



Céline Sellier

# Rapport d'alternance et mémoire universitaire

Master CAWEB 2021-2022

- **Email** : [celinesllr@gmail.com](mailto:celinesllr@gmail.com)
- **Master préparé** : Communication multimédia et multilingue (CAWEB)
- **Année** : Master 2 - 2021-2022
- **Tuteur universitaire** : Guillaume Lacreuse • [lacreuse@unistra.fr](mailto:lacreuse@unistra.fr)
- **Entreprise** : Ecole nationale d'administration (Ena) Institut national du service public (INSP)
- **Intitulé du poste** : Chargée de communication en alternance
- **Responsable d'alternance** : Noémie Plasse • [noemie.plasse@insp.gouv.fr](mailto:noemie.plasse@insp.gouv.fr)
- **Date de début de contrat** : 13 septembre 2021
- **Date de fin de contrat** : 30 septembre 2022
- **Sujets** : Fonction publique, communication institutionnelle, éco-conception

# Table des matières

<b>Rapport d'alternance</b>	<b>4</b>
Remerciements	5
Introduction	5
Un contexte de transition : présentation de la réforme de la haute fonction publique et des deux établissements d'accueil	6
L'Ecole nationale d'administration (Ena) et la formation des hauts fonctionnaires de l'Etat	6
La réforme de la haute fonction publique	7
La création de l'Institut national du service public (INSP) : une nouvelle organisation	7
Les défis en matière de communication	10
Le pôle communication	11
Composition	11
Relations fonctionnelles	11
Valeurs	11
Missions courantes	12
Missions liées au contexte de transition	12
Être chargée de communication en alternance, entre Ena et INSP : bilan	12
Tâches courantes	15
Tâches liées aux différentes étapes de la transition	15
Utilisation ponctuelle des compétences en traduction	16
Outils	17
Retour d'expérience et perspectives d'avenir	19
Bilan de compétences	19
Bilan humain et auto-évaluation	20
Futur, orientation et objectifs de carrière	20
Conclusion	21
Ressources et sitographie	21
Annexes	21
Annexe 1 : Lexique	21
Annexe 2 : Zoom sur la chaîne de production d'une actualité relayée sur les réseaux sociaux	23
Annexe 3 : Dernières actualités, back-office insp.gouv.fr	23
Annexe 4 : Création d'un visuel en l'absence de photographies, exemple d'une conférence INSPiration	24

Gabarit	24
Exemple de résultat final	24
<b>Annexe 5 : Eléments de langage en français et en anglais à disposition sur une page de l'intranet</b>	<b>25</b>
<b>Mémoire de recherche</b>	<b>26</b>
<b>Cadre général</b>	<b>27</b>
Introduction	27
Problématisation	27
Définitions	28
Méthodologie et périmètre	28
<b>Partie I – Enjeux du numérique responsable dans la fonction publique</b>	<b>31</b>
A l'ère du numérique : la nécessaire transformation des services publics	31
Emergence de nombreuses contradictions : entre modernisation de la fonction publique, réduction de son impact environnemental et intégration des normes d'accessibilité	31
Face aux données et prédictions alarmantes : le devoir d'exemplarité de l'Etat et la nécessaire mise en place de mesures à court, moyen et long termes	33
<b>Partie II – Hypothèses : la difficile généralisation du référentiel RGEN</b>	<b>34</b>
Une mise en place de bonnes pratiques conditionnée par l'échelle (nationale, régionale, locale) et les moyens alloués	34
Un désir de captation de l'attention qui prime sur les limites et l'urgence écologiques	35
<b>Partie III – Audit de conformité au référentiel général d'écoconception de services numériques (RGEN) : analyse de 6 sites web et plateformes en ligne de service public</b>	<b>35</b>
Résultats de l'audit	35
Analyse des résultats de l'audit	35
Comparaison des résultats d'audit avec une analyse produite par l'extension GreenIt	36
<b>Partie IV – Conclusion</b>	<b>36</b>
<b>Références (bibliographie, sitographie)</b>	<b>37</b>
Références liées à la méthodologie de recherche	37
Références liées au contenu du mémoire de recherche	37
<b>Annexes</b>	
<b>Annexe 1 : Audit partiel à partir du référentiel RGEN</b>	

# Rapport d'alternance

# Être chargée de communication dans un secteur public en pleine transformation

## Remerciements

Tout d'abord, je tiens à remercier Noémie Plasse, ma responsable au sein du pôle communication de l'Ena, puis de l'INSP, pour son accueil, ses précieux conseils mais aussi le soutien et la confiance qu'elle m'a accordés tout au long de cette année à travailler ensemble.

Je tiens aussi à remercier mes collègues Emma Donnart et Cécile Bruckmann pour leur bonne humeur, leurs encouragements, leur aide et leur bienveillance face à mes nombreuses questions.

Je remercie également tous les collègues, du pôle communication mais aussi d'autres services, qui m'ont accueillie avec sympathie, ont facilité mon intégration au sein de l'établissement et m'ont accordé de leur temps pour des missions en commun ou simplement de belles discussions.

Enfin, je remercie Guillaume Lacreuse, mon tuteur universitaire, pour sa disponibilité et sa positivité lors de ses visites et dans chacun de ses mails.

## Introduction

La seconde année du Master « Communication Multimédia et Multilingue » (Caweb) est proposée en alternance aux élèves de moins de 30 ans, pour permettre à chacun et chacune de profiter d'un contrat qui agit comme un véritable tremplin. En effet, c'est l'occasion de gagner en compétences non seulement dans un milieu universitaire, mais aussi par le biais d'un travail pratique et concret en entreprise. Cette expérience professionnelle doit permettre aux étudiantes et étudiants de préparer leur entrée sur le marché du travail.

Dès ma première année validée, j'ai concentré mes efforts sur la recherche d'une alternance. J'ai décidé de réfléchir ce projet en fonction des connaissances et compétences que je souhaitais mettre en pratique, perfectionner, puis être en mesure de défendre lors de futurs recrutements. Il était également important de construire cette expérience professionnelle autour des engagements et valeurs humaines qui guident mes choix, notamment professionnels.

Tout comme je m'étais tournée vers le monde associatif lorsqu'il s'agissait, en première année, de réaliser un site internet pour un donneur d'ordre réel, j'ai cette fois privilégié le secteur public et de petites structures du secteur privé. Je souhaitais pouvoir intégrer une petite équipe, remplir des missions diverses, pleines de sens, qui demandent de la polyvalence et permettent de travailler à plus d'adaptabilité.

C'est dans cette idée que j'ai intégré le pôle communication de l'Ecole nationale d'administration (Ena). L'établissement s'apprêtait à connaître un bouleversement important : sa fermeture au 31 décembre 2021 et son remplacement par l'Institut national du service public (INSP) au 1<sup>er</sup> janvier 2022. Cette transformation liée à la réforme de la haute fonction publique voulue par Emmanuel Macron était

synonyme de défis intéressants : introduire l'idée d'un décloisonnement, promouvoir la diversité et l'égalité des chances, restaurer la confiance en la fonction et l'action publiques, etc.

Par nature, un service de communication a pour mission de valoriser l'image, les activités et les performances d'une entreprise ou d'un organisme et de fédérer ses collaborateurs autour d'objectifs clairement définis et mobilisateurs.

Intégrer le Pôle communication de l'Ena (puis de l'INSP) signifiait donc participer activement à la transition et plus particulièrement à : la transformation et modernisation des processus et outils, l'élaboration d'une nouvelle stratégie de communication, l'élaboration d'une nouvelle identité (graphique notamment), l'accompagnement des usagers à travers toutes les plateformes (site internet, réseaux sociaux), des actions de communication interne pour maintenir la cohésion, l'esprit de groupe et faciliter les relations entre les services.

Je vais donc revenir plus en détail sur cette expérience infiniment formatrice. Je présenterai, dans un premier temps, le contexte de transition et les deux établissements qui m'ont accueillie successivement. Etant donné mon rôle de support à toutes les activités du pôle, je poursuivrai avec le détail des missions et valeurs du pôle communication, ainsi que son organisation. Je resserrerai finalement sur les tâches qui m'ont été assignées, évoquerai les outils que j'utilisais quotidiennement et ferai le bilan d'abord du point de vue des compétences, puis de l'expérience humaine.

*Afin de faciliter la compréhension de certains termes, ceux-ci seront soulignés dans le contenu du rapport et leur signification sera reproduite dans le lexique en annexe.*

## **Un contexte de transition : présentation de la réforme de la haute fonction publique et des deux établissements d'accueil**

### **L'Ecole nationale d'administration (Ena) et la formation des hauts fonctionnaires de l'Etat**

L'Ecole nationale d'administration (Ena) a été créée au lendemain de la Seconde Guerre mondiale. C'est l'ordonnance du 9 octobre 1945 qui porte création de l'Ena. Elle est produite par le gouvernement provisoire de la République française, alors présidé par le Général de Gaulle, qui entendait "refondre la machine administrative française" et démocratiser l'accès à la haute fonction publique d'Etat grâce à la mise en place d'un concours d'accès unique à la fonction publique.

L'école faisait partie de la centaine de services appelés « Services du Premier ministre ». Elle devait notamment :

- Assurer le recrutement et la formation initiale des hauts fonctionnaires français et étrangers ;
- Assurer la formation continue et le perfectionnement des fonctionnaires français et étrangers, dans le cadre de sessions de courte ou de longue durée ;
- Nouer des relations européennes, internationales, bilatérales et multilatérales et favoriser les échanges en matière de gouvernance publique et d'administration ;
- Former aux questions européennes et préparer aux différents concours d'entrée dans les institutions européennes.

Les locaux strasbourgeois accueillait chaque année 80 à 100 élèves en formation initiale, auxquels s'ajoutaient un tiers d'élèves étrangers issus des cycles internationaux et une soixantaine d'élèves de masters et mastères spécialisés. D'autres groupes de hauts-fonctionnaires français et étrangers pouvaient également participer, en parallèle, à des sessions courtes de formation continue dispensées à Paris et à Strasbourg.

Environ 180 personnes travaillaient chaque jour au sein des directions pédagogiques et des services transversaux, administratifs ou techniques de l'école. Une diversité de métiers assurait son bon fonctionnement : attachés et agents administratifs, communicants, chercheurs, documentalistes, conseillers pédagogiques, magasiniers, techniciens reprographes et audiovisuels...

Toute cette activité est profondément perturbée lorsque Emmanuel Macron annonce, le jeudi 8 avril 2022, la suppression de l'Ena et son remplacement par un nouvel institut « plus ouvert à la diversité ». L'annonce n'est toutefois pas si inattendue : les critiques de l'Ena existent depuis les années 1960, plusieurs voix s'étaient déjà élevées pour réclamer sa suppression et la mesure avait été évoquée en 2019 à l'issue du « grand débat » organisé après la crise des gilets jaunes.

Les critiques quant au fonctionnement de l'école sont révélatrices d'interrogations plus générales sur la société française : la sélection et la reproduction des élites, la bureaucratie, la centralisation et les relations entre l'État et les citoyens.

L'Ena est donc supprimée le 31 décembre 2021, c'est-à-dire un peu plus de trois mois après le début de mon contrat en alternance et ma prise de poste au sein du pôle communication. Elle est remplacée au 1<sup>er</sup> janvier 2022 par l'Institut national du service public (INSP).

## La réforme de la haute fonction publique

La création de l'Institut national du service public (INSP) est l'un des piliers de la réforme de la haute fonction publique voulue par le Président de la République pour offrir aux cadres supérieurs de l'État une formation d'excellence reconnue sur le plan international, davantage en prise avec les enjeux du XXI<sup>e</sup> siècle et les réalités de la société française.

La réforme vise à transformer la haute fonction publique afin de renforcer sa représentativité, l'exercice des missions prioritaires de l'État et la motivation de ses cadres supérieurs. Elle doit leur permettre d'être davantage acteurs de leur carrière pour mieux répondre aux besoins des employeurs publics.

La réforme de l'encadrement supérieur de l'État s'articule autour de trois axes principaux :

1. Un recrutement plus diversifié des cadres supérieurs de l'État ;
2. Une formation repensée et décroïsonnée des hauts fonctionnaires et ce, tout au long de leur carrière, pour permettre une meilleure adaptation des compétences aux postes et une réponse plus efficace aux besoins ;
3. Un accompagnement personnalisé des hauts fonctionnaires tout au long de leur carrière, pour des carrières plus diverses, plus mobiles et plus attractives au sein de la haute fonction publique.

## La création de l'Institut national du service public (INSP) : une nouvelle organisation

L'Institut national du service public (INSP), créé le 1<sup>er</sup> janvier 2022, remplace donc l'Ecole nationale d'administration (Ena). Il est le nouvel opérateur public français de référence pour le recrutement, la formation initiale et la formation continue des cadres supérieurs et dirigeants de l'État.

Sa création s'inscrit dans le cadre de la réforme de l'encadrement supérieur de l'État pour une haute fonction publique plus forte, plus ouverte et plus attractive.

[Une feuille de route](#) a été officiellement remise à Maryvonne Le Brignonen, directrice de l'INSP, par Jean Castex, Premier ministre, le vendredi 28 janvier 2022 au cours de la cérémonie d'inauguration de l'INSP, en présence de la ministre de la Transformation et de la Fonction publiques, Amélie de Montchalin.

Cette feuille de route prévoit une série de mesures, avec une échéance pour chacune, et permet d'organiser la transformation de l'établissement et plus largement, de la haute fonction publique de l'Etat.

Elle se compose de cinq axes, qui appellent plusieurs actions :

**Axe 1.** Recruter au sein de l'INSP des profils socialement, géographiquement et académiquement plus divers

**Axe 2.** Revoir en profondeur la formation initiale et approfondir le tronc commun aux écoles de service public

**Axe 3.** Refonder l'offre de formation continue de la haute fonction publique en donnant un rôle pivot à l'INSP

**Axe 4.** Renforcer les liens de l'INSP avec le monde académique et la recherche

**Axe 5.** Accroître le rayonnement international de l'Institut

## Les défis en matière de communication

Si cette transformation est synonyme de nouveaux enjeux et de nouvelles actions pour l'établissement, c'est particulièrement le cas en matière de communication. Bien qu'ils ne se déclinent pas sous forme d'axes et d'actions, cette transformation globale de l'établissement a marqué le début de grands chantiers pour le pôle communication.

### Moderniser les outils numériques sur la base d'un héritage inadapté et/ou vieillissant

Les outils web et réseaux sociaux de l'Ena n'étaient plus adaptés aux enjeux numériques actuels ni aux attentes des usagers en matière de dématérialisation. Ils nécessitaient une refonte à de nombreux égards : hiérarchisation des contenus, ligne éditoriale et animation, ergonomie, graphisme, référencement, accessibilité, RGPD, etc.

Cette refonte représentait un défi dans la mesure où le pôle communication ne pouvait s'appuyer sur aucun héritage solide pour opérer cette transformation, ce qui aurait pourtant été d'une grande aide compte tenu des délais très courts de mise en place d'un tout nouveau site institutionnel et de nouveaux réseaux sociaux pour l'INSP (environ 5 mois).

## **Piloter la transformation en termes d'image et de réputation**

Le pôle communication devait piloter de manière stratégique cette transformation, de sorte à marquer la rupture avec l'Ena et construire, ou rétablir, une image et une réputation positives. Pour cela, avec l'aide et la validation des tutelles (cabinets de la ministre de la Transformation et de la Fonction publiques, de Matignon et de l'Elysée), le pôle communication devait s'assurer de :

- Disposer d'un logo pour l'établissement, de ses déclinaisons, d'une charte graphique et de premiers modèles de documents « chartés » ;
- Mettre en ligne une première vitrine web lisible pour le nouvel établissement et ainsi participer à la construction de l'image de marque de l'INSP grâce à une expérience utilisateur (UX) et un design d'interface (UI) de haute qualité ;
- Faire montre d'une réelle rupture d'image entre l'Ena et l'INSP dans les choix techniques, autant que dans le contenu ;
- Amener les usagers à séparer clairement les contenus d'archives Ena (comme les meilleures copies, par exemple) des nouveaux contenus INSP en conservant le site ena.fr et en développant un bandeau de redirection vers insp.gouv.fr ;
- Actualiser les principaux annuaires et référencement web ;
- Convaincre de la légitimité et de l'expertise de l'INSP dans tous ses champs d'action afin de préserver les moyens alloués (ressources financières et humaines) sur le moyen et le long terme.

## **Garder et rediriger la communauté Ena**

L'Ena bénéficiait d'une communauté sur laquelle il a été jugé judicieux de capitaliser, pour ne pas devoir construire une nouvelle communauté de zéro. Il a été décidé qu'il fallait conserver et réorienter les communautés actives de l'Ena vers le nouvel établissement. Il fallait donc par exemple s'efforcer, non pas de supprimer les réseaux sociaux et d'en créer de nouveaux, mais de renommer les réseaux sociaux existants tout en faisant évoluer les lignes et pratiques éditoriales.

## **Structurer un pôle en pleine expansion, en termes d'activités et de moyens humains**

Pour mener à bien cette transition, le pôle communication se voit confier de nouvelles tâches, son périmètre d'activité évolue et il est doté de nouveaux moyens humains. La structuration du pôle est donc à la fois une nécessité, un défi et une belle opportunité.

En effet, le pôle doit mettre en place de nouveaux *process* et adopter une démarche agile, qui permettra de travailler dans l'urgence et de s'adapter au contexte de transition. Il se voit pour cela accorder les moyens humains nécessaires à l'accomplissement de ses nouvelles missions et concentrer de nouvelles expertises clés.

Cette structuration est aussi l'occasion de repartir sur des bases saines et de redessiner des circuits pour travailler en meilleure intelligence avec les différentes directions. Le pôle communication a donc travaillé à promouvoir les principes de co-construction et d'intelligence collective. L'objectif de ce travail était de réussir à mettre en place un système de co-pilotage permettant de bénéficier de la prescription, de

l'influence, du réseau, des contenus, de l'écosystème et des expertises de chacun et ainsi mieux promouvoir les activités du nouvel établissement.

### **Faire face aux difficultés liées aux tutelles et à la politisation de cette transformation**

Comme expliqué plus haut, la transition entre Ena et INSP est fortement politisée, du fait de sa place au cœur même de la réforme de la haute fonction publique menée par le gouvernement d'Emmanuel Macron. Cette politisation constitue un défi supplémentaire pour plusieurs raisons :

- Les décisions prises par le gouvernement ou les tutelles, appellent à une mise en marche et des actions rapides, voire immédiates ;
- Chaque étape fait l'objet de plusieurs processus de validation par les différentes tutelles, par les différents acteurs et notamment les cabinets de la ministre de la Transformation et de la Fonction publiques, de Matignon et de l'Elysée ;
- Toute prestation qui doit être traitée en externe doit faire l'objet d'un contrat de commande publique, il est donc obligatoire de s'inscrire dans le cadre des marchés existants, ou dans le cadre des marchés interministériels, ou bien encore de réaliser une mise en concurrence de plusieurs prestataires (7 pour le site [insp.gouv.fr](http://insp.gouv.fr)) ;
- Il fallait anticiper la visite officielle et médiatisée d'un représentant du gouvernement pour l'inauguration en janvier 2022 (le premier ministre Jean Castex en l'occurrence), cela incluait d'assurer une actualisation minimale de la signalétique au sein des bâtiments avant l'événement.

### **Composer avec certaines contraintes graphiques**

Tandis que les délais se resserraient, aucune décision n'était encore prise quant à l'identité graphique de l'INSP et il devenait difficile d'avancer dans la transition sans grandes lignes directrices en la matière. L'équipe du pôle communication a donc été force de proposition et a été à l'initiative de nombreux échanges avec les tutelles pour tracer les contours d'une première charte graphique. Deux principales contraintes dans l'élaboration d'une charte graphique pour ce nouvel établissement public :

- Il fallait disposer d'un logo modulable et aussi intemporel que possible, qui puisse facilement se décliner et évoluer dans des univers graphiques variés ;
- Les propositions devaient respecter et intervenir en complémentarité de la charte graphique de l'État, ce qui impliquait par exemple de remplacer le bloc-marque « Premier ministre » par le bloc-marque « République française », ou encore d'utiliser les typographies Spectral et Marianne.

### **Parer et répondre aux difficultés techniques**

Enfin, à ces défis se sont ajoutées quelques difficultés techniques avec lesquelles il a fallu composer. Quelques exemples :

- Le site [ena.fr](http://ena.fr) était impossible à migrer dans les délais pour des raisons techniques (le CMS était obsolète et n'était plus maintenu), graphiques, ergonomiques, éditoriales et de volume (7 000 pages en ligne) ;

- Il était nécessaire d'acquérir un nom de domaine clair mais « insp.fr » n'était pas disponible, il a donc fallu trouver une alternative au risque de doter le site institutionnel d'une URL plus difficile à retenir (insp.gouv.fr).

## Le pôle communication

### Composition

Au 13 septembre 2021, date de début de mon contrat en alternance, le pôle communication était composé de deux agents à temps plein (2 ETP) et une alternante :

- Noémie Plasse, responsable de pôle ;
- Emma Donnart, designer multimédia ;
- et moi-même, Céline Sellier, apprentie chargée de communication.

L'élargissement de ses missions a mené au recrutement de deux nouveaux agents à temps plein (2 ETP) :

- Cécile Bruckmann, chargée de communication digitale ;
- et François Revouy, journaliste reporter d'images.

### Relations fonctionnelles

Le pôle communication est placé sous l'autorité de la directrice de l'INSP. Il entretient des relations fonctionnelles étroites avec son cabinet et les différentes directions de l'Institut. Il fait également appel à des prestataires externes, recrutés *via* des marchés publics et notamment une agence de communication, [l'Atelier Marge Design](#).

### Valeurs

Les membres du pôle communication partagent des valeurs et des engagements forts, qui représentent également une opportunité en termes d'image, de réputation et de qualité, pour l'établissement.

D'une part, nous croyons en une communication responsable et pensons que les principes du développement durable et de l'éco-conception doivent régir les actions de communication de l'établissement. L'Ena avait déjà engagé plusieurs démarches en matière de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) qu'elle a su valoriser dans ses supports et campagnes de communication. Néanmoins, les enjeux du développement durable n'ont pas été véritablement intégrés à la stratégie de communication jusqu'à présent : impact des supports de communication, notamment numériques, circuit d'approvisionnement des papiers et objets publicitaires, éthique des messages et lutte contre les discriminations sont des pistes encore inexplorées. Nous croyons également que ce travail pour une communication plus éco-responsable pourrait permettre à l'INSP de prendre la tête d'un mouvement naissant et accompagner la prise de conscience qui transforme peu à peu la façon de concevoir la communication et les interfaces publiques.

D'autre part, nous souhaitons nous inscrire dans une démarche usager (UX). Cela signifie à la fois que l'utilisateur doit être placé au centre du *process* et que tous nos interlocuteurs (usagers, collègues, partenaires...) doivent être traités de manière équitable.

Enfin, nous pensons qu'il est essentiel d'adopter des valeurs humaines qui permettent de progresser en équipe. Ainsi, la responsabilité, la sincérité et le droit à l'erreur nous apparaissent comme le ciment de relations professionnelles saines. L'ouverture au monde et aux autres, l'empathie, la curiosité et le respect de la différence nous semblent quant à eux nécessaires à une communication publique représentative et efficace (pour l'interne comme pour l'externe).

## Missions courantes

Le pôle communication :

- Définit et met en œuvre une stratégie de communication interne et externe, en adéquation avec la stratégie générale de l'établissement ;
- Définit l'identité visuelle de l'établissement, rédige, diffuse, promeut et actualise les chartes graphiques, en lien avec les prestataires externes et pour les usages imprimés, numériques et audiovisuels ;
- Anime les réseaux de relations et de correspondant(e)s utiles à l'Institut en fonction des orientations fixées par sa directrice ;
- Peut être associé à la gestion des relations avec les médias ;
- Pilote l'animation éditoriale des sites internet, intranet et des réseaux sociaux ;
- Contribue à la valorisation des activités de l'établissement (activités de formation, scientifiques, de recherche, etc) ;
- Élabore les outils et actions de communication, en lien avec tous les services de l'Institut ;
- Élabore et suit des indicateurs pertinents sur les usages des outils produits ;
- Assure une veille professionnelle et fait des préconisations d'évolution de la stratégie et des outils ;
- Prépare et met en œuvre le budget des opérations de communication.

## Missions liées au contexte de transition

Les changements auxquels sont confrontés l'établissement et ses agents offrent l'occasion de moderniser les outils et d'intégrer de nouvelles façons de penser et d'agir. Le pôle communication a donc pour autre mission d'impulser au sein de l'Institut une culture numérique de la communication, les méthodes du *design thinking*, de l'expérience utilisateur, de la communication responsable et d'assurer un rôle de conseil et d'expertise dans ces domaines.

Il doit accompagner cette transformation à travers la conception, la réalisation, la diffusion, la promotion et l'actualisation de modèles et kits de communication pour les documents administratifs et supports de communication imprimés, numériques et audiovisuels.

Enfin, à l'INSP, le pôle communication a dû prendre en charge la rédaction de cahiers des charges fonctionnels et suivre la réalisation du nouveau site web institutionnel.

# Être chargée de communication en alternance, entre Ena et INSP : bilan

## Tâches courantes

### **Rédaction d'actualités internes et externes • Journalisme/rédaction web**

J'ai participé à l'alimentation des fils d'actualité pour l'interne et pour l'externe sur trois plateformes différentes : l'intranet et les deux sites institutionnels, d'abord ena.fr puis insp.gouv.fr. J'ai participé à la mise en place de la stratégie éditoriale pour les deux sites institutionnels (ena.fr, puis insp.gouv.fr) en étant force de propositions quant aux sujets à traiter ou thématiques à couvrir.

J'ai recherché des informations sur les thématiques en question, en sollicitant les collègues et services à même d'en fournir et en croisant les informations disponibles sur les sites internet pertinents.

J'ai ensuite été chargée de rédiger du contenu web en différents formats à partir de ces informations et de choisir la mise en page la plus pertinente pour chaque sujet. J'ai essayé de tirer parti de toutes les fonctionnalités qu'offrent les outils pour mettre en lumière les informations importantes.

Enfin, j'ai assuré la publication de ces contenus après validation par les collègues et la responsable de pôle, ainsi que leur promotion sur les différents réseaux sociaux de manière à générer du trafic sur le site institutionnel (chaque post offrait un résumé, ainsi qu'une invitation à cliquer sur un lien menant à l'article complet).

***Voir annexe 2 et 3***

### **Gestion, actualisation de l'intranet et des sites institutionnels • Gestion de contenu/webmastering**

J'ai activement participé à la gestion, l'entretien, la restructuration et l'actualisation des contenus des trois plateformes : l'intranet, le site ena.fr et le site insp.gouv.fr (insertion d'articles, création de pages, modifications mineures, optimisations légères du site, mise en ligne de documents dont résultats d'examen ou encore offres d'emplois, etc). J'ai pour cela dû prendre en main deux CMS différents : d'abord eZPublish pour l'intranet et le site ena.fr, puis Drupal pour le site insp.gouv.fr.

### **Retouches d'image et création de visuels d'illustration • Communication/création visuelle**

J'ai régulièrement, voire systématiquement, utilisé la suite Adobe ainsi que les différents outils en ligne pour illustrer les actualités et différentes pages créées. J'importais la ou les images sélectionnées dans un gabarit (un pour l'interne, plusieurs pour l'externe) sur Photoshop. J'ajustais alors les niveaux, la luminosité, le contraste, la saturation, la vibrance, etc. J'appliquais parfois un flou d'objectif, pour ajouter de la profondeur, m'occupais de réduire le bruit et d'optimiser la netteté.

J'ai également créé des visuels (mockups), à partir d'un modèle Photoshop ou grâce à plusieurs outils en ligne lorsque nous ne disposions pas de photos d'illustration.

***Voir annexe 4.***

## **Gestion/alimentation des réseaux sociaux • Community management**

J'ai accompagné la chargée de communication digitale dans l'animation des réseaux sociaux. L'Ena, comme l'INSP ensuite, comptait 4 réseaux sociaux :

- Twitter, avec 21 600 abonnés pour le compte [@INSP\\_fr](#) en juillet 2022 contre 20 084 abonnés pour le compte @ENA\_fr lors du bilan pré-transition en novembre 2021 ;
- LinkedIn, avec 49 369 abonnés pour le compte [INSP – Institut national du service public](#) en juillet 2022 contre 42 330 abonnés pour le compte ENA – Ecole Nationale d'Administration en novembre 2021 ;
- Facebook, avec 16 452 abonnés pour le compte [@insp.gouv.fr](#) en juillet 2022 contre 15 594 abonnés pour le compte @EcoleNationaleAdministration en novembre 2021,
- et Youtube avec 203 abonnés pour le compte [INSP - Institut national du service public](#) en juillet 2022 contre 1 008 abonnés pour le compte ENA France en novembre 2021.

J'ai ainsi créé et publié de nombreux posts au nom de l'Ena, puis de l'INSP, notamment sur Twitter, LinkedIn et Facebook. La stratégie de communication sur les réseaux sociaux consiste en la promotion, ou le relai, d'articles publiés sur le site internet. Le choix a été fait de proposer des posts riches en contenu, avec un délai de traitement et de mise en forme de l'information de quelques jours, plutôt qu'un traitement « à chaud » des événements. Ce choix fait également sens pour générer plus de trafic sur le site institutionnel : nous invitons systématiquement les internautes à cliquer sur un lien direct vers l'actualité publiée en parallèle sur le site.

J'ai participé au repérage et au tri des publications mentionnant l'INSP avant repartage. L'identification des posts intéressants à partager est un moyen de promouvoir des événements auxquels l'établissement est fier de participer mais dont il n'est pas émetteur, ni organisateur. Cela permet également de communiquer de manière plus « réactive » et d'assurer un premier niveau d'information sur l'événement, avant de publier quelques jours plus tard une actualité plus complète et correctement mise en forme avec relais sur les différents réseaux sociaux.

J'ai expérimenté les fonctionnalités offertes par le « compte offre d'emploi » sur LinkedIn. L'établissement ne disposant pas d'un compte professionnel sur LinkedIn, les membres de l'équipe de la communication utilisent régulièrement l'offre d'emploi gratuite associée à leur compte personnel pour relayer les offres d'emploi émises pour le service des ressources humaines. J'étais donc chargée de remplir le formulaire à partir des informations transmises par le service des Ressources Humaines et de rediriger les candidats vers la [plateforme « Place de l'emploi public »](#) pour qu'ils puissent y candidater.

## **Accompagnement des usagers, goodies, etc. • Relation usager/client**

Je me suis chargée de créer les fiches établissements (fiches Google My Business) pour le siège de l'INSP situé à Strasbourg et son antenne située à Paris. L'objectif premier était d'apporter les informations utiles aux utilisatrices et utilisateurs : adresse, horaires d'ouvertures, secteur d'activité, aperçu des bâtiments, etc. Il s'agissait d'une démarche importante : l'annonce de la suppression de l'Ena et son remplacement par l'INSP promettait de multiplier les requêtes Google et il semblait judicieux de capitaliser sur ces

nombreuses requêtes pour faire connaître au plus vite ce nouvel établissement. Celui-ci est ainsi correctement référencé, dans le moteur de recherche Google et sur Maps.

Un formulaire de contact a été mis en place à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2022, avec le déploiement du site insp.gouv.fr. Malgré des objets précis, prévus pour renvoyer vers les services concernés, le pôle communication reste le principal destinataire des formulaires soumis et s'occupe d'orienter les usagers. En effet, certains services ne disposent pas d'une adresse générique et il est difficile d'identifier un destinataire au sein de chaque service pour répondre à toutes les demandes. Par exemple, les questions pour lesquelles un usager pourrait choisir « International » comme objet sont vagues et aucun agent n'a été désigné pour les traiter toutes. Le pôle communication concentre donc la plupart des demandes et agit comme une plateforme de tri. J'avais la mission de traiter ces demandes, c'est-à-dire : lire attentivement le message soumis, identifier le collègue le plus à même de répondre à la demande et transférer le message. Lorsqu'il s'agissait d'une demande de premier niveau, qu'il fallait partager des informations générales, ou bien encore si les informations demandées pouvaient être trouvées sur le site institutionnel, j'adressais moi-même une réponse à l'utilisateur et suivais la demande jusqu'à sa résolution. Enfin, j'ai mobilisé mes compétences linguistiques lorsque les messages étaient rédigés en anglais ou en espagnol.

Le pôle communication est responsable du stock des objets logotés, objets publicitaires, ou « goodies ». Nous avons hérité du stock des objets estampillés « Ena », que nous avons eu à distribuer à l'occasion d'événements particuliers, de visites ou du lancement de certaines formations. Nous avons encore à constituer un nouveau stock pour l'INSP. L'exemple le plus récent est celui du cadeau annuel à destination des agents. Ceux-ci se sont vus remettre un sac contenant un objet de décoration, ainsi qu'un pot de miel extrait des ruches installées dans les locaux strasbourgeois. Les sacs ont été préparés par le pôle communication, qui a organisé la distribution pour s'assurer que chaque agent présent reçoive un sac et que les absents puissent ensuite réclamer le leur.

## **Contrôle qualité**

Le pôle communication est le dernier maillon d'une longue chaîne de production de documents à adresser en externe. Puisque nous sommes convaincus que la qualité, la rigueur et la cohérence entre actions et messages conditionnent l'image de l'établissement, l'équipe pratique régulièrement un contrôle qualité de sorte à garantir une certaine homogénéité. Nous sommes ainsi amenées à remettre les documents en forme pour respecter la charte graphique et la cohérence. Une prévention est bien entendu menée en interne, pour sensibiliser davantage les collègues, tous services confondus, et ainsi réduire le temps de traitement de ces documents avant publication sur le site institutionnel ou les réseaux sociaux. De nombreux modèles ont notamment été produits par le service communication et rassemblés dans une rubrique de l'intranet, à disposition de tous les agents.

***Voir annexe 5.***

## **Tâches liées aux différentes étapes de la transition**

Avec la designer multimédia et la chargée de communication multimédia, j'ai rejoint le pôle communication au lancement du mode projet et des premières étapes de la transition. J'ai donc participé à toutes les étapes de la transformation de l'établissement.

J'ai notamment apporté mon aide sur trois points :

- J'ai rédigé une première version du cahier des charges pour la création du site institutionnel de l'INSP, sur la base des cahiers des charges établis pour le site ena.fr et de notes de réunions résumant les principales fonctionnalités à inclure ;
- J'ai rédigé une première version des présentations éditoriales de l'INSP (une version courte, une version intermédiaire et une version longue), puis me suis occupée de traduire en anglais la version définitive et validée de ces présentations ;
- J'ai listé les annuaires dans lesquels apparaissait l'Ena et j'ai envoyé des demandes de modifications de leur contenu pour le 1<sup>er</sup> janvier 2022.

## Utilisation ponctuelle des compétences en traduction

La traduction ne fait pas partie des missions confiées au pôle communication. Il semble que les besoins en traduction ont jusqu'ici été très ponctuels : quelques formations, quelques campagnes de recrutement, une ou deux plaquettes d'information. Le site de l'Ena, par exemple, ne donnait accès qu'à très peu de contenus en anglais et il n'était possible d'y naviguer qu'en français.

La création de l'INSP et la volonté de faire rayonner l'établissement à l'international rebat quelque peu les cartes. Toutefois, les moyens humains ne sont pour l'instant pas suffisants et le pôle communication doit passer commande à des prestataires externes, tels que l'Atelier Marge Design (cf. partie Relations Fonctionnelles), au détriment parfois de la qualité du rendu final. En effet, certains prestataires externes ne connaissant pas l'établissement, les formations qui y sont dispensées, les valeurs qui y sont défendues, le niveau de langue attendu, et autres détails cruciaux produisent des traductions d'une qualité inférieure à ce qu'attendent les usagers d'un établissement tel que l'INSP.

Par double souci d'obtenir un rendu plus qualitatif et de mettre en pratique des compétences dont je suis fière, j'ai proposé mon aide pour traduire en anglais certains supports de communication et certaines pages web pour l'Ena, puis l'INSP. Je me suis notamment occupée de la traduction :

- D'une campagne de recrutement menée par l'Ena à destination des élèves étrangers ;
- De la feuille de route de l'INSP ;
- Des présentations éditoriales de l'INSP (**voir annexe 5**) ;
- Des éléments de présentation du Cycle international long (Cil) et du Cycle international de perfectionnement (Cip) telle une base pour la création future d'une version anglaise des pages correspondantes sur le site institutionnel de l'INSP.

J'ai, pour chacun de ces projets, été aidée par Kate Welch, conseillère pédagogique au sein de l'INSP et britannique d'origine, qui m'a relu et m'a permis de produire la traduction la plus idiomatique possible.

J'ai gardé en mémoire deux exemples qu'il me tient à cœur de développer ici et qui me semblent démontrer que mes compétences en anglais ont été un atout lors de cette année d'alternance. Revenons donc sur la campagne de recrutement menée par l'Ena à destination des élèves étrangers.

Il s'agissait de traduire un motion-design et de sous-titrer plusieurs capsules d'interviews, chaque vidéo étant produite en format court pour diffusion rapide et massive sur les réseaux sociaux de l'Ena. Le travail de traduction avait été confié à l'Atelier Marge Design, prestataire externe. Ils répondirent à la commande avec une traduction dont le niveau de langue me paraissait bien en-deçà du niveau escompté. La traduction

du slogan notamment, à savoir “Come train in France” pour « Formez-vous en France » me semblait trop simple et peu engageante.

J’ai donc proposé des pistes d’amélioration, après quelques recherches quant aux mots-clés utilisés par des établissements anglophones dont l’offre de formation se rapprochait de celle de l’Ena. J’ai corrigé quelques maladres et passages traduits trop littéralement parmi lesquels :

- « to put someone’s shoes » corrigé en « to step into someone’s shoes » ;
- « to make the most from it » corrigé en « to make the most out of it » ;
- Ou encore « Ena is a school that is a key to unlocking doors » corrigé en « As a school, Ena can open lots of door for you ».

Enfin, j’ai proposé une traduction du slogan « Formez-vous en France » qui me semblait faire plus sens que « Come train in France » : j’ai utilisé la formule « Upskill yourself in France », pour amener l’idée d’une amélioration de compétences et faire profiter l’Ena de la popularité du terme « upskill » qui s’utilise beaucoup sur les réseaux sociaux sous forme d’hashtag.

Retrouvez le motion design en question sur Youtube (il s’agit d’un contenu Ena, publié en non-répertorié) : [https://www.youtube.com/watch?v=3p\\_g6-db\\_2o](https://www.youtube.com/watch?v=3p_g6-db_2o)

## Outils

### Deux CMS différents

Le site ena.fr ainsi que l’intranet (@thena) ont été développés sur eZPublish. eZPublish est un CMS (Système de Gestion de Contenu) open source, développé par l’entreprise norvégienne eZ Systems AS. Il présente l’avantage d’un back-office mutualisé, qui permet d’appeler du contenu à la fois sur le site et sur l’intranet. Il s’agit toutefois d’une version qui date de 1999, qui n’est plus mise à jour depuis 2014 et est donc aujourd’hui obsolète.

Le choix a été fait de développer le site insp.gouv.fr sur une toute nouvelle plateforme, plus moderne et qui puisse ensuite évoluer vers un véritable portail de services. Ce nouveau site vitrine utilise donc le CMS Drupal, qui est également libre et *open source*. L’une des particularités qui distingue Drupal des autres CMS, et notamment d’EzPublish, est que le site et son *back-office* sont intimement liés: les administrateurs éditent le contenu dans le même contexte graphique ou presque que celui des visiteurs. La prévisualisation est ainsi facilitée, l’outil est donc particulièrement intuitif.

J’ai eu à prendre en main les deux outils, me connecter aux deux *back-office* pour créer, publier et/ou modifier du contenu : pages, actualités, médias, etc.

### Outils de PAO de la suite Adobe

L’établissement met à disposition des licences Adobe pour les personnels qui en ont besoin dans leurs tâches quotidiennes.

Pour chaque actualité, j'ai systématiquement eu à ouvrir le gabarit approprié dans Photoshop (un gabarit avait été créé en amont pour l'intranet, plusieurs pour les deux sites institutionnels), importer la ou les photographies de l'événement, utiliser les différentes fonctionnalités pour améliorer la qualité de la photographie (réglage des niveaux, de la saturation, de la vibrance, du contraste, de la luminosité, ajout d'un flou d'objectif pour ajouter de la profondeur, réduction du bruit, optimisation de la netteté, etc) puis l'exporter au format PNG et l'ajouter à l'actualité, la page, ou le post souhaité(e).

### Outils de création de « mockups » en ligne

Lorsque nous ne disposons pas de photographies des événements, ou que leur qualité n'était pas suffisante, nous utilisons un ensemble d'outils en ligne pour créer des visuels convaincants et illustrer les actualités, les posts pour les réseaux sociaux ou encore certaines pages des sites interne et externes.

Parmi ces outils, j'ai moi-même utilisé Photoshop (outil masque de fusion) mais aussi [SmartMockups](#), [Mockuper](#), [MagicMockups](#) et [MockupBro](#).

### Outil de management des réseaux sociaux

En plus d'accéder à tous les comptes officiels de l'Ena et de l'INSP sur les réseaux sociaux, j'ai pu utiliser l'outil Swello. Il s'agit d'une solution française qui permet de créer, gérer et programmer les posts réseaux sociaux, mais aussi de mettre en place une veille et d'analyser les retombées pour chaque post ou campagne.

Swello a l'avantage de sensibiliser aux bons réflexes à adopter lors de la création d'un post sur les réseaux sociaux et a donc participé à développer mes compétences en *community management*. En effet, la plateforme propose un outil très pratique : le « *Quality Coach* ». Cette fonctionnalité guide la création de publications via un système de notation nommé le « *quality grade* ». Celui-ci affiche un score en se basant sur les règles appliquées à chaque réseau social : la pertinence de l'horaire de publication, la qualité du média utilisé, la présence d'un lien, la longueur du post, ou encore le nombre d'hashtags, de mentions et d'emojis présents. Ces règles servent de conseils à appliquer (avec discernement) pour faire grimper le score et ainsi d'optimiser ses chances d'impacter le public sur chaque média social.

### Les outils de gestion de tâches Microsoft 365

Pour mieux travailler au sein du pôle communication et des équipes formées avec les membres d'autres services ou départements, il a été décidé d'utiliser les outils Microsoft 365 tels que Teams et le planificateur Microsoft.

Le planificateur Microsoft (aussi appelé outil Task lorsqu'il est associé à Teams) est un outil de gestion de tâches inclus dans toutes les licences de Microsoft 365. Il permet d'organiser le travail d'une équipe, d'attribuer des tâches, de partager des fichiers et de rédiger des commentaires à même les tâches. L'outil peut être utilisé à partir du portail Office ou intégré dans Microsoft Teams. Cette dernière option permet aussi de créer des équipes de *chat* pour chaque projet.

Le planificateur permet une gestion des tâches en mode « kanban » (voir « [méthode kanban](#) » dans le lexique). Son utilisation, simple, intuitive et visuelle, permet une plus grande efficacité : nous étions ainsi capables de suivre l'avancement d'une tâche, de prendre la suite lorsqu'il le fallait, d'ajouter des tâches à l'avance pour mieux répartir la charge de travail avant un événement ou le lancement d'un projet, etc.

## Messagerie en ligne

Tout au long de mon alternance, j'ai utilisé l'outil Outlook de manière quotidienne.

Tout d'abord, le pôle communication dispose d'une boîte mail fonctionnelle partagée : [pole.communication@insp.gouv.fr](mailto:pole.communication@insp.gouv.fr). Elle permet à toute l'équipe de consulter les mails et de se répartir les tâches grâce à un système d'étiquette colorée, avec une couleur associée à chaque agent. En accord avec mes collègues, j'avais réservé une plage horaire le vendredi matin pour remonter la boîte partagée et trier les mails, de sorte à archiver les demandes résolues, attribuer les tâches et faire remonter les urgences.

J'ai plus tard été amenée à utiliser l'outil pour du *mailing*. En effet, suite à l'expression d'un mécontentement par nos collègues des autres services, nous avons souhaité développer la communication interne. Nous avons donc décidé de mettre en place une *newsletter* réservée aux agents pour promouvoir auprès d'eux les actualités publiées lors de la semaine écoulée, sur le site institutionnel, dans l'intranet et sur nos réseaux sociaux. Chaque vendredi, à partir de juin 2022, j'ai donc participé à mettre en forme cette *newsletter* « à la main », à partir d'un modèle mis en place par notre designer multimédia.

Cette *newsletter* « à la main » devrait, par la suite, être mise en forme grâce à un outil de *mailing* plus moderne, pratique et performant. L'outil [Sarbacane](#) est envisagé.

## Les autres outils collaboratifs

Comme évoqué plus haut, le pôle communication se structure petit à petit. Nous avons donc réalisé un séminaire d'équipe au cours duquel nous avons utilisé un outil de cartographie mentale pour être plus au clair avec notre périmètre d'action, nos missions, nos valeurs, nos limites, les éventuels points de tension, etc.

A cette occasion, nous avons utilisé la plateforme [Mindmeister](#).

## Retour d'expérience et perspectives d'avenir

### Bilan de compétences

Cette expérience d'un an, qui a débuté le 13 septembre 2021 et se terminera le 30 septembre 2022, m'a permis d'expérimenter de nouvelles situations et d'élargir le champ de mes compétences.

Je me sens aujourd'hui plus à ma place dans mon rôle de communicante. J'ai une meilleure compréhension des différents enjeux liés aux différents types de communication (communication institutionnelle, externe et interne). J'ai réellement eu à traiter l'information de manière différente en fonction de la cible et du sujet, à trouver le ton et la mise en forme adéquats.

L'alternance entre les temps en entreprise et les temps de formation, mais aussi le travail dans un contexte politisé, à enjeu (tutelles, médiatisation), avec un haut niveau d'exigence et dans des délais très courts, m'ont fait gagner en rigueur, en efficacité, en polyvalence et en flexibilité.

J'ai reçu la validation de compétences solides et professionnelles en traduction anglaise, d'une part lors des travaux de traduction en lien avec Kate Welch, conseillère pédagogique et britannique d'origine, et d'autre part lors de l'annonce des résultats très positifs d'une campagne de recrutement international que j'avais aidé à traduire.

## Bilan humain et auto-évaluation

Après avoir intégré l'équipe du pôle communication, j'ai découvert une ambiance de travail saine, dynamique et participative. Je ne peux faire un bilan personnel sans dire que je me sens extrêmement chanceuse d'avoir intégré une équipe harmonieuse et infiniment bienveillante. Si les relations étaient parfois compliquées avec l'extérieur (les autres services ou bien encore les partenaires), mes collègues m'ont permis de vivre une belle expérience humaine, entre entraide, moments conviviaux et partage de solides valeurs.

Ce contrat en alternance m'a aussi fait mûrir professionnellement. J'ai parfois dû faire preuve de pédagogie et défendre mes idées. Voulant réaliser du mieux possible les tâches confiées, j'ai cherché à me dépasser et ces efforts ont souvent été récompensés. Tout cela m'a permis de gagner en confiance.

Toutefois, il me semble qu'il me reste à apprendre à mesurer mes efforts et me protéger. En effet, il est nécessaire de savoir poser des limites et ne pas se laisser envahir par le travail en dehors des heures qui lui sont dédiées. Cela s'est parfois avéré difficile quand la charge de travail était importante et les délais courts. Nous avons toutes et tous réalisé un bon nombre d'heures supplémentaires tout au long de cette année et il arrivait parfois que nous nous sentions coupable de prendre du repos lorsque cela signifiait laisser les collègues face à une charge de travail importante.

Enfin, je pense pouvoir être fière du travail que j'ai accompli à l'Ena, puis à l'INSP. J'ai le sentiment d'avoir été active, force de proposition et suffisamment autonome pour ne pas ralentir les activités du pôle, ce malgré un contexte parfois stressant.

## Futur, orientation et objectifs de carrière

La vitrine web ([insp.gouv.fr](http://insp.gouv.fr)) développée et alimentée jusque-là constituait la première brique d'un portail de services plus complet (incluant procédures dématérialisées, formulaires interactifs, etc), dont la mise en production est envisagée à l'horizon 2023. De plus, l'intranet subira lui aussi une refonte dans les mois à venir.

La direction de l'établissement a également exprimé le souhait de développer les contenus en anglais, en particulier pour les formations internationales. Il s'agit de l'un des axes de la feuille de route remise à Maryvonne Le Brignonen : participer au rayonnement à l'international des méthodes françaises en matière d'enseignement supérieur et d'administration publique.

Ces projets impliquent de disposer de moyens humains suffisants. Il m'a donc été fait la proposition de poursuivre après mon contrat en alternance sur un poste « support », ou CDD de renfort de quelques mois.

La possibilité de continuer à travailler au sein d'une équipe aussi soudée que celle du pôle communication m'enchant. De même, la possibilité de participer à l'ouverture de l'INSP à l'international et de développer encore un peu plus l'aspect « multilingue » de mon profil constituent une réelle source de motivation.

De manière plus générale, je souhaite faire de la rédaction de contenu (*web*, *print*, multilingue) et de la traduction le cœur de mon activité. Je suis convaincue qu'il s'agit là des deux domaines dans lesquels je suis la plus à l'aise, la plus compétente. J'ai toutefois plaisir à participer à des tâches diverses et compte donc m'orienter vers des emplois qui demandent de la polyvalence, en plus de solides compétences en rédaction et en langues.

## Conclusion

Comme vous l'aurez compris à la lecture de ce rapport, mon année d'alternance s'est avérée une expérience riche. Elle aura été l'occasion de comprendre et de vivre les réalités du métier de communicante, de ses avantages à ses inconvénients.

Les missions concrètes, à enjeux et réalisées en grande autonomie m'ont permis d'approcher les différentes étapes de création d'une stratégie de communication, d'une image de marque et d'une équipe. Elles m'ont aussi permis d'élargir le champ de mes compétences et de les mettre à l'épreuve dans un secteur en pleine transformation.

Enfin, cette année vient confirmer ce que je pressentais être les points forts de mon profil : de solides compétences en rédaction (*web*, *print*, multilingue) ainsi qu'une forte appétence pour la traduction et l'international, auxquelles s'ajoutent une grande polyvalence et une certaine envie d'apprendre.

Je suis aujourd'hui, plus que jamais, convaincue que j'ai besoin de trouver du sens dans mon parcours professionnel et qu'il est possible d'occuper un poste où les valeurs humaines ont autant d'importance que les compétences techniques.

## Ressources et sitographie

- Ressources interne : Powerpoint de présentation du pôle communication, feuille de route de l'INSP, carte mentale réalisée lors du séminaire d'équipe, etc.
- [www.insp.gouv.fr](http://www.insp.gouv.fr)
- <https://insp.gouv.fr/feuille-route>
- [www.ena.fr](http://www.ena.fr)
- [www.economie.gouv.fr/entreprises/responsabilite-societale-entreprises-rse#](http://www.economie.gouv.fr/entreprises/responsabilite-societale-entreprises-rse#)
- <https://audreytips.com/glossaire-web/newsletter/>
- <https://www.definitions-marketing.com/definition/newsletter/>
- <https://www.microsoft.com/fr-ww/microsoft-365/business/task-management-software>
- <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/commande-publique-acces-des-pme-tp>
- [https://www.youtube.com/results?search\\_query=INSP](https://www.youtube.com/results?search_query=INSP)
- <https://www.aodb.com/references/administration-collectivite/insp>
- <https://open-source-guide.com/Solutions/Applications/Cms/Ez-publish>

- [Définition | CMS - Content Management System | Futura Tech \(futura-sciences.com\)](#)
- <https://infonet.fr/lexique/definitions/back-office/>

## Annexes

### Annexe 1 : Lexique

**Hauts fonctionnaires** : Un haut fonctionnaire est un membre de l'appareil gouvernemental détenant une haute fonction dans la hiérarchie de la fonction publique et d'importantes responsabilités (directeur d'administration, directeur général des services d'une grande collectivité, chef d'un grand service déconcentré de l'État...).

**Content Management System (CMS)** : Acronyme anglais pour « système de gestion de contenu ». Il s'agit d'une catégorie de logiciels qui permettent de concevoir, gérer, et mettre à jour des sites web ou des applications mobiles de manière dynamique.

**Marchés publics** : Le marché public est la procédure à laquelle a recours un organisme public qui souhaiterait confier une prestation à une entreprise privée. Il a pour but d'encadrer de la meilleure des manières le besoin des opérateurs de l'Etat et la dépense de l'argent public. Les marchés publics respectent 3 principes : la liberté d'accès au marché public (toute personne doit avoir librement connaissance des besoins d'achat d'un acheteur), l'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures.

**Responsabilité Sociale des Entreprises** : La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) également appelée responsabilité sociale des entreprises est définie par la commission européenne comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. En d'autres termes, la RSE c'est la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable.

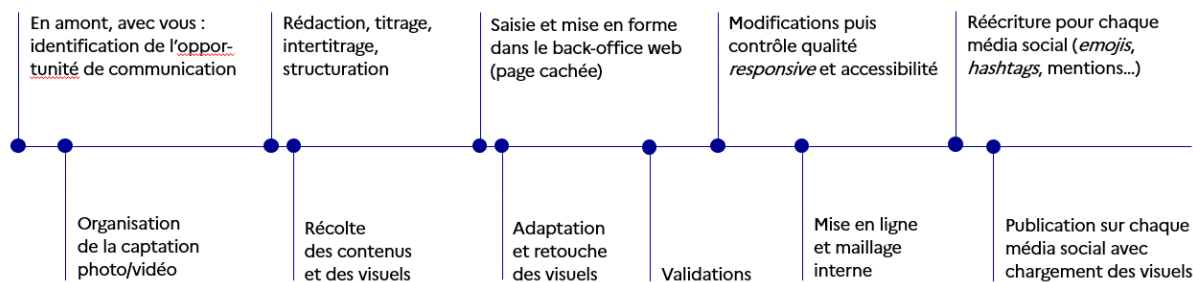
**Back-office** : Le *back-office* désigne la partie « invisible » d'un site internet. C'est la partie utilisée pour la conception, la gestion et l'administration du site, protégée par un mot de passe

**Méthode kanban** : Inspirée de l'approche « Lean », la méthode Kanban est un système visuel de gestion de projet agile. Les différentes tâches d'un projet sont modélisées dans un tableau et réparties dans différents compartiments correspondant aux statuts d'avancement d'un processus (par exemple on peut trouver les compartiments « À faire », « En cours », « Réalisé »). Ce tableau peut être physique : on colle réellement des post-it sur un tableau ou peut également être virtuel.

**Newsletter** : Une *newsletter* (ou lettre d'information) est un condensé d'informations envoyé par email à un groupe d'individus y ayant volontairement souscrit. La *newsletter* peut concerner des activités commerciales, des actualités, des nouveautés, etc.

## Annexe 2 : Zoom sur la chaîne de production d'une actualité relayée sur les réseaux sociaux

### Zoom sur la chaîne de production d'une actualité relayée sur les réseaux sociaux



Le pôle communication | Périmètre, missions et activités

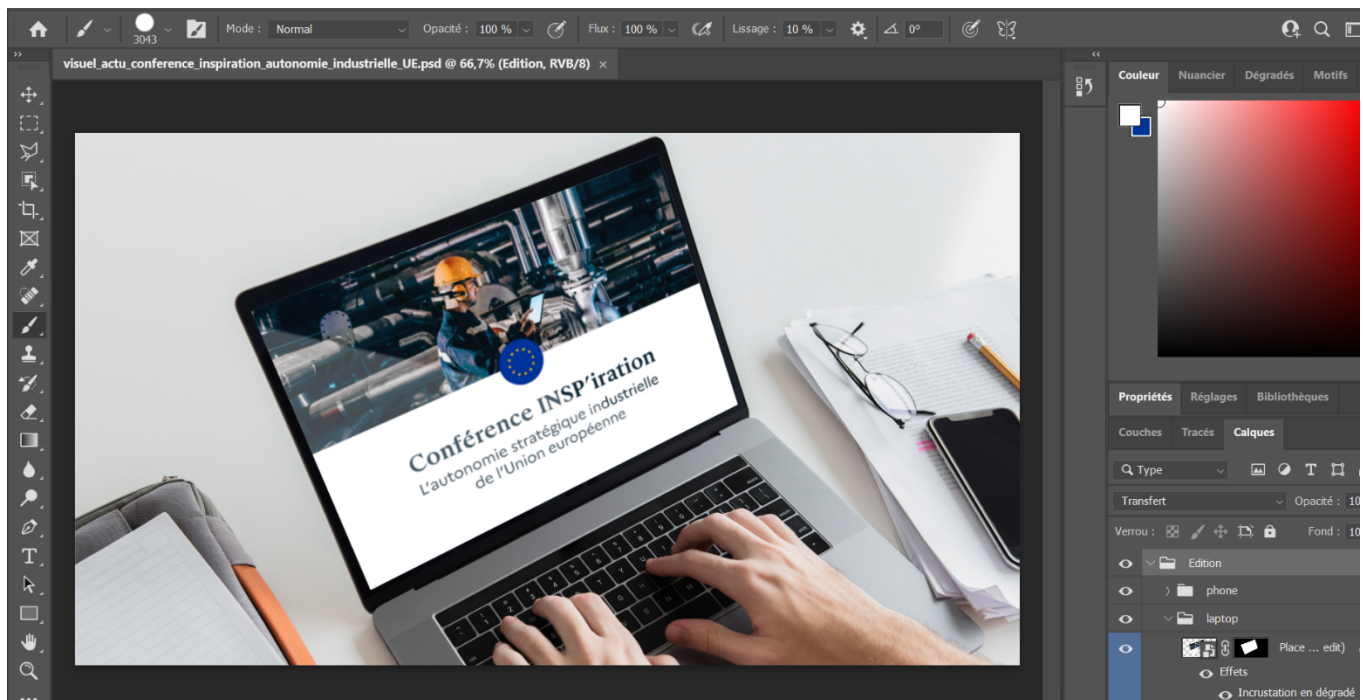
Codir "métier" du 13 juillet 2022

## Annexe 3 : Dernières actualités, back-office insp.gov.fr

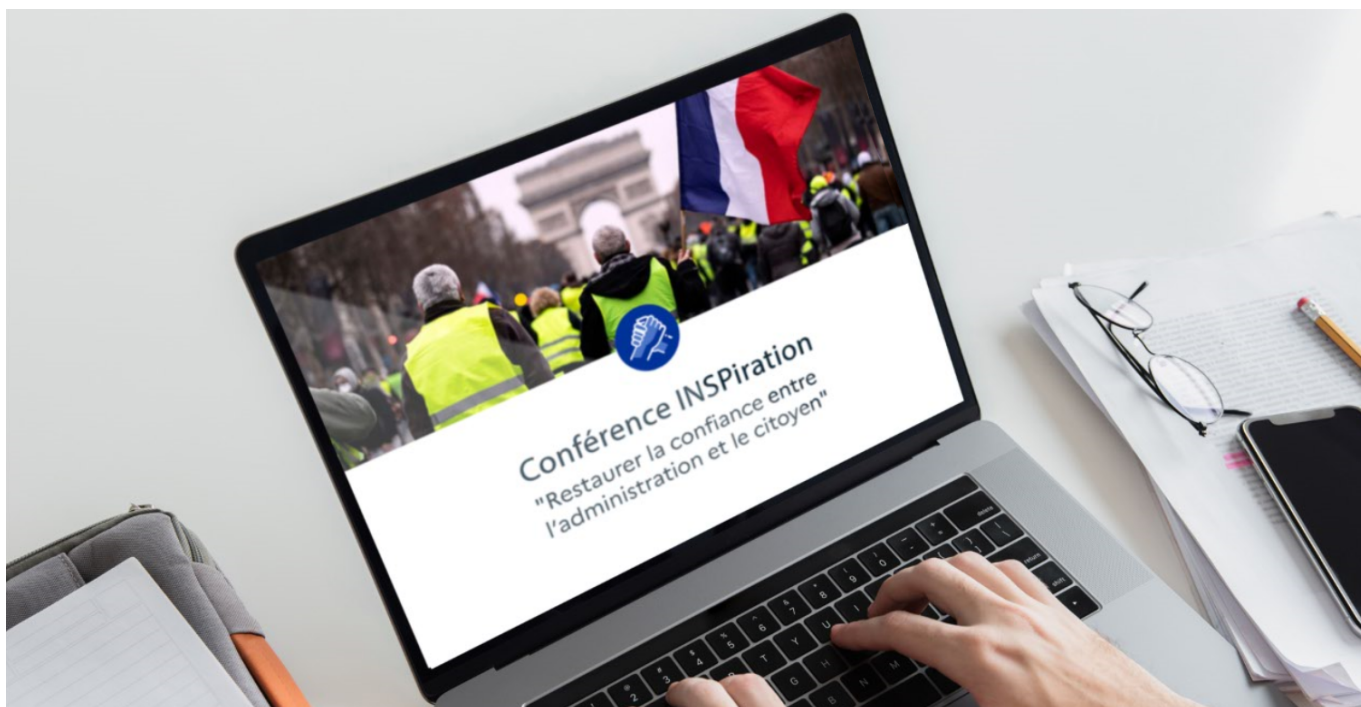
<input type="checkbox"/>	Titre	Type de contenu	Auteur	Statut	Mise à jour	Actions
<input type="checkbox"/>	Concours européen "AGRI" : 12 lauréats français dont 6 formés à l'INSP !	Actualité	insp-celine	Non-publié	18/07/2022 - 19:09	<a href="#">Modifier</a>
<input type="checkbox"/>	Fin du jumelage européen avec la Tunisie	Actualité	insp-celine	Publié	18/07/2022 - 19:03	<a href="#">Modifier</a>
<input type="checkbox"/>	Hackathon solidaire : l'intelligence collective pour accélérer les innovations sociales	Actualité	insp-celine	Publié	18/07/2022 - 18:20	<a href="#">Modifier</a>
<input type="checkbox"/>	Premier conseil d'administration de l'INSP	Actualité	insp-cecile	Publié	13/07/2022 - 20:04	<a href="#">Modifier</a>
<input type="checkbox"/>	République dominicaine : première mission de formation organisée par l'INSP	Actualité	insp-celine	Publié	13/07/2022 - 19:59	<a href="#">Modifier</a>
<input type="checkbox"/>	Préparation au concours interne   Les résultats d'admission 2022 sont publiés !	Actualité	insp-cecile	Publié	13/07/2022 - 19:58	<a href="#">Modifier</a>
<input type="checkbox"/>	Visite d'étude d'une délégation de l'ENSA du Maroc	Actualité	insp-celine	Publié	13/07/2022 - 19:57	<a href="#">Modifier</a>
<input type="checkbox"/>					13/07/2022 -	<a href="#">Modifier</a>

## Annexe 4 : Création d'un visuel en l'absence de photographies, exemple d'une conférence INSPiration

### Gabarit



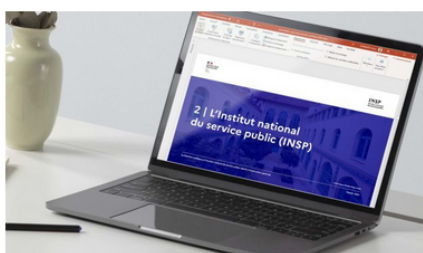
### Exemple de résultat final



## Annexe 5 : Eléments de langage en français et en anglais à disposition sur une page de l'intranet

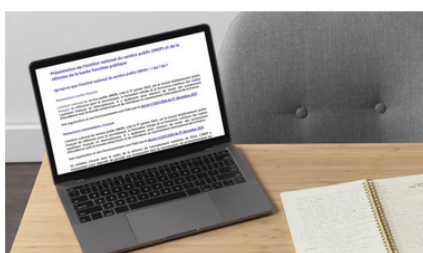
### **Vous devez présenter l'INSP, ses missions, ou bien encore les grands axes de la réforme ?**

Le pôle communication a préparé les informations et éléments de langage dont vous aurez besoin.



**Présentation générale de la fonction publique et de l'INSP | PowerPoint**

EN SAVOIR PLUS



**Textes de présentation de l'INSP | Français**

EN SAVOIR PLUS



**Textes de présentation de l'INSP | Anglais**

EN SAVOIR PLUS



# Mémoire de recherche

# Mise en place des principes d'écoconception à l'ensemble des sites internet et plateformes en ligne du secteur public.

## Cadre général

### a. Introduction

Alors qu'ils apparaissent pour certains inconciliables, voire antinomiques, comme si la modernité ne voulait que du mal à l'environnement, les thèmes de l'écologie et du numérique semblent pour d'autres tout à fait compatibles, dans une logique "zéro déchet" et de diminution du gaspillage papier.

Si les avis divergent quant à l'association de ces deux termes, une chose est sûre : leur conciliation figure parmi les grands défis de la transition écologique et représente une étape importante dans la réduction de l'empreinte environnementale de nos sociétés. C'est pourquoi l'écologie et le numérique sont devenus deux thèmes récurrents dans le débat public en France, avec l'espoir qu'ils puissent à l'avenir ne faire plus qu'un : le numérique responsable.

La Convention citoyenne pour le climat, exercice démocratique initié par le Président de la République Emmanuel Macron, est récemment venue souligner le souhait des Français de rendre le numérique plus responsable. En effet, le 25 avril 2019, 150 Français ont été invités à réfléchir à de nouvelles mesures pour réduire les émissions de gaz à effet de serre. L'une des 149 propositions remises au Président de la République à l'issue de cet exercice (le 21 juin 2020) s'intitule "Accompagner l'évolution du numérique pour réduire ses impacts environnementaux" (*Suivi de la Convention citoyenne pour le climat, 2020*).

Cette proposition prévoit notamment des mesures en matière d'"écoconception et (de) sobriété du numérique", telles que "l'élaboration d'un référentiel général d'écoconception des services numériques", mais également "des dispositions relatives à l'éducation et à la sensibilisation au numérique responsable" (*Accompagner l'évolution du numérique pour réduire ses impacts environnementaux - Suivi de la Convention citoyenne pour le climat, 2020*).

### b. Problématisation

Si l'impact écologique du numérique et la volonté d'aller vers des pratiques plus éco-responsables constituent un sujet d'actualité en France, ce sujet n'en reste pas moins épineux. En effet, il nécessite de répondre à plusieurs enjeux :

- la maîtrise de l'empreinte environnementale du numérique ;
- la modernisation ou le maintien (voire l'approfondissement) des avancées dans le domaine du numérique ;
- mais aussi la possible utilisation du numérique comme levier au service de la transition écologique.

En d'autres termes, l'Etat doit guider tous les acteurs du numérique en France dans la recherche d'un équilibre entre attractivité, performance, impact écologique et progrès.

La publication récente du [“Référentiel général d'écoconception de services numériques \(RGESN\)”](#), que le gouvernement s'était engagé à produire à l'issue de la Convention citoyenne pour le climat, permet de se faire une première idée des efforts attendus, d'abord des services de l'Etat, puis plus largement de tous les acteurs des secteurs publics et privés, en matière de conception éco-responsable de sites web et autres plateformes en ligne.

Cependant, il semble important de questionner l'application de ces nouvelles normes et la possibilité de marier transformation numérique et transition écologique dans la pratique.

**Ainsi, 10 mois après la publication de ce « Référentiel général d'écoconception de services numériques », peut-on déjà constater une généralisation des principes d'écoconception à l'ensemble des sites internet et plateformes en ligne du secteur public ?**

### c. Définitions

**Les plateformes en ligne de service public** ont pour mission de faciliter l'accès aux services publics : elles peuvent mettre à disposition des citoyens les informations nécessaires à la simplification de leurs démarches administratives (site institutionnel), ou bien permettre aux usagers de réaliser directement leurs démarches en ligne (sites portails donnant accès à un ensemble de « téléservices »).

**Les services publics numériques** permettent la fourniture électronique d'informations, y compris des données et du contenu, sur plusieurs plateformes et appareils, tels que le Web ou le mobile. Ils ont pour but de faire de l'interaction globale des citoyens avec le secteur public, une expérience plus agréable et plus efficace.

**La transformation numérique**, appliquée au secteur public, correspond à la simplification du service public via le digital. Elle a pour but de faire progressivement du numérique le mode d'accès de droit commun aux démarches administratives.

**La transition écologique** opère à tous les niveaux pour mettre en place un modèle de développement durable qui repense nos façons de consommer, de produire, de travailler et de vivre ensemble pour répondre aux grands enjeux environnementaux de notre siècle et leurs conséquences sur notre planète.

### d. Méthodologie et périmètre

Ce mémoire universitaire a vocation à initier l'étudiant au monde de la recherche, ses méthodes et ses difficultés.

La méthode de recherche choisie pour le présent mémoire est celle de l'audit (à la fois audit de conformité et de progrès).

Cet audit sera mené dans une démarche comparative : il s'agira de comparer la capacité des différents organismes propriétaires des sites et plateformes composant le panel à se conformer à un référentiel donné.

### **d.1. Qu'est-ce qu'un audit ?**

Selon les normes ISO 9000:2005 et ISO 19011:2002, l'audit est défini comme un « processus méthodique, indépendant et documenté permettant d'obtenir des preuves d'audit (enregistrements, énoncés de faits ou autres informations pertinentes pour les critères d'audit) et de les évaluer de manière objective pour déterminer dans quelle mesure les critères d'audit (ensembles de politiques, procédures ou exigences utilisées comme référence) sont satisfaits » (Lacolare, 2015).

### **d.2. Référentiel utilisé**

En tant que processus méthodique, indépendant et documenté, l'audit s'appuie sur un référentiel. Selon la norme ISO 19011:2002, ce référentiel d'audit est appelé « critères d'audit » (Lacolare, 2015).

Le référentiel appliqué ici est le [“Référentiel général d'écoconception de services numériques \(RGESN\)”](#) l'un des livrables du [programme TECH.GOUV](#), co-piloté par la Direction Interministérielle du Numérique (DINUM), le Ministère de la Transition écologique (MTE) et le Commissariat général au développement durable (CGDD). Il s'agit d'un référentiel dit « générique », ce qui signifie qu'il s'appuie sur des normes et standards de niveau national.

Seules les parties « UI/UX » et « Contenus » serviront à réaliser l'audit des sites internet choisis.

### **d.3. Objectif de l'audit**

Cet audit aura pour objectif de révéler les non-conformités et les écarts lors de la mise en œuvre du référentiel normatif (audit de conformité), mais aussi plus globalement de mesurer les progrès et faire ressortir des observations plus positives (audit de progrès).

L'objectif « d'amélioration » est un objectif indispensable pour positiver l'audit et identifier des pistes possibles d'amélioration.

### **d.4. Critères d'échantillonnage**

Notion d'indépendance, gage de pertinence et de valeur ajoutée : il s'agit de veiller à entretenir aucune relation de type influence politique, institutionnelle ou associative, ni de relation client-fournisseur, pas même d'intérêt commercial avec l'organisme propriétaire du site audité. Et ce, que cette relation soit directe ou indirecte ;

- Les sites ou plateformes sélectionnés doivent appartenir au secteur public (services publics numériques) ;
- Les sites ou plateformes sélectionnés doivent avoir été créés ou avoir subi des changements majeurs (refonte) après la date de publication du référentiel, soit le 19 octobre 2021 ;
- Le panel final doit être composé de sites ou plateformes permettant d'apprécier d'éventuelles différences d'échelle (échelle nationale, régionale, locale).

### **d.5 Panel des sites et plateformes de service public audités**

Pour mesurer le degré d'application du référentiel RGEN à l'échelle nationale, l'audit portera sur les deux sites web suivants :

- Le site [service-public.fr](https://service-public.fr). Il s'agit du « site officiel de l'administration française » (*Suivi de la Convention citoyenne pour le climat*, 2020), qui centralise un grand nombre de démarches en ligne (demande d'acte d'état civil, inscription sur les listes électorales, changement d'adresse) et qui a fait peau neuve le 18 juillet 2022, avec la promesse d'un site plus simple, respectueux du Design Système de l'Etat et des normes RGAA. ;
- Le site [defense.gouv.fr](https://defense.gouv.fr). Véritable vitrine des missions du ministère des armées, sa refonte graphique, éditoriale et technique s'est achevée le 15 mars 2022.

Pour mesurer le degré d'application du référentiel RGEN à une échelle plus régionale, l'audit portera sur les deux sites web suivants :

- Le site [nosemlois.fr/](https://nosemlois.fr/). Il a été dévoilé par la Région Pays de la Loire le 8 juillet 2022 et doit permettre de faciliter les recrutements pour les entreprises de la région ;
- Le site [rev3.hautsdefrance.fr](https://rev3.hautsdefrance.fr). Il appartient au Conseil régional Hauts-de-France, est décrit comme « l'étendard et le catalyseur des ambitions et actions des Hauts-de-France pour promouvoir une région plus durable », et a été créé en juillet 2022.

Pour mesurer le degré d'application du référentiel RGEN à l'échelle locale, l'audit portera sur les deux sites web suivants :

- Le site [chateilaillonplage.fr](https://chateilaillonplage.fr). Il appartient à la ville de Châteilaillon-Plage, située sur la côte Atlantique, et a été mis en ligne en mai 2022.
- Le site [boucau.fr](https://boucau.fr). Il présente notamment des informations pratiques et permet d'entrer en contact avec les services de la mairie de la ville de Boucau, située au cœur des Pyrénées Atlantique, qui a choisi de le mettre en ligne en juin 2022.

#### **d.6. Pages auditées sur chaque site ou plateforme composant le panel**

Sur chaque site ou plateforme, seront auditées les pages communes suivantes : la page d'accueil, la page présentant les actualités et la page présentant une actualité dans le détail.

Pour certaines étapes et étant donné la différence de traitement des contenus à télécharger et des formulaires, une recherche sera faite sur les sites et plateformes audités pour faire ressortir les pages offrant de télécharger un document ou de remplir un formulaire. L'audit s'effectuera alors de manière aléatoire sur l'une ou l'autre de ces pages.

#### **g. Limite du travail de recherche : un audit « simplifié » ou « allégé »**

L'audit sera réalisé à l'aide d'une méthode « simplifiée » ou « allégée ». En effet, la réalisation d'un audit plus exhaustif et qualitatif demanderait :

- De réaliser plusieurs audits, travailler par couches progressives et ainsi auditer l'ensemble des pages des sites retenus ;
- De croiser les points de vue sur la manière d'échantillonner, en consultant par exemple d'autres auditeurs mobilisés pour l'audit ou bien des auditeurs ou experts dans le domaine ;
- De répartir les thèmes à auditer le plus judicieusement possible entre différents types d'auditeurs ;

- De croiser les sources d'information en mobilisant son réseau (externe ou interne à l'organisation auditée), les audités eux-mêmes et les divers experts impliqués ;
- De prendre en compte plusieurs thématiques au travers d'un même audit et donc plusieurs référentiels, chaque thématique étant supportée par son référentiel ;
- De mobiliser différents types d'acteurs (parties prenantes) tout au long des différentes étapes de l'audit : le commanditaire de l'audit, l'audité, l'équipe d'audit et les éventuels observateurs.

Le présent audit ne peut répondre à ces critères et ainsi être reconnu comme exhaustif et suivant une méthodologie complète, puisqu'il s'inscrit dans le cadre d'un mémoire de fin d'étude, travail individuel, qui ne répond à aucune commande d'aucun organisme et comporte certains délais et contraintes qui ne permettent pas d'effectuer un tel travail.

Ainsi, un seul référentiel sera appliqué ici et une seule personne se chargera d'auditer un nombre réduit de pages à partir de ce référentiel unique.

## Partie I – Enjeux du numérique responsable dans la fonction publique

### a. A l'ère du numérique : la nécessaire transformation des services publics

Façonnés par les technologies numériques, nos sociétés et nos comportements changent. Nos attentes vis-à-vis du secteur et des services publics changent également.

Avec l'essor d'internet et des nouvelles technologies, le public a construit de nouvelles habitudes parmi lesquelles figure une certaine disponibilité de l'information. En effet, tout l'intérêt d'une information hébergée en ligne réside dans son accessibilité : elle est disponible, de partout et à toute heure.

Face à cette révolution numérique, bien présente à tous les niveaux de la sphère sociale et économique, et face aux nouvelles habitudes que cette révolution fait naître chez les usagers, l'Etat doit aujourd'hui repenser les moyens de délivrer à la fois les informations et les services aux citoyens à la lumière des outils numériques modernes.

Ainsi, on estime que les sites internet sont devenus l'un des premiers outils de communication des collectivités locales et la France occupe aujourd'hui la 13<sup>ème</sup> place au classement de la commission européenne sur la numérisation des services publics, ce qui situe le pays au-dessus de la moyenne de l'Union européenne. (Marée, 2022)

Cette transformation numérique n'est d'ailleurs pas prête de prendre fin : en 2019, 40% des grandes collectivités annonçaient avoir prévu ou initié une refonte de leur site web pour les deux prochaines années (Deljarrie, 2019). Le contexte plus récent, dont la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19, a lui-aussi participé à l'accélération de la numérisation des services publics et a mené à une promesse du président Emmanuel Macron : rendre accessible en ligne l'intégralité des services publics du quotidien.

## b. Emergence de nombreuses contradictions : entre modernisation de la fonction publique, réduction de son impact environnemental et intégration des normes d'accessibilité

Selon le site internet de la mission TECH.GOUV, la transformation numérique doit poursuivre trois ambitions majeures :

- des services publics numériques et des outils de meilleure qualité pour les Français et les agents publics ;
- une plus grande ouverture et transparence de l'action publique grâce au numérique ;
- et enfin, une souveraineté numérique renforcée.

Ainsi, en poursuivant ces trois objectifs, la mission prétend répondre à six enjeux : **simplification, inclusion, attractivité, maîtrise, économies et alliances** (*Stratégie et feuille de route 2019-2022 de TECH.GOUV*, 2021)

De prime abord, ces ambitions et objectifs font sens : la digitalisation des services publics a vocation à rendre les démarches administratives plus accessibles, moins longues (simplification) et moins contraignantes en termes de déplacements et de rendez-vous présentiels pour les territoires les moins bien desservis par les services publics (inclusion). Elle permet également d'augmenter la qualité des services (attractivité) et de développer la transversalité dans l'administration (alliances).

Cependant, lorsque la balance est faite entre bienfaits et impacts négatifs de la transformation numérique, de nombreuses contradictions apparaissent. Par exemple :

- Si la numérisation permet de ne plus avoir à se déplacer pour effectuer ses démarches, ou encore de rétablir une connexion entre les citoyens et les administrations, le défenseur des Droits souligne dans son [rapport de 2022](#) que seuls 5% des sites web publics sont accessibles aux personnes en situation de handicap et que 13 millions de personnes sont "en difficulté avec le numérique" en France. On parle aussi « d'illettrisme numérique » ou « d'illectronisme » (Grivel, 2022), un problème qui touche près de 17% des Français d'après l'INSEE et qui demande à l'Etat de mettre en place des alternatives au numérique pour les citoyens qui souhaitent faire une démarche au guichet ou bien au téléphone. (*Effets de la numérisation des services publics*, 2022)
- Si la numérisation permet de réduire certains coûts économiques et environnementaux, notamment les coûts induits par les procédures au format papier, le numérique est responsable de 2% du total des émissions de gaz à effet de serre en France (15 millions de tonnes équivalent CO<sup>2</sup>), chiffre qui pourrait croître considérablement dans les années à venir pour atteindre jusqu'à 7% de ces émissions si rien n'est fait pour réduire son impact (*Rapport d'information - Pour une transition numérique écologique*, 2020).

En fin de compte, la numérisation des services publics pousse les acteurs publics à s'essayer aux enjeux du développement durable. Ils doivent faire face aux éternels conflits entre les intérêts sociaux, économiques et environnementaux. La digitalisation du secteur public doit, en effet, permettre un développement économiquement efficace, écologiquement soutenable et socialement équitable : un défi de taille.

La difficile conciliation de ces différents aspects amène à une hiérarchisation, bien souvent au détriment des principes de préservation de l'environnement. C'est pourquoi, alors que l'économie et l'accessibilité sont aujourd'hui au cœur des pratiques numériques, le numérique responsable n'en est encore qu'au stade de projet.

On constate par exemple que la digitalisation des services publics, processus pourtant lent et qui s'effectue par étapes, intègre déjà les principes d'accessibilité. En effet, [le décret n° 2019-768](#), paru le 24 juillet 2019, prévoit qu'aucun site de l'État, nouveau ou refondu, ne soit autorisé s'il n'atteint pas 75 % de niveau de conformité au référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (RGAA). De même, lancé en juin 2019, l'Observatoire de la qualité des démarches, qui a pour but de fournir au public une analyse qualitative de 250 services publics et de suivre leurs progrès en matière de numérisation, a déjà intégré l'accessibilité comme critère de qualité : il s'agit du troisième critère (« prise en compte handicaps ») sur les huit qu'affiche la dernière édition de l'Observatoire (*Les 250 démarches phares de l'État - édition de juillet 2022, 2022*).

Enfin, remarquez que si le président Emmanuel Macron souhaitait des services publics numériques 100% accessibles à l'horizon 2022, ni lui, ni les ministères dédiés ne se sont encore risqués à appeler de leurs vœux des services publics 100% écoresponsables, ou des sites et plateformes 100% éco-conçus.

Cette mise en place plus lente, peut-être plus prudente, des pratiques écologiques au sein des administrations vient-elle plutôt d'une prise de conscience tardive des impacts écologiques du numérique ? D'une certaine difficulté (en termes de compétences mais aussi de moyens humains et financiers) à les faire appliquer dans toutes les administrations, centrales et décentralisées ? Ou bien encore d'une peur d'avoir à renoncer à certains progrès qui coûtent cher à l'environnement (par exemple, l'essor de l'audiovisuel et l'utilisation de la vidéo pour animer le web) ?

Ce sont autant de questions qu'il conviendra de garder à l'esprit lors de l'audit des six sites et plateformes (nationales, régionales et locales) de service public, réalisé dans la seconde partie du présent mémoire.

### c. Face aux données et prédictions alarmantes : le devoir d'exemplarité de l'Etat et la nécessaire mise en place de mesures à court, moyen et long termes

Plus haut, il était question de l'Etat et de sa capacité à mener à la fois la transformation numérique et la transition écologique et ainsi faire appliquer un certain nombre de bonnes pratiques, dont le référentiel RGESE, en commençant par les acteurs du service public (voir « Problématisation »). Pourquoi la priorité va-t-elle aux acteurs du service public ? Et quelles mesures a-t-on pu voir se mettre en place en ce sens jusqu'à aujourd'hui ?

Tout d'abord, l'Etat et ses administrations au sens large ont un certain devoir d'exemplarité (Deschamps, 2012). Objet de nombreuses réflexions lors du Grenelle de l'environnement du 25 octobre 2007, le ministre d'Etat de l'écologie s'était ensuite exprimé à propos de ce devoir d'exemplarité lors du Conseil des ministres du 1<sup>er</sup> octobre 2008. Il déclarait alors : « lorsqu'il impose des comportements et des règles, l'État doit être le premier à s'y soumettre pour être crédible mais aussi pour inciter l'ensemble des acteurs concernés. En s'imposant des règles pionnières de développement durable, l'État envoie un signal fort aux collectivités locales, aux entreprises et aux ménages ». En d'autres termes, l'Etat a vocation à servir de modèle et se doit d'ouvrir la marche, en appliquant les mesures et comportements à reproduire. (*Circulaire du 3 décembre 2008 relative à l'exemplarité de l'Etat au regard du développement durable dans le fonctionnement de ses services et de ses établissements publics*, 2008)

L'Etat semble aujourd'hui vouloir endosser ce rôle de pionnier et œuvrer à la mise en place de lignes directrices qui accompagneront le changement, notamment vers un numérique plus responsable. Citons, par exemple :

- La mission d'information sur l'empreinte environnementale du numérique, mise en place fin 2019 par la commission de l'aménagement du territoire et du développement durable du Sénat, qui s'est employée à

fournir un premier état des lieux de l'empreinte environnementale du numérique, évaluer les risques pour les années à venir et formuler des pistes d'action pour les politiques publiques concernées ;

- [La feuille de route du gouvernement](#), intitulée « numérique et environnement » et rendue publique par Barbara Pompili, ministre de la Transition écologique, et Cédric O, secrétaire d'État chargé de la Transition numérique et des Communications électroniques, qui fait du numérique responsable le cœur du sujet ;
- La loi visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique (REEN), officiellement promulguée le 21 novembre 2021 et qui propose une série de mesures pour favoriser un numérique sobre, responsable et écologiquement vertueux en France (limiter le renouvellement des appareils numériques, promouvoir une stratégie numérique responsable dans les territoires, etc) ;
- Et enfin, la publication, le 19 octobre 2021, du ["Référentiel général d'écoconception de services numériques \(RGESN\)"](#).

## Partie II – Hypothèses : la difficile généralisation du référentiel RGESN

### a. Une mise en place de bonnes pratiques conditionnée par l'échelle (nationale, régionale, locale) et les moyens alloués

Si, comme évoqué précédemment, les services numériques sont massivement repensés, on peut tout de même douter de l'uniformité de cette digitalisation et questionner la possibilité de faire adopter de bonnes pratiques à toutes les échelles et dans toutes les administrations.

En effet, tout comme il est possible de remarquer une certaine irrégularité des services proposés aux citoyens de manière générale, le paysage de l'internet public présente forcément de nombreux contrastes, liés au budget alloué, aux réalités humaines, à l'histoire des services et de leurs priorités, aux métiers représentés au sein des administrations, aux étapes successives de la maturation culturelle de ses acteurs, etc.

Dans la conclusion de l'étude métiers menée en 2018 par le CNFPT, on peut notamment lire : « Alors que certaines collectivités engagent de réelles transformations et anticipent, d'autres semblent seulement suivre les évolutions au 'fil de l'eau'. Rares encore sont les collectivités qui identifient l'acculturation numérique de l'ensemble de leurs agents comme un enjeu primordial de développement et comme un nécessaire investissement à moyen terme. » (*Etude métiers - Les impacts de la transition numérique sur les métiers de la fonction publique territoriale*, 2018)

Une autre étude, menée en 2018 pour l'Observatoire des politiques publiques par l'Ifop auprès de 1 500 agents de l'Etat, dénonçait déjà l'adaptation contrastée au numérique au sein des services publics. On y lit par exemple : « une personne sur 2 estime que les entreprises publiques (SNCF, EDF, La Poste, etc.) ont déjà commencé cette transformation. Viennent ensuite le secteur de la protection sociale (assurance maladie, retraite, allocations familiales, 41 %), les opérateurs publics (Caisse des dépôts, Pôle emploi, Business France, 34 %), l'État et ses administrations centrales (33 %), puis les administrations déconcentrées de l'État (préfectures, directions départementales, régionales, etc. 15 %). En revanche, les collectivités territoriales (10 %), l'éducation nationale et l'enseignement supérieur (9 %), l'hôpital (7 %) semblent accuser un certain retard en matière de transformation numérique. ». On remarque donc bel et bien un décalage entre les intentions, ou les bonnes pratiques en matière de numérique et leur mise en œuvre réelle au sein de l'État et de ses administrations. (Trilles & Chasles-Parot, 2018)

De plus, le recours à des prestataires extérieurs, pour des aspects technologiques (maintenance), graphiques (élaboration d'une charte graphique) ou de conception (réalisation technique) amène forcément à des résultats inégaux : faute de professionnels formés à ces questions en interne, les administrations se révèlent des clientes peu avisées, parfois incapables de poser les problèmes, de définir un cahier des charges ou de reconnaître une prestation

de mauvaise qualité. A cela s'ajoutent les difficultés que posent les marchés publics en termes de délais ou encore de liberté pour trouver un prestataire et/ou en changer lorsque la qualité du travail fourni est insuffisante.

Ainsi, à la question « peut-on déjà constater une généralisation des principes d'écoconception à l'ensemble des sites internet et plateformes en ligne du secteur public ? », il est tentant de répondre que les principes d'écoconception auront nécessairement du mal à se généraliser, compte tenu des disparités entre administrations centrales et administrations décentralisées, entre fonction publique d'état et fonction publique territoriale, ou plus simplement entre les différentes échelles (nationale, locale et régionale).

## **b. Un désir de captation de l'attention qui prime sur les limites et l'urgence écologiques**

Le numérique ne sert plus seulement à informer les usagers mais devient un outil de relation et de participation. Les outils et plateformes numériques, qu'ils soient sites institutionnels ou portails de services, sont construits, tout comme dans le secteur privé, de manière à :

- Capturer l'attention de l'utilisateur (en lançant par exemple une vidéo automatiquement ou en faisant défiler les nouvelles à la Une, dans un carrousel, etc) ;
- Et conserver cette attention (en instaurant des sous-titres, en proposant d'autres vidéos ou actualités en lien, etc).

Là encore, il est question de trouver un équilibre entre offrir une réponse claire et rapide aux besoins des usagers, et maximiser le temps passé par les utilisateurs sur ces sites et plateformes pour faire connaître l'offre de service, promouvoir les activités des institutions, des collectivités, etc.

A titre d'exemple et selon l'étude métiers du CNFPT, les collectivités optent souvent pour une communication bi-média (« print » et numérique) dans l'objectif de capter tous les publics : des jeunes aux publics plus éloignés du numérique grâce au maintien des productions papier, en dépit de l'impact écologique d'une telle stratégie (*Etude métiers - Les impacts de la transition numérique sur les métiers de la fonction publique territoriale*, 2018).

C'est pourquoi, face à la question « peut-on déjà constater une généralisation des principes d'écoconception à l'ensemble des sites internet et plateformes en ligne du secteur public ? », il est possible d'avancer que les administrations sont davantage tentées par les techniques de captation de l'attention des usagers que par l'application de bonnes pratiques telles que la sobriété et la définition du parcours utilisateur le plus court et efficace possible, qui figurent pourtant parmi les recommandations du référentiel RGEN.

## **Partie III – Audit de conformité au référentiel général d'écoconception de services numériques (RGEN) : analyse de 6 sites web et plateformes en ligne de service public**

### **a. Résultats de l'audit**

**Retrouvez les résultats de l'audit en annexe du présent mémoire.**

## b. Analyse des résultats de l'audit

- Dans le point **b.1**, le site nosemplois.fr (échelle régionale) ainsi que les deux sites de mairie (échelle locale) montrent une maîtrise approximative des formats d'image. Le traitement des logos est souvent problématique : vecteur de l'image de l'institution, de l'administration ou du service, ils sont parfois intégrés en png, voire en jpg, pour garantir un affichage de qualité. En d'autres termes, ces trois sites semblent considérer les logos comme des éléments à soigner. Ils n'appliquent donc pas la compression la plus haute (format svg) et font grimper le poids des pages.
- Les résultats du point **b.2.**, à savoir que seuls les sites service-public.fr (échelle nationale) et boucau.fr (échelle locale) utilisent des images aux dimensions et à la compression adaptées pour le web et la structure de leur plateforme, tendent à montrer que l'utilisation des images n'est pas encore suffisamment réfléchie. Elles sont intégrées en quantité, sans recadrage ni compression. De même, le point b.4. souligne l'utilisation d'images lourdes au sein de documents pdf disponibles en ligne et au téléchargement, parfois sans grande pertinence. Cette logique ornementale va à l'encontre de la sobriété numérique inhérente à la démarche écoresponsable et encouragée par l'Etat, notamment à travers la promotion du [Système de Design de l'État](#) qui regroupe un ensemble de composants réutilisables, permettant aux citoyens de profiter d'une cohérence graphique et d'une meilleure expérience à travers l'ensemble des sites de l'État.
- L'étude du point **b.3.** permet de s'intéresser au traitement et à la place de la vidéo sur les sites institutionnels. Étant donné que la plupart des sites et plateformes audités proposent du contenu embarqué et utilisent le player YouTube, la résolution par défaut n'est pas de la haute définition (HD) mais le choix d'en changer est laissé aux visiteurs. Seules exceptions : le site boucau.fr (échelle locale) propose parfois des vidéos hébergées sur le site en 1080p et la ville de Châtelailon propose un lien en page d'accueil, redirigeant vers 2 webcams HD, qui filment la plage en direct et 24h/24. Les bonnes pratiques en matière de vidéo pourraient donc être considérées comme moins bien intégrées par les acteurs locaux.

En ce qui concerne les points d'amélioration (**audit de progrès**) :

- Les formats Webp et Avif ne sont pas ou très peu utilisés.

## c. Comparaison des résultats d'audit avec une analyse produite par l'extension GreenIt

L'extension GreenIT-Analysis, disponible sur Chrome réunit les fonctionnalités des services en ligne EcoIndex et Ecometer. Cet outil permet donc d'analyser la page de navigation et de déterminer :

- son empreinte environnementale (gaz à effet de serre et eau) ;
- sa performance environnementale (sur une échelle de A à G) ;
- la mise en œuvre (ou pas) de 16 bonnes pratiques parmi les 115 du [référentiel de la communauté GreenIt](#).

L'utilisation de cet outil d'analyse sur les pages « Actualités » de chacun des sites composant le panel permet de mettre les résultats de l'audit en perspective et de tirer des conclusions plus éclairées. Ainsi, on constate que :

- Les sites nationaux sont respectivement classés E et D (classement de A à G). Ils présentent de nombreuses erreurs techniques (problème de cache, de domaines, de feuilles de style inline, de fichiers css et js non minifiés, etc). Quant aux contenus et aux médias, les erreurs sont moins nombreuses et moins critiques (0 images retaillées dans le navigateur, 3 images seulement à optimiser, 1 seule police de caractère spécifique)
- Le site nosemplois.fr (échelle régionale) présente le meilleur score : il est noté C en dépit des nombreuses bonnes pratiques qu'il ne respecte pas. Ce score s'explique par la taille du DOM, largement inférieure à celle des autres sites (351 contre 1240, 1176, 585, 1310 et 1198).
- Le site boucau.fr (échelle locale) est celui qui respecte le plus de bonnes pratiques, avec 15 critères validés sur 20.

## Partie V – Conclusion

Au terme de ce processus de recherche et de cet exercice d'audit, il est possible de nuancer les hypothèses formulées plus haut et d'apporter une première réponse à notre problématique : peut-on déjà constater une généralisation des principes d'écoconception à l'ensemble des sites internet et plateformes en ligne du secteur public ?

Tout d'abord, notre première hypothèse portait sur les possibles difficultés relatives aux déséquilibres entre les différentes échelles, en termes de moyens humains et financiers. Il semble toutefois, à la lumière de l'audit et de l'analyse menée à l'aide l'outil GreenIt, que les moyens alloués n'influencent aujourd'hui que peu la mise en œuvre des principes d'écoconception. Les sites nationaux comportent, par exemple, davantage d'erreurs techniques en dépit de moyens probablement suffisants pour assurer un contrôle et des interventions régulières.

Ensuite, la seconde hypothèse consistait à dire que, comme c'est souvent le cas pour les entreprises privées, les services publics désirent davantage capter, puis garder l'attention du public que fournir un service sobre et efficace. Nous soulignons lors de cette hypothèse les contradictions entre la sobriété et le retour à l'essentiel imposés par l'urgence écologique et la course à la popularité, à la modernité ou encore l'envie d'un certain retour sur investissement. Les résultats de l'audit et de l'analyse menée à l'aide de l'outil GreenIt tendent cette fois à confirmer cette hypothèse. Il semble que les sites nationaux, probablement influencés par la généralisation progressive du [Système de Design de l'État](#), adoptent pas à pas des designs plus sobres, moins chargés en contenu. En revanche, sur les sites régionaux et locaux, certaines pratiques forcent au pessimisme : le site de la mairie de Châtelailon offre notamment d'observer la plage en direct, 24h/24, *via* 2 webcams qui filment en haute définition.

En définitive, les signaux indiquant une généralisation des principaux d'écoconception à l'ensemble des services publics numériques sont faibles. Malgré l'urgence climatique, les administrations n'ont pas l'air d'endosser le rôle de "modèle", ou de "premiers de cordées" qui leur incombe et l'intégration des bonnes pratiques ou encore l'émergence d'un numérique véritablement responsable devront probablement encore attendre plusieurs (précieuses) années.

## Références (bibliographie, sitographie)

### Références liées à la méthodologie de recherche

- de Verdalle, L., Vigour, C., & Le Bianic, T. (2012). *S'inscrire dans une démarche comparative*. Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-terrains-et-travaux-2012-2-page-5.htm?contenu=article>
- Lacolare, V. (2015). *Pratiquer l'audit à valeur ajoutée*. ScholarVox Unistra. <https://unistra.scholarvox.com/catalog/book/docid/88823669?searchterm=audit%20conformité>

## Références liées au contenu du mémoire de recherche

- *Accompagner l'évolution du numérique pour réduire ses impacts environnementaux - Suivi de la Convention citoyenne pour le climat*. (2020, 21 juin). Suivi de la Convention citoyenne pour le climat. <https://www.ecologie.gouv.fr/suivi-convention-citoyenne-climat/les-mesures-pour-le-climat/produire-et-travailler/article/accompagner-l-evolution-du-numerique-pour-reduire-ses-impacts-environnementaux>
- *Bienvenue sur le nouveau site internet de votre ville - Mairie de Boucau*. (2022, 24 juin). Mairie de Boucau. <https://www.boucau.fr/actualites-generales/bienvenue-sur-le-nouveau-site-internet-de-votre-ville/>
- *Circulaire du 3 décembre 2008 relative à l'exemplarité de l'Etat au regard du développement durable dans le fonctionnement de ses services et de ses établissements publics*. (2008, décembre). Légifrance - [www.legifrance.gouv.fr](https://www.legifrance.gouv.fr). <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000020243534>
- *Découvrez le nouveau site internet rev3*. (2022, 11 juillet). Région Hauts-de-France. <https://www.hautsdefrance.fr/nouveau-site-internet-rev3/>
- Deljarrie, B. (2019, 29 octobre). *Les sites web publics et leurs prestataires : Une relation enrichissante*. Cap'Com. <https://www.cap-com.org/actualités/les-sites-web-publics-et-leurs-prestataires-une-relation-enrichissante>
- Deschamps, E. (2012, 11 janvier). *L'état exemplaire : Slogan ou nouveau principe ?* Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-francaise-d-administration-publique-2012-3-page-829.htm#no8>
- *Effets de la numérisation des services publics*. (2022). Sénat - [www.senat.fr](https://www.senat.fr). <https://www.senat.fr/questions/base/2022/qSEQ220226909.html>
- *Etude métiers - Les impacts de la transition numérique sur les métiers de la fonction publique territoriale*. (2018, juillet). Le CNFPT | Centre National de la Fonction Publique Territoriale. [https://www.cnfpt.fr/sites/default/files/13746-etude\\_numerique-v12.pdf](https://www.cnfpt.fr/sites/default/files/13746-etude_numerique-v12.pdf)
- Grivel, N. (2022, 3 mars). *Un service public numérique pour tous*. Cairn.info. <https://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2022-1-page-5.htm>
- *Le ministère des Armées lance son nouveau site internet*. (2022, 17 mars). Defense.gouv.fr. <https://www.defense.gouv.fr/actualites/ministere-armees-lance-son-nouveau-site-internet>
- Marée, C. (2022, 6 juin). *Numériques et humains ? Le grand défi des services publics*. Acteurs Publics. <https://acteurspublics.fr/articles/numeriques-et-humains-le-grand-defi-des-services-publics>

- *Pour une transition numérique écologique - Sénat.* (2020, 24 juin). <http://www.senat.fr/notice-rapport/2019/r19-555-notice.html>
- *Rapport d'information - Pour une transition numérique écologique.* (2020, 24 juin). Sénat - [www.senat.fr. https://www.senat.fr/rap/r19-555/r19-5550.html#toc0](https://www.senat.fr/rap/r19-555/r19-5550.html#toc0)
- *Référentiel général d'écoconception de services numériques (RGESN).* (2021, 19 octobre). Mission interministérielle numérique écoresponsable (MiNumEco). <https://ecoresponsable.numerique.gouv.fr/publications/referentiel-general-ecoconception/>
- *Service-Public.fr a fait peau neuve le 18 juillet 2022 !* (2022, 19 juillet). Service-public.fr. <https://www.service-public.fr/particuliers/actualites/A15794>
- *Stratégie et feuille de route 2019-2022 de TECH.GOUV.* (2021). Direction interministérielle du numérique | [numerique.gouv.fr. https://www.numerique.gouv.fr/uploads/Plaquette\\_TechGouv\\_mi2021.PDF](https://www.numerique.gouv.fr/uploads/Plaquette_TechGouv_mi2021.PDF)
- *Suivi de la Convention citoyenne pour le climat.* (2020, 21 juin). Suivi de la Convention citoyenne pour le climat. <https://www.ecologie.gouv.fr/suivi-convention-citoyenne-climat/>
- Trilles, C., & Chasles-Parot, M. (2018, juin). *Sondage exclusif acteurs publics/EY pour l'Observatoire des politiques publiques.* ActeursPublics - [www.acteurspublics.com. https://fichiers.acteurspublics.com/redac/pdf/2018/2018-06\\_EY\\_etude.pdf](https://fichiers.acteurspublics.com/redac/pdf/2018/2018-06_EY_etude.pdf)
- *Un nouveau site internet pour trouver un emploi en Pays de la Loire.* (2022, 8 juillet). France Bleu - France 3. <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/un-nouveau-site-internet-pour-trouver-un-emploi-en-pays-de-la-loire-1657289940>
- *Un nouveau site internet qui nous rapproche.* (2022, 22 mai). Ville de Châtelailon-Plage. <https://www.chatelaillonplage.fr/actualites/un-nouveau-site-internet-qui-nous-rapproche>

## Annexe 1 : Audit partiel à partir du référentiel RGESN

### a. Contrôle des aspects liés à l'interface et à l'expérience utilisateurs (UI/UX)

#### **a.1. Le service numérique comporte-il uniquement des éléments animations, vidéos et sons dont la lecture automatique est désactivée ? (point 4.2 du référentiel)**

Moyen de test • Passage de revue de chaque page et des interactions possibles.

Site audité	Page auditée	Conformité	Observations
<a href="http://service-public.fr">service-public.fr</a>	Accueil	✓	Animations en hover uniquement  Pop-in « votre site a fait peau neuve » à l'entrée sur le site  Pop-up cookies
	Les actualités	✓	Animations en hover uniquement
	Une actualité	✓	Animations en hover uniquement
<a href="http://defense.gouv.fr">defense.gouv.fr</a>	Accueil	✓	Animations en hover uniquement  Pop-up cookies
	Les actualités	✓	Animations en hover uniquement
	Une actualité	✓	Animations en hover uniquement
<a href="http://rev3.hautsdefrance.fr">rev3.hautsdefrance.fr</a>	Accueil	✓	Animations en hover uniquement  Pop-up cookies
	Les actualités	✓	Animations en hover uniquement
	Une actualité	✓	Animations en hover uniquement
<a href="http://nosemplois.fr">nosemplois.fr</a>	Accueil	✗	⚠ Défilement automatique de la liste des partenaires  Animations en hover  Pop-up cookies

	<b>Les actualités</b>	✓	Animations en hover uniquement
	<b>Une actualité</b>	✓	Animations en hover uniquement
<a href="http://chatelaillonplage.fr">chatelaillonplage.fr</a>	<b>Accueil</b>	✓	Animations en hover uniquement Animation header (scroll up) Pop-up cookies
	<b>Les actualités</b>	✓	Animations en hover uniquement
	<b>Une actualité</b>	✓	Animations en hover uniquement
<a href="http://boucau.fr">boucau.fr</a>	<b>Accueil</b>	✓	Animations en hover uniquement Animation header (scroll up) Pas de pop-up cookies
	<b>Les actualités</b>	✓	Animations en hover uniquement
	<b>Une actualité</b>	✓	Animations en hover uniquement

**a.2. Le service numérique affiche-t-il uniquement des contenus sans défilement de page infini ? (point 4.3 du référentiel)**

Moyen de test • Passage de revue de chaque page et des interactions possibles.

Site audité	Page auditée	Conformité	Observations
<a href="http://service-public.fr">service-public.fr</a>	Accueil	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
	Les actualités	✓	Pagination sur les pages « toutes les brèves » et « tous les dossiers »
	Une actualité	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
<a href="http://defense.gouv.fr">defense.gouv.fr</a>	Accueil	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
	Les actualités	✓	Pagination
	Une actualité	✓	Pagination pour défiler d'actualité en actualité
<a href="http://rev3.hautsdefrance.fr">rev3.hautsdefrance.fr</a>	Accueil	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
	Les actualités	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
	Une actualité	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
<a href="http://nosemplois.fr">nosemplois.fr</a>	Accueil	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
	Les actualités	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
	Une actualité	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
<a href="http://chatelaillonplage.fr">chatelaillonplage.fr</a>	Accueil	/	Pas de pagination, ni contenu défilant

	Les actualités	✓	Pagination et système de filtre
	Une actualité	✓	Flèches permettent d'afficher l'actualité suivante/précédente
<a href="http://boucau.fr">boucau.fr</a>	Accueil	/	Pas de pagination, ni contenu défilant
	Les actualités	✓	Système de filtre
	Une actualité	/	Pas de pagination, ni contenu défilant

## b. Contrôle des contenus

### b.1. Le service numérique utilise-t-il un format de fichier adapté au contenu et au contexte de visualisation de chaque contenu image ? (point 5.1 du référentiel)

Moyen de test • Inspection du format des images affichées dans la console

Site audité	Page	Conformité	Observations
<a href="http://service-public.fr">service-public.fr</a>	Accueil	✓	Icônes format svg Photographie/images complexes format jpg
	Les actualités	✓	Photographie/images complexes format jpg
	Une actualité	✓	Photographie/images complexes format jpg Animation (« Publicité ») format gif

<a href="https://defense.gouv.fr">defense.gouv.fr</a>	Accueil	✓	<p>Icônes format svg</p> <p>Photographie/images complexes format jpg</p> <p>⚠ Pertinence de la bannière format jpg</p> <p>⚠ Pertinence logo format png partie « Ils sont dans nos rangs »</p>
	Les actualités	✓	Photographie/images complexes format jpg
	Une actualité	✓	Photographie/images complexes format jpg
<a href="https://rev3.hautsdefrance.fr">rev3.hautsdefrance.fr</a>	Accueil	✓	<p>Icônes format svg</p> <p>Photographie/images complexes format jpg</p> <p>⚠ Pertinence du logo « Rev3 » format png</p>
	Les actualités	✓	<p>Photographie/images complexes format jpg</p> <p>⚠ Pertinence : certains visuels pourraient figurer au format png</p>
	Une actualité	✓	Photographie/images complexes format jpg
<a href="https://nosemplois.fr">nosemplois.fr</a>	Accueil	✗	<p>⚠ Logo format jpg dans le header</p> <p>⚠ Logo format png carrousel partenaires</p> <p>Photographie/images complexes format jpg</p>
	Les actualités	✓	<p>Photographie/images complexes format jpg</p> <p>⚠ Pertinence : certains visuels pourraient figurer au format png</p>

	Une actualité	✓	Photographie/images complexes format jpg
<a href="http://chatelaillonplage.fr">chatelaillonplage.fr</a>	Accueil	✗	Icônes format svg Photographie/images complexes format jpg ⚠ Pertinence : Logo format png dans le header
	Les actualités	✓	Photographie/images complexes format jpg
	Une actualité	✓	Photographie/images complexes format jpg
<a href="http://boucau.fr">boucau.fr</a>	Accueil	✗	Icônes format svg Photographie/images complexes format jpg ⚠ 9 logo partenaires format jpg
	Les actualités	✗	Photographie/images complexes format jpg ⚠ Plusieurs illustrations au format jpg plutôt que png (ex. visuel « arrosage », animation bibliothèque, etc)
	Une actualité	✓	Photographie/images complexes format jpg ⚠ Pertinence : certains visuels pourraient figurer au format png

***b.2. Le service numérique propose-t-il des contenus image dont le niveau de compression est adapté au contenu et au contexte de visualisation ? (point 5.2 du référentiel)***

Moyen de test • Outils d'analyse d'images par Cloudinary : <https://webspeedtest.cloudinary.com/> / par Imagekit.io : <https://imagekit.io/website-analyzer/>

Site audité	Page	Conformité	Observations
<a href="http://service-public.fr">service-public.fr</a>	Accueil	✓	Poids total des images 553.5KB 4 images mises à l'échelle par le navigateur
	Les actualités	✓	Poids total des images 235.4KB 3 images mises à l'échelle par le navigateur
	Actualité	✓	Poids total des images 114.2KB 0 image mises à l'échelle par le navigateur
<a href="http://defense.gouv.fr">defense.gouv.fr</a>	Accueil	✗	Poids total des images 311.8KB 18 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)
	Les actualités	✗	Poids total des images 284.4KB 10 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)
	Actualité	✓	Poids total des images 108.7KB 3 images mises à l'échelle par le navigateur
<a href="http://rev3.hautsdefrance.fr">rev3.hautsdefrance.fr</a>	Accueil	✗	Poids total des images 2.4MB 8 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)

	<b>Les actualités</b>	✗	Poids total des images 428.4KB  19 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)
	<b>Actualité</b>	✓	Poids total des images 88.2KB  2 images mises à l'échelle par le navigateur
<a href="http://nosemplois.fr">nosemplois.fr</a>	<b>Accueil</b>	✗	Poids total des images 892.3KB  47 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)
	<b>Les actualités</b>	✗	Poids total des images 477.9KB  19 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)
	<b>Actualité</b>	✓	Poids total des images 46.4KB  3 images mises à l'échelle par le navigateur
<a href="http://chatelaillonplage.fr">chatelaillonplage.fr</a>	<b>Accueil</b>	✗	Poids total des images 2.1MB  17 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)
	<b>Les actualités</b>	✓	Poids total des images 381.5KB  9 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)



	<b>Actualité</b>	✗	Poids total des images 235.7KB  5 images mises à l'échelle par le navigateur pour s'adapter à la structure (surutilisation CPU/bande passante)
<a href="http://boucau.fr">boucau.fr</a>	<b>Accueil</b>	✓	Poids total des images 1MB  1 image mises à l'échelle par le navigateur
	<b>Actualités</b>	✓	Poids total des images 136.8KB  1 image mises à l'échelle par le navigateur
	<b>Une actualité</b>	✓	Poids total des images 52.9KB  1 image mises à l'échelle par le navigateur

***b.3. Le service numérique utilise-t-il un format de fichier adapté au contenu et au contexte de visualisation pour chaque contenu vidéo ? (point 5.3 du référentiel)***

Moyen de test • Lecture des vidéos sur différents appareils (desktop et mobile)

Site audité	Page	Conformité	Observations
<a href="http://service-public.fr">service-public.fr</a>	<b>Accueil</b>	/	Aucun contenu vidéo
	<b>Les actualités</b>	/	Aucun contenu vidéo
	<b>Actualité</b>	✓	Vidéo hébergée sur Youtube, définition par défaut 480p sur mobile et desktop

			⚠️ HD 1080p disponible même sur mobile
<a href="https://defense.gouv.fr">defense.gouv.fr</a>	Accueil	✓	Vidéo hébergée sur Youtube, définition par défaut 480p sur mobile et desktop  ⚠️ HD 1080p disponible même sur mobile
	Les actualités	/	Aucun contenu vidéo
	Actualité	✓	Vidéo hébergée sur Youtube, définition par défaut 480p sur mobile et desktop  ⚠️ HD 1080p disponible même sur mobile
<a href="https://rev3.hautsdefrance.fr">rev3.hautsdefrance.fr</a>	Accueil	✗	Vidéo directement intégrée en HD 720p  ⚠️ Aucun choix de définition, impossible de la réduire
	Les actualités	/	Aucun contenu vidéo
	Actualité	/	Aucun contenu vidéo
nosemplois.fr	Accueil	✓	Vidéo hébergée sur Youtube, définition par défaut 480p (mobile), 360p (desktop) et 1080p (full screen)  ⚠️ HD 1080p disponible même sur mobile
	Les actualités	/	Aucun contenu vidéo
	Actualité	/	Aucun contenu vidéo
<a href="https://chateilaillonplage.fr">chateilaillonplage.fr</a>	Accueil	✗	⚠️ Lien vers 2 webcams HD, vidéo en direct 24h/24

	Les actualités	/	Aucun contenu vidéo
	Actualité	✓	Vidéo hébergée sur Youtube, définition par défaut 480p (mobile) et 720p (desktop)  HD 1080p disponible même sur mobile
<a href="http://boucau.fr">boucau.fr</a>	Accueil	/	Aucun contenu vidéo
	Actualités	/	Aucun contenu vidéo
	Une actualité	✗	 Lancement en HD 1080p, même sur mobile

***b.4. Le service numérique utilise-t-il un format de fichier adapté au contenu et au contexte d'utilisation pour chaque contenu document ? (point 5.7 du référentiel)***

Moyen de test • Analyse de la résolution grâce à l'outil : <http://pdf-analyser.edpsciences.org>

Site audité	Page	Conformité	Observations
<a href="http://service-public.fr">service-public.fr</a>	Aucun document téléchargeable	/	/
<a href="http://defense.gouv.fr">defense.gouv.fr</a>	<a href="#">Plaquette présentation (PDF)</a>	✓	Visuels en 300 et 301 dpi  Document de présentation, utilisation d'images HD pertinente (impression possible)
	<a href="#">Questionnaire de santé (PDF) à télécharger ici</a>	✗	Présence de logos en 220 dpi

			⚠ Pertinence de la HD pour un formulaire à remplir, non-destiné à impression
<a href="http://rev3.hautsdefrance.fr">rev3.hautsdefrance.fr</a>	<a href="#">Communiqué de presse (PDF) à télécharger ici</a>	✗	Présence de logos en 200 dpi ⚠ Pertinence de la HD pour ce document plutôt destiné à être consulté en ligne
	<a href="#">Présentation de Rev3Capital (PDF) à télécharger ici</a>	✗	Présence de logos en 200 dpi ⚠ Pertinence de la HD pour ce document plutôt destiné à être consulté en ligne
nosemplois.fr	Aucun document téléchargeable	/	/
<a href="http://chatelaillonplage.fr">chatelaillonplage.fr</a>	<a href="#">Fiche inscription (PDF) disponible ici</a>	✓	Seulement 2 logos, vocation à être imprimée, l'un des logos est en 79 dpi ⚠ Pertinence de la HD (220 DPI) pour logo de la ville
	<a href="#">Fiche de synthèse (PDF) disponible ici</a>	✗	Résolution entre 121 et 222 dpi ⚠ Pertinence de la HD (222 DPI) pour logo de la ville ⚠ Le documentation n'a pas besoin d'être imprimé
<a href="http://boucau.fr">boucau.fr</a>	<a href="#">Menu cantine (PDF) disponible ici</a>	✗	Résolution entre 81 et 220 dpi ⚠ Pertinence de la HD (200 DPI et plus) pour certains logos

	<a href="#">Collecte des déchets verts (PDF) disponible ici</a>	✗	<p>⚠ Logo de la ville 391 dpi et plan de la ville 368 dpi</p> <p>⚠ Pertinence de la HD, aucune nécessité d'imprimer le document ici</p>
--	---	---	---

## Annexe 2 : Résultats de l'analyse menée par l'extension GreenIt-Analysis sur les pages « Actualités »

### a. Résultats pour le site service-public.fr (échelle nationale)

EcoIndex <span>E</span>		
EcoIndex	Eau (cl)	GES (gCO2e)
29.69	3.61	2.41
Nombre de requêtes	Taille de la page (Ko)	Taille du DOM
69	2040 (1089)	1240
Bonnes pratiques		
Ajouter des expires ou cache-control headers	✗ 57 / 63 ressources cachées ....	
Compresser les ressources (>= 95%)	✓ 100% ressources compressées	
Limiter le nombre de domaines (<6)	✗ 6 domaine(s) trouvé(s) ....	
Ne pas retailler les images dans le navigateur	✓ 0 image(s) retaillée(s) dans le navigateur	
Externaliser les css et les js	✗ 5 inline stylesheet(s) et inline javascript(s)	
Éviter les requêtes en erreur	✓ 0 erreur(s) HTTP	
Limiter le nombre de requêtes HTTP (<27)	✗ 69 requête(s) HTTP ....	
Ne télécharger pas des images inutilement	✗ 1 image(s) téléchargée(s) mais non affichée(s) dans la page ....	
Valider le javascript	✓ Javascript validé	
Taille maximum des cookies par domaine(<512 Octets)	✗ Taille maximum = 750 Octets ....	
Minifier les css et js	✗ 5/44 css or js non minifiés ....	
Pas de cookie pour les ressources statiques	✗ 7 ressource(s) statiques avec un cookie (Au total 5.3Ko) ....	
Éviter les redirections	✓ 0 redirection(s)	
Optimiser les images bitmap	✓ Pas d'images bitmap à optimiser	
Optimiser les images svg	✗ 3 image(s) à optimiser ....	
Ne pas utiliser de plugins	✓ Aucun plugin	
Fournir une print css	✗ Pas de print css	
N'utilisez pas les boutons standards des réseaux sociaux	✓ Pas de bouton standard de réseau social trouvé	
Limiter le nombre de fichiers css (<=10)	✓ Pas plus de 7 fichiers css ....	
Privilégier HTTP/2 à HTTP/1	✓ 0/69 ressources utilisant HTTP/1	
Utiliser des polices de caractères standards	✓ 1 police(s) de caractères spécifique(s) ....	

## b. Résultats pour le site defense.gouv.fr (échelle nationale)

EcoIndex <span>D</span>		
EcoIndex	Eau (cl)	GES (gCO2e)
41.82	3.25	2.16
Nombre de requêtes	Taille de la page (Ko)	Taille du DOM
25	1640 (1721)	1176
Bonnes pratiques		
Ajouter des expires ou cache-control headers	✗ 22 / 23 ressources cachées ....	
Compresser les ressources (>= 95%)	✓ 100% ressources compressées	
Limiter le nombre de domaines (<6)	✓ 3 domaine(s) trouvé(s) ....	
Ne pas retailler les images dans le navigateur	✗ 5 image(s) retaillée(s) dans le navigateur ....	
Externaliser les css et les js	✗ 4 inline stylesheet(s) et inline javascript(s)	
Eviter les requêtes en erreur	✓ 0 erreur(s) HTTP	
Limiter le nombre de requêtes HTTP (<27)	✓ 25 requête(s) HTTP ....	
Ne télécharger pas des images inutilement	✓ 0 image(s) téléchargée(s) mais non affichée(s) dans la page	
Valider le javascript	✗ 9 erreur(s) javascript ....	
Taille maximum des cookies par domaine(<512 Octets)	✗ Taille maximum = 679 Octets ....	
Minifier les css et js	✗ 1/12 css or js non minifiés ....	
Pas de cookie pour les ressources statiques	✗ 9 ressource(s) statiques avec un cookie (Au total 6.2Ko) ....	
Eviter les redirections	✓ 1 redirection(s) ....	
Optimiser les images bitmap	✗ 1 image(s) à probablement optimiser, gain minimum estimé: 13 Ko ....	
Optimiser les images svg	✗ 1 image(s) à optimiser ....	
Ne pas utiliser de plugins	✓ Aucun plugin	
Fournir une print css	✗ Pas de print css	
N'utilisez pas les boutons standards des réseaux sociaux	✓ Pas de bouton standard de réseau social trouvé	
Limiter le nombre de fichiers css (<=10)	✓ Pas plus de 7 fichiers css ....	
Privilégier HTTP/2 à HTTP/1	✗ 23/25 ressources utilisant HTTP/1 ....	
Utiliser des polices de caractères standards	✗ 3 police(s) de caractères spécifique(s) ....	

## c. Résultats pour le site nosemplois.fr (échelle régionale)

EcoIndex <span>C</span>		
EcoIndex	Eau (cl)	GES (gCO2e)
56.70	2.80	1.87
Nombre de requêtes	Taille de la page (Ko)	Taille du DOM
50	3424 (967)	351
Bonnes pratiques		
Ajouter des expires ou cache-control headers	✗ 46 / 47 ressources cachées ....	
Compresser les ressources (>= 95%)	✓ 100% ressources compressées	
Limiter le nombre de domaines (<6)	✗ 7 domaine(s) trouvé(s) ....	
Ne pas retailler les images dans le navigateur	✗ 8 image(s) retaillée(s) dans le navigateur ....	
Externaliser les css et les js	✗ 25 inline stylesheet(s) et inline javascript(s)	
Eviter les requêtes en erreur	✓ 0 erreur(s) HTTP	
Limiter le nombre de requêtes HTTP (<27)	✗ 50 requête(s) HTTP ....	
Ne télécharger pas des images inutilement	✓ 0 image(s) téléchargée(s) mais non affichée(s) dans la page	
Valider le javascript	✗ 1 erreur(s) javascript ....	
Taille maximum des cookies par domaine(<512 Octets)	✗ Taille maximum = 587 Octets ....	
Minifier les css et js	✗ 4/29 css or js non minifiés ....	
Pas de cookie pour les ressources statiques	✗ 5 ressource(s) statiques avec un cookie (Au total 2.8Ko) ....	
Eviter les redirections	✓ 0 redirection(s)	
Optimiser les images bitmap	✗ 3 image(s) à probablement optimiser, gain minimum estimé: 41 Ko ....	
Optimiser les images svg	✗ 1 image(s) à optimiser ....	
Ne pas utiliser de plugins	✓ Aucun plugin	
Fournir une print css	✗ Pas de print css	
N'utilisez pas les boutons standards des réseaux sociaux	✓ Pas de bouton standard de réseau social trouvé	
Limiter le nombre de fichiers css (<=10)	✓ Pas plus de 7 fichiers css ....	
Privilégier HTTP/2 à HTTP/1	✗ 26/50 ressources utilisant HTTP/1 ....	
Utiliser des polices de caractères standards	✗ 4 police(s) de caractères spécifique(s) ....	

## d. Résultats pour le site rev.3hautsdefrance.fr (échelle régionale)

EcoIndex <span>D</span>		
EcoIndex	Eau (cl)	GES (gCO2e)
38.32	3.35	2.23
Nombre de requêtes	Taille de la page (Ko)	Taille du DOM
90	3373 (2257)	585
Bonnes pratiques		
Ajouter des expires ou cache-control headers	✗ 74 / 78 ressources cachées ....	
Compresser les ressources (>= 95%)	✓ 100% ressources compressées	
Limiter le nombre de domaines (<6)	✗ 6 domaine(s) trouvé(s) ....	
Ne pas retailer les images dans le navigateur	✗ 20 image(s) retaillée(s) dans le navigateur ....	
Externaliser les css et les js	✗ 13 inline stylesheet(s) et inline javascript(s)	
Eviter les requêtes en erreur	✓ 0 erreur(s) HTTP	
Limiter le nombre de requêtes HTTP (<27)	✗ 90 requête(s) HTTP ....	
Ne télécharger pas des images inutilement	✗ 2 image(s) téléchargée(s) mais non affichée(s) dans la page ....	
Valider le javascript	✗ 1 erreur(s) javascript ....	
Taille maximum des cookies par domaine(<512 Octets)	✓ Taille maximum = 189 Octets ....	
Minifier les css et js	✗ 5/40 css or js non minifiés ....	
Pas de cookie pour les ressources statiques	✗ 23 ressource(s) statiques avec un cookie (Au total 3.6Ko) ....	
Eviter les redirections	✓ 0 redirection(s)	
Optimiser les images bitmap	✗ 11 image(s) à probablement optimiser, gain minimum estimé: 547 Ko ....	
Optimiser les images svg	✗ 2 image(s) à optimiser ....	
Ne pas utiliser de plugins	✓ Aucun plugin	
Fournir une print css	✗ Pas de print css	
N'utilisez pas les boutons standards des réseaux sociaux	✓ Pas de bouton standard de réseau social trouvé	
Limiter le nombre de fichiers css (<=10)	✗ 27 fichiers css ....	
Privilégier HTTP/2 à HTTP/1	✗ 5/90 ressources utilisant HTTP/1 ....	
Utiliser des polices de caractères standards	✓ Pas de polices de caractères spécifiques	

## e. Résultats pour le site chatellaillonplage.fr (échelle locale)

EcoIndex <span>E</span>		
EcoIndex	Eau (cl)	GES (gCO2e)
29.14	3.63	2.42
Nombre de requêtes	Taille de la page (Ko)	Taille du DOM
59	2964 (1919)	1310
Bonnes pratiques		
Ajouter des expires ou cache-control headers	✗ 32 / 57 ressources cachées ....	
Compresser les ressources (>= 95%)	✓ 100% ressources compressées ....	
Limiter le nombre de domaines (<6)	✗ 8 domaine(s) trouvé(s) ....	
Ne pas retailer les images dans le navigateur	✗ 9 image(s) retaillée(s) dans le navigateur ....	
Externaliser les css et les js	✗ 7 inline stylesheet(s) et inline javascript(s)	
Eviter les requêtes en erreur	✓ 0 erreur(s) HTTP	
Limiter le nombre de requêtes HTTP (<27)	✗ 59 requête(s) HTTP ....	
Ne télécharger pas des images inutilement	✗ 1 image(s) téléchargée(s) mais non affichée(s) dans la page ....	
Valider le javascript	✗ 1 erreur(s) javascript ....	
Taille maximum des cookies par domaine(<512 Octets)	✓ Taille maximum = 257 Octets ....	
Minifier les css et js	✗ 7/20 css or js non minifiés ....	
Pas de cookie pour les ressources statiques	✗ 11 ressource(s) statiques avec un cookie (Au total 2.8Ko) ....	
Eviter les redirections	✓ 0 redirection(s)	
Optimiser les images bitmap	✓ Pas d'images bitmap à optimiser	
Optimiser les images svg	✗ 1 image(s) à optimiser ....	
Ne pas utiliser de plugins	✓ Aucun plugin	
Fournir une print css	✓ 1 print css	
N'utilisez pas les boutons standards des réseaux sociaux	✓ Pas de bouton standard de réseau social trouvé	
Limiter le nombre de fichiers css (<=10)	✓ Pas plus de 7 fichiers css ....	
Privilégier HTTP/2 à HTTP/1	✓ 0/59 ressources utilisant HTTP/1	
Utiliser des polices de caractères standards	✗ 14 police(s) de caractères spécifique(s) ....	

## f. Résultats pour le site boucau.fr (échelle locale)

EcoIndex D

EcoIndex  
49.06

Eau (cl)  
3.03

GES (gCO2e)  
2.02

Nombre de requêtes  
22

Taille de la page (Ko)  
224 (916)

Taille du DOM  
1198

### Bonnes pratiques

Ajouter des expires ou cache-control headers  
Compresser les ressources (>= 95%)  
Limiter le nombre de domaines (<6)  
Ne pas retailler les images dans le navigateur  
Externaliser les css et les js  
Eviter les requêtes en erreur  
Limiter le nombre de requêtes HTTP (<27)  
Ne télécharger pas des images inutilement  
Valider le javascript  
Taille maximum des cookies par domaine(<512 Octets)  
Minifier les css et js  
Pas de cookie pour les ressources statiques  
Eviter les redirections  
Optimiser les images bitmap  
Optimiser les images svg  
Ne pas utiliser de plugins  
Fournir une print css  
N'utilisez pas les boutons standards des réseaux sociaux  
Limiter le nombre de fichiers css (<=10)  
Privilégier HTTP/2 à HTTP/1  
Utiliser des polices de caractères standards

✗ 8 / 15 ressources cachées ....  
✓ 100% ressources compressées  
✓ 1 domaine(s) trouvé(s) ....  
✗ 14 image(s) retaillée(s) dans le navigateur ....  
✗ 5 inline stylesheet(s) et inline javascript(s)  
✓ 0 erreur(s) HTTP  
✓ 22 requête(s) HTTP ....  
✓ 0 image(s) téléchargée(s) mais non affichée(s) dans la page  
✗ 1 erreur(s) javascript ....  
✓ Pas de cookies  
✗ 1/8 css or js non minifiés ....  
✓ Aucun cookie  
✓ 0 redirection(s)  
✓ Pas d'images bitmap à optimiser  
✗ 2 image(s) à optimiser ....  
✓ Aucun plugin  
✓ 1 print css  
✓ Pas de bouton standard de réseau social trouvé  
✓ Pas plus de 7 fichiers css ....  
✓ 0/22 ressources utilisant HTTP/1  
✓ Pas de polices de caractères spécifiques