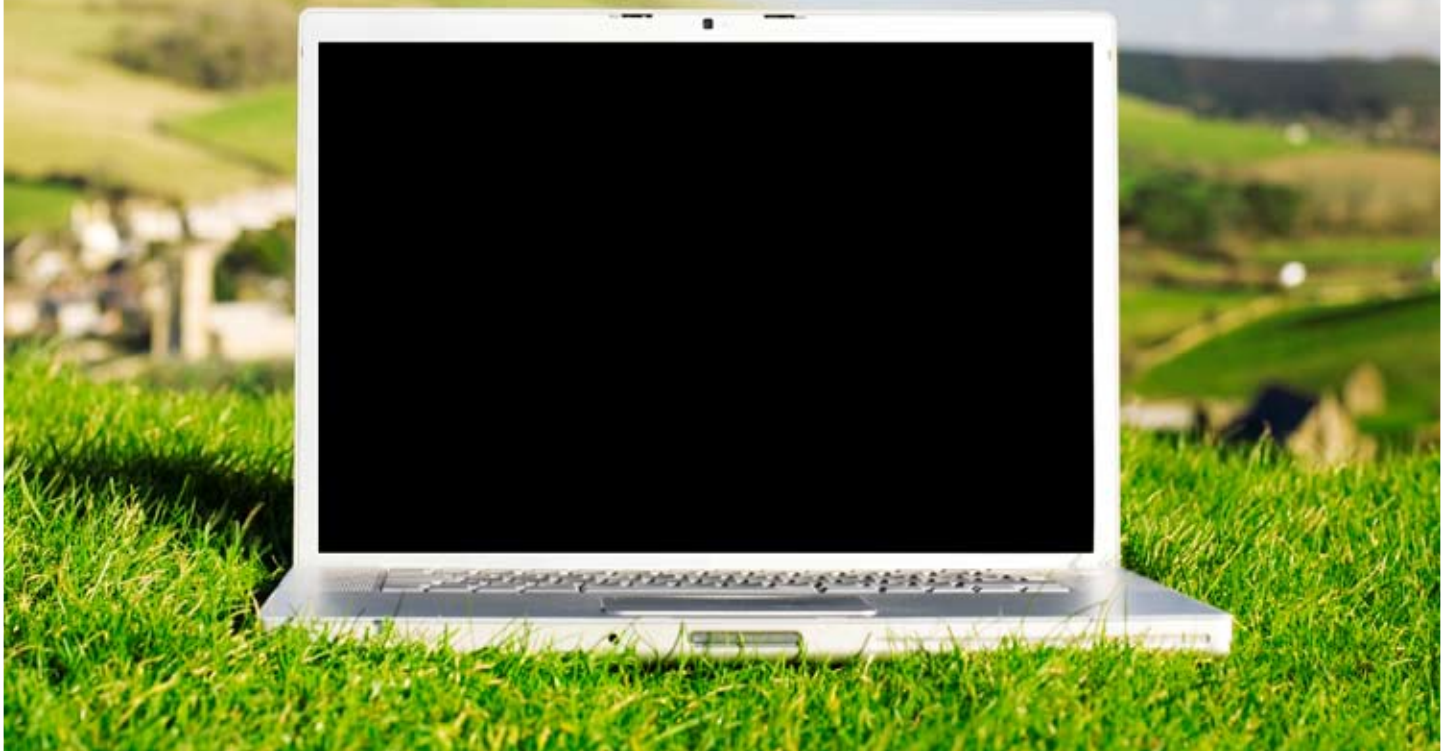




LA QUALITÉ DES SITES WEB DES COMMUNES EN AQUITAINE

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS ET GUIDE DE BONNES PRATIQUES



Sommaire

Avant-propos	5
Ce qu'il faut retenir	6
Méthodologie	7
Le référentiel et ses rubriques	7
Les sites audités	8
L'outil d'audit	8
Quelques précautions	8
Synthèse des principaux résultats	9
Conformité par rubrique	9
Conformité par rubrique et par catégorie.....	9
Des départements homogènes	10
Les critères : les tops et les flops	11
Le palmarès : les 10 meilleures communes de chaque catégorie	12
Le référentiel de 72 critères	13
Visibilité	13
Utilisabilité.....	18
Technique.....	23
E-administration et e-démocratie	26
Proximité	33
Contact	38
Pour aller plus loin....	42
A propos de l'étude	43

Avant-propos

Votre site web renforce-t-il la visibilité de votre commune ? Est-il pratique et correctement conçu ? Est-il accessible au plus grand nombre ? Simplifie-t-il la vie quotidienne de vos administrés ?

C'est dans le but de répondre à ces questions, et bien d'autres, qu'AEC, l'agence des initiatives numériques en Aquitaine, s'est associée à la société Temesis pour analyser la qualité des sites internet des communes en Aquitaine.

Cette étude est menée dans le cadre du **Diagnostic de l'Aquitaine Numérique**, publication annuelle synthétisant l'ensemble des études et données mises à disposition dans le site internet du **SIAD** (Système d'Information et d'Aide à la Décision pour le développement du numérique en Aquitaine <http://siad.aecom.org/>).



L'enquête vise trois objectifs principaux :

- établir un état des lieux de la qualité globale des sites internet de communes en Aquitaine ;
- construire un référentiel de critères pertinents à prendre en compte lors d'une création, refonte ou mise à jour de sites web municipaux ;
- contribuer à l'amélioration de la qualité des sites à partir des bonnes pratiques identifiées.

En 2011, pour accompagner les communes dans cette démarche, AEC et ses partenaires organiseront des ateliers de restitution pour communiquer les conclusions de l'étude et répondre aux questions des municipalités.

Ce qu'il faut retenir

Peut mieux faire ! C'est ce qui ressort de cette **étude qualité de 481 sites web de communes aquitaines** réalisée par AEC et la société bordelaise Temesis.

Parmi les 72 critères retenus dans le référentiel de l'audit des sites web des communes aquitaines, 32 critères sont respectés en moyenne, ce qui porte **le niveau global de conformité à 45%**. Certains sites dépassent 80% de conformité tandis que de nombreux sites atteignent difficilement 20% de conformité. Le niveau moyen de conformité et les écarts très importants qui ont été relevés mettent en évidence plusieurs constatations :

- Tout d'abord, la marge de progression reste importante pour améliorer la qualité des sites web de communes
- Certains sites obtiennent un excellent niveau de conformité, ce qui montre que les critères choisis sont tout à fait réalistes. Ce fait est d'autant plus remarquable que les sites en question ne connaissaient pas à l'avance les critères d'analyse.
- A l'échelle de 481 sites présents sur tout le territoire aquitain, **l'étude permet de mettre en évidence presque 20 000 défauts ou voies d'améliorations sur les sites analysés.**

Les sites Internet des villes d'Agen et de Bayonne sont en tête du palmarès avec des taux de conformité respectifs de 84 et 81%. La troisième place du podium est occupée par quatre communes ayant toutes atteint le **taux de conformité de 78%** : **Boulazac**, commune de Dordogne (6700 habitants), **Sanguinet** située dans les Landes (3026 habitants) et deux communes girondines : **Saint-Médard-en-Jalles** (27 789 habitants) et **Talence** (40 940 habitants).

Des petites communes qui ont tout d'une grande

La taille de la commune influence la qualité de son site web : celles de plus de 10 000 habitants s'en sortent mieux que celles de moins de 2000 habitants. Mais il y a des contre exemples : la commune d'Excideuil, en Dordogne, qui compte moins de 2000 habitants, obtient un taux de conformité de 73 %, la ville de Sanguinet située dans les Landes (3026 habitants) atteint quant à elle un taux de 78%, ce qui la classe première ex-æquo de la catégorie des communes de 2000 à 10 000 habitants avec Boulazac.

Des communes peu présentes dans les réseaux sociaux

Les mairies n'ont pas pris en compte la possibilité offerte par les réseaux sociaux d'augmenter leur visibilité et de créer une communauté active autour de leur commune.

4% seulement des mairies revendiquent leur présence officielle dans un réseau social du type Facebook ou Twitter et **1% permettent le partage direct d'informations sur les réseaux sociaux.**

Cela dit, ce faible pourcentage relève peut être davantage d'une décision réfléchie que d'un manque de prise de conscience. Être présent dans un réseau social n'est pas anodin et doit s'inscrire dans une stratégie de communication qui aura préalablement évalué les avantages et les inconvénients d'une telle démarche ainsi que le temps nécessaire à l'animation et à la modération de la communauté.

Les mobinautes oubliés

D'après le Diagnostic de l'Aquitaine numérique 2010, le nombre de mobinautes (utilisateurs d'internet via téléphone mobile) est en constante augmentation : 16% sur l'Aquitaine.

Cette tendance n'a pas été prise en compte par les communes d'Aquitaine : **elles ne sont que 7 sur 481 à proposer un site dédié ou une version de leur site Internet adaptée aux téléphones mobiles.**

La dimension touristique ignorée

Les sites web de communes ont globalement été pensés pour une cible locale. Pourtant ils sont susceptibles d'être visités par des internautes du monde entier, francophones ou non. Or, **le numéro de téléphone n'est que très rarement indiqué au format international (5%), le pays n'est précisé que dans 3% des cas et une traduction en langue étrangère n'est proposée que dans 7% des cas.** La commune perd ainsi de son attrait à l'international puisque l'internaute ne peut ni la situer géographiquement, ni la contacter, ni comprendre le contenu du site aisément. En facilitant ces démarches, la municipalité augmenterait les chances de transformer ces internautes en touristes ou futurs habitants de la ville et utiliserait pleinement le potentiel de son site.

Respect des critères de base

Les critères majoritairement respectés par l'ensemble des communes appartiennent aux fondamentaux que l'on s'attend à trouver dans tout site web officiel : 97% des sites proposent une adresse mail ou un formulaire de contact, 89% indiquent les horaires d'ouverture de la mairie et 84% donnent le nom et la fonction des élus.

De même, **les mauvaises pratiques qui étaient monnaie courante il y a quelques années tendent à disparaître** : la navigation ne provoque pas l'apparition de popups (fenêtres surgissantes) pour 95% des sites, 94% des sites ont une charte graphique cohérente et la technique des jeux de cadres n'est pas employée dans 90% des cas.

Même si ces scores sont élevés, des interrogations demeurent : **comment est-ce possible qu'une cinquantaine de sites n'indiquent pas les horaires d'ouverture de la mairie ? Que plus de soixante-dix sites ne contiennent même pas le nom des élus ?**

De plus, bien que la plupart des communes mettent à disposition un moyen de contacter la mairie en ligne, dans la majorité des cas, seule une adresse mail est proposée et bien souvent il s'agit d'une adresse personnelle et non d'une adresse liée au site.

Méthodologie

Le référentiel et ses rubriques

L'étude a nécessité l'audit de 481 sites Web de communes au regard d'un référentiel de 72 critères pouvant être objectivement testés. Ces critères sont issus du référentiel Opquast (bonnes pratiques qualité pour les services en ligne), de la Charte Internet Accessibilité et Qualité du Conseil régional d'Aquitaine, du référentiel Synapse (tourisme en région pays de Loire) et de l'analyse, par AEC, d'un échantillon de sites web municipaux qui a permis d'extraire les bonnes pratiques en la matière.

Les 72 critères sont répartis en 6 rubriques contenant chacune 12 critères :

- **Visibilité** : ces critères vérifient que le site de la commune est facile à trouver par ses utilisateurs potentiels.
- **Utilisabilité** : les critères de cette rubrique analysent la facilité de navigation dans le site et l'accès à l'information
- **Technique** : ces critères testent la robustesse et la compatibilité du site avec les différents outils de consultation utilisés par les usagers
- **E-administration et e-démocratie** : ces critères examinent le lien entre les usagers et l'administration.
- **Proximité** : ces critères vérifient que les informations fondamentales pour la vie quotidienne des usagers de la collectivité sont présentes sur le site
- **Contact et informations sur le site**: le Web n'étant pas un mode exclusif d'accès à l'information, ces critères analysent les liens directs avec la collectivité et l'accès au guichet.

Les sites audités

D'après les données en notre possession (SIAD), sur les 2292 communes que compte l'Aquitaine, seules 838 mairies possèdent un site internet. Parmi ces 838 communes, 330 ne possèdent pas de site propre mais une ou plusieurs pages dans un site portail regroupant plusieurs communes. C'est, par exemple, le cas de nombreuses communes du pays de Bergerac qui possèdent une page au sein du site <http://www.pays-de-bergerac.com/>.

Ces sites portails n'ont pas été audités car la conformité ou la non-conformité des critères ne serait pas due au seul fait de la commune mais aux bonnes ou mauvaises pratiques en vigueur dans le site. Le résultat n'aurait donc pas été représentatif de l'investissement réel d'une commune et aurait été souvent similaire à celui des autres communes hébergées dans le site portail. De plus, une grande partie des communes regroupées dans un tel site n'ont pas d'adresse url propre comme on peut l'observer pour les communes du Pays du Périgord Noir <http://www.pays-perigord-noir.fr/>

L'échantillon final est composé de 481 communes, chiffre obtenu après suppression de 26 sites jugés non officiels ou ne fonctionnant pas au moment de l'audit.

Au final, de mai à décembre 2010, ont été audités : 41 sites web de communes de plus de 10 000 habitants, 167 sites de communes entre 2000 et 10 000 habitants et 272 sites de communes de moins de 2000 habitants.

L'outil d'audit

L'outil utilisé est **Opquast Reporting** (<http://reporting.opquast.com/>). Il permet d'évaluer la qualité, la conformité et l'accessibilité des sites web. C'est un service en ligne édité en 2005 par la société Temesis. 15000 personnes l'utilisent à ce jour. L'inscription est gratuite mais des fonctionnalités avancées sont proposées dans un abonnement payant. AEC a utilisé un abonnement avancé lui permettant de créer les feuilles d'évaluation des 481 sites, de procéder aux audits en ligne et d'accéder à des statistiques globales.

Quelques précautions

Construire un site de commune n'est pas une chose simple. Cela demande des moyens importants que certaines mairies, notamment de petite taille, n'ont pas forcément à leur disposition.

Ce référentiel ne doit donc pas être perçu comme une vérité absolue ou un ensemble de résultats à atteindre obligatoirement. Le référentiel de critères relève davantage d'un guide de bonnes pratiques qui pourront être respectées ou, dans certains cas, ne pas l'être selon les choix stratégiques effectués. Les critères ont été établis en vue d'une analyse statistique. Ils sont ici fournis à titre informatif, accompagnés d'une brève explication.

Grâce à ce guide, l'administrateur du site pourra découvrir ou redécouvrir les bonnes pratiques qui ont été utilisées dans le cadre de cette étude et entreprendre, s'il le souhaite, une démarche d'amélioration de la qualité de son site. La liste des critères proposés dans ce guide peut aussi servir dans le cadre de la conception ou la refonte d'un site pour mieux définir les fonctionnalités et le niveau de conformité attendu.

Pour chacun des 481 sites, la conformité de 72 critères a été évaluée entre mai et décembre 2010. Au vu du nombre de tests que cela représente, soit environ 35 000, **l'existence d'une marge d'erreur est certaine.** Il est également à noter que ces résultats reflètent le niveau de conformité d'un site au jour de l'évaluation. Toutes les évolutions ou refontes du site qui ont eu lieu après cette date n'ont bien sûr pas pu être prises en compte.

Précisons enfin que tous les éléments du critère doivent être présents pour valider sa conformité. Par exemple, le critère « le format et la taille des fichiers proposés en téléchargement sont indiqués » n'est conforme que si le format et la taille du fichier sont présents.

Synthèse des principaux résultats

Le **taux de conformité global des sites web de communes en Aquitaine, évalué par l'intermédiaire du référentiel qualité de 72 critères, est de 45%**. Cela signifie qu'en moyenne seuls 32 critères sur les 72 que compte le référentiel sont respectés.

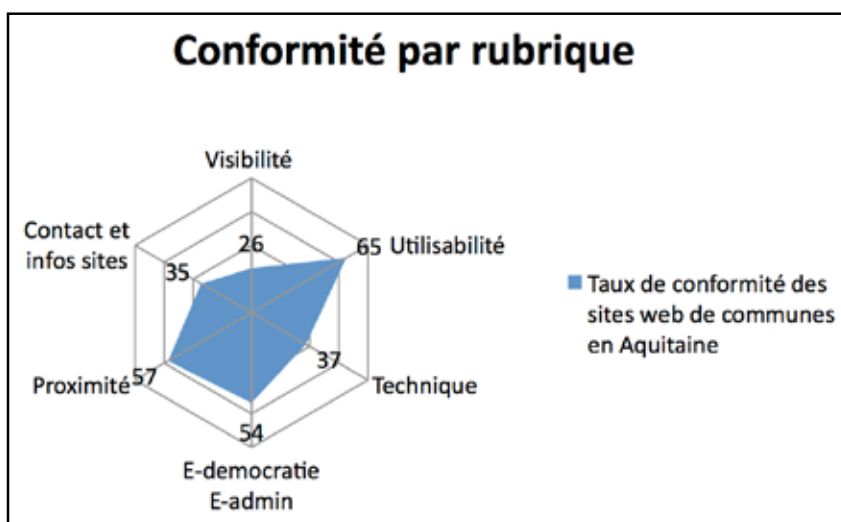
Les taux de conformité sont extrêmement dispersés, ils varient de 17 % à 84%. Dans le meilleur des cas 60 critères sont conformes et dans le pire, seuls 12 critères sont respectés.

Le quart des sites audités ne respectent que 18 critères au maximum pour un taux de conformité maximal de 25%. La moitié des sites de communes ont un niveau inférieur à 44%, soit 31 critères conformes sur 72. **La marge de progression reste donc importante.**

Conformité par rubrique

Les rubriques gagnantes sont celles liées à l'**utilisabilité** (cohérence de la charte graphique, possibilité de revenir à la page d'accueil depuis toutes les pages etc.), à la **proximité** (présence d'un agenda, d'informations relatives à l'enfance etc.) et à la **e-administration** (lien vers le site service public.fr, informations sur les démarches administratives etc.)

En revanche, d'importants efforts sont à fournir sur la **visibilité**, l'aspect **technique** et sur la partie **informations pratiques**. Ce constat s'est vérifié lors de l'analyse des sites : de nombreux sites web n'indiquent ni l'adresse ni les horaires d'ouverture de la mairie, d'autres ne font pas ou très peu de liens vers des sites externes, d'autres encore ne sont pas pensés pour être accessibles à tous quel que soit son handicap, le débit de sa connexion internet ou l'appareil avec lequel est consulté le site.



Conformité par rubrique et par catégorie

Pour que chaque commune puisse aisément comparer ses résultats avec ceux des communes d'envergure équivalente, les communes auditées ont été réparties en 3 catégories suivant la taille de leur population :

- communes de **moins de 2000 habitants**
- communes entre **2000 et 10 000 habitants**
- communes de **plus de 10 000 habitants**

La taille de la commune influence la qualité du site web. Comme le montrent les tableaux en page 10, plus la population d'une commune est importante plus son niveau de conformité est élevé.

Les villes très peuplées sont censées disposer de moyens humains et financiers dédiés à leur site web plus importants que les communes de moindre envergure. Ces moyens pourraient expliquer que la qualité mesurée soit supérieure dans ce cas.

Cependant, de bons résultats s'observent également pour les sites de communes de moins de 10 000 habitants comme Boulazac (78%) voire même pour les sites de moins de 2000 habitants comme Excideuil ou Vieux-Boucau-les-Bains qui dépassent les 70% de conformité.

Rubrique	Taux de conformité moyen pour les communes de -2000 habitants	Taux de conformité moyen pour les communes de 2000 à 10 000 habitants	Taux de conformité moyen pour les communes de + 10 000 habitants
Visibilité	21 %	31 %	43 %
Utilisabilité	60 %	69 %	83 %
Technique	36 %	39 %	41 %
E-démocratie E-admin	44 %	63 %	79 %
Proximité	47 %	69 %	78 %
Contact et infos sites	29 %	40 %	49 %

Taille de la commune	Nombre de sites analysés	Conformité moyenne
Moins de 2000 habitants	272	40%
De 2000 à 10 000 habitants	167	50%
Plus de 10 000 habitants	42	62%

Des départements homogènes

Le niveau de conformité varie faiblement en fonction du département considéré. La Gironde et les Landes se distinguent des autres départements avec des taux de conformité légèrement supérieurs à la moyenne aquitaine.

Pour ce qui est de la Gironde, on notera le fort taux de conformité des sites web des communes de la Communauté urbaine de Bordeaux qui atteint 60%.

Concernant le département des Landes, on constate une influence positive de WebPublic40, service proposé par l'ALPI (l'Agence Landaise Pour l'Informatique). En effet, la moyenne de conformité des 13 sites accompagnés par WebPublic40 atteint 66% et engendre une augmentation du niveau de conformité du département de l'ordre de 5 points (de 42% pour les communes n'ayant pas fait appel aux services de WebPublic40 à 47% pour l'ensemble du département).

Un taux de conformité plus faible que celui des 4 autres départements s'observe pour la Dordogne (40%). L'explication avancée ici est la prise en compte de la politique du « tout portail » qui encourage les communes à se regrouper sur ce type de site web : 72% des communes périgordines présentes sur le web le sont via un site portail. Seuls les sites propres ont été analysés ici (voir page 8, les sites audités), cela expliquerait que le niveau de conformité de la Dordogne soit légèrement inférieur à celui des autres.

	Dordogne	Gironde	Landes	Lot-et-Garonne	Pyrénées-Atlantiques
Nombre de sites analysés	91	183	55	46	106
Taux de conformité moyen	40	48	47	44	44

Les critères : les tops et les flops

Les critères les mieux respectés

Présence d'un formulaire de contact, ou à défaut d'une adresse de courriel	97%
La navigation sur le site ne provoque pas l'ouverture de fenêtres surgissantes (popups)	95%
La charte graphique est cohérente sur l'ensemble du site	94%
Il est possible de revenir à la page d'accueil depuis toutes les pages	92%
Le menu principal de navigation est identique sur toutes les pages	91%
Le site n'emploie pas la technique des jeux de cadres	90%
Présence des horaires d'ouverture de la mairie	89%
Mise à disposition d'un annuaire des associations locales	85%
Présence du nom et de la fonction des élus communaux	84%
L'adresse du site et de ses sous-domaines fonctionnent avec ou sans préfixe www.	83%

Les critères les moins respectés

Le site propose une feuille de style dédiée aux terminaux mobiles (ou une version pour les terminaux mobiles) ...	1%
Présence d'informations sur l'accessibilité de la mairie aux personnes handicapées	1%
Possibilité de partager les contenus sur des réseaux sociaux.....	1%
Mise à disposition d'un fichier sitemap indiquant les contenus à explorer	2%
Le pays (France...) est précisé dans l'adresse postale de la commune	3%
Mise en évidence sur la page d'accueil de la présence officielle de la commune dans un ou plusieurs médias sociaux (Facebook, Twitter)	4%
Disponibilité du format international pour le numéro de téléphone de la mairie	5%
Mise à disposition du contenu du site dans au moins une autre langue que la langue principale	7%
Le nombre de liens pointant vers le site est supérieur à 10.....	8%
Existence d'une déclaration d'accessibilité disponible depuis la page d'accueil	8%

Le palmarès : les 10 meilleures communes de chaque catégorie

Sans connaître à l'avance les critères du référentiel, certaines communes ont réussi à obtenir de très bons résultats. Voici les 10 meilleures communes de chaque catégorie :

Taille de la commune	Communes (départements)	Taux de conformité
moins de 2000 habitants	Excideuil (24)	73 %
	Vieux-Boucau-les-Bains (40)	70 %
	Saubion (40)	67 %
	Josse (40)	66 %
	Saint-Estèphe (33)	66 %
	Léon (40)	61 %
	Saint-Julien-en-Born (40)	61 %
	Benquet (40)	60 %
	Cardesse (64)	60 %
	Saucats (33)	60 %
de 2000 à 10 000 habitants	Boulazac (24)	78 %
	Sanguinet (40)	78 %
	Carbon-blanc (33)	75 %
	Blaye (33)	74 %
	Parentis-en-Born (40)	74 %
	Aire-sur-l'Adour (40)	73 %
	Boucau (64)	73 %
	Saint-Vincent-de-Paul (40)	73 %
	Coulounieix-Chamiers (24)	71 %
	Vayres (33)	71 %
plus de 10 000 habitants	Agen (47)	84 %
	Bayonne (64)	81 %
	Saint-Médard-en-Jalles (33)	78 %
	Talence (33)	78 %
	Cenon (33)	74 %
	Gujan-Mestras (33)	74 %
	Bordeaux (33)	69 %
	Blanquefort (33)	68 %
	Libourne (33)	68 %
	Mérignac (33)	68 %

Le référentiel de 72 critères

Dans les pages suivantes, les 72 critères du référentiel sont présentés accompagnés d'une brève explication. Ils sont illustrés, pour certains, par un exemple issu de l'échantillon des 481 communes auditées.

Légende :

Les symboles situés à côté de l'intitulé de chacun des critères permettent de différencier les critères pouvant être mis en place par de simples contributeurs (aucun symbole) de ceux ne pouvant être **gérés que par des responsables ou prestataires techniques** **T**. Certains critères peuvent être **gérés par l'un ou l'autre profil suivant la technologie utilisée** **T**.

Visibilité

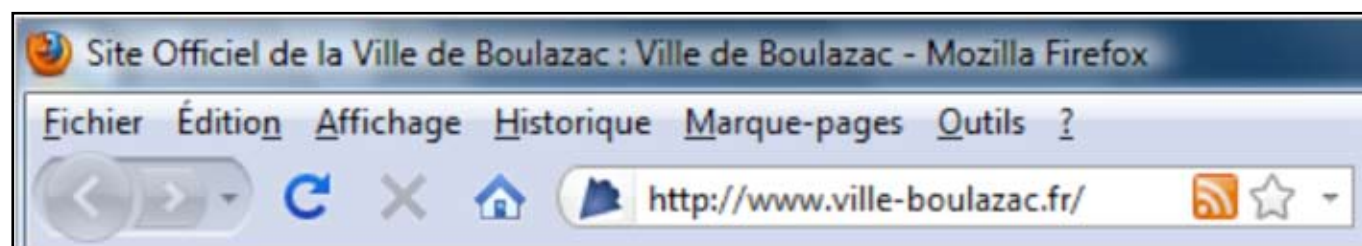
01- Existence d'un fil de syndication (RSS ou Atom) détectable automatiquement par les navigateurs **T**

Un fil de syndication (RSS ou Atom par exemple) permet d'être tenu au courant des mises à jour et nouveautés d'un site. Il prend la forme d'un fichier placé sur un serveur web, qui peut être lu à distance et dont le contenu peut être affiché dans des logiciels (agrégateurs) ou sur d'autres sites distants. Ce mode de diffusion en pleine expansion permet à des utilisateurs de s'abonner à des fils d'actualité, billets de blogs et autres services de diffusion d'information.

Certains navigateurs peuvent détecter automatiquement l'existence d'un fil de syndication dans une page et proposer aux internautes de s'abonner. Il peut donc non seulement être intéressant de mettre en place un fil de syndication dans son site, mais également de vérifier que celui-ci est bien détecté par les navigateurs.

Exemple : <http://www.ville-boulazac.fr/>

Le fil de syndication du site de la ville de Boulazac est directement détecté par le navigateur, ce qui se traduit par



l'apparition de l'icône orange du flux RSS dans la barre d'adresse.

Taux de conformité global

12%

Taux de conformité pour les communes entre 2000 et 10 000 habitants

13%

Taux de conformité pour les communes de moins de 2000 habitants

11%

Taux de conformité pour les communes de plus de 10 000 habitants

17%

02- Mise à disposition du contenu du site dans au moins une autre langue que la langue principale

Toutes les communes ayant une activité touristique, commerciale, artisanale ou industrielle ont un intérêt à proposer une version en langue étrangère de leur site. La langue anglaise est évidemment recommandée, mais pour un certain nombre de communes frontalières ou très fortement fréquentées par des touristes d'Europe du Nord, l'allemand, le néerlandais et l'espagnol peuvent également s'avérer intéressantes.



Exemple : <http://www.bordeaux.fr/>

Le site de la ville de Bordeaux propose un accès à ses contenus anglophones par la présence d'un lien cliquable écrit en anglais et directement affiché en page d'accueil.



03- Existence d'au moins 10 sites externes destinés à l'orientation des internautes

En plaçant des liens hypertextes menant vers d'autres sites web dans son site, un administrateur choisit d'orienter les internautes et accepte de les aiguiller sur Internet, ce qui suppose de considérer son propre site comme un lieu de passage pour les internautes et non comme une impasse. Ces liens sont cependant parfois ressentis à tort par les administrateurs de sites comme des occasions de fuite des internautes hors de leur site. En réalité, les internautes apprécient fortement cette fonction d'aiguillage qui leur permet de poursuivre leur navigation, et ne les empêche nullement de revenir sur le site pour explorer son contenu ou d'autres liens externes proposés.



04- Mise en évidence sur la page d'accueil de la présence officielle de la commune dans un ou plusieurs médias sociaux

Les médias sociaux comme Facebook et Twitter sont de plus en plus utilisés comme vecteurs de visibilité. Ce sont les internautes qui décident alors de faire connaître ou pas les sites de communes. Bien que cette pratique ne soit pas encore très répandue, il est intéressant de s'interroger sur sa pertinence dans certains cas.

Avoir une page officielle sur un ou plusieurs médias sociaux peut permettre de rassembler les habitants d'une commune au sein d'un même espace où il leur sera possible de se rencontrer, d'échanger et de revendiquer leur attachement pour leur ville/village. Cela participe au rayonnement de la commune en dehors des limites géographiques. Cependant, être présent dans un réseau social de ce type n'est pas anodin et doit s'inscrire dans une stratégie de communication réfléchie.

Exemple : <http://www.pomarez.net/>

La ville de Pomarez affiche en page d'accueil de son site sa présence sur le réseau social Facebook. Près de 700 membres sont inscrits dans le groupe qui permet de suivre l'actualité de la ville, de poster des commentaires, des petites annonces, des photos...



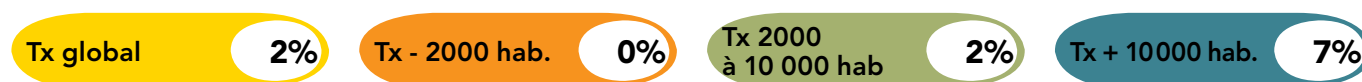
05-Possibilité de partager les contenus via les réseaux sociaux **T**

Les contenus éditoriaux proposés dans le site peuvent également être diffusés sur les réseaux sociaux par les internautes eux-mêmes via des boutons de partage et de diffusion. Comme dans le cas du critère précédent, le choix d'utiliser ou pas ce type de fonctionnalités relève du choix de l'internaute, en fonction de la pertinence ou de l'intérêt des contenus proposés. Il est relativement difficile d'estimer la pertinence de ce type de fonctionnalités sur le long terme. A l'heure actuelle, c'est l'une des options possibles pour un administrateur de site qui souhaite faire connaître les contenus de son site.



Exemple : <http://www.izon.fr/>

Par l'intermédiaire des icônes situées en bas de chacun des articles du site d'Izon, l'internaute peut relayer l'information à l'ensemble de ses contacts présents sur Facebook, Twitter...



06-Recensement du site de la mairie dans l'annuaire service-public.fr



L'annuaire du service public (<http://lannuaire.service-public.fr/navigation/index-mairie.html>) recense gratuitement les sites des acteurs publics français. De nombreux internautes passent par le moteur de recherche de ce site pour trouver les coordonnées ou l'adresse du site des communes et collectivités.

Par ailleurs, la mise en place d'un lien dans ce type d'annuaire peut avoir des conséquences positives sur le positionnement du site dans les résultats des moteurs de recherche. Il faut noter que la possibilité est donnée à chacun de communiquer l'adresse d'un site pour qu'il paraisse dans cet annuaire en tant que site officiel de la commune. Il est donc important que la municipalité indique elle-même l'adresse de son site.

Exemple : Le site de la mairie de Biarritz est visible dans l'annuaire du service public à cette adresse : <http://lannuaire.service-public.fr/mairies/aquitaine/pyrenees-atlantiques/mairie-64122-01.html>



07- Mise à disposition d'un fichier sitemap indiquant les contenus à explorer T

Le fichier sitemap permet à des outils de recherche, Google notamment, d'obtenir et d'afficher dans les résultats de recherche, un plan du site permettant aux internautes d'accéder plus rapidement à l'information.

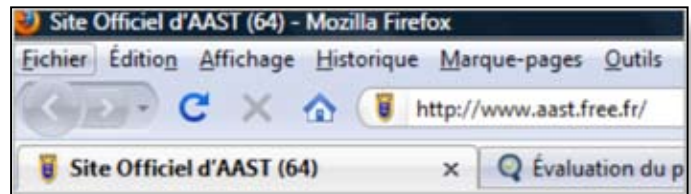


Exemple : Le site de la ville de Mérignac propose un fichier Sitemap qui permet à Google de classer l'information en sous-rubriques.



08- Existence dans le code source des pages d'un appel valide à un icône de favori T

Le respect de ce critère contribue à l'identification visuelle des sites dans les fenêtres de navigateurs et à la facilité de navigation pour l'utilisateur. En l'absence d'icône de favori spécifique, c'est l'icône par défaut proposé par le navigateur qui s'affichera, ce qui diminue l'identification du site visité.



Exemple : <http://www.aast.free.fr/>

L'icône présente dans la barre d'url et dans l'onglet est le blason de la ville d'Aast.



09- Indication de la langue principale du contenu dans le code source de la page d'accueil T

Le code source d'une page est la donnée informatique qui sert à afficher les pages dans un navigateur. Il est possible et souhaitable d'indiquer dans le code source de chaque page Web la langue des contenus affichés. Une page écrite en français contiendra une mention de langue invisible aux internautes mais qui sera visible par les moteurs de recherche. Le respect de ce critère permet aux moteurs de recherche et plus généralement à tous les outils d'indexation (les outils qui répertorient les contenus présents sur le Web) d'identifier la langue d'un contenu. Cette indication permettra à Google de classer une page dans un index de langue française ou à des lecteurs d'écrans couplés à des synthèses vocales de lire des contenus avec une prononciation française.



10- Chaque page comporte un titre significatif et représentatif de son contenu **T**



La présence du titre de page est absolument fondamentale pour les utilisateurs et pour les moteurs de recherche. Ce critère a également une importance capitale dans la navigation des personnes handicapées, car il permet de décrire globalement une page pour des personnes qui n'ont pas la possibilité de visualiser les pages dans leur ensemble.

Exemple : <http://www.ville-cenon.fr/html/1/sport/index.html>

Dans le site web de la ville de Cenon, le titre visible dans l'onglet et dans la fenêtre du navigateur, ici « Sport – mairie de Cenon » varie à chaque changement de page et reprend les intitulés des rubriques.

Tx global

57%

Tx - 2000 hab.

53%

Tx 2000
à 10 000 hab

59%

Tx + 10000 hab.

71%

11- Le nombre de liens pointant vers le site est supérieur à 10

Le fait de mettre en place des échanges de liens ou de veiller à faire référencer son site sur des sites proches est l'un des facteurs majeurs de la visibilité dans les moteurs de recherche.

Pour une commune, cette capacité à générer des liens entrants est assez naturelle, puisque ces entités ont un rôle d'agrégation et d'orientation vers le web local. Elles mettent en évidence un ensemble d'acteurs, qui ont également intérêt à les référencer.

Tx global

8%

Tx - 2000 hab.

0%

Tx 2000
à 10 000 hab

6%

Tx + 10000 hab.

69%

12- Les éléments «META Description» et «META Keywords» sont renseignés **T**

Les META informations sont des éléments invisibles aux utilisateurs mais qui sont utilisés par les outils automatiques pour qualifier le contenu des pages Web. Ils sont de moins en moins utilisés par les moteurs de recherche pour répertorier les contenus, mais ils restent très importants, car ils décrivent les contenus et pourraient s'avérer forts utiles sur le long terme.

D'autre part, la méta information « contenu » (résumé) est utilisée directement pour afficher un résumé de la page dans certains moteurs de recherche. Suivant son contenu, elle donnera envie, ou non, à l'internaute de cliquer sur le lien menant au site. Ces meta-informations jouent donc un rôle fondamental dans l'accès aux contenus.

Tx global

37%

Tx - 2000 hab.

34%

Tx 2000
à 10 000 hab

43%

Tx + 10000 hab.

33%

Utilisabilité

13- Présence de contenus sous forme audio et/ou video, WebTV ou podcast

Les contenus audio et vidéo sont de plus en plus souvent utilisés pour enrichir les sites (présentation de la commune, du conseil municipal, comptes rendus des conseils municipaux...). Ils présentent de nombreux avantages par rapport aux textes, même s'ils demandent un savoir-faire particulier pour être efficaces. Il faut notamment insister sur les difficultés particulières qu'ils posent pour maintenir le niveau d'accessibilité du site. La plupart des plateformes actuelles de diffusion de vidéo proposent des systèmes permettant de sous-titrer les vidéos. Dans le cas où la commune souhaite héberger ses propres vidéos, il faudra choisir avec soin le système de restitution (le « player »).

Le JW player (<http://www.longtailvideo.com/players/jw-flv-player/>) gère correctement les différents éléments nécessaires pour rendre des vidéos accessibles.



14- Un moteur de recherche interne est accessible depuis la page d'accueil

Pour les sites contenant un nombre important de contenus ou de pages, le moteur de recherche interne est une façon rapide d'accéder aux contenus recherchés. Certaines solutions externalisées sont assez faciles à mettre en place sans pour autant nécessiter des compétences techniques de haut niveau. La plus connue est évidemment google qui permet d'intégrer un moteur de recherche interne sur un site, mais d'autres solutions sont envisageables.



15- Un plan du site est accessible depuis la page d'accueil

Comme le moteur de recherche, le plan du site permet de se réorienter en permanence. C'est un outil également très utilisé par les internautes en situation de handicap, et sa mise en place est imposée par les standards d'accessibilité. Cet outil permet également aux administrateurs d'avoir une vision immédiate de l'architecture du site, et donne aux usagers la possibilité d'accéder très rapidement aux contenus.

Exemple : <http://www.lormont.fr/plan.php>

Le plan du site web de la ville de Lormont, visible en page 19, est directement accessible via un lien placé en tête de chacune des pages du site.





16- Le soulignement est réservé aux hyperliens

Le soulignement est immédiatement identifié par les internautes comme étant un lien. En proposant des contenus soulignés qui ne sont pas des liens, l'administrateur va générer des clics inutiles et donc faire perdre du temps aux usagers. Attention, ce critère ne signifie nullement que les liens d'un site doivent forcément être soulignés. Il indique en revanche, que si un contenu est souligné, alors il doit être un lien.



17- Les hyperliens sont visuellement différenciés du reste du contenu

Les liens hypertextes sont l'un des fondements du Web. Ils servent à naviguer entre les pages et permettent d'enrichir les textes. Il arrive quelquefois que ces liens ne soient pas différenciés visuellement des autres textes du site. Dans ce cas, très souvent, les liens ne sont mis en évidence que grâce à un survol à la souris. Ce type de fonctionnement peut poser des problèmes pour les internautes qui naviguent avec des terminaux mobiles ou pour certains utilisateurs handicapés, et impose à tous les visiteurs une interaction plus laborieuse. L'apparition des écrans tactiles pourrait considérablement diminuer cet appel aux fonctions de survol, qui sont fort difficiles à rendre utilisables avec un iPhone ou un mobile Android, par exemple.



18- Le site propose un fil d'Ariane ou permet à l'utilisateur de connaître sa position dans le site

La page d'accueil est un élément fondamental dans la navigation d'un internaute sur un site, mais ce n'est plus le mode unique d'accès à un site Web. Ainsi, dans le cas d'un site correctement référencé, les internautes arriveront très souvent directement sur les pages internes correspondant aux termes utilisés dans un moteur de recherche. Dans ce cas, mais aussi à chaque fois qu'un internaute navigue sur les pages internes d'un site, il doit pouvoir facilement se repérer dans l'architecture du site. Le fil d'Ariane, ou chemin de navigation permet aux internautes de connaître leur position à l'intérieur du site et de pouvoir remonter dans l'architecture lorsqu'ils le souhaitent.



Le fil d'Ariane, ou chemin de navigation permet aux internautes de connaître leur position à l'intérieur du site et de pouvoir remonter dans l'architecture lorsqu'ils le souhaitent.

Exemple : http://www.montdemarsan.fr/lutece/jsp/site/Portal.jsp?page_id=31

Un fil d'Ariane est présent dans toutes les pages du site de la ville de Mont-de-Marsan. Le fil d'Ariane visible dans la capture d'écran ci-dessus du site de Mont-de-Marsan indique à l'internaute dans quelle rubrique il se trouve (ici «les élus») et lui permet de remonter au sein de la rubrique précédente en cliquant sur « ma mairie ».

Tx global

35%

Tx - 2000 hab.

23%

Tx 2000
à 10 000 hab

46%

Tx + 10000 hab.

69%

19- Il est possible de revenir à la page d'accueil depuis toutes les pages

La possibilité de revenir à l'accueil depuis toutes les pages est une garantie que les utilisateurs d'un site peuvent en permanence se réorienter dans le site. Cette précaution est d'autant plus importante qu'un nombre croissant d'utilisateurs arrivent, non pas sur la page d'accueil, mais sur une des pages internes (notamment grâce aux moteurs de recherche).

Tx global

92%

Tx - 2000 hab.

92%

Tx 2000
à 10 000 hab

91%

Tx + 10000 hab.

98%

20- La page d'accueil du site n'est pas une page tunnel ou une introduction en flash

Les internautes qui arrivent sur la page d'accueil d'un site se voient quelquefois proposer une animation ou le choix entre plusieurs langues. C'est ce que l'on appelle une page « tunnel », qui ralentit l'accès des internautes aux contenus ou services du site. La page tunnel diffère dans le temps l'accès au contenu qui est le plus susceptible d'intéresser l'utilisateur ou de répondre à sa requête. Généralement, les animations sont accompagnées d'un lien permettant de « passer l'intro », très utilisé par les internautes.

En ce qui concerne le choix de langue, la bonne pratique consiste plutôt à proposer les contenus dans une langue donnée, et de proposer aux internautes de changer de langue avec des liens ou des drapeaux. Par ailleurs, ce critère est un excellent indicateur du degré de maturité de la culture Web et de la capacité des acteurs à communiquer efficacement en portant une attention plus grande au point de vue de l'utilisateur.

Tx global

81%

Tx - 2000 hab.

80%

Tx 2000
à 10 000 hab

80%

Tx + 10000 hab.

90%

21- La charte graphique est cohérente sur l'ensemble du site

Les internautes peuvent être déstabilisés lorsque certaines pages d'un site ne sont pas présentées de façon similaire, dans la même charte graphique. Ce critère de cohérence de la charte graphique sur tout le site fournit aux usagers des repères visuels invariants et garantit ainsi à l'internaute qu'il navigue dans le même site.



22- La navigation reste possible sur l'ensemble du site en utilisant exclusivement le clavier **T**

De nombreux internautes n'utilisent pas la souris pour naviguer. C'est, par exemple, le cas de nombreux déficients visuels qui vont naviguer de lien en lien en utilisant la touche tabulation de leur clavier.

Il arrive parfois que cette navigation au clavier rende inaccessible certains contenus (par exemple, les rubriques d'un menu déroulant) ou soit impossible, ce qui rend le site totalement inaccessible à certains profils d'utilisateurs.



23- La navigation sur le site ne provoque pas l'ouverture de fenêtres surgissantes («popups»)

Les pop-ups sont des fenêtres qui s'ouvrent automatiquement sur le poste de travail des internautes, sans que ceux-ci n'en aient fait la demande. Ils ne doivent pas être confondus avec les ouvertures de nouvelles fenêtres qui peuvent s'avérer utiles, mais qui sont expressément déclenchées par les utilisateurs. De nombreux navigateurs proposent des barres d'outils natives permettant de bloquer les pop-ups. Les informations transmises par ce biais ont donc de très fortes chances d'être bloquées par les usagers.



24- Le menu principal de navigation est identique sur toutes les pages

Lors de la navigation sur un site, un internaute doit à tout moment pouvoir savoir où il peut aller. La présence de menus invariants dans tout le site garantit que l'internaute pourra à tout moment trouver sans difficulté le menu principal de navigation et s'en servir pour naviguer dans le site.

Ce critère consiste à faire en sorte que le menu principal du site soit invariant en termes d'emplacement et d'ordre des rubriques sur tout le site.



Technique

25- Le code source de la page d'accueil débute par une déclaration de type de document (doctype) dont la syntaxe est conforme à celles recommandées par le W3C **T**

La déclaration du type de document est une donnée informatique placée au début du code source des pages qui permet de signaler aux navigateurs le langage et la grammaire informatique utilisés. La mise en œuvre de ce critère améliore la compatibilité des sites avec les différents navigateurs. Son omission n'est pas rédhitoire pour le site puisque les navigateurs arrivent à afficher les pages en recourant à des techniques de correction d'erreurs à la volée, mais sa présence est souvent le signe que les créateurs de sites se préoccupent de la compatibilité des sites et du respect des standards industriels de production Web.



26- Le contenu de la page d'accueil est organisé selon une structure de titres et sous-titres hiérarchisée **T**

Ce critère consiste à vérifier que le code source des pages (code informatique HTML interprété par les outils de consultation) contient des balises de titres, constituant dans chaque page une structure de titres et de sous-titres correcte (éléments HTML h1 à h6). La mise en œuvre de ce critère permet à des machines d'extraire une structure de page. Ce sera par exemple le cas des moteurs de recherche ou des logiciels de lecture d'écran utilisés par des déficients visuels. Dans ce dernier cas, le logiciel pourra présenter à l'internaute qui le demande une table des matières de la page.



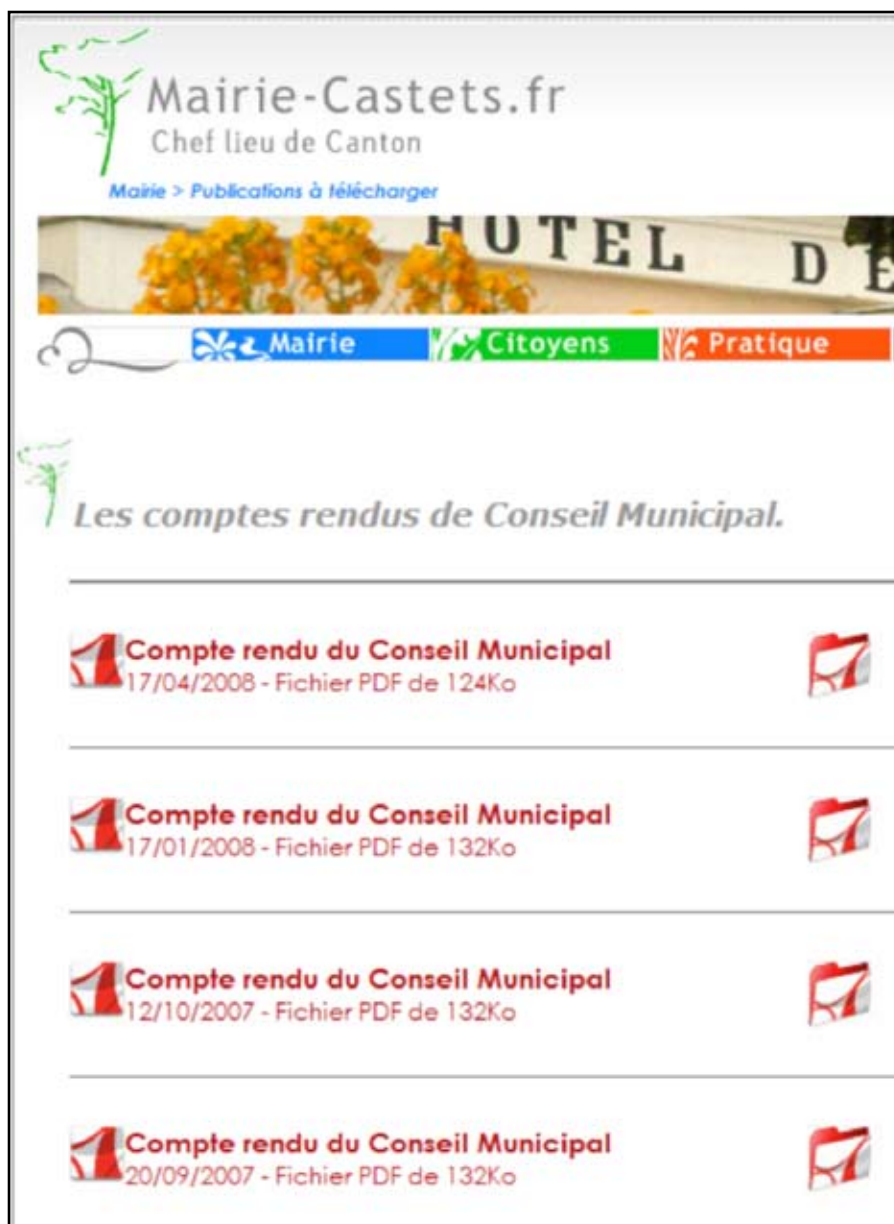
27- Le format et taille des fichiers proposés en téléchargement sont indiqués **T**

Les sites proposent fréquemment de nombreux fichiers en téléchargement, notamment au format PDF. Le format (PDF, .doc, .odt, .xls, .ods) de ces fichiers doit alors être précisé. Ce critère se justifie par le fait que, très souvent, ce type de fichiers s'avère assez lourd à télécharger et que les internautes ne sont pas tous équipés des logiciels permettant de les consulter. Par exemple, les internautes équipés d'une connexion haut-débit et d'un ordinateur classique n'auront aucun problème en cliquant sur un lien déclenchant le téléchargement d'un fichier de plus d'un mégaoctet. En revanche, les mêmes internautes connectés avec leur mobile pourront avoir des difficultés de téléchargement ou de consultation du fichier en question.

Exemple : <http://www.mairie-castets.fr/publications.html>

Le format et le poids de tous les comptes rendus de réunions du conseil municipal de Castets sont précisés. Ceci est vérifiable dans la capture d'écran en page suivante.





28- Chaque champ de formulaire est associé, dans le code source, à une étiquette qui lui est propre

L'association des champs de formulaires à leur étiquette est en premier lieu une mesure d'amélioration de l'accessibilité. En effet, les différents champs d'un formulaire ne peuvent être différenciés par l'internaute que grâce aux informations de contexte, notamment visuelles. Ainsi la présence de l'étiquette « Nom » à proximité du champ qui permet de saisir cette donnée n'est compréhensible que grâce à la proximité visuelle des informations. Pour permettre l'utilisation du formulaire dans toutes les conditions, les développeurs doivent associer les deux informations dans le code source. L'un des effets de cette disposition concerne tous les usagers : un formulaire codé correctement permet à tous les internautes de positionner directement le curseur dans le champ en cliquant sur l'étiquette.

Tx global

21%

Tx - 2000 hab.

16%

Tx 2000
à 10 000 hab

23%

Tx + 10000 hab.

31%

29- Le site n'emploie pas la technique des jeux de cadres **T**

Les cadres présentent des avantages importants sur le plan ergonomique, mais également de nombreux inconvénients. Ils ne permettent pas de voir, de mettre en favori ou d'imprimer facilement une page individuelle. Ils posent, également, des problèmes de référencement, et sont maintenant remplaçables ergonomiquement par de nouvelles techniques moins gênantes. Il est parfaitement possible de proposer un menu qui reste fixe dans la page pendant que les contenus défilent.

Tx global

91%

Tx - 2000 hab.

90%

 Tx 2000
à 10 000 hab

90%

Tx + 10000 hab.

98%

30- L'adresse du site et de ses sous-domaines fonctionnent avec ou sans préfixe www. **T**

Certains navigateurs n'imposent pas la saisie du préfixe www pour accéder à un site web. Ainsi, dans Firefox, utilisé par plus de 20% des internautes, la saisie de « google.fr » dans la barre d'adresse conduit directement vers l'adresse http://google.fr. Le contenu affiché est alors le même que si l'internaute avait demandé à accéder à http://www.google.fr. Pour prévenir les erreurs, il est nécessaire de veiller à ce que les adresses http://www.mondomaine.fr et http://mondomaine.fr conduisent toutes deux à la même page.

Tx global

84%

Tx - 2000 hab.

86%

 Tx 2000
à 10 000 hab

83%

Tx + 10000 hab.

71%

31- Le serveur envoie une page d'erreur 404 personnalisée **T**

Sur Internet, les erreurs sont inévitables. Tout d'abord, les liens « morts » sont fréquents et les pages peuvent tout simplement être déplacées. Plus fréquemment, les internautes tenteront d'accéder à une page en faisant une erreur de frappe. Pour prévenir ces erreurs, le serveur peut être configuré pour renvoyer une page spécifique, si possible personnalisée et fournissant un menu de navigation dans le site. Cela permettra à l'internaute de reprendre sa navigation.



Exemple : <http://www.ville-gujanmestras.fr/erreur>

C'est le cas de la ville de Gujan-Mestras qui propose un plan du site à la suite du texte explicatif visible dans la capture d'écran ci-dessus.

Tx global

15%

Tx - 2000 hab.

14%

 Tx 2000
à 10 000 hab

17%

Tx + 10000 hab.

14%

32- Le serveur transmet des contenus compressés aux clients qui les acceptent T

La plupart des outils de gestion de contenus (souvent désignés par leur acronyme anglais CMS – Content Management Systems), comme SPIP, Drupal, Joomla..., et les serveurs sur lesquels les sites sont hébergés permettent de compresser les contenus. Il s'agit de compresser les contenus avant envoi, puis de faire en sorte qu'ils soient décompressés sur le poste de l'utilisateur (la décompression est automatique sur le poste de l'utilisateur et ne nécessite aucune manipulation de sa part). Il s'agit à peu de choses près de la même manipulation que fait un usager lorsqu'il compresse un fichier au format zip avant de l'envoyer à un autre usager. La différence réside dans le format de compression des fichiers et du mode de compression et de décompression, qui est totalement automatisé et transparent pour l'usager du site. Cette technologie accélère considérablement la vitesse d'accès aux pages.



33- Le serveur envoie les informations permettant la mise en cache des contenus T

Un usager qui consulte un site Web de commune appelle des pages HTML et divers fichiers (images, scripts, feuilles de styles, vidéos, sons) qui lui sont délivrés par le serveur sur lequel est hébergé le site. En théorie, chaque appel à une page déclenche le téléchargement de tous les fichiers permettant de consulter la page. Lorsqu'un usager consulte plusieurs pages du même site, il risque d'être amené à télécharger plusieurs fois les mêmes fichiers (la même image présente sur toutes les pages du site, comme le logo de la commune, par exemple). Il se trouve que les navigateurs web (Internet explorer, Firefox, Safari...) ont la capacité de stocker certains fichiers de façon à éviter de les télécharger à chaque appel de page Web. Pour ceci, l'administrateur du site doit configurer son serveur de façon à ce qu'il indique aux navigateurs les propriétés du cache. Il s'agit d'une opération relativement élaborée au niveau de la configuration d'un serveur, et cela dépend étroitement des compétences et des possibilités de l'hébergeur. A chaque fois que cela est possible, les administrateurs sont invités à se pencher sur cette question, qui peut considérablement améliorer l'expérience des usagers sur le site des communes.



34- Le serveur envoie l'indication de la langue principale du contenu T

Une page web peut certes être consultée par des usagers équipés d'un navigateur Web, mais pas seulement. Elle peut également être appelée par des outils de recherche, ou par des usagers équipés de lecteurs d'écran qui vont restituer les contenus des pages sous forme d'une voix synthétique. Indiquer la langue principale utilisée, permet une traduction pertinente du contenu par les outils de traduction automatisés et une prononciation correcte du contenu par les synthèses vocales.



35- Les entêtes envoyés par le serveur contiennent les informations relatives au jeu de caractères employé **T**

Lors de la consultation de sites sur Internet, il arrive que certains caractères accentués ou spéciaux soient mal interprétés par les navigateurs et se présentent sous la forme de caractères illisibles. Ceci est dû à l'absence d'une mention du jeu de caractères employés dans le code source de la page. Pour prévenir ce type d'erreurs, les webmasters indiquent le jeu de caractères utilisé (généralement ISO 8859-1 ou UTF-8) dans le code source des pages.



36- Le site propose une feuille de style dédiée aux terminaux mobiles (ou une version pour les terminaux mobiles) **T**

Les feuilles de styles sont des fichiers informatiques destinés à définir le mode de présentation d'une information sur Internet. Il est possible de prévoir des feuilles de styles dédiées à un mode de consultation. Ainsi la feuille de style screen (écran) sera utilisée pour la navigation classique sur écran, une feuille de style print (impression) sera utilisée pour définir une présentation dédiée aux pages imprimées sur papier et une feuille de style handheld (terminal mobile) servira pour la consultation sur téléphone mobile.

Grâce à ces feuilles de styles adaptées, la présentation de ces mêmes contenus sera adaptée au contexte de consultation.



E-administration et e-démocratie

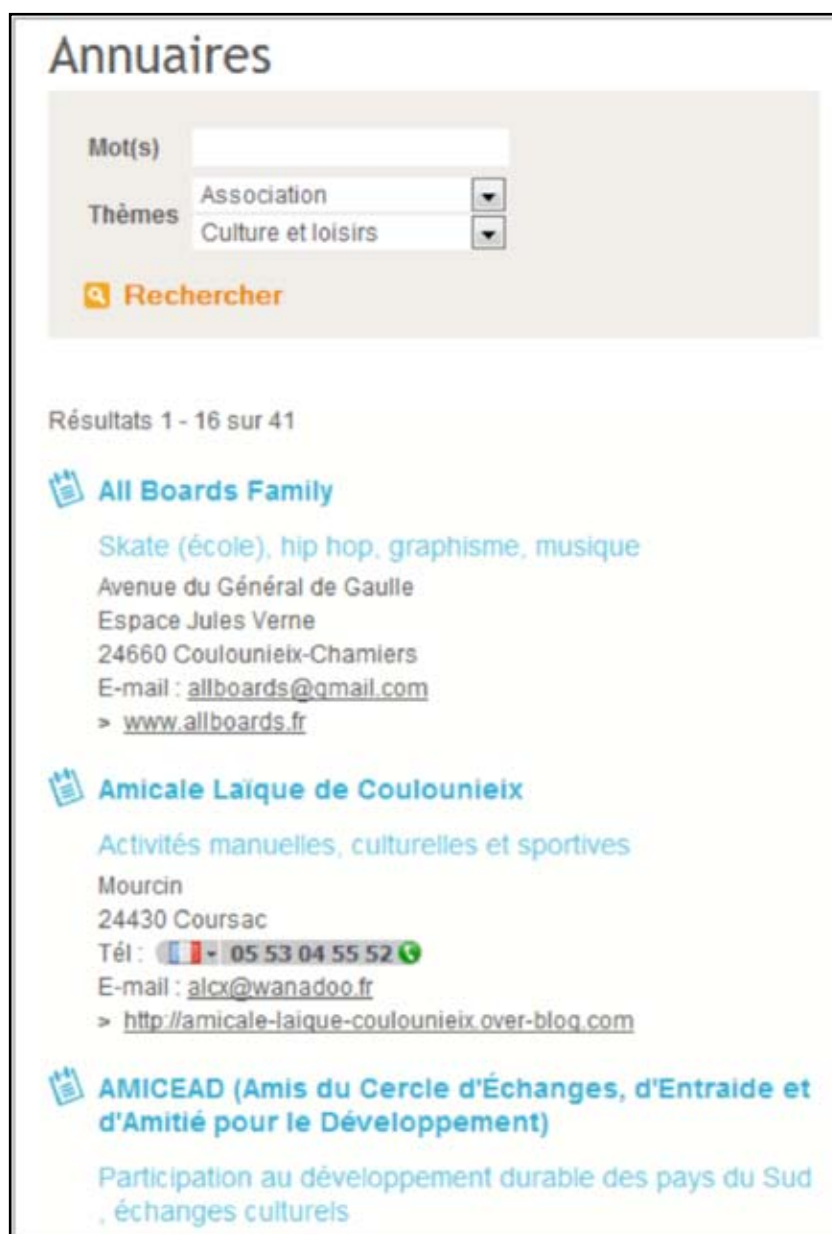
37- Mise à disposition d'un annuaire des associations locales

Le tissu associatif local est un vecteur de vie sociale et un excellent relais ou complément à l'activité de la mairie. La mise en place d'un annuaire des associations, si possible avec des contacts et des liens vers les sites d'associations permet aux usagers d'accéder facilement à cette facette majeure de l'activité d'une commune. De plus, les échanges de liens réciproques entre les associations et le site de la mairie est un excellent vecteur pour améliorer le référencement et le positionnement des sites considérés.

Exemple : http://www.coulounieix-chamiers.fr/1-32111-Annuaire.php?recherche=&id_categorie=2&id_sous_categorie=9&rechercher=

La ville de Coulounieix met à la disposition des internautes un annuaire des association avec un formulaire permettant d'effectuer une recherche par thème (culture, sport, vie pratique) et par mot clef.





38- Existence d'espaces de publication citoyens (forum, blogs, commentaires, témoignages)

Les usagers peuvent avoir l'impression que les échanges d'information ne fonctionnent que dans le sens de l'administration vers les usagers. Les sites de communes véhiculent alors exclusivement le message des élus et des personnels de la mairie. Certaines communes font le choix de réserver certains espaces pour les administrés. Ces espaces de publication citoyens peuvent prendre plusieurs formes, mais ils nécessitent un travail important de guidage et de modération pour ne pas devenir un simple canal de revendication, de plainte ou d'expression politique.

Tx global

17%

Tx - 2000 hab.

17%

Tx 2000
à 10 000 hab

14%

Tx + 10000 hab.

31%

39- Mise à disposition des procès verbaux, délibérations et comptes rendus des réunions de conseil municipal

Les activités administratives et décisions de la commune concernent tous les administrés, qui peuvent légitimement exercer leur droit de regard. Le site Internet peut faciliter l'exercice de ce droit de regard, en rendant permanent et rapide l'accès à l'information.

Tx global

70%

Tx - 2000 hab.

60%

 Tx 2000
à 10 000 hab

83%

Tx + 10000 hab.

88%

40- Mise à disposition d'informations sur les démarches d'urbanisme et/ou sur le cadastre

Les usagers de l'administration communale sont fréquemment amenés à consulter le cadastre, à déposer des permis de construire ou des déclarations de travaux. Ce type d'activité, qui nécessite la consultation de nombreux documents, le recueil de pièces et de formulaires, la constitution de dossiers peut être grandement facilité par la mise à disposition d'éléments en ligne. Un usager pourra alors constituer un dossier à tout moment, et notamment en dehors des horaires d'ouverture du guichet. De la même façon, les informations mises à disposition en ligne peuvent contribuer à améliorer la qualité et la complétude des demandes et dossiers déposés au guichet.


Exemple : <http://www.mairie-guiche.fr/mairie/urbanisme/index.htm>

Dans sa rubrique consacrée à l'urbanisme, la mairie de Guiche donne la possibilité de consulter le plan local d'urbanisme, le plan de zonage/assainissement et le plan de prévention des risques d'inondation. Elle permet aussi de consulter certains règlements en la matière.

► **Mairie - Urbanisme**

Pour tout renseignement d'urbanisme, vous pouvez rencontrer les responsables de la mairie : le Maire Yves BUSSIRON, ou l'adjoint à l'urbanisme Thierry AIMÉ, et aussi [vous adresser au secrétariat de mairie](#)


► **Le plan local d'urbanisme**
 Approuvé le 01 juillet 2005 il est entré en application depuis le 09 septembre 2005, à l'issue des procédures de publication réglementaires et de sa validation par le Préfet. Ce PLU peut-être consulté en mairie (pendant les horaires d'ouvertures au public). [Voici le règlement](#) et [une vue d'ensemble du plan](#).



Plan Local d'Urbanisme
(Image de 1.5 Mo)

► **Le plan de prévention des risques d'inondation**
 Après la médiatisation des catastrophes naturelles des années 90, la loi a rendu obligatoire l'adoption des plans de préventions des risques (PPR). Concernant Guiche un tel plan a été élaboré par le Préfet pour prévenir les risques d'inondation dus à l'Adour et à la Bidouze. Ce PPRI consultable en mairie comprend une notice de présentation, [un règlement](#) et 2 plans: celui des aléas hydrauliques, et [la carte réglementaire](#). Comme prévu par la réglementation, les dispositions du PPRI ont été intégrées au PLU.

Selon la crue de référence calculée par un bureau d'études spécialisé, les aléas de faible à fort ont été déterminés en fonction des hauteurs d'eau et des vitesses de courant atteintes. Il s'ensuit un zonage qui couvre la totalité des barthes. Le règlement précise les dispositions applicables aux 2 zones jaune et rouge, en matière de construction mais aussi pour les autres modes d'occupation des sols (clôtures, plantations...).



PPRI

► **Le droit de préemption urbain**
 En cas de vente de terrains situés dans son emprise, les notaires doivent, par l'envoi d'une déclaration d'intention d'aliéner, en informer la commune qui pourra décider de leur acquisition selon les modalités propres à cette procédure.

Tx global

41%

Tx - 2000 hab.

25%

 Tx 2000
à 10 000 hab

57%

Tx + 10000 hab.

86%

41- Mise à disposition des chiffres-clés de la commune

Ces données (population, superficie, altitude, revenu moyen des habitants, nombre d'entreprises du secteur privé....) peuvent servir aussi bien aux administrés de la commune en elle-même qu'à des acteurs extérieurs (autres administrations, usagers envisageant de s'installer, entreprises locales, nationales ou étrangères).

Exemple : Saint-Pierre d'Aurillac http://www.st-pierre-daurillac.fr/z/site.php?act=1_4 met à la disposition des internautes un ensemble de données démographiques.

Tx global

66%

Tx - 2000 hab.

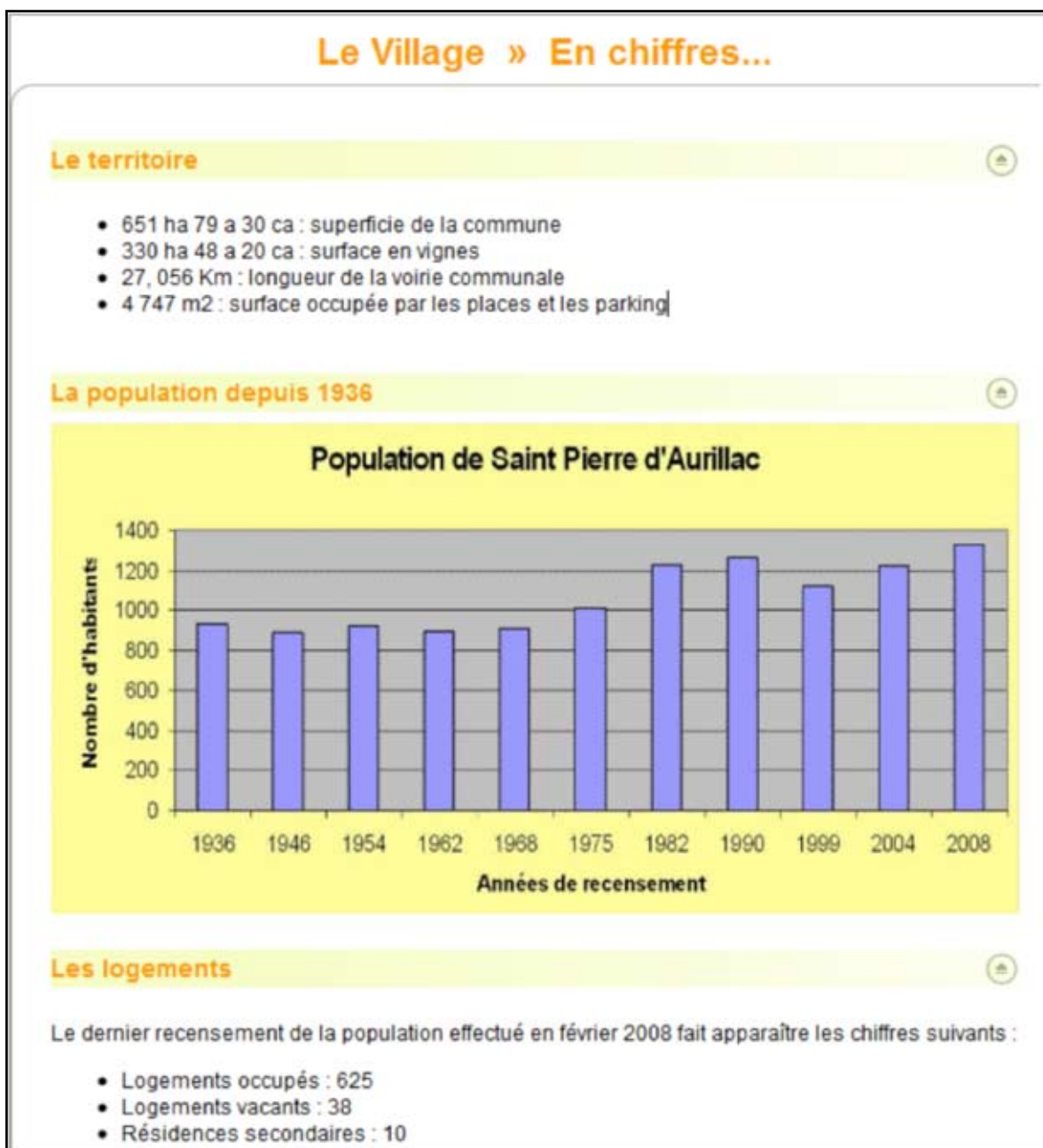
62%

Tx 2000
à 10 000 hab

69%

Tx + 10000 hab.

83%



42- Mise à disposition au téléchargement du bulletin ou du journal municipal

Bien que souvent diffusé physiquement dans les boîtes aux lettres, le bulletin ou journal municipal peut gagner à être proposé en ligne. La mise à disposition des archives est également un plus pour revenir facilement sur les événements essentiels de la vie de la commune.

Tx global

64%

Tx - 2000 hab.

53%

 Tx 2000
à 10 000 hab

74%

Tx + 10000 hab.

93%

43-Présence d'informations détaillées sur les démarches administratives

Les usagers doivent souvent se déplacer plusieurs fois au guichet pour mener à bien leurs démarches. La première visite permet de connaître les pièces à fournir, de s'informer sur la démarche et souvent de savoir si la réalisation de la démarche en question est du ressort de la commune. La deuxième visite permet alors de déposer les dossiers avec les pièces nécessaires. La mise à disposition d'informations sur ces démarches permet de s'informer sur les pièces nécessaires, d'aiguiller vers l'interlocuteur permanent dans ou en dehors de la commune, d'informer sur les délais et de prévenir des problèmes ultérieurs et finalement de limiter le nombre de visites nécessaires au guichet, sans pour autant nuire au contact direct entre l'utilisateur et l'administration.

Tx global

47%

Tx - 2000 hab.

40%

 Tx 2000
à 10 000 hab

53%

Tx + 10000 hab.

67%

44-Présence du nom et de la fonction des élus communaux

Les élus sont au centre de la vie et des décisions de la commune. Pour beaucoup d'usagers, ils sont des interlocuteurs naturels et pertinents pour interagir avec l'administration. Le respect de ce critère permet d'assurer un contact facile avec des élus et améliore leur visibilité auprès des administrés.

Exemple : http://www.blaye.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=89&Itemid=182

La présentation de l'équipe municipale de Blaye est particulièrement agréable et détaillée. Cliquer sur la photo d'un membre de l'équipe donne accès à sa fiche complète composée de sa fonction, ses attributions, le moyen de le contacter directement, des détails plus personnels comme sa profession ou sa ville d'origine ainsi qu'un petit texte écrit par l' élu lui-même. Tout le personnel communal de Blaye est présenté de la même façon.

Patricia Merchadou

Nom : Merchadou
Prénom : Patricia

6ème Adjointe, déléguée à l'Équipement - Patrimoine - Voirie/Assainissement - Qualité de Vie - Handicap

Né(e) à : Villepinte - Seine-Saint-Denis en 1957

Profession : Travailleuse Sociale

Mon histoire avec Blaye :

"BLAYE c'est : mes années collège, lycée, mariage à l'église, maternité à l'hôpital, crèche parentale, école maternelle, primaire, collège, LEP, lycée de mes enfants, mon parcours associatif avec 11 associations de Blaye depuis 30 ans, ma vie professionnelle et politique dans la Ville qui m'a élue et m'apporte tant de bonheur. Ma plus belle histoire d'amour c'est Elle !"

Tx global

84%

Tx - 2000 hab.

78%

 Tx 2000
à 10 000 hab

92%

Tx + 10000 hab.

100%

45- Existence d'une ou plusieurs rubriques dédiées aux marchés publics et appels d'offres

La dématérialisation des procédures est un des chantiers majeurs de la modernisation de l'administration. La mise à disposition des appels d'offres et marchés publics est une obligation légale (Référence service juridique).

Exemple : <http://www.ville-gradignan.fr/menu-principal/economie-et-emploi/les-marches-publics/>

La ville de Gradignan propose de consulter la liste des marchés publics et de les trier par catégorie (fournitures, prestations intellectuelles, services...) et/ou par type de procédure (appel d'offre ouvert, appel d'offre restreint, marché négocié...). Un service d'alerte courriel est mis à la disposition des internautes qui souhaitent être tenus au courant de la parution d'un nouveau marché dans la (ou les) catégorie(s) qui les concerne.

Catégorie	Date limite de réception des offres	Objet du marché	Type de procédure
Travaux	07/12/2010 à 15h30	Fourniture, montage et pose d'abris à vélos	MAPA (Marché à procédure adaptée)
Services	30/11/2010 à 15h30	Mission d'assistance pour le renouvellement des marchés d'assurances	MAPA (Marché à procédure adaptée)
Services	02/12/2010 à 15h30	Diagnostic de performance énergétique de bâtiments communaux	MAPA (Marché à procédure adaptée)

Tx global

41%

Tx - 2000 hab.

18%

Tx 2000 à 10 000 hab

64%

Tx + 10000 hab.

93%

46- Possibilité de réaliser des démarches administratives en ligne

La réalisation de démarches administratives en ligne est particulièrement utile pour les usagers à mobilité réduite, personnes handicapées et usagers distants des services de la commune. Par exemple, la possibilité pour un usager de se faire envoyer un extrait d'acte de naissance à domicile est particulièrement utile pour les personnes nées dans la commune et qui sont installées résident à une distance qui ne leur permettent pas de se rendre facilement au guichet.

Exemple : <http://www.mairie-lacanau.fr/vivre-a-lacanau/vos-demarches-administratives/tele-procedures/index.html>

La mairie de Lacanau permet de faire la demande en ligne d'une copie d'acte de naissance, de mariage ou de décès.

Tx global

12%

Tx - 2000 hab.

4%

Tx 2000 à 10 000 hab

16%

Tx + 10000 hab.

50%

47- Mise à disposition de liens vers les sites d'acteurs institutionnels locaux

Le respect de ce critère améliore le maillage et la complémentarité entre les différents acteurs et leurs prérogatives respectives. La mise à disposition de liens vers les sites institutionnels locaux (site de la Préfecture, du Conseil général, de l'intercommunalité...) renforce la visibilité et le référencement des sites d'institutions et fidélise l'utilisateur qui peut alors utiliser le site de la commune comme un outil d'orientation sur le web public local.

Exemple : <http://www.mairie-guiche.fr/mairie/liens.htm>

La mairie de Guiche propose une rubrique dédiée, intitulée « sites internet utiles », qui liste les sites institutionnels qui la concerne : la Préfecture des Pyrénées Atlantiques, le Conseil Régional d'Aquitaine, la Maison des communes des Pyrénées Atlantiques etc.



Tx global

47%

Tx - 2000 hab.

42%

Tx 2000
à 10 000 hab

49%

Tx + 10000 hab.

74%

48- Présence du guide des droits et démarches édité par service-public.fr ou d'un lien vers le site service public.fr

Pour l'utilisateur du Web public, le site Web communal est un point d'entrée très pertinent et d'une grande proximité. Il peut spontanément s'attendre à trouver facilement de l'information administrative pertinente. Dans la mesure où il n'est pas forcément facile pour des petites communes de faire vivre des rubriques administratives complètes et à jour, la caisse des dépôts et consignations et la documentation française proposent un guide des droits et démarches, qui peut être encapsulé dans les pages du site de commune ou simplement proposé comme lien utile.

Exemple : <http://www.landiras.fr/index.php?option=content&task=view&id=13&Itemid=13>

La commune de Landiras, ville de moins de 2000 habitants, a doté son site du guide des droits et des démarches administratives, visible en page 33.

Tx global

60%

Tx - 2000 hab.

51%

Tx 2000
à 10 000 hab

68%

Tx + 10000 hab.

88%



Proximité

49- Présence d'une liste des commerces et services de proximité au public

L'ensemble des critères présentés dans la rubrique proximité fait partie des informations fréquemment recherchées par les personnes désireuses ou sur le point de s'installer dans la commune. La liste des commerces fait partie de ces informations, qui sont évidemment également utiles aux administrés et qui témoignent du dynamisme économique de la commune.

Exemple : <http://www.etauliers.fr/>

Le site d'Etauliers propose une liste de commerces, organisés en différentes catégories (alimentation, boutique, santé etc.) accompagnés de leurs adresses, numéros de téléphone et photos.

Tx global

63%

Tx - 2000 hab.

71%

Tx 2000
à 10 000 hab

55%

Tx + 10000 hab.

45%

50- Mise à disposition d'informations sur les loisirs et activités sportives locales

Les informations peuvent être statiques (adresse des clubs, manifestations régulières, stades et infrastructures), dynamiques (actualités sur les événements locaux en matière de loisirs) et d'orientation (lien vers les structures sportives et de loisirs).

Tx global

79%

Tx - 2000 hab.

68%

 Tx 2000
à 10 000 hab

93%

Tx + 10000 hab.

98%

51- Mise à disposition d'informations sur les transports en commun

Le site peut mettre directement en ligne les informations relatives aux transports en commun internes ou inter-communes, pointer vers les opérateurs de transport locaux, voire utiliser le site Internet pour mettre en évidence les transports en commun des communes les plus proches.

Tx global

25%

Tx - 2000 hab.

10%

 Tx 2000
à 10 000 hab

37%

Tx + 10000 hab.

69%

52- Mise à disposition d'informations sur le bassin économique de la commune

Pour les entreprises, notamment celles installées en dehors du bassin économique, la présentation de ce type d'informations sur le site peut s'avérer décisif en vue de l'installation d'un site ou d'une filiale sur la commune. En quelque sorte, ces informations donnent corps à l'attractivité économique de la commune.

Exemple : <http://www.ville-gradignan.fr/menu-principal/economie-et-emploi/>

La ville de Gradignan, donne des clefs aux acteurs économiques pour faciliter leur installation dans la commune, notamment les personnes ou organismes à contacter et la géolocalisation des différentes zones d'activités.

Tx global

34%

Tx - 2000 hab.

18%

 Tx 2000
à 10 000 hab

49%

Tx + 10000 hab.

81%

53- Mise à disposition d'informations pratiques sur la collecte des déchets

Ces informations sont très fréquemment recherchées par les usagers, que ce soit pour la collecte régulière des ordures ménagères, le fonctionnement lors des périodes de ponts ou congés, *le tri des déchets* ou encore les horaires et règles de fonctionnement de la ou des déchetteries.



Exemple : http://www.labastide-cezeracq.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=74&Itemid=80

Dans sa rubrique « Collecte des déchets », la ville de Labastide-Cezeracq donne des précisions sur la collecte des ordures ménagères, la collecte sélective des emballages ménagers, des déchets verts, des encombrants et des déchets médicaux.



54- Mise à disposition de la liste des évènements locaux à venir ou d'un agenda

La présence d'actualités ou d'un agenda permet de montrer en un coup d'œil aux usagers qu'à la fois l'entité et son site web sont actifs et mis à jour. Dans le contexte de communes, la présence d'un agenda peut transformer de simples visiteurs en usagers réguliers, qui reviendront régulièrement consulter l'agenda de la commune.



55-Présence d'une liste de numéros d'urgence et services médicaux

En tant qu'administration de proximité par excellence, le site communal peut être perçu comme une ressource logique en cas d'urgence, voire simplement pour accéder à la liste des pharmacies de gardes. Le recensement de ces numéros d'urgence et de ces services médicaux peut de plus fournir à l'utilisateur une vue synthétique de l'offre de services médicaux et de santé dans la commune, information fondamentale pour les personnes souhaitant s'installer.

Exemple : <http://lahonce.fr/medical-paramedical>

Dans le site de Lahonce se trouve une rubrique recensant les numéros d'urgence et les contacts des professionnels du secteur médical et paramédical. Dans d'autres sites la liste des pharmacies de garde est également mise à disposition.



Tx global

57%

Tx - 2000 hab.

43%

Tx 2000
à 10 000 hab

74%

Tx + 10000 hab.

74%

56-Mise à disposition de photographies de la commune et son patrimoine (galerie, visite virtuelle, diaporama...)

La description textuelle d'une commune peut quelquefois s'avérer insuffisante pour appréhender la réalité des paysages. La présence de photos ou d'une visite guidée permet aux visiteurs du site de mieux se les représenter, et quelquefois, cela suffira à transformer des internautes en futurs visiteurs, voire même en habitants de la commune.

Tx global

58%

Tx - 2000 hab.

58%

Tx 2000
à 10 000 hab

56%

Tx + 10000 hab.

62%

57- Présence d'informations sur l'enfance et les structures scolaires

Pour les usagers locaux comme pour les personnes souhaitant s'installer dans la commune, les informations sur l'enfance et les structures scolaires peuvent avoir une grande utilité. Dans certains cas, ils peuvent notamment faciliter l'arrivée de nouveaux habitants de la commune.

Tx global

75%

Tx - 2000 hab.

61%

Tx 2000
à 10 000 hab

91%

Tx + 10000 hab.

100%

58-Présence d'informations sur les activités culturelles de la commune

La présence de lieux et d'événements culturels (bibliothèque, théâtre, cinéma, expositions, musées....) est un argument non négligeable de l'attractivité d'une commune et révélateur de la politique culturelle de la ville.

Exemple : <http://www.excideuil.fr/-Culture,112-.html>

Excideuil diffuse l'offre culturelle de la commune classée par catégories : cinéma, journées du patrimoine, expositions, théâtre et concerts.



Tx global

73%

Tx - 2000 hab.

59%

Tx 2000
à 10 000 hab

90%

Tx + 10000 hab.

100%

59- Existence d'un système de cartographie dynamique ou interactive



Certains services (Google maps ou autre) permettent d'insérer dans un site un plan dynamique qui permet de zoomer ou de naviguer dans une région. Ce type de plan est très pratique pour se repérer dans une zone géographique.

Tx global

35%

Tx - 2000 hab.

27%

Tx 2000
à 10 000 hab

38%

Tx + 10000 hab.

69%

60- Mise à disposition de liens ou d'informations sur l'office du tourisme ou le syndicat d'initiative

Le tourisme local peut dans certains cas constituer une source de revenus non négligeable pour la commune et ses habitants. La présence d'un lien vers l'Office du Tourisme ou vers le syndicat d'initiative permet d'augmenter la visibilité des activités et du patrimoine touristique de la commune ou de la zone touristique dans laquelle elle se trouve.

Tx global

49%

Tx - 2000 hab.

41%

Tx 2000
à 10 000 hab

59%

Tx + 10000 hab.

64%

Contact

61- Existence d'une déclaration d'accessibilité disponible depuis la page d'accueil

La déclaration d'accessibilité est une page du site, presque toujours mise en place par des sites ayant fait un effort particulier dans ce domaine, et qui présente les mesures prises en matière d'accessibilité. Cette déclaration est souvent le premier lien de la page, ce qui permet aux internautes handicapés d'accéder immédiatement aux informations qui les concernent.



62- Accès direct aux mentions légales depuis la page d'accueil

D'après la loi sur la confiance en l'économie numérique du 21 juin 2004, tout site internet à usage professionnel doit comporter des mentions obligatoires. Ces mentions légales contiennent les données d'identification du propriétaire du site (dénomination ou raison sociale, adresse et numéro de téléphone), celles de l'hébergeur (nom, dénomination sociale ou raison sociale) ainsi que le nom du responsable éditorial. Ces informations sont généralement mises à la disposition du public via un lien situé en bas de page. La présence de mentions légales vient également renforcer la confiance en l'éditeur du site.

MENTIONS LEGALES TYPES

Propriété du site
 Le présent site est la propriété de < NOM>, <PRENOM>, <ADRESSE>, <NUMERO DE TELEPHONE>,
 Facultatif : inscrit(e) au Registre du Commerce et des Sociétés de <VILLE> sous le n°<NUMERO>
 Facultatif : inscrit(e) au répertoire des métiers sous le n°<NUMERO>.

Ou
 Le présent site est la propriété de <DENOMINATION OU RAISON SOCIALE>, <ADRESSE DU SIEGE SOCIAL>,
 <CAPITAL SOCIAL>, <NUMERO DE TELEPHONE>
 Le cas échéant : inscrit(e) au Registre du Commerce et des Sociétés de <VILLE> sous le n°<NUMERO>
 Le cas échéant : inscrit(e) au répertoire des métiers sous le n°<NUMERO>.

Responsabilité éditoriale
 Le directeur de la publication / le codirecteur de la publication / le responsable de la rédaction du présent site est <NOM PRENOM>.

Hébergement du site
 L'hébergement du présent site est assuré par <NOM>, <DENOMINATION OU RAISON SOCIALE>, <ADRESSE>,
 <NUMERO DE TELEPHONE>.

Ci-dessus, un exemple de mentions légales types extrait du guide juridique « créer son site internet » téléchargeable gratuitement dans le site www.aecom.org :



63- Accès direct aux informations relatives aux droits de reproduction et de réutilisation des contenus éditoriaux et photographiques

Tous les contenus d'un site internet (photographies, textes, vidéos, charte graphique du site....) sont soumis au droit d'auteur. Les conditions d'exploitation qui précisent les conditions de reproduction, de réutilisation et de modification de ces œuvres doivent être précisées dans les crédits du site ou sous la forme de licence Creative Commons. Le guide juridique « Comprendre et respecter le droit d'auteur », téléchargeable gratuitement dans le site www.aecom.org, vous aidera à comprendre le droit de la propriété intellectuelle et le fonctionnement de la licence Creative Commons qui permet aux utilisateurs une plus grande liberté d'exploitation des créations.

Crédits

Crédits textes
Tous les textes sont produits par les services de la commune de Josse.
Conformément au Code de la Propriété intellectuelle, toute utilisation ou reprise des contenus du site doit faire l'objet d'une autorisation écrite de Monsieur le Maire.
Les informations utilisées ne doivent être qu'à des fins personnelles, associatives ; toute utilisation à des fins commerciales ou publicitaires est exclue.
La reproduction sur support papier
A l'exception de l'icongraphie, la reproduction des pages de ce site sur un support papier pourra être autorisée, sous réserve du respect des trois conditions suivantes :

- gratuité de la diffusion,
- respect de l'intégrité des documents reproduits (aucune modification, ni altération d'aucune sorte)
- citation explicite du site comme source et mention que les droits de reproduction sont réservés et strictement limités.

La reproduction sur support électronique
La reproduction de tout ou partie de ce site sur un support électronique pourra être autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source et de la mention "Droits réservés".

Crédits photos
L'ensemble des textes, illustrations, photographies, plans, dessins, animations, vidéos, sons de ce site sont la propriété de la commune de Josse. Leur reproduction et utilisation par un tiers est interdite, sauf autorisation écrite de Monsieur le Maire.
Toute demande d'utilisation, de reprise ou de reproduction des contenus du site (textes et photos), doit être adressée à la commune de Josse.

Exemple : <http://www.josse.fr/fre/credits>

La rubrique crédits du site web de la mairie de Josse précise avec exemplarité les conditions d'exploitation de son contenu éditorial et photographique.



64- Disponibilité du format international pour le numéro de téléphone de la mairie

Internet est un outil international. Les sites sont accessibles depuis n'importe quel point du globe. Les sites francophones peuvent être consultés par des internautes, susceptibles d'appeler depuis des pays francophones, qui ne connaissent pas forcément l'indicatif international français. Les numéros de téléphone doivent donc être présentés au format international de type +33 (0) 5 XX XX XX XX.



65- Indication de la date de dernière mise à jour du site sur la page d'accueil ou via un fil RSS

Les internautes sont très sensibles à la fraîcheur des informations. La présence sur un site d'informations très anciennes peut leur laisser penser que celui-ci est abandonné, qu'une nouvelle version existe à une autre adresse, ou pire, que l'entité qui propose le site a interrompu son activité.

Il importe donc d'actualiser régulièrement les contenus et de veiller à ne pas laisser d'informations pouvant laisser penser que le site n'est plus mis à jour.



66- Le pays (France...) est précisé dans l'adresse postale de la commune

Comme pour le numéro de téléphone, les visiteurs n'associent pas forcément une adresse postale à la présence de l'éditeur sur le sol français. Pour éviter des confusions, et bien sûr pour améliorer le référencement par les moteurs de recherche sur le tourisme en France, il est prudent de préciser le nom du pays.

Tx global

3%

Tx - 2000 hab.

2%

Tx 2000
à 10 000 hab

4%

Tx + 10000 hab.

5%

67- Présence d'un formulaire de contact, ou à défaut d'une adresse de courriel

Le formulaire de contact est de très loin l'outil le plus pratique pour recevoir ou pour qualifier les demandes des internautes. Il évite à l'internaute d'utiliser son logiciel de messagerie. Il permet d'éviter les problèmes de mises en spam, et il s'avère extrêmement facile à utiliser pour les internautes.

Tx global

98%

Tx - 2000 hab.

97%

Tx 2000
à 10 000 hab

98%

Tx + 10000 hab.

100%

68- Présence du numéro de téléphone, ou à défaut du courriel des principaux services

La présence du numéro de téléphone des principaux services présente beaucoup d'avantages pour les usagers. Ce type d'organisation évite à l'usager de passer par un standard et diminue son temps d'accès à l'information. Ce critère, qui est étroitement lié à l'organisation interne des mairies n'est pas toujours facile à mettre en œuvre. Il implique une disponibilité téléphonique de la part des personnels concernés, et peut poser des problèmes internes dans certains cas.

Tx global

35%

Tx - 2000 hab.

14%

Tx 2000
à 10 000 hab

56%

Tx + 10000 hab.

81%

69- Présence de l'adresse complète et du numéro de téléphone de la mairie sur la page d'accueil

Un accès immédiat à ces informations permettra aux usagers de connaître l'adresse de la mairie pour s'y rendre, envoyer un courrier ou copier/coller l'adresse dans des services d'information géographiques, dans d'autres pages HTML, ou des courriels. Ils pourront aussi joindre directement le secrétariat sans avoir besoin de parcourir toute l'arborescence du site à la recherche de ces informations élémentaires.

Exemple : <http://www.ville-libourne.fr>

L'adresse de la mairie de Libourne est indiquée en bas de toutes les pages du site. Il est à noter que le numéro de téléphone est présenté au format international

et que le nom du pays est précisé, ce qui valide la conformité de deux autres critères de cette rubrique.



Tx global

34%

Tx - 2000 hab.

28%

Tx 2000
à 10 000 hab

41%

Tx + 10000 hab.

48%

70- Présence des horaires d'ouverture de la mairie

Les usagers sont susceptibles de se renseigner sur les heures d'ouverture de la mairie, et même de réception du public par les différents services. La présence des horaires d'ouverture évite des appels téléphoniques inutiles et permet aux usagers d'éviter de se déplacer pour rien.

Tx global

89%

Tx - 2000 hab.

89%

Tx 2000
à 10 000 hab

90%

Tx + 10000 hab.

83%

71- Mise à disposition d'un plan et des modalités pratiques d'accès (avion, train, route)

Les modalités pratiques d'accès sont des informations essentielles pour les usagers. Ces informations peuvent concerner l'accès à la commune, mais aussi l'accès à la mairie en elle-même. Toutes les informations facilitant l'accès aux usagers peuvent s'avérer intéressantes dans ce contexte (transports en communs, conditions de stationnement...).

Exemple : http://la-reole.fr/contenu.php?rub_id=5&choice_parent=64&choice_id=64&art_id=59

Dans cette rubrique **Itinéraires & Plan**

Que vous veniez à La Réole en train ou en voiture, votre itinéraire est tout tracé! Il n'y a rien de plus simple!

Vous trouverez ici également le plan de la ville afin de vous repérer dans le centre.

> Par le train

Depuis Bordeaux, se rendre à la gare Saint Jean par le tramway ligne C direction "Gare Saint Jean" et descendre au terminus "Gare Saint Jean". Prendre le train en direction de Toulouse / La Réole. Descendre à la Gare de La Réole après environ 35 à 45mn de trajet.

Depuis Toulouse, se rendre à la Gare Matabiau par le métro ligne A direction "Balma-Gramont". Descendre à la station "Gare Matabiau". Prendre le train direction Bordeaux / La Réole. Descendre à la gare de La Réole après environ 2h00 de trajet.

Vous pouvez consultez directement les horaires de train de la SNCF en vous rendant sur leur site en cliquant ici.

- Plan de la ville
- Par la route
- Par l'autoroute
- Par le train
- Circuit pédestre
- Les Relais Culture
- Camping municipal
- La Réole, cité millénaire
- Se restaurer et se loger
- Equipements touristiques

Tx global

21%

Tx - 2000 hab.

17%

Tx 2000
à 10 000 hab

22%

Tx + 10000 hab.

40%

72- Présence d'informations sur l'accessibilité de la mairie aux personnes handicapées

En France, plus de 5 millions de personnes souffrent d'un handicap. De nombreuses personnes âgées ont des difficultés à se déplacer. Pour tous ces publics, qui représentent entre 10 et 20 millions de personnes en France, et donc une partie potentiellement non négligeable des visiteurs d'une mairie, ces informations sont essentielles et peuvent permettre de préparer un déplacement au guichet ou éviter d'autres déplacements problématiques.

Tx global

1%

Tx - 2000 hab.

0%

Tx 2000
à 10 000 hab

2%

Tx + 10000 hab.

7%

Pour aller plus loin...

Ressources

Voici une sélection d'outils et de ressources pour évaluer la qualité:

- Diagnostic de l'Aquitaine Numérique dans le site du SIAD http://siad.aecom.org/Publications/Diagnostic_AEC/Diagnostic_2010_Aquitaine_numerique
- Le Système d'Information et d'Aide à la Décision aquitain est le centre de ressources en matière de technologies d'information et de communication destiné aux décideurs aquitains <http://siad.aecom.org/>
- Bonnes pratiques issues du référentiel Opquast <http://checklists.opquast.com/>
- Outil d'évaluation de la qualité : <http://reporting.opquast.com/>
- Les guides juridique « Créer son site internet » et « comprendre et respecter le droit d'auteur » sont téléchargeables gratuitement dans le site aecom.org. <http://www.aecom.org/Vous-informer/Juridique-TIC/Guides-juridiques/>.

Ils vous donneront des informations juridiques claires et pratiques sur le contrat de création d'un site Internet, le cahier des charges, le choix et l'enregistrement du nom de domaine, la déclaration auprès de la CNIL, les mentions légales d'un site, le droit d'auteur etc.

Ils en ont parlé

Sélection d'articles, relatifs à cette étude, parus dans la presse :

<http://www.sudouest.fr/2010/11/23/aquitaine-les-hauts-et-les-bas-d-internet-246360-1830.php>

<http://www.sudouest.fr/2010/11/19/en-bonne-place-sur-la-toile-243177-3542.php>

<http://www.ladepeche.fr/article/2010/11/13/946978-Agen-fr-en-tete-du-classement-aquitain.html>

<http://www.septjours.fr/lot-garonne/agenais/672-le-site-de-la-ville-d-agen-1er-de-la-classe.html>

<http://blog.apacom-aquitaine.com/?p=3372>

<http://www.aecom.org/Vous-informer/Publications/La-Lettre-Aquitaine-Numerique/L-Aquitaine-du-futur-s-invente-aujourd-hui-septembre-2010-n-29>

<http://www.aecom.org/Vous-informer/Evenements/Les-communes-d-Aquitaine-pas-au-top-sur-la-Toile>

A propos de l'étude



AEC (Aquitaine Europe Communication) est l'agence des initiatives numériques en Aquitaine. Elle agit depuis 15 ans dans le champ du numérique et des TIC.

Elle accompagne les pouvoirs publics dans la définition et la mise en œuvre de leurs stratégies numériques.

AEC se positionne comme tiers de confiance, médiateur d'informations qualifiées, fournisseur d'analyses stratégiques, coproducteur de dispositifs innovants et développe une attitude de proximité dans l'élaboration et l'accompagnement de projets.

Les Aquitains sont les bénéficiaires ultimes de ses actions, au travers de ses nombreux partenariats régionaux, nationaux.

AEC - 137 rue Achard - 33300 Bordeaux - France - Tel. : +33 (0)5 57 57 01 01

Site web : <http://www.aecom.org>

E-mail : contact@aecom.org

Recevez gratuitement toute l'actualité du numérique en Aquitaine en vous abonnant à la newsletter d'AEC via le site <http://www.aecom.org>, rubrique Newsletter.



L'étude qualité des sites web de communes en Aquitaine s'appuie sur l'outil **Opquast reporting** (<http://reporting.opquast.com/>) et sur la méthodologie proposée par la société **Temesis**.

Temesis est un pôle transversal d'expertise sur la qualité, l'accessibilité et la conformité des services en ligne. La société effectue des missions d'expertise et de formation pour des acteurs publics, des sociétés privées ou agences web . La société a également une forte activité sur le terrain des référentiels qualité (Opquast, charte Aquitaine) et accessibilité (RGAA - Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations...)

Temesis - 18, rue Lucien Granet - 33150 Cenon - France - Tél. : +33 (0)5 56 401 402

Site web : <http://www.temesis.com>



Aquitaine Europe Communication

137 rue Achard 33300 Bordeaux Tél. +33 (0)5 57 57 01 01 Fax +33 (0)5 57 57 97 17 www.aecom.org



AEC - TEMESIS - 2011

Le présent document «La qualité des sites web de communes - Synthèse et guide de bonnes pratiques» rédigé par Alexandre Bertin, Laurent-Pierre Gilliard / AEC, Elie Sloïm et Muriel de Dona / TEMESIS est mis à disposition sous licence Creative Commons : *Paternité - Pas de modification*.