direct (via retour vidéo ou glace sans tain),
- La réunion suivra strictement le guide d'animation réalisée en collaboration avec la DILA,
- Elle fera l'objet d'une retranscription écrite fidèle et exhaustive.

2.1.5. Conditions d'animation du mini-groupe

- Un mini-groupe sera constitué de 4 à 6 personnes,
- Il durera entre 2h et 3heures (plus ou moins 20 minutes),
- Il sera conduit par un animateur expérimenté dans une salle équipée d'ordinateurs connectés à internet. L'animateur pourra motiver une navigation guidée dans le site concerné afin d'éclairer certains aspects du guide d'animation,
- La réunion sera filmée,
- 3 à 5 personnes de la DILA pourront assister à la réunion en direct (via retour vidéo ou glace sans tain),
- La réunion suivra strictement le guide d'animation réalisée en collaboration avec la DILA,
- Elle fera l'objet d'une retranscription écrite fidèle et exhaustive.

2.2. Tests qualitatifs individuels (entretiens en face à face semi-directifs)

2.2.1. Objectif

L'objectif de l'**entretien individuel semi-directif** est d'apporter des éclairages sur des aspects particuliers du site ou sur une rubrique ou un service offert par le site issus des données objectives (déclarées par la personne) et de données subjective (observées, déduites) :

- compréhension de la navigation réelle dans le site (rubrique),
- stratégies de recherche d'information ou de produits,
- rapidité, lenteur d'accès à l'information ou aux produits,
- facilité d'apprentissage, de mémorisation et d'assimilation intuitive de la navigation et des « règles » du site,
- fausses manœuvres ...
- accessibilité, lisibilité des contenus jugés prioritaires,
- l'appréciation d'éléments de forme (nom, logo, signalétique, éléments de repérage, graphisme, zonage, navigation ...)

- l'appréciation d'éléments de fond (contenu, services proposés, niveau d'information, fiabilité perçue, qualité, complétude, diversité, intérêt des thèmes, compréhension ...)
- les freins, la motivation ...
- des propositions, des suggestions, des nouvelles pistes ...

2.2.2. Public concerné

Les participants pourront selon les besoins être recrutés parmi :

- des internautes connaissant le site,
- des personnes ne connaissant pas le site,
- des clients ayant acheté sur le catalogue en ligne ou par d'autres canaux de vente,
- des prospects,
- des particuliers (étudiants, inactifs, seniors, CSP+ ...)
- des professionnels (artisans, journalistes, bibliothécaire, enseignants, agents publics ...)

2.2.3. Mode de recrutement

Selon les objectifs indiqués par la DILA, le recrutement pourra se faire :

- via les abonnés aux lettres de diffusion, (par lien dans les lettres vers une page web gérée par le prestataire),
- par e-mailing adressé aux acheteurs des produits en ligne ou par d'autres canaux de vente,
- par pop-up ou autre technique sur le site (recrutement anticipé via les enquêtes quantitatives),
- via les courriels de réponse aux messages adressés par les visiteurs des sites (par lien dans les messages de réponse vers une page web gérée par le prestataire),
- via le public fréquentant les lieux d'accueil de la DILA (librairie, centre de documentation)
- selon les modalités indiquées par le prestataire pour les publics ne connaissant pas le site ou pour des publics spécifiques.

2.2.4. Conditions d'animation de l'entretien individuel en face à face

- L'entretien durera environ 1h30 (plus ou moins 10 minutes),
- Un minimum de 8 entretiens sera réalisé sur la base du même guide d'entretien,
- Il sera conduit par un animateur expérimenté dans une salle équipé d'un ordinateur connecté à internet. L'animateur demandera d'abord au participant de naviguer sur le site de façon libre puis lui demandera de réaliser des missions avec des objectifs précis conformément au guide d'animation réalisé en collaboration avec la DILA,
- Un assistant sera présent à la fois pour observer et prendre des notes, recueillant ainsi les données objectives et subjectives,
- L'entretien sera filmé,
- 1 ou 2 personnes de la DILA pourront assister à l'entretien en direct (via retour vidéo ou glace sans tain),
- L'entretien fera l'objet d'une retranscription écrite fidèle et exhaustive et une copie de l'enregistrement vidéo sera remise à la DILA à l'issue des entretiens.

3. Description détaillée de la prestation attendue : études qualitatives en ligne

Le prestataire pourra offrir un dédommagement aux participants (compris dans le budget alloué au test). L'offre financière pourra présenter des tarifs différents selon qu'il s'agit d'un public professionnel ou particulier.

3.1. Réunions de groupe en ligne (Focus on line synchrone)

3.1.1. Objectifs

L'objectif est de réunir des internautes dispersés géographiquement, éventuellement bien ciblés afin de nous apporter des éclairages sur des aspects particuliers du site ou sur une rubrique ou un service offert par le site :

- la perception,
- les attentes,
- l'appréciation d'éléments de forme (nom, logo, signalétique, éléments de repérage, graphisme, zonage, navigation ...),
- l'appréciation d'éléments de fond (contenu, services proposés, niveau d'information, fiabilité perçue, qualité, complétude, diversité, intérêt des thèmes, compréhension ...),
- les freins, la motivation ...
- des propositions, des nouvelles pistes ...

3.1.2. Public concerné

Les participants pourront selon les besoins être recrutés parmi :

- des internautes connaissant le site,
- des personnes ne connaissant pas le site,
- des clients ayant acheté des produits en ligne ou par d'autres canaux de ventes,
- des prospects,
- des particuliers (étudiants, inactifs, seniors, CSP+, CSP- ...)
- des professionnels (artisans, dirigeants de PME, journalistes, documentalistes, enseignants, infomédiateurs, agents publics ...).

3.1.3. Mode de recrutement

Selon les objectifs indiqués par la DILA, le recrutement pourra se faire :

- via les abonnés aux lettres de diffusion (par lien dans les lettres vers une page web gérée par le prestataire),
- par pop-up ou autre technique sur le site (recrutement anticipé via les enquêtes quantitatives),
- via les courriels de réponse aux messages adressés par les visiteurs des sites (par lien dans les messages de réponse vers une page web gérée par le prestataire),
- via le public fréquentant les lieux d'accueil de la DILA (librairie, centre de documentation),
- par e-mailing adressé aux acheteurs des produits en ligne ou par d'autres canaux de vente,
- selon les modalités indiquées par le prestataire pour les publics ne connaissant pas le site ou pour des publics spécifiques.

3.1.4. Conditions d'animation du focus on line

- Un groupe sera constitué de 6 à 10 personnes réunies dans un salon virtuel (l'url du site web, le jour et l'heure de connexion leur auront été communiqués dans la convocation),
- Il durera environ 2 heures (plus ou moins 20 minutes),
- Il sera conduit par un animateur expérimenté qui suivra le guide d'animation réalisé en collaboration avec la DILA,
- La DILA aura la possibilité d'intervenir pour suggérer des approfondissements, poser de nouvelles questions,
- La DILA aura accès à tout moment à l'interface et pourra suivre la réunion virtuelle,
- L'intégralité des verbatim sera disponible dès la fin de la réunion.

3.2. Forum qualitatif en ligne asynchrone (Bulletin Boards)

3.2.1. Objectifs

L'objectif est de réunir des internautes dispersés géographiquement, sur une durée relativement longue (3 à 7 jours voire plus) afin de nous apporter des éclairages approfondis sur des usages et attitudes, sur la perception et l'appréciation du site ou d'une rubrique, d'un produit ou d'un service offert par le site, de tester un service ou un produit dans des conditions réelles, de tirer parti du travail en profondeur effectué par les participants (prise de recul, réflexion, implication, confrontation à d'autres points de vue, échanges d'expérience...). L'étude qualitative online présente également l'avantage de garantir l'anonymat et de favoriser la libre expression et la spontanéité.

3.2.2. Public concerné

Les participants pourront selon les besoins être recrutés parmi :

- des internautes connaissant le site,
- des personnes ne connaissant pas le site,
- des clients ayant acheté des produits en ligne ou par d'autres canaux de vente,
- des prospects,
- des particuliers (étudiants, inactifs, séniors, CSP+, CSP- ...)
- des professionnels (artisans, dirigeants de PME, journalistes, documentalistes, enseignants, infomédiateurs, agents publics ...)

3.2.3. Mode de recrutement

Selon les objectifs indiqués par la DILA, le recrutement pourra se faire :

- via les abonnés aux lettres de diffusion, (par lien dans les lettres vers une page web gérée par le prestataire),
- par e-mailing adressé aux clients ayant acheté des produits en ligne ou par d'autres canaux de vente,
- par pop-up ou autre technique sur le site (recrutement anticipé via les enquêtes quantitatives),
- via les courriels de réponse aux messages adressés par les visiteurs des sites (par lien dans les messages de réponse vers une page web gérée par le prestataire),
- via le public fréquentant les lieux d'accueil de la DILA (librairie, centre de documentation),
- selon les modalités indiquées par le prestataire pour les publics ne connaissant pas le site, des prospects ou pour des publics spécifiques.

3.2.4. Déroulement du forum qualitatif en ligne

- Le forum sera constitué de 10 à 25 personnes qui disposent d'un accès à distance à une plateforme de discussion sécurisée (l'url de la plateforme, la date de début du forum, le login et mot de passe personnel leur auront été communiqués dans la convocation),
- Il durera de 3 à 7 jours, voire 10 à 15 jours si nécessaire,
- Les participants se connectent chaque jour au moment de leur convenance et à plusieurs reprises au cours de la journée pour lire les nouvelles contributions ou les questions ajoutées par l'animateur,
- Il sera conduit par un animateur-modérateur expérimenté qui suivra le guide de questionnement journalier réalisé en collaboration avec la DILA et préprogrammé dans l'interface,
- Le fait que les participants puissent voir les réponses des autres participants avant de répondre eux-mêmes aux questions posées sera à définir avec le prestataire selon la situation concernée par le test,
- La DILA pourra faire ajouter, modifier ou supprimer des questions à tout moment,

- L'interface sera accessible à la DILA qui pourra échanger à tout moment avec le prestataire et pourra suivre les réponses et interventions des participants,
- La DILA pourra accéder aux verbatim de chaque jour si elle le souhaite,
- Le forum fera l'objet d'une retranscription fidèle et exhaustive et l'ensemble des verbatim sera disponible dès la fin du forum qualitatif.

3.3. Entretiens individuels semi-directifs par Internet (Focus chat et webcam interview)

3.3.1. Objectif

L'intérêt est de pouvoir interroger des cibles dispersées géographiquement et/ou peu disponibles. L'objectif de l'**entretien individuel semi-directif** est d'apporter des éclairages sur des aspects particuliers du site, sur une rubrique ou un service offert par le site, issus des données objectives (déclarées par la personne) et de données subjectives (observées, déduites) :

- compréhension de la navigation réelle dans le site (rubrique),
- stratégies de recherche d'information ou de produits,
- rapidité, lenteur d'accès à l'information ou aux produits,
- facilité d'apprentissage, de mémorisation et d'assimilation intuitive de la navigation et des « règles » du site,
- fausses manœuvres ...
- accessibilité, lisibilité des contenus jugés prioritaires,
- l'appréciation d'éléments de forme (nom, logo, signalétique, éléments de repérage, graphisme, zonage, navigation ...)
- l'appréciation d'éléments de fond (contenu, services proposés, niveau d'information, fiabilité perçue, qualité, complétude, diversité, intérêt des thèmes, compréhension ...)
- les freins, la motivation ...
- des propositions, des suggestions, des nouvelles pistes ...

3.3.2. Public concerné

Les participants pourront selon les besoins être recrutés parmi :

- des internautes connaissant le site,
- des personnes ne connaissant pas le site,
- des clients ayant acheté des produits en ligne ou par d'autres canaux de vente ;
- des prospects,
- des particuliers (étudiants, inactifs, seniors, CSP+ ...)
- des professionnels (artisans, journalistes, bibliothécaire, enseignants, agents publics ...)

3.3.3. Mode de recrutement

Selon les objectifs indiqués par la DILA, le recrutement pourra se faire :

- via les abonnés aux lettres de diffusion, (par lien dans les lettres vers une page web gérée par le prestataire),
- par e-mailing adressé aux clients de la DILA,
- par pop-up ou autre technique sur le site (recrutement anticipé via les enquêtes quantitatives),
- via les courriels de réponse aux messages adressés par les visiteurs des sites (par lien dans les messages de réponse vers une page web gérée par le prestataire),
- via le public fréquentant les lieux d'accueil de la DILA (librairie, centre de documentation)
- selon les modalités indiquées par le prestataire pour les publics ne connaissant pas le site, les prospects ou pour des publics spécifiques.

3.3.4. Conditions d'animation de l'entretien individuel en ligne

- L'entretien durera environ 1h30 (plus ou moins 10 minutes),
- Un minimum de 8 entretiens sera réalisé sur la base du même guide d'entretien,

- Il sera conduit par un animateur expérimenté qui suivra le guide d'animation réalisé en collaboration avec la DILA,
- Un assistant suivra l'entretien à la fois pour observer et prendre des notes, recueillant ainsi des données objectives et subjectives,
- La DILA aura accès à l'interface et pourra assister à l'entretien en direct,
- L'entretien sera enregistré,
- L'entretien fera l'objet d'une retranscription écrite, fidèle et exhaustive et une copie de l'enregistrement vidéo sera remise à la DILA à l'issue des entretiens.

3.4. Etude par Blog personnel

3.4.1. Objectifs

Le prestataire pourra éventuellement y avoir recours pour valider l'appropriation réelle d'un site internet, d'un produit ou d'un service en l'inscrivant dans le temps et dans les pratiques quotidiennes de l'utilisateur, de suivre l'évolution des usages au cours du temps. L'intérêt est de recueillir des avis et opinions réellement individuelles et personnelles. Cette méthode pourra également être utilisée en amont de la refonte d'un site pour lister les attentes et les besoins des utilisateurs ou dans le cas d'une baisse importante de trafic afin de comprendre les causes de la défection des utilisateurs.

3.4.2. Public concerné

Les participants pourront selon les besoins être recrutés parmi :

- des internautes connaissant le site,
- des personnes ne connaissant pas le site,
- des clients et acheteurs des produits en ligne ou par d'autres canaux de vente,
- des prospects,
- des particuliers (étudiants, inactifs, seniors, CSP+, CSP- ...)
- des professionnels (artisans, dirigeants de PME, journalistes, documentalistes, enseignants, infomédiateurs, agents publics ...).

3.4.3. Mode de recrutement

Selon les objectifs indiqués par la DILA, le recrutement pourra se faire :

- via les abonnés aux lettres de diffusion, (par lien dans les lettres vers une page web gérée par le prestataire),
- par e-mailing adressé aux clients de la DILA,
- par pop-up ou autre technique sur le site (recrutement anticipé via les enquêtes quantitatives),
- via les courriels de réponse aux messages adressés par les visiteurs des sites (par lien dans les messages de réponse vers une page web gérée par le prestataire),
- via le public fréquentant les lieux d'accueil de la DILA (librairie, centre de documentation),
- selon les modalités indiquées par le prestataire pour les publics ne connaissant pas le site, les prospects ou pour des publics spécifiques.

3.4.4. Déroulement de l'étude par Blog

- Un blog individuel sera mis à la disposition des participants par le prestataire retenu pour que chaque participant puisse poster des billets, consigner son journal, insérer des liens ou des fichiers,
- 15 à 20 participants par test,
- L'étude s'étalera sur 10 à 15 jours minimum, voire sur plusieurs semaines,
- Un minimum d'intervention de la part de l'animateur limitée à des sollicitations pour susciter des réactions sur un aspect précis, expliciter une mission, demander des précisions sur les billets et notes des participants,
- Les billets des participants restent à leur initiative

4. Autre prestation

La DILA pourra éventuellement demander au prestataire retenu une prestation intellectuelle en matière de conseil et d'assistance à la mise en œuvre de méthodes de fidélisation, d'analyse sémantique de verbatims d'utilisateurs ou d'analyse de comportements.

5. Livrables attendus

5.1. Livrables pour les enquêtes quantitatives on line

Livrables	Format
Le questionnaire	- traitement de texte (.doc) puis - html
Le « pop up » ou autre technique	Html (calque)
Accès à un extranet permettant de suivre les réponses des répondants quotidiennement	url et codes d'accès
Rapport complet de l'enquête comprenant : <ul style="list-style-type: none">- un descriptif méthodologique précis,- une description factuelle, exhaustive des résultats (question par question),- une analyse objective puis critique de l'ensemble des résultats (enrichie de référentiels du type « public internaute », « population française », résultats des années passées...), illustrée de données chiffrées et de verbatim,- le cas échéant (quand les données sur l'année existent les indicateurs transversaux aux sites de la DILA),- une conclusion synthétisant les résultats marquants,- des recommandations opérationnelles.	traitement de texte (.doc) > papier et numérique
Synthèse des résultats (2-3 pages) comprenant : <ul style="list-style-type: none">- un rappel méthodologique- les résultats essentiels et les évolutions marquantes- les grands enseignements	traitement de texte (.doc) > papier et numérique
Présentations orales <ul style="list-style-type: none">• adaptées à des publics différents (exemple : Direction, équipes de rédaction, partenaires ...)• comprenant : un descriptif méthodologique succinct, une description factuelle et sélective des résultats (enrichie de référentiels du type « public internaute », résultats des années passées ...), une analyse synthétique, concrète et critique des résultats et des évolutions, illustrée de données chiffrées et de verbatim, une conclusion et des recommandations opérationnelles. Attention : 3 présentations pour les enquêtes barométriques, 2 présentations pour les enquêtes ad-hoc, quali-quantitatif et 1 pour les enquêtes expresses.	1h30 à 2h sur Paris - RP

Supports aux présentations orales au format papier et numérique (power point par exemple)	Présentation (.ppt) > papier et numérique
Attention : environ 90 à 140 diapositives pour les enquêtes barométriques, 40 à 70 pour les enquêtes ad-hoc et qualiquanti, 15 à 30 pour les enquêtes expresses.	
Les tris informatiques (plats et croisés)	Tableur (.xls) > numérique
Les verbatim Codés - classés par sujet	Tableur (.xls) > numérique

5.2. Livrables pour les enquêtes qualitatives de groupe

Livrables	Format
La liste documentée des participants (description du profil)	- traitement de texte (.doc)
Le guide d'animation	- traitement de texte (.doc)
Enregistrement vidéo de la réunion	MP4/DIVIX – CD (indicatif)
Accès à l'interface pour suivre la réunion virtuelle et les interventions des participants (focus group on line et Forum qualitatif en ligne)	url et codes d'accès
Retranscription exhaustive de la réunion (verbatim)	- traitement de texte (.doc)
Rapport complet de test comprenant : - un descriptif méthodologique précis, - une description factuelle, exhaustive des résultats (question par question), - une analyse objective puis critique de l'ensemble des résultats illustrée de verbatim, - une conclusion synthétisant les résultats marquants, - des recommandations opérationnelles.	traitement de texte (.doc) > papier et numérique
Synthèse des résultats (2-3 pages) comprenant : - un rappel méthodologique - les résultats essentiels - les grands enseignements.	traitement de texte (.doc) > papier et numérique
Présentations orales • 2 présentations orales adaptées à des destinataires différents (exemple : Direction, équipes opérationnelles, partenaires ...) • comprenant : un descriptif méthodologique succinct, une description factuelle et sélective des résultats et des évolutions, des recommandations opérationnelles.	1h30 à 2h sur Paris - RP
Supports aux présentations orales au format papier et numérique (power point par exemple) - environ 40 à 60 diapositives	Présentation (.ppt) > papier et numérique

5.3. Livrables pour les enquêtes qualitatives individuelles

Livrables	Format
La liste documentée des interviewés (description du profil)	- traitement de texte (.doc)
Le guide d'entretien Comprenant les principales questions, scénarii de recherche, ...)	- traitement de texte (.doc)
Films des entretiens	MP4/ DIVIX – CD (indicatif)
Accès à l'interface pour pouvoir assister aux entretiens individuels par internet (Focus chat et webcam interviews)	url et codes d'accès
Accès aux blogs individuels des participants	url et codes d'accès
Retranscription exhaustive de chaque entretien (verbatim)	- traitement de texte (.doc)
Rapport complet de test comprenant : - un descriptif méthodologique précis, - une description factuelle, exhaustive des entretiens (question par question), - une analyse objective puis critique de l'ensemble des entretiens illustrée de verbatim, - des recommandations opérationnelles.	traitement de texte (.doc) > papier et numérique
Synthèse des résultats (2-3 pages) comprenant : - un rappel méthodologique - les résultats essentiels - les grands enseignements	traitement de texte (.doc) > papier et numérique
Présentations orales (2) • adaptées à des destinataires différents (exemple : Direction, équipes opérationnelles, partenaires ...) • comprenant : un descriptif méthodologique succinct, une description factuelle et sélective des résultats, des recommandations opérationnelles.	1h30 à 2h sur Paris - RP
Supports aux présentations orales au format papier et numérique (power point par exemple) - environ 40 à 60 diapositives	Présentation (.ppt) > papier et numérique

Troisième partie – Présentation de quelques sites internet de la DILA

1. service-public.fr et pme.service-public.fr

1.1. Quelles sont les missions de service-public.fr ?

Créé en octobre 2000, le site officiel de l'administration française a pour mission de faciliter et de simplifier l'accès à l'information administrative et aux services en ligne en offrant des informations pratiques, en fédérant les différentes ressources publiques disponibles sur Internet et en les organisant en fonction des besoins des usagers. Service-public.fr a pour mission d'informer l'usager (« particulier » et « professionnel ») et de l'orienter vers les services (accueil dans les organismes publics, services en ligne, services de renseignement tous supports, etc.) qui lui permettent de connaître ses obligations, d'exercer ses droits et d'accomplir ses démarches. Il est structuré en fonction des sujets de préoccupation des usagers et non à partir de l'organisation administrative.

Service-public.fr est le guichet unique de renseignement administratif et d'accès aux démarches en ligne pour simplifier la vie quotidienne des usagers :

Informier :

- Une information administrative plus limpide avec le guide *Vos droits et démarches*: 3 000 fiches d'information et questions-réponses et un accès direct vers les ressources indispensables (formulaires, démarches en ligne ou formulaire, textes de référence, sites web publics, etc.)
- Comment faire si : récapitulatif des démarches à effectuer en cas de changement de situation
- Les Actualités des droits et démarches et l'agenda des démarches administratives
- Le Glossaire des termes administratifs

Offrir des services pratiques :

- Services en ligne et formulaires pour faciliter les démarches quotidiennes des usagers 24h/24
- Poser une question : rentrer en contact avec l'administration par courrier électronique, par téléphone avec Allô Service-Public 3939 et possibilité de consulter les 300 questions fréquemment posées par les usagers ainsi que les réponses apportées.

Orienter vers le bon service administratif :

- L'annuaire de l'administration : coordonnées de 10 000 services nationaux, 70 000 services publics locaux et 13 500 responsables, un accès direct aux mairies, aux ambassades de France à l'étranger et aux institutions européennes
- Les Centres d'appel et de contact de l'administration classés par thématique.

Service-public.fr donne accès à mon.service-public.fr, le compte personnel des démarches en ligne. Il propose également des outils interactifs et de partage : réseaux sociaux, flux RSS, blog pour ses partenaires.

Il s'adresse, à travers trois espaces dédiés :

- aux « particuliers » (depuis octobre 2000),
- aux « professionnels » et plus précisément aux pme et indépendants depuis avril 2007 avec <http://pme.service-public.fr>,
- aux « associations » (depuis novembre 2009).

De nombreux partenaires interviennent dans la réalisation du portail service-public.fr pour alimenter les contenus des rubriques ou référencer des services. Le site est enrichi et mis à jour en permanence grâce à la collaboration des administrations, services départementaux, collectivités locales et associations d'élus qui participent à son évolution et à la réactivité du site à l'actualité administrative.

1.2. Les rubriques de service-public.fr

Guide Vos Droits et démarches

- Argent,
- Etrangers - Europe
- Famille,
- Formation - Travail
- Justice
- Logement
- Loisirs
- Papiers - Citoyenneté
- Social - Santé
- Transports

Le guide *Vos droits et démarches* met à la disposition des usagers l'ensemble des informations qui leur sont nécessaires pour exercer leurs droits et connaître leurs obligations, accomplir des démarches administratives et remplir des formalités. Il s'adresse à l'utilisateur mais également aux structures d'accueil et de renseignement du public. Ce guide est produit par la Direction de l'information légale et administrative (DILA) avec la collaboration de nombreux partenaires dans les ministères et organismes publics à la fois pour la collecte d'informations, le référencement des services et compléments d'informations, la validation ou la coproduction des informations pratiques.

Les informations sont complétées par des liens vers des ressources complémentaires :

- Adresses des administrations nationales ou locales auprès desquelles les formalités ou les démarches doivent être accomplies (après saisie de son code postal ou du nom de sa commune, l'internaute accède aux coordonnées et heures d'ouverture des services publics locaux),
- Questions-réponses,
- Textes de référence (Codes, lois, décrets, ordonnances, etc.) sur le site Légifrance
- Formulaire en ligne correspondant à la démarche ou sur la téléprocédure en ligne lorsqu'elle existe,
- Modules de calcul ou simulateur,
- Lettres-types,
- Sites internet publics et liens vers des informations complémentaires sur les sites des ministères ou d'organismes compétents (pages html, rubrique, brochure, publication...),
- Renvois vers des définitions.

Accès à l'aide d'un onglet à l'espace « Associations » : dossier complet sur la création d'une association, sa gestion, les principaux formulaires....

Actualité

- Dernières informations
- Actualités par thèmes et par profils
- Agenda
- Focus sur...

Comment faire si...

- Je déménage
- J'attends un enfant
- Je cherche un emploi
- Je me marie
- J'ai un décès dans ma famille
- Je souhaite travailler dans l'administration
- J'achète un logement
- Je prépare ma retraite

- J'organise ma succession

Services en ligne et formulaires

Annuaire de l'administration

Poser une question : présentation, accès au formulaire de messagerie, questions fréquentes

Communauté des partenaires (blog pour les partenaires de service-public.fr)

A propos du site (12 pages spécifiques d'information sur le site)

Accès en langues étrangères

- Deutsch
- English
- Espanol

Accès à mon.service-public.fr : compte personnel des démarches en ligne

Moteur de recherche

Voir le plan du site : <http://www.service-public.fr/plan/>

1.3. Les rubriques de pme.service-public.fr

Dossiers thématiques

- Création d'entreprise
- Reprise d'entreprise
- Ressources humaines
- Fiscalité
- Aides financières...

Accès par profil :

- Agriculteurs
- Commerçants, industriels
- ...

Actualités :

- Brèves d'actualité (accès via la liste des 10 dernières brèves ou bien par des archives thématiques)
- Zoom sur... (dossiers d'actualité, mensuels)

Démarches et formulaires :

- Recherche d'une démarche ou d'un formulaire
- Démarches en ligne les plus utilisées
- Formulaire, téléprocédures, téléservices : questions fréquentes

Où s'adresser (carnets d'adresses thématiques)

Pratique

- Agendas et bases de données
- Conventions collectives
- Directives, lois, règlements
- Etudes, chiffres, indices
- Agendas et bases de données

Près de chez vous (personnalisation géographique)

Sondage express

Informations sur pme.service-public.fr (8 pages spécifiques d'information sur le site)

Accès au formulaire de contact

Moteur de recherche

Voir le plan du site : <http://pme.service-public.fr/spip.php?page=plan>

2. Vie-publique.fr

2.1. Quelles sont les missions de vie-publique.fr ?

Le portail vie-publique.fr, créé en juin 2002 par Arrêté du 5 juillet 2002 et édité par La Direction de l'information légale et administrative dans le cadre de sa mission générale d'information et de documentation sur l'actualité politique, économique, sociale, nationale et européenne, a pour mission de faciliter l'accès des citoyens aux ressources et données utiles pour appréhender les grands sujets qui animent le débat public français et européen.

La Direction de l'information légale et administrative (DILA) en assure, sous sa responsabilité, la production et la gestion. Toutes les rubriques du portail sont réalisées par les équipes de la DILA. Il n'y a pas de coproduction de l'information, ni de validation externe des contenus du portail vie-publique.fr.

La politique éditoriale de vie-publique.fr obéit à un souci d'information et de documentation. Les traitements documentaires et éditoriaux opérés sont fondés sur des exigences d'impartialité et de neutralité constitutives d'un service public.

Le site est conçu autour d'un double objectif :

- présenter les grands sujets du débat public en France et sur l'Europe et des politiques publiques susceptibles d'informer le citoyen ;
- offrir un accès aux ressources essentielles et pertinentes permettant d'approfondir la connaissance de ces sujets.

Ce double objectif positionne le site à la fois comme un outil d'information et comme un portail vers des ressources publiques sélectionnées.

Le public visé par le site est celui des personnes et des publics, particuliers, scolaires ou professionnels intéressés par les sujets du débat public. Si les étudiants, les enseignants et les chercheurs semblent être une cible privilégiée, l'ensemble des acteurs de la vie publique (élus, personnels des administrations, journalistes...) est concerné.

2.2. Rubriques du site vie-publique.fr

Le site compte aujourd'hui 14 rubriques, 2 bases de données sont sollicitées (Rapports publics et Collection des discours publics).

- 13 rubriques sont des rubriques propres au portail,
- La Bibliothèque des rapports publics renvoie vers le site ladocumentationfrancaise.fr mais fait partie intégrante de la politique éditoriale du portail.

Une lettre de diffusion est envoyée tous les quinze jours à plus de abonnées (octobre 2010).
Le portail dispose d'un moteur de recherche.

Trois grandes approches pour exercer sa citoyenneté :

Suivre l'actualité

- En bref pour suivre au quotidien l'actualité de la vie publique en France et en Europe
- Les *Dossiers d'actualité* offre une analyse complète d'un sujet d'actualité ;
- Le *Panorama des lois* permet de suivre les grandes étapes de l'activité parlementaire
- *FAQ citoyens* pour obtenir des repères simples et clairs sur la citoyenneté.

Se repérer

- La rubrique *Découverte des institutions et de la vie publique* offre une présentation simple et pédagogique de l'organisation des pouvoirs publics et du fonctionnement des institutions en France et dans l'Union européenne. Des animations sous technologie flash proposent un contenu plus didactique et ludique que les fiches. Des liens vers des ressources externes sont systématiquement proposés au niveau des fiches.
- Les *Dossiers et l'évaluation des politiques publiques* présentent les grandes politiques publiques et leurs évolutions à travers des documents de référence et des repères. L'organisation thématique des dossiers permet une présentation synthétique des principales évolutions de l'action publique: de rapides exposés introduisent les documents de référence sélectionnés (lois, rapports, études, discours officiels ...). Elles sont aussi mises en perspective par des chronologies. Glossaires, bibliographies, sélection de sites Internet viennent compléter les dossiers.
- Les *Chronologies de la vie publique* permettent à l'internaute de retrouver les faits marquants des mois ou années antérieures.

Consulter et participer

- La *Bibliothèque des rapports publics* met à la disposition de l'internaute plus de 7000 rapports publics sur tous les thèmes de l'action publique. L'ensemble de ces rapports, référencés et analysés, est accessible par thématique, mots clefs, auteur, année de remise. Les notices des rapports comportent un résumé, souvent le sommaire et donnent accès au téléchargement du rapport au format .pdf.
- La *Collection des discours publics* met à la disposition des internautes près de 100 000 documents sur 30 ans de vie publique (déclarations présidentielles, politiques, syndicales...).
- Le *répertoire des Débats publics* offre un accès direct à l'ensemble des débats mis en place sur les sites publics pour une participation directe du citoyen. Les débats publics sont géolocalisés sur une carte de France.
- **Les Acteurs de la vie publique.**

En outre, **les accès thématiques** classés en 14 grands thèmes (Administration-institutions, Justice, Environnement..) sont conçus sous la forme d'une sélection de ressources internes au portail et de ressources externes les plus pertinentes sur les grandes thématiques de la vie publique.

De plus, la « **Communauté Vie publique** » est constituée d'un blog, espace de dialogue entre la rédaction de vie-publique.fr et les internautes sur la production éditoriale (choix et traitement des sujets) et sur le développement du portail afin qu'il réponde parfaitement aux besoins de ses utilisateurs ; de **mon.vie-publique.fr**, espace communautaire (plate-forme Jamespot) de collecte et de partage des ressources documentaires de vie-publique.fr et d'autres sites accessible sur inscription ainsi que des liens vers les réseaux sociaux (Twitter, Netvibes...)

Moteur de recherche : le moteur de recherche de vie-publique permet à l'internaute de s'affranchir de l'organisation structurelle du portail car les résultats des requêtes associent les différentes rubriques.

Lettre de diffusion : bimensuelle, la lettre de vie-publique.fr a un double objectif :

- informer des nouvelles ressources produites ou sélectionnées par vie-publique, y compris sur les rubriques « externes » au portail (rapports, discours) ;
- mettre en valeur la complémentarité des ressources du portail sur un sujet d'actualité (rubrique Focus de la lettre). En novembre 2010, la lettre compte plus de 65 514 abonnés.

3. Site ladocumentationfrancaise.fr

3.1. Quelles sont les missions du site ?

Créé en 1996, le site ladocumentationfrancaise.fr, a pour but de mettre à la disposition des citoyens des ressources gratuites ou payantes sur l'actualité politique, administrative, économique et sociale française, étrangère et internationale et de promouvoir son activité commerciale centrée sur le catalogue en ligne.

La Documentation française est une marque de la Direction de l'information légale et administrative (DILA). Reconnue pour son rôle majeur dans l'édition publique française, elle publie près de 400 ouvrages et périodiques pour ses partenaires (plus de 150 administrations et organismes) ou pour son propre compte (une vingtaine de publications). Son périmètre est national, européen et international sur des thèmes variés, essentiellement administratifs, économiques, sociaux et juridiques. Par son offre éditoriale variée et de qualité, elle favorise l'accès des citoyens à la vie publique et au débat public, par tout moyen d'édition et de diffusion de ses publications, sur papier ou sous forme numérique.

La DILA assure un rôle de diffuseur classique en secteur concurrentiel marchand de l'ensemble du catalogue des publications éditées sous les marques La Documentation française, Journal Officiel, ainsi que les marques des éditeurs diffusés par la DILA (OCDE, UNESCO...).

Le site ladocumentationfrancaise.fr est donc à la fois un site d'information et une web-librairie.

Il donne accès au catalogue de vente en ligne, à un ensemble de dossiers en ligne et à différentes bases de données de produits documentaires.

3.2. Rubriques du site ladocumentationfrancaise.fr

S'informer

- Dossiers d'actualité : une centaine de dossiers pour mieux comprendre l'actualité politique, économique et sociale en France, en Europe et dans le monde
- 7 000 rapports publics en accès libre
- Les publications éditées et diffusées par la DILA présentées par thèmes
- Carthèque : 700 planisphères et cartes en accès libre
- L'abécédaire des organisations internationales et régionales
- La chronologie internationale.

Se former

- Les ressources gratuites ou payantes en ligne pour préparer les concours de la fonction publique, de l'enseignement, de Sciences Po ...
- Présentés par thèmes : Droit, Economie, Finances publiques, Histoire-Géographie, International, Sciences humaines et sociales, Union européenne.

Acheter en ligne

- Catalogue et librairie en ligne donnant accès à plus de 10 000 publications, à des revues numériques (Le MédiaSIG en ligne, Le Répertoire de l'administration française, Concurrence et consommation, Courrier juridique des Finances et de l'Industrie, Grande Europe, etc.), aux conventions collectives
- Index par titres, thèmes, titres ou numéros de revues ou par organismes.

Les revues et collections de La Documentation française : accès aux 21 revues et collection de la marque « Documentation française ».

Les conférences et entretiens de la Documentation française : accès aux ouvrages, vidéos des conférences-débats ou entretiens avec des auteurs.

Editer à la Documentation française : présentation de ses prestations dans l'édition, la diffusion, la distribution et le routage pour les professionnels de l'Édition.

Nous connaître : 10 pages spécifiques sur les activités et le site (Espace client, Infos pratiques, Mentions légales, Espace presse, etc.).

Venir sur place : Centres de documentation, Notre librairie à Paris, Tous nos points de vente.

Le site propose également Le guide des revues de l'administration, l'abonnement à lettres d'information, des flux RSS. Tous les contenus du site sont accessibles à la fois grâce à une liste thématique simplifiée et à un moteur de recherche sur l'ensemble du site.

3.3. Nouvelle version du site ladocumentationfrancaise.fr prévue en octobre 2011

Afin d'améliorer la diffusion des publications éditées et diffusées par la Documentation française, la DILA a entrepris un projet ambitieux de refonte du site ladocumentationfrancaise.fr.

À l'ouverture, programmée pour juin 2011, le site se présentera comme une librairie spécialisée : « La documentation française : la librairie du citoyen » et proposera les fonctionnalités habituelles des sites de vente : reconnaissance à la connexion, compte client, suivi de commandes, offres promotionnelles, réservation de titres, connaissance de l'état du stock, rebonds vers des ouvrages portants sur le même sujet ou du même auteur...

Le futur site aura également pour vocation de valoriser l'offre au format numérique qui sera considérablement élargie courant 2011.

Afin de simplifier et d'améliorer l'accès aux contenus, des onglets thématiques « Droit », « Economie »... donneront accès à l'ensemble des documents gratuits ou payants proposés par la DILA : livres, revues, cartes, rapports...

Par la suite (fin 2011), le site ne se limitera pas aux ouvrages édités et diffusés par la Documentation française, mais englobera une sélection d'ouvrages d'éditeurs privés ou publics dont les thématiques renforceront l'identité de la librairie en ligne, dont la vocation générale pourrait se résumer à « servir le débat public ».

Ainsi, le lecteur intéressé par un sujet particulier (la politique des transports de la France) se verra offrir également des ouvrages édités aux éditions du CNRS, à la Découverte et n'aura pas à se rendre sur une autre plate-forme pour faire ses compléments d'achats sur le même thème auprès d'autres éditeurs.

D'autre part, une nouvelle offre de service qui répond à un besoin exprimé par les internautes (48% des interviewés souhaitent pouvoir acheter des articles à l'unité au format numérique) est à l'étude : l'impression à la demande (ouvrages épuisés, édition administrative pour des administrations, chapitres d'ouvrages, dossiers thématiques confectionnés par l'agrégation de documents acquis au cours d'une navigation ou d'une recherche.

Cette approche répond clairement aux attentes exprimées par les internautes dans l'enquête barométrique de satisfaction réalisée en 2009.

En outre, le site ne proposera plus aucuns contenus institutionnels.

4. Legifrance.gouv.fr : le service public de la diffusion du droit par l'internet

Legifrance.gouv.fr, instauré par le décret n° 2002-1064 du 7 août 2002, est placé sous la responsabilité du secrétaire général du Gouvernement et est exploité par la direction de l'information légale et administrative. Il a pour objet de faciliter l'accès du public à la réglementation en vigueur ainsi qu'à la jurisprudence.

La DILA est chargée de produire les bases de données correspondant aux actes dont elle assure la publication (législation/réglementation et conventions collectives) ; elle assure, tous les jours sauf week-ends et jours fériés, la mise à jour des codes, lois et règlements en vigueur par l'insertion des modifications successives apportées par la publication des nouveaux textes législatifs et réglementaires.

5. Journal-officiel.gouv.fr

Le site journal-officiel.gouv.fr a été créé en 1997. Outre l'accès au journal officiel authentifié publié depuis juin 2004, aux documents administratifs et aux bulletins des conventions collectives parus depuis 2006, le site héberge les annonces légales relatives à la vie du milieu associatif ainsi que les informations règlementées émises par les sociétés cotées et les établissements bancaires et de crédits. Jusqu'en décembre 2008, date d'ouverture du site www.boamp.fr, le site hébergeait également les données relatives aux marchés publics.