

# C

# Public

LE CDG59 PLUS QU'UNE INSTITUTION VOTRE PARTENAIRE

*Le nouveau  
site du CdG59  
bientôt  
en ligne*



## Collectivités : tout savoir sur la création ou la refonte de votre site internet

À retenir > P. 7

**Pourquoi créer ou refondre le site internet de votre collectivité**

Vie publique > P. 14

**Le cahier des charges : la base de référence entre la collectivité et le prestataire**

Fiche pratique > P. 16

**Synthèse des bonnes pratiques pour un site internet conforme**



## En 2 mots



Marc **GODEFROY**

Président du Cdg59  
Conseiller départemental du Nord

**Le développement constant du numérique a profondément modifié les modes de communication dans nos établissements, et changé les organisations de travail de tous les métiers de la fonction publique territoriale.**

C'est probablement l'un des changements les plus marquants de ces dernières années... et assurément celui des années qui viennent. C'est pourquoi j'ai souhaité que notre site internet soit totalement refondu, imaginé différemment, enrichi, développé, afin d'en faire un outil encore plus efficace.

Ce numéro vous le fait découvrir !

### LE ZOOM

#### CREATIC, UN SERVICE DU CDG59 DÉDIÉ À L'ADMINISTRATION NUMÉRIQUE



Créé en 2006 à l'initiative du Cdg59, le Centre de Ressources d'E-Administration et des Technologies de l'Information et de la Communication (Cre@tic) accompagne les collectivités du territoire départemental par des actions de sensibilisation aux enjeux du numérique, de dotation d'outils logiciels, d'organisation de groupements de commandes mais surtout d'accompagnement des agents au quotidien.

**“ Sécurité des systèmes d'information, dématérialisation, conseil et assistance : [www.creatic.fr](http://www.creatic.fr) ”**

A ce jour, plus de 750 collectivités territoriales font confiance au Cdg59 pour la mise en œuvre, la gestion et l'assistance de solutions de dématérialisation leur permettant de progresser dans l'administration électronique de leur structure tout en se conformant aux exigences réglementaires et aux évolutions technologiques tout en bénéficiant des gains de productivité induits. Cre@tic propose également aux administrations locales de développer, remettre à niveau ou consolider la sécurité de leurs systèmes d'information via des prestations adaptées afin de répondre aux exigences de stabilité et de pérennité de leur environnement informationnel et informatique.



Page 6

Page 13

Page 18

## INCONTOURNABLES

### RÉGLEMENTATION

#### 4 NUMÉRIQUE ET RÉSEAUX SOCIAUX,

La génération Z arrive et bouleverse le monde du travail

### À RETENIR

#### 6 SERVICES PUBLICS CONNECTÉS

Pourquoi créer ou refondre le site internet de votre collectivité ?

#### 7 EN MOUVEMENT

Nouveaux Maires

### DOSSIER

#### 8 DÉCOUVREZ LES COULISSES D'UNE TRANSFORMATION RÉFLÉCHIE ET RÉUSSIE

Le CdG59 modernise son site internet

## REPÈRES

### VIE PUBLIQUE

#### 11 CRÉATION OU REFONTE DE VOTRE SITE INTERNET

Quel accompagnement ?

#### 11 EN MOUVEMENT

Nouveaux DGS/DGA

#### 12 LES MOYENS À METTRE EN ŒUVRE

Pour la refonte ou la création d'un site

#### 13 ALIMENTER UN SITE INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX :

Des compétences bien spécifiques

#### 14 LE CAHIER DES CHARGES

La base de référence entre la collectivité et le prestataire

## C PRATIQUE

### LE POINT SUR...

#### 16 SYNTHÈSE DES BONNES PRATIQUES POUR UN SITE INTERNET CONFORME

- 1 - Le Règlement Général sur la Protection des Données – RGPD
- 2 - La Saisine par Voie Electronique – SVE
- 3 - L'accessibilité numérique des sites internet
- 4 - L'ouverture des données publiques (OPEN DATA)

### FICHE PRATIQUE

#### 18 RENFORCER L'ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE AVEC LE FIPHP

### CULTURE

#### 19 À LIRE

Le big data des territoires

Mettre en œuvre le RGPD dans les collectivités

Utiliser les réseaux sociaux dans la fonction publique territoriale

Open Data – ouverture, exploitation, valorisation des données publiques

#### 19 ÉVÉNEMENTS

Forum numérique des collectivités locales : 4<sup>ème</sup> édition

#### 19 SUR LE WEB

CNIL

CNED

### Magazine d'information

du Centre de gestion de la Fonction Publique Territoriale du Nord  
14 rue Jeanne Maillote - CS 71222 - 59013 Lille cedex

- **Téléphone :** 03 59 56 88 00
- **Courriel :** communication@cdg59.fr

• **Site internet :** www.cdg59.fr

• **Directeur de la publication :** Marc GODEFROY

• **Rédacteur en chef :** Roger VICOT

• **Comité de rédaction :** les directions du Centre de gestion de la Fonction Publique Territoriale du Nord



- **Photos :** communication CdG59 - Fotolia - iStock
- **Réalisation et impression :** SPID COM
- **Conception :** SPID COM
- **Dépôt légal :** Novembre 2018
- **ISSN :** 1964-5457
- **Tirage :** 3 800 exemplaires - Magazine trimestriel gratuit

Numérique et réseaux sociaux,

# La génération Z arrive et bouleverse

**En 2016, à l'échelle mondiale, 40% des entreprises ont connu des difficultés de recrutement (enquête Manpower). Dans le secteur public, des métiers d'expertise dans les domaines de l'informatique, la communication, la comptabilité, la paie, ou encore l'urbanisme... sont identifiés en tension.**

L'heure du numérique nous met face à de nouveaux besoins en termes de compétences : développement des projets et systèmes d'informations numériques, développement de la communication numérique à destination des citoyens et usagers, évolution des métiers de l'accueil et de gestion administrative des demandes qui aujourd'hui se font aussi via une interface informatique... Parallèlement à ces nouveaux besoins, la difficulté d'y répondre et d'attirer de nouveaux talents, arrivent sur le marché du travail les web natis, ultraconnectés et en quête de sens. **De fait, attirer et recruter cette génération est un enjeu RH majeur.**

→ **POUR POUVOIR RECRUTER CES NOUVEAUX TALENTS, IL FAUT LES SÉDUIRE :**

Le rapport au travail est désormais modifié pour cette génération. Il n'est plus de mise de tout sacrifier pour avoir ou garder un emploi. Les périodes d'inactivité ne font plus peur. Ces jeunes

travailleurs privilégient la flexibilité au salaire et l'équilibre de vie à la performance. **Charge à nous de pouvoir leur proposer des conditions de travail attrayantes** : possibilité d'assouplir les horaires, de travailler à distance, d'être accueillis dans un environnement convivial (autant physiquement qu'en terme d'ambiance de travail), avec un accès efficace au wifi...

En terme d'objectifs et d'évolution professionnelle, le « zapping » d'un employeur à l'autre ou d'une mission à l'autre est perçu comme dynamisant et motivant. Le pire ennemi est l'ennui car ils aiment le défi, le challenge. Il faut donc savoir jouer avec leur curiosité, leur capacité d'apprendre rapidement en travaillant, leur offrir une organisation leur permettant d'avoir une vraie place dans l'équipe et une position multitâches avec des missions et des objectifs qui varient.

Avec des techniques qui évoluent très vite, une disponibilité permanente de l'information et des moyens de communication de plus en plus nombreux et instantanés, ce qui va séduire et être proposé en terme de candidature au recrutement sera plutôt tourné vers **les compétences transversales et humaines**, les « softskills » : **ouverture d'esprit, rapidité d'apprentissage, positivité**. Les « hardskills », compétences techniques, regardées et recherchées au recrutement, peuvent être vite obsolètes et ne suffisent pas en soi.

→ **MANAGER ET FIDÉLISER LA GÉNÉRATION Z, FAIRE AUTREMENT SANSTOUT BOULEVERSER ?**

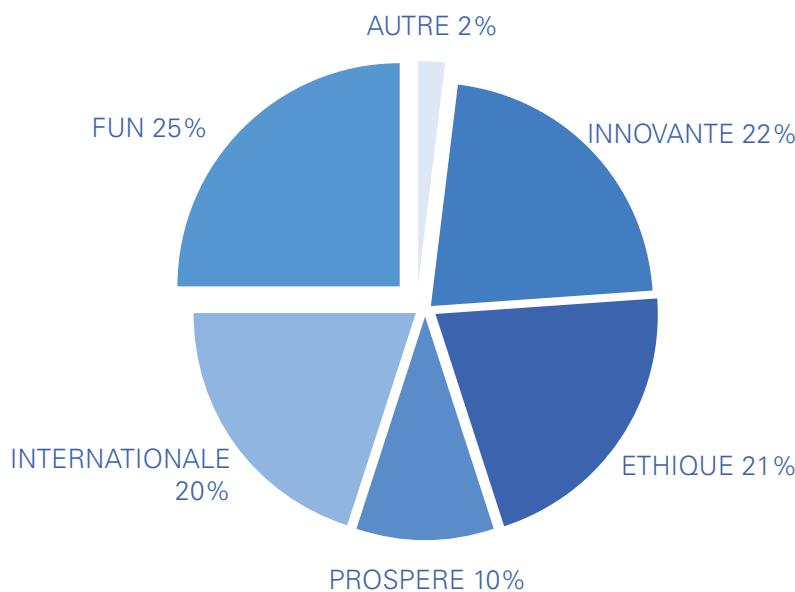
Décrise comme « rebelle », cette nouvelle génération a surtout **besoin de sens, d'adhésion aux valeurs sociales et éthiques portées, et d'être acteur des développements** et des choix... Se contenter de donner des ordres ne fonctionne plus...



La génération Z est en quête de plaisir au travail, d'innovation et sensible aux valeurs sociales et éthiques véhiculées par la structure qui l'emploie. S'amuser au travail ou travailler chez soi entre dans la culture d'objectifs à atteindre, dans des conditions de bien-être et de souplesse des organisations.

# Qui bouleverse le monde du travail

## A POSTE ÉGAL, LA GÉNÉRATION Z CHOISIRA L'ENTREPRISE LA PLUS :



### ► Organiser l'autonomie et la souplesse dans un système valorisant

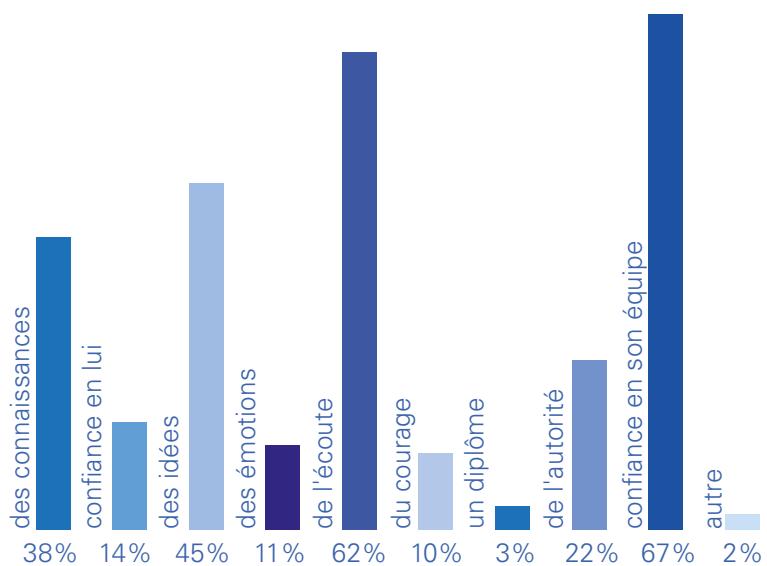
Cette génération, née avec les réseaux sociaux, est socialement très active. Elle est décrite comme « conso-constructive », elle privilégie et recherche les démarches d'**intelligence collective et transversales**, en ayant le besoin de se sentir utile. Casser les codes, décloisonner, instaurer un système de confiance, être vigilent aux conditions de travail sous toutes ses formes (environnement physique et fonctionnement) sont d'ores et déjà les axes de travail que nous devons mettre en œuvre dans la gestion des équipes. Comme tout collaborateur, nos jeunes recrues sont et seront fidélisées par la reconnaissance de leur valeur. Bien plus que la reconnaissance financière, c'est la reconnaissance sociale et collaborative qui les fidélisera.

**Ainsi, l'organisation et le rôle du manager sont bousculés.**

### ► Etre un manager coach

Le cadre hiérarchique se modifie, on s'impose à l'équipe en étant à ses côtés plutôt qu'au-dessus d'elle. Il faut accompagner et aider à progresser, à se former, par des échanges simples et fréquents. La notion de proximité est essentielle. Cela interroge notamment sur les dispositifs d'évaluation professionnelle. Pour de nombreuses entreprises, le suivi de l'activité professionnelle est régulier, chaque mois, chaque trimestre et se fait via de nouveaux outils plus interactifs et instantanés. Des moments d'échanges moins formels dans des espaces de partage favorisent la communication.

## POUR LA GÉNÉRATION Z, UN BON PATRON A ...



Enquête réalisée via un questionnaire envoyé sur les réseaux sociaux à 3 200 jeunes de 15 à 20 ans. 66 % sont étudiants, 27 % lycéens et 43 % n'ont pas d'expérience professionnelle.

**SERVICES PUBLICS CONNECTÉS**

# Pourquoi créer ou refondre le site internet

**Donner de la visibilité à sa commune, offrir une complémentarité aux moyens de communication existants, créer davantage de lien avec la population, ...**  
**Aujourd'hui lancer ou moderniser son projet de site internet constitue une évidence pour bon nombre de collectivités.**



Quelles sont les motivations autour de ce projet ? Quels sont les bénéfices attendus autour de ces outils, sites internet, réseaux sociaux ... très utilisés par les habitants ?

## → SOIGNER SA PRÉSENCE SUR INTERNET, C'EST RÉPONDRE AUX ATTENTES DES USAGERS

Selon le baromètre du numérique 2017 publié par l'ARCEP, le CGE et l'Agence du Numérique (version 2018 à paraître) et réalisé par le CREDOC, 73% des français possèdent un smartphone et 42% d'entre eux l'utilisent pour se connecter à internet (contre 38% avec un ordinateur).

Réseaux sociaux, jeux en ligne, consultation de vidéos, achats sur internet, etc. les usages des français sont de plus en plus « mobiles » et la démocratisation des smartphones a largement amplifié le phénomène. En 2017, 100% des 12 / 39 ans sont internautes ! **La recherche d'informations locales, pratiques, administratives se fait**

## essentiellement par internet et les réseaux sociaux.

Les collectivités doivent donc soigner leurs présence en ligne, et avoir conscience que le modèle s'est inversé : le citoyen consulte principalement son smartphone à la recherche d'une information. Le site internet doit donc répondre aux règles du «responsive design» : s'adapter parfaitement à tous les supports et tous les affichages via une navigation simplifiée et intuitive. Les usagers attendent de pouvoir trouver rapidement et simplement l'information, à l'instant et en mobilité. Ils veulent pouvoir également la partager et la diffuser au sein de « communautés virtuelles » à l'aide de passerelles entre site internet et réseaux sociaux.

## → L'IMAGE DE LA COLLECTIVITÉ PASSE EN (GRANDE) PARTIE PAR INTERNET

Le site internet d'une collectivité est donc indispensable aujourd'hui pour répondre

aux besoins et aux nouveaux usages des citoyens. L'expérience vécue par l'usager lors de sa visite doit être qualitative. Selon Myriam Limpens et Mariane Thorel qui ont piloté le projet de refonte du site de la Ville de Tourcoing : « Le site internet d'une ville doit être à la hauteur des services que la Ville rend à ses habitants ».

Nouvel espace de réactivité et de spontanéité avec le citoyen, le site internet d'une collectivité doit lui **permettre de réaliser un maximum de démarches administratives avec un minimum de contraintes** : moins de déplacements pour l'administré, un temps de réponse et d'attente réduit, des demandes suivies au jour le jour, la possibilité de s'affranchir des horaires d'ouverture des services administratifs et d'effectuer ses démarches quand bon lui semble. L'enjeu de notoriété d'une collectivité et de ses services est intimement lié à l'efficience de son administration numérique.

Afin d'assurer cette réactivité, le site internet doit par conséquent permettre

# Internet de votre collectivité ?

EN MOUVEMENT

aux services communaux de diffuser simplement et rapidement de l'information ou des réponses aux questions des administrés. Pour y parvenir, des solutions existent : interfaces de gestion (appelés CMS), formulaires en ligne avec suivi et validation des demandes, connexions avec les logiciels métiers, ... autant de fonctionnalités qu'il conviendra de prévoir dans son projet.

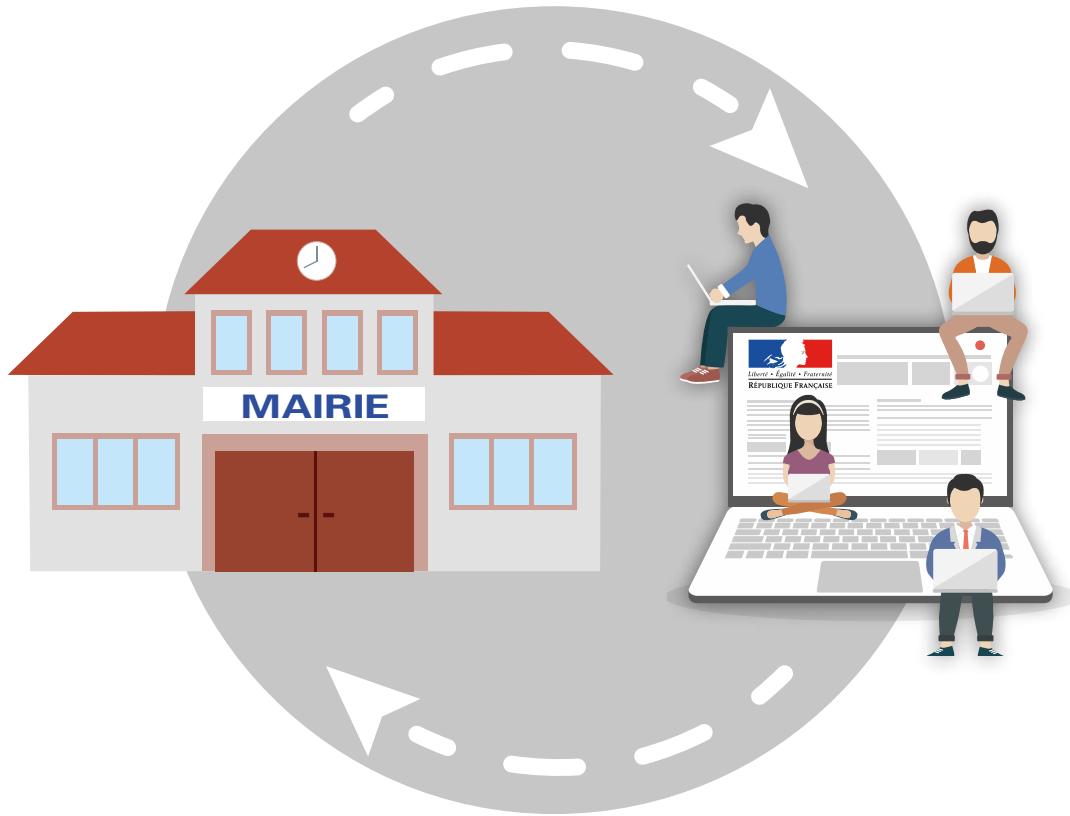
→ **LE SITE INTERNET : PIÈCE MAÎTRESSE DE VOTRE « MARKETING TERRITORIAL »**

Par ses possibilités de communiquer largement et d'informer en ciblant mieux les publics, le site internet est une pièce incontournable de la stratégie de marketing territorial, permettant ainsi

aux collectivités de mettre en avant leurs actions, de développer leur image et par conséquent l'attractivité de leur territoire.

Le site internet offre une visibilité permanente pour la commune dont l'image est systématiquement associée à la qualité de sa représentation sur internet. Les habitants se l'approprient, la développent par le biais des réseaux sociaux contribuant ainsi à créer un sentiment collectif d'appartenance à sa commune ou à son territoire. ■

**“ Le site internet n'est plus un simple moyen d'information mais un outil de concertation et de démocratie locale. ”**



## NOUVEAUX MAIRES



→ **HAUSSY**

**Jean-Marc BOUCLY**, précédemment 1<sup>er</sup> adjoint délégué aux finances et aux travaux, a été élu maire le 23 septembre 2018. Il succède à **Henri SOUMILLON**, décédé.



→ **ORCHIES**

**Ludovic ROHART**, précédemment adjoint délégué aux finances, a été élu maire le 22 juillet 2018. Il succède à **Dominique BAILLY**, démissionnaire.



→ **BOUSSIÈRES-EN-CAMBRAISIS**

**Laurent LOIGNON**, précédemment 1<sup>er</sup> adjoint au maire, a été élu maire le 7 juillet 2018. Il succède à **Gérard LENOBLE**, démissionnaire.

## DÉCOUVREZ LES COULISSES D'UNE TRANSFORMATION RÉFLÉCHIE

# Le Cdg59 modernise son

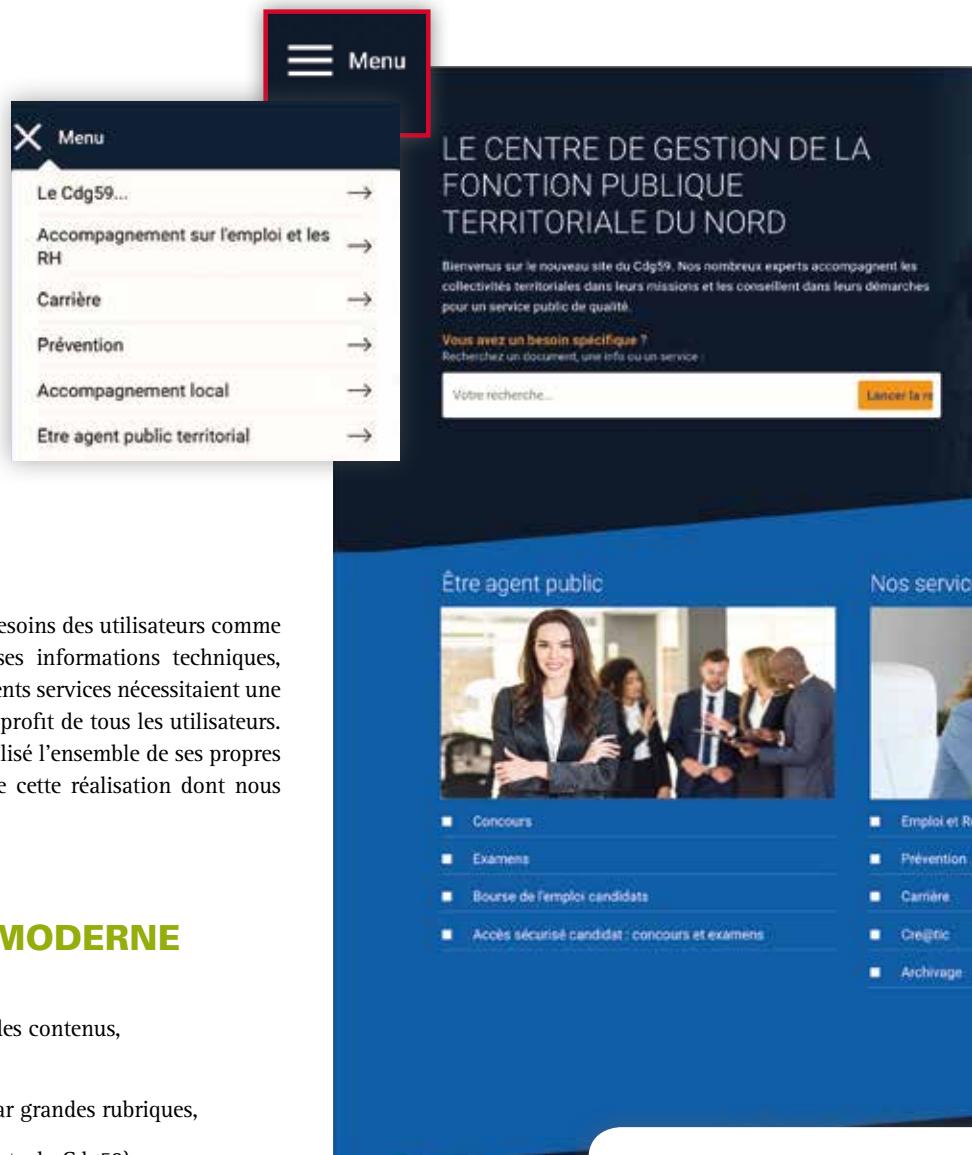
**L'accroissement de l'utilisation des outils numériques et l'évolution régulière des missions des Centres de gestion ont naturellement incité le Cdg59 à repenser sa stratégie de communication numérique.**

En effet, le site existant ne répondait plus aux besoins des utilisateurs comme à ceux des services du Cdg59. Les nombreuses informations techniques, administratives et juridiques émanant des différents services nécessitaient une approche plus transversale et plus organisée au profit de tous les utilisateurs. Pour atteindre ce résultat, le Cdg59 a donc mobilisé l'ensemble de ses propres expertises et compétences internes au profit de cette réalisation dont nous vous invitons à découvrir toutes les spécificités.

### → UN GRAPHISME PLUS MODERNE

Plus de photos pour un rendu plus dynamique des contenus, Une page d'accueil avec :

- un menu déroulant et des entrées directes par grandes rubriques,
- une distinction entre les actualités (temps forts du Cdg59) et les informations juridiques, les événements ponctuels du ou en partenariat avec le Cdg59,
- des zones d'accès directs (marchés publics, calendrier prévisionnel des concours...),



**www.cdg59.fr**

ET RÉUSSIE

# site internet

*Le nouveau site du Cdg59 bientôt en ligne*



## → UNE ARBORESCENCE PLUS INTUITIVE

Elle a été définie en identifiant d'abord les publics cibles (élus, agents territoriaux, grand public). Afin d'affiner l'arborescence, des profils utilisateurs ont été définis à partir de ces cibles, ce qui a permis, à travers les informations recherchées par ces profils, de déterminer les entrées principales dans le menu. Vous retrouverez donc les grandes entrées :

- ▶ Le Cdg59 (son Conseil d'administration, ses missions et ses équipements...),
- ▶ l'accompagnement sur l'emploi et les ressources humaines,
- ▶ la carrière (conseil statutaire, discipline, déontologie...),
- ▶ l'accompagnement local à travers l'assistance informatique et l'assistance aux marchés publics,
- ▶ la prévention (médecine préventive, sécurité au travail...),
- ▶ l'ensemble des concours et examens au travers de l'entrée « Etre un agent public territorial ».

Ces entrées principales permettent de visualiser rapidement les grandes missions du Cdg59 pour lesquelles les informations ont été organisées de manière transversale.

## → DES CONTENUS PLUS ACCESSIBLES

**L'information** a été réorganisée, privilégiant :

- ▶ des contenus plus directs et plus allégés sur chaque page du site,

des fiches info, fiches de procédures, fiches pratiques reprenant l'ensemble des éléments techniques.

**L'écriture** a été harmonisée et simplifiée.

**Un sommaire** à chaque page permet de guider l'utilisateur afin d'accéder directement à l'information souhaitée sur la page consultée.





## → UNE BASE DE DONNÉES PLUS RICHE

L'ensemble des documents créés ou mis à disposition par le Cdg59 sont réunis dans une base de données accessible directement sans passer par l'arborescence.

Un utilisateur ayant juste besoin du document pourra se rendre directement dans la base de données pour aller le chercher et le trouver grâce au moteur de recherche.

## → UN MOTEUR DE RECHERCHE PLUS PUISSANT

Aux vues de la richesse et de la multitude de ces documents, il a été nécessaire d'orienter l'utilisateur dans sa recherche à travers une classification des documents (modèle de document, fiche pratique, CdgInfo, actu...) et/ou par thématiques (carrière, concours, examens...)

## → EN PLUS...

### LE SITE INTERNET



sur tous les supports numériques (ordinateurs, tablettes, smartphones) afin de répondre à toutes les pratiques des utilisateurs.

### LES RÉSEAUX SOCIAUX

La refonte du site internet fut également l'occasion de repenser l'utilisation des réseaux sociaux, Facebook et Tweeter, pour le Cdg59. Nous vous invitons à vous y abonner en un seul clic sur les icônes en haut à droite de la page d'accueil du site.



### LA NEWSLETTER



La newsletter, quant-à elle, sera désormais trimestrielle et viendra approfondir un article mis en avant dans le magazine CPublic. Si ce n'est déjà le cas, n'hésitez pas à vous y inscrire grâce à l'accès direct et simplifié proposé sur la page d'accueil du site.

## > Cr éation ou refonte de votre site internet

### QUEL ACCOMPAGNEMENT ?

**L'accompagnement d'un projet de refonte ou de cr éation de site n écessite de s'attaquer aux deux versants d'un m éme projet : un accompagnement m éthodologique interne, primordial pour la r éussite sur le long terme et un accompagnement externe bien choisi, disposant des ressources et de l'expertise n écessaires.**

→ **Un accompagnement interne : une opportunit é pour repenser le lien entre les services de la commune et les administrés**

Projet transversal par nature, la cr éation ou la refonte d'un site internet doit mobiliser l'ensemble des services de la collectivit é. Le projet doit donc étre piloté par la Direction g én erale et chaque ressource identifiée doit étre reconnue dans son r ole de contributeur au projet.

Le projet peut étre d écompos é en plusieurs chantiers qui r épondront aux diff érentes th ématiques du futur site internet (concertation, e-services à la population, SIG (Syst ème d'Information G éographique) et open data, accueil physique et virtuel des usagers, jeunesse, etc.), mais il est essentiel que l'ensemble des ressources sollicitées soit associé initialement et r éguli èrement au projet afin que la cohérence globale du site, l'esprit et sa « ligne directrice » soient respectés et partagés.

Cette logique d'accompagnement au projet contribuera à insuffler une nouvelle culture de la communication au sein des directions autour du projet et assurera, apr ès sa publication et sa mise en ligne, un d éveloppement coh érent de nouveaux e-services ou de nouvelles rubriques.

Enfin, le calendrier devra étre court et raisonnable afin de conserver la dynamique du projet.

En parall èle de la mobilisation des agents, il est essentiel de faire participer le principal int éressé : l'usager !

Le projet étant centr é sur les utilisateurs, il convient d'associer ces derniers d ès la conception du site en les invitant à des ateliers de co-conception ou d'échanges participatifs sur les attentes de ce nouveau canal d'échange entre la collectivit é et ses habitants. Apr ès la mise en ligne du site internet, il conviendra également de ne surtout pas n égliger l'accompagnement des utilisateurs en mettant en place une communication sur ce nouvel outil,



éventuellement une « hotline » d édiée ou encore de nouveaux ateliers de m édiation num érique pour accompagner les publics les moins à l'aise avec le num érique.

→ **Un accompagnement externe solide pour disposer d'une expertise au fait des tendances actuelles**

Second versant du projet, l'accompagnement externe. A moins de disposer de l'expertise adéquate au sein de sa collectivit é, cette derni ère pourra faire le choix de faire appel par une procédure d'appel d'offre à une « agence web » ou un prestataire de site internet pour la r éalisation technique du projet. Autre solution, selon la maturit é du projet ou son importance, il est possible de faire appel en amont à une Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMO) sur le projet qui au-delà de l'expertise et de l'exp érience dont elle pourra faire b eneficier la collectivit é, apportera un discours et un regard ext érieur, pouvant faciliter la mobilisation et l'implication des équipes. ■

## EN MOUVEMENT

### NOUVEAUX DGS/DGA/DGST



→ **DECHY**

**Moulay Youssef MANHAB**, pr éc edemment Chef de cabinet du Pr ésident de la Communaut é de Communes Cœur d'Ostrevent, a ét é nomm é Directeur G én eral des Services le 14 septembre 2018. Il succède à **Chantal CAFFIERS**, retraitée.



→ **BAUVIN**

**Guillaume LE DOUGET**, pr éc edemment Directeur G én eral Adjoint de la Communaut é de Communes Ponthieu-Marquenterre, a ét é nomm é Directeur G én eral des Services le 14 mai 2018. Il succède à **Sylvie SENAVE**, DGS à la mairie de Camblain-Châtelaing.

## EN MOUVEMENT

NOUVEAUX  
DGS/DGA/DGST

## → SANTES



**Eric BAUDIN**, précédemment Responsable pôle finances à la mairie de Santes, a été nommé

Directeur Général des Services le 1<sup>er</sup> juillet 2018. Il succède à **Nathalie INGLEBERT** mutée à l'Eurométropole à Tournai (Belgique).

## → ESCAUDAIN



**Patricia RIOS**, précédemment Directrice Générale Adjointe des Services, a été nommée Directrice

Générale des Services le 1<sup>er</sup> juillet 2018. Elle succède à **Jean-Luc DEHOPERE**, retraité.

## → COMMUNAUTE DE COMMUNES DES HAUTS DE FLANDRE



**Nathalie WISSOCQ**, précédemment Directrice Générale Adjointe mutualisée pour le Grand

Calais et la mairie de Calais, a été nommée Directrice Générale des Services le 28 mai 2018. Elle succède à **Vincent EECKEMAN**, DGS au SIROM Flandre Nord.

## → SIROM FLANDRE NORD



**Vincent EECKEMAN**, précédemment Directeur Général des Services pour la Communauté de

Communes des Hauts de Flandre Nord, a été nommé Directeur Général des Services au SIROM Flandre Nord le 1<sup>er</sup> mars 2018. Il succède à **Pascal GODEL**, retraité.

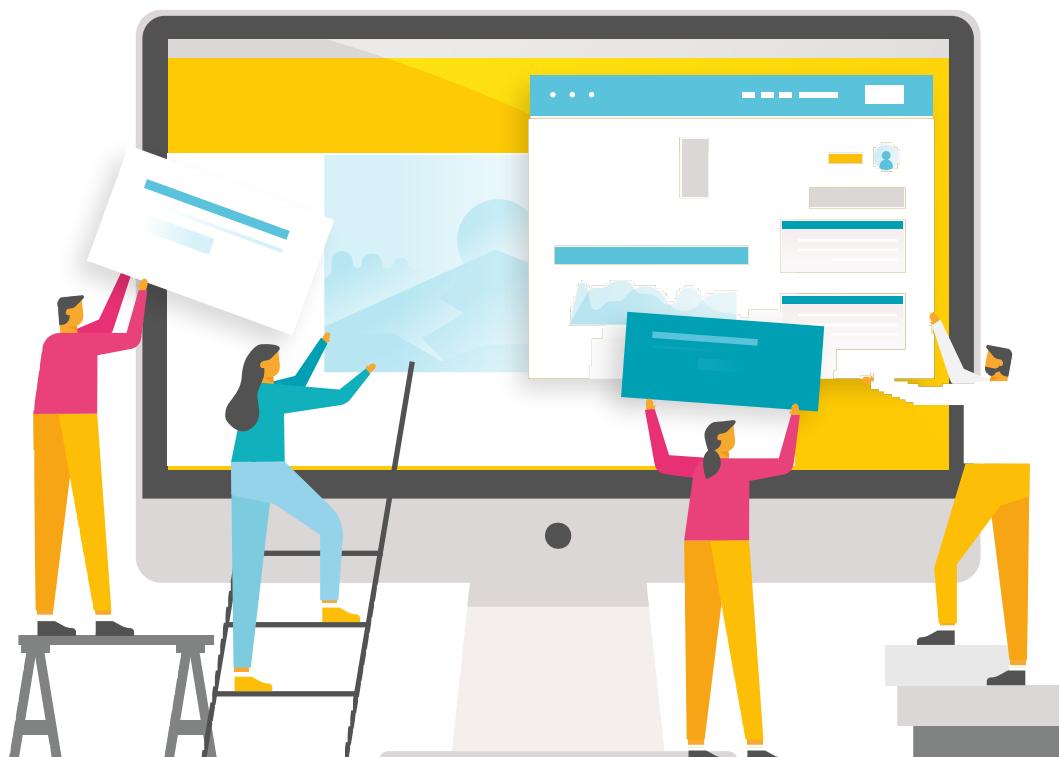
# Les moyens à mettre en œuvre pour la refonte ou la création d'un site

A l'heure des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram ...) et avec le développement par de nombreuses startups de nouvelles applications digitales citoyennes (entraide entre voisins, alertes locales, interpellation directe des services de voiries, etc), la question du site internet, en particulier pour les collectivités avec peu de ressources financières et techniques, peut légitimement se poser. Il ne faut pas s'y tromper, selon Maureen Delettre, chargée de communication numérique à la Ville de Douai, « Le site internet d'une collectivité reste le support incontournable et le guichet principal pour connaître son territoire, échanger avec ses élus et interroger les services publics ».

Un projet de refonte ou de création de site doit donc s'inscrire dans une démarche projet, de préférence accompagnée par des spécialistes de la communication sur internet. « Il ne faut pas hésiter

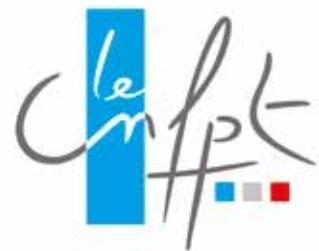
à s'inspirer des sites internet des collectivités qui disposent d'une bonne réputation ou qui innovent, et se faire accompagner par des professionnels qui connaissent bien les collectivités, car un site de collectivité n'est pas un site de e-commerce » selon Maureen Delettre, qui cite en référence l'ATLAAS de l'Association Ville Internet <http://www.villes-internet.net/atlaas> qui recense de très nombreux projets numériques de collectivités innovantes dont ceux sur les nouveaux usages autour de la communication digitale.

Suivant cette démarche, deux possibilités s'offrent aux collectivités souhaitant entamer la démarche : lancer un marché public afin de choisir un prestataire spécialisé ou bien passer une convention d'accompagnement avec une structure associative ou de mutualisation portant une offre de site internet pour les collectivités. ■



> **Alimenter un site internet et les réseaux sociaux :**

# Des compétences bien spécifiques



Chargé(e) de communication, community manager, webdesigner, webmaster... ces métiers sont apparus progressivement dans les organigrammes du secteur public avec le développement de tous les outils de communication numérique. Il est évident qu'il faut des compétences bien spécifiques afin d'appréhender, le plus efficacement possible, l'écriture des articles et la gestion quotidienne des informations.

Afin d'accéder à ces compétences ou de développer sa dextérité à manipuler tous les outils du web, le CNFPT propose un large choix de formations dédiées dont voici quelques exemples.

## → LA CONCEPTION, LA GESTION ET LE PILOTAGE D'UN PROJET WEB

Apporter conseil et assistance à la direction générale dans la mise en place, le développement et le pilotage de

projets web (les thèmes abordés : phase stratégique d'étude préalable et l'audit d'un site existant, le cahier des charges fonctionnel et technique, les avantages et inconvénients des différents CMS (Content Management System), l'appel d'offres et le choix d'un prestataire, les outils de pilotage de projets, l'accessibilité et l'ergonomie, la gestion d'un prestataire web, la démarche qualité, le retour des utilisateurs).

## → LE WEB 2.0 ET LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Définir la stratégie de communication numérique de la collectivité en fonction des usages actuels du web (les thèmes abordés : les enjeux et les apports du web 2.0 dans la stratégie de communication des collectivités territoriales, connaître les publics, les outils, leurs usages et leurs évolutions, intégrer les bonnes pratiques,

le panorama des outils et les usages induits : approche globale multisectorielle, les attentes des publics des collectivités et les nouvelles pratiques (mobilité, géolocalisation, participation...), la réflexion stratégique préalable et le plan d'actions de communication digitale, comment démarrer sur les réseaux sociaux et adapter les bonnes pratiques (notamment sur Facebook, Twitter...).

## → L'ÉCRITURE POUR LE WEB

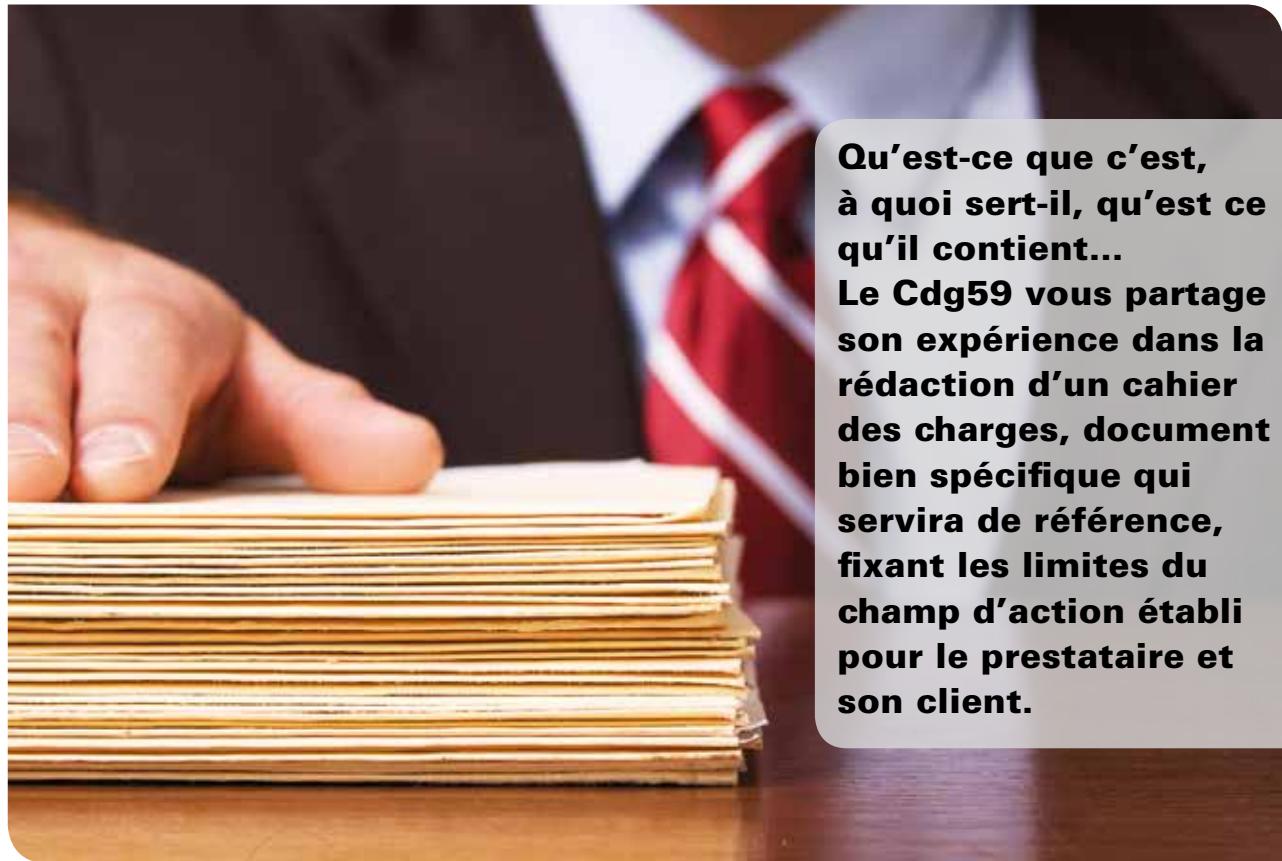
Adapter les règles d'écriture journalistique sur le web et construire une écriture plurimédia.

Tenir compte des contraintes de la lecture sur écran pour capter l'internaute. Tenir compte des différents supports de lecture (les thèmes abordés : les règles d'écriture journalistique sur le web et construire une écriture plurimédia, tenir compte des contraintes de la lecture sur écran pour capter l'internaute, tenir compte des différents supports de lecture, la granularité de l'information, les particularités de la rédaction web, l'organisation de son texte pour rédiger, le modèle de l'écriture journalistique, la nomenclature d'un texte web, la conception d'un article web). ■

**POUR EN SAVOIR PLUS,  
RENDEZ-VOUS SUR  
LE SITE DU CNFPT  
[www.cnfpt.fr](http://www.cnfpt.fr)**

## LE CAHIER DES CHARGES

# La base de référence entre la co



**Qu'est-ce que c'est, à quoi sert-il, qu'est ce qu'il contient...**  
**Le CdG59 vous partage son expérience dans la rédaction d'un cahier des charges, document bien spécifique qui servira de référence, fixant les limites du champ d'action établi pour le prestataire et son client.**

**L'objectif du cahier des charges :** identifier et détailler l'ensemble de vos besoins et les porter à la connaissance du prestataire lauréat du marché. Il fixe l'orientation globale du projet afin de demander au prestataire une création complète d'un nouveau site ou la refonte du site existant.

**Il convient donc d'être le plus précis possible dans la rédaction de ce document, d'autant que cette étape permettra de gagner un temps précieux pour attribuer le marché.**

Exemples de points qui peuvent être abordés dans le cahier des charges (cette liste n'est pas exhaustive et les informations sont concentrées à l'essentiel).

### → CONCERNANT LES ASPECTS VISUELS ET FONCTIONNELS :

- **Refonte ou création visuelle :** le prestataire proposera un projet graphique et une organisation de l'arborescence du site.
- **Adaptabilité :** le site pourra être consulté sur différents supports (ordinateur, tablette, smartphone...) et sur les navigateurs les plus courants.
- **Accessibilité :** la solution proposée devra respecter les normes d'accessibilité et permettre à la collectivité de produire des contenus conformes aux normes d'accessibilité RGAA.

# Collectivité et le prestataire

➤ **Fonctionnalités** : actualités, diaporamas, formulaires de contact, newsletter, géolocalisation, lecteur vidéo... doivent être compatibles et stables par rapport à la technologie employée par le site internet.

➤ **Maintenance du site** : le prestataire se chargera de la maintenance préventive, corrective et réglementaire dès la mise en production du site jusqu'à la fin du marché. Il s'engage sur des délais d'intervention pour des erreurs bloquantes ou non bloquantes. Toute opération de maintenance doit respecter les conditions de disponibilité du site en assurant la continuité du service public proposé.

➤ **Garanties du temps de rétablissement (GTR)** : quatre heures est souvent le laps de temps défini entre le moment où une panne/erreur a été signalée et le moment où le prestataire doit se manifester pour confirmer qu'elle a été corrigée par ses soins.

➤ **Déclaration d'incident et demandes particulières** : un moyen de communication entre les deux parties doit être défini pour signaler les incidents ou les opérations de maintenance éventuels (téléphone, mail ou ticket d'intervention).

## → CONCERNANT L'HÉBERGEMENT ET LA SÉCURITÉ :

➤ **Mises à jour de sécurité** : le prestataire est en charge de suivre les évolutions et les mises à jour correctives nécessaires au maintien de la sécurité du site.

➤ **Mises à jour corrective et évolutive** : le prestataire appliquera les mises à jour nécessaires de la technologie employée pour le site.

➤ **Sauvegarde et restauration** : afin d'assurer la continuité de service et la reprise des données en cas d'incident, le prestataire doit s'engager à réaliser des sauvegardes quotidiennes du système et des données.

➤ **Localisation des données** : les lieux d'hébergement

doivent satisfaire aux exigences de sécurité de la collectivité et aux dispositions de la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978 modifiée et relative aux données personnelles et conforme au référentiel RGPD.

➤ **Transfert des données** : le prestataire se porte garant de la confidentialité des données.

➤ **Confidentialité** : il s'engage à protéger les informations, à ne pas les divulguer ni les copier sans l'autorisation de la collectivité.

➤ **Plan d'assurance sécurité (PAS)** : le prestataire doit respecter les règles de protection de base dans la protection des accès (mots de passe) ou des échanges utilisant l'internet public sécurisé ([https//](https://) et certificats). Ce PAS doit être rédigé par le prestataire lui-même.

➤ **Réversibilité** : à l'issue du marché, le prestataire s'engage à remettre à la collectivité les données du site qu'il conserve dans des formats pré-établis et à détruire toutes les données jusqu'alors conservées dans ses systèmes.

➤ **Charte de responsabilité** : une charte de responsabilité sera définie d'un commun accord qui inclura une procédure de conduite à tenir en cas d'incident.

## → CONCERNANT LE NOM DE DOMAINE :

Le prestataire aura la charge de la création, du renouvellement, du transfert et du changement de propriétaire.

## → CONCERNANT LA DOCUMENTATION :

La collectivité peut demander au prestataire la rédaction d'un guide de procédures d'utilisation du site et de ses fonctionnalités.

## → CONCERNANT LES PÉNALITÉS :

Il appartient à la collectivité de chiffrer tout manquement aux engagements prévus dans le cahier des charges.

# Synthèse des bonnes pratiques pour un

## 1 LE RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES – RGPD



Le RGPD, applicable depuis le 25 mai 2018 concerne l'ensemble des données à caractère personnel gérées par l'administration. A ce titre, le site internet de la collectivité peut être considéré comme un outil de collecte en masse de données à caractère personnel dès l'instant où l'administré y renseigne des formulaires de demandes ou

de contacts et dès l'instant où ces outils vous permettent de gérer des listes nominatives ou de messageries.

Afin de mettre votre site internet en conformité avec cette nouvelle réglementation, il convient de :

- Mettre à jour les mentions légales de vos cookies : information sur leur finalité et la manière de s'opposer à cette collecte d'informations
- Mettre à jour votre politique de confidentialité : préciser à l'usager la finalité et l'ensemble des informations relatives au stockage de ses données à caractère personnel (durée, lieu, droits, etc.) et les moyens de faire valoir ses droits auprès de votre Délégué à la Protection des Données.
- Eclairer les usagers sur les finalités propres à chaque formulaire de façon évidente et consentie en bannissant les cases pré-cochées, par exemple.
- Veiller à ce que tous les services annexes pouvant utiliser les données indirectement soient eux aussi conformes au RGPD ou tout simplement désactivés dans le cas contraire.

La transparence dans vos démarches et le respect des données à caractère personnelle des citoyens sont des garanties de confiance et de sécurité entre usager et administration et contribuent à la notoriété de la collectivité. ■

## 2 LA SAISINE PAR VOIE ELECTRONIQUE – SVE

Depuis le 7 novembre 2016 pour les collectivités, les usagers disposent du droit de Saisine par Voie Electronique (SVE). Ce nouveau droit généralise l'usage des « dispositifs électroniques » dans les relations entre les usagers et les administrations en leur reconnaissant la même recevabilité que les saisines par voie postale.

Pour permettre aux usagers d'exercer leur droit de saisine par voie électronique, une collectivité peut, par le biais de son site internet, proposer deux des dispositifs prévus au décret d'application qui sont la télé-procédures ou le formulaire de contact en ligne.

La fonctionnalité peut être directement intégrée dans le site internet ou reposer sur une solution de formulaire en ligne comme celle proposée par la plateforme nationale [demarches-simplifiees.fr](http://demarches-simplifiees.fr) qui permet simplement et rapidement de proposer de mettre en œuvre un formulaire d'inscription pour un service ou une demande de subvention pour une association avec suivi des dossiers par l'administration.

Quelque soit la solution retenue, la collectivité a pour obligation d'informer les usagers de l'existence de ce nouveau droit, des dispositifs existants et de ses modalités d'utilisation.



Ce dispositif est prévu pour éviter à terme les risques de contentieux suite à des saisines par des voies électroniques non gérées par l'administration (réseau social, mauvaise adresse de messagerie). La règle du « Silence Vaut Acceptation » s'appliquant par défaut à toute demande restée sans réponse. ■

# site internet conforme

## 3 L'ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE DES SITES INTERNET



L'accessibilité numérique permet à une personne en situation de handicap d'accéder aux contenus (sites web, documents bureautiques, supports multimédia, vidéos, applications mobiles ...) quelle que soit sa façon de naviguer.

Conformément à la Directive Européenne 2016/2102 relative à l'accessibilité des sites internet et applications mobiles des organismes du secteur public et adoptée en France dans la loi pour la Liberté de choisir son avenir professionnel, article 80, du 5 septembre 2018 et dont les décrets d'applications sont à paraître, votre site internet doit obligatoirement être accessible

aux personnes handicapées à compter du 23 septembre 2018.

La loi Handicap n°2005-102 du 11 février 2005 faisait déjà de l'accessibilité une exigence pour la communication publique numérique et reconnaissait les recommandations internationales pour l'accessibilité de l'internet comme la référence à suivre. Le Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations (RGAA), dans sa version courante n°3 de 2017, est la traduction opérationnelle et technique de mise en œuvre et de vérification de cette conformité. A ce titre, il est à intégrer systématiquement dans tous les cahiers des charges de refonte

ou de mise en œuvre de contenus web.

Il impose, entre autre, aux sites de collectivités un niveau minimum de conformité (noté « AA ») et la publication obligatoire de deux documents légaux :

- une page d'aide informant du niveau d'accessibilité, du contact de la collectivité en cas de difficulté d'accès aux contenus et des coordonnées du défenseur des droits,
- une « déclaration d'accessibilité », rendue publique avec le niveau précis de conformité au RGAA et les dérogations éventuelles déclarées et justifiées.

L'absence de publication de cette déclaration d'accessibilité pourra coûter une amende de 25 000 € à la collectivité.

Le FIPHFP propose plusieurs types d'accompagnements (prise en charge financière des audits, support, e-formation gratuite avec le CNED) des employeurs publics dans la mise en accessibilité de leurs sites internet ou des applicatifs métiers internes et externes. Renseignements sur [www.fiphfp.fr](http://www.fiphfp.fr). ■

## 4 L'OUVERTURE DES DONNÉES PUBLIQUES (OPEN DATA)

L'ouverture des données publiques est obligatoire pour toutes les collectivités locales de plus de 3500 habitants ou pour les personnes morales chargées d'une mission de service public de plus de 50 agents, depuis le 7 octobre 2018 et l'adoption de la Loi pour une République Numérique d'octobre 2016.

Par le biais du site internet de votre collectivité, vous devez obligatoirement publier en ligne :

- Tous les documents listés dans le répertoire prévu à l'article L.322-6 du Code des Relations entre le Public et l'Administration (CRPA), plus communément appelé répertoire des informations publiques (RIP).
- Les bases de données reçues ou produites par la collectivité, anonymisées et en conformité avec le RGPD.
- Les données dont la publication présente un intérêt économique, social, sanitaire ou environnemental.

L'association Opendata France [www.opendatafrance.net](http://www.opendatafrance.net) qui publie plusieurs ressources pour aider les collectivités dans leur projet

d'ouverture des données, préconise sur cette base la publication de plusieurs jeux de données prioritaires via un outil « le Socle Commun des Données Locales (SCDL) » version 1.0, qui concerne les données suivantes :

- Catalogue des données publiées par la collectivité,
- liste des délibérations adoptées,
- liste des marchés publics et concession,
- liste des subventions publiques attribuées,
- liste des équipements publics gérés,
- liste annuelle des prénoms des nouveaux-nés,
- liste des adresses locales (Base d'adresses locales).

La libération et la réutilisation des données publiques pour votre collectivité sont sources de plusieurs enjeux internes et externes : création de nouveaux services aux usagers, modernisation des services internes, développement économique local et bien sûr transparence de l'action publique. ■

## REFORCER L'ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE AVEC LE FIPHFP



Afin de relever le défi de l'égalité professionnelle et de l'accessibilité de tous, le Fonds pour l'Insertion des Personnes Handicapées dans la Fonction Publique (FIPHFP) accompagne les employeurs publics dans la mise en accessibilité de leurs sites « web » et/ou applicatifs métiers « internet », internes et externes, par une **prise en charge financière des audits d'accessibilité** pouvant être sollicités par les employeurs publics, intégrant si besoin un **accompagnement des améliorations** (support technique en accessibilité), par un prestataire spécialisé.

Dans ce cadre, les employeurs publics s'étant engagés dans une démarche de mise en accessibilité de leur site/applicatif web public ou à usage strictement interne sont conviés à réaliser une « inspection » destinée à :

- leur délivrer un label type « Accessiweb » ou « E-accessible » délivré par la Direction Interministérielle du Numérique et du Système d'Information et de Communication du gouvernement (DINSIC),
- ou une déclaration de conformité publiée sur leur site web, suite à un audit interne selon les règles du référentiel RGAA.

*A noter que le FIPHFP n'intervient pas pour les sites nouvellement créés, qui doivent nécessairement répondre au référentiel RGAA, et limite son intervention à la mise en accessibilité des sites/applicatifs déjà existants au moment de l'entrée en vigueur du référentiel RGAA (adresse URL déjà existante avant cette date), suite à la publication de l'arrêté du 29 avril 2015. Toutefois, le FIPHFP intervient dans les domaines suivants :*

### SENSIBILISATION ET FORMATION À L'ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE

Cette aide vise à favoriser l'**appropriation et la connaissance des enjeux relatifs à l'accessibilité numérique** des acteurs

internes à l'employeur (comment rendre accessible un site internet, quels enjeux pour les employeurs publics, modalités d'application du référentiel général d'accessibilité pour les administrations -RGAA-, ...).

Cette aide a pour but, pour les agents concernés de l'employeur public, de prendre en charge la **formation individuelle ou collective** spécifique à l'accessibilité numérique.

Ces actions de formation collectives ou individuelles peuvent viser différents types d'acteurs de l'employeur public : chefs de projets, webmestres, contributeurs et concepteurs éditoriaux, personnes en lien avec les auteurs (en charge du contenu additionnel...), développeurs ou auditeurs souhaitant se doter de compétences propres au RGAA.

### DIAGNOSTIC D'ACCESSIBILITÉ DES SITES ET APPLICATIFS INTERNET OU À USAGE STRICTEMENT INTERNE

Accompagner les employeurs publics dans la connaissance du niveau d'accessibilité des sites/application web semi-publics ou à usage strictement interne (intranet, applications propres à un métier...).

Le diagnostic (pré-audit) d'accessibilité vise à évaluer la conformité du site ou de l'applicatif internet/intranet avec le RGAA et a minima **avec une dizaine de critères « simple A » obligatoires parmi les 50 principaux critères d'accessibilité**.

### MISE EN ACCESSIBILITÉ DES SITES ET APPLICATIFS INTERNET OU À USAGE STRICTEMENT INTERNE

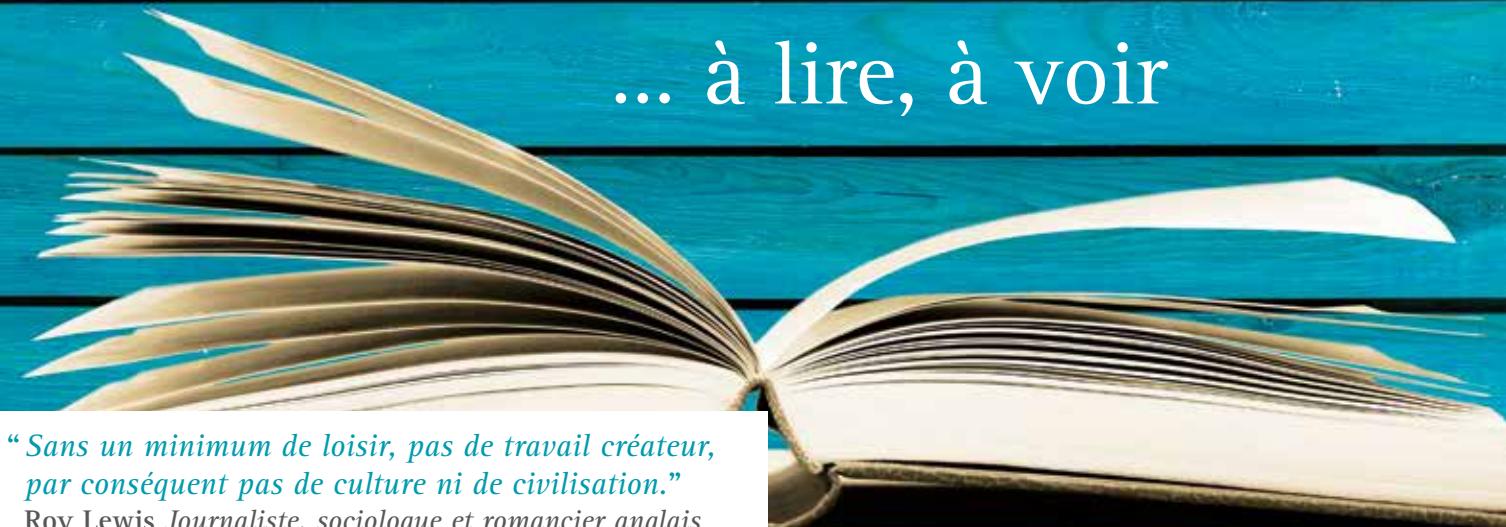
Accompagner les employeurs publics dans la mise en accessibilité de leur site ou application web semi-publics ou à usage strictement interne (intranet, applications propres à un métier...).

Cet accompagnement se matérialise par une prise en charge financière des audits d'accessibilité pouvant être sollicités par les employeurs publics, intégrant si besoin un support technique en accessibilité pour la mise en œuvre des actions.



VOIR LES DÉTAILS  
DES MODALITÉS  
DE PRISE EN CHARGE  
DES DIFFÉRENTES AIDES  
SUR LE SITE [www.fiphfp.fr](http://www.fiphfp.fr)

# ... à lire, à voir



*“Sans un minimum de loisir, pas de travail créateur, par conséquent pas de culture ni de civilisation.”*

Roy Lewis Journaliste, sociologue et romancier anglais

## À lire

### LE BIG DATA DES TERRITOIRES

*Auteur : Jacques Priol*

*Edition fyp - 22 euros*



Open data, protection des données, smartcities, civitech, services publics : les nouvelles stratégies de la donnée au service de l'intérêt général.

### METTRE EN ŒUVRE LE RGPD DANS LES COLLECTIVITÉS

*Auteur : Laurent Charreyron*

*Territorial éditions - collection « les essentiels » - 45 euros*



Pour convaincre les administrés et gagner leur confiance, les collectivités doivent répondre aux exigences de protection des données, dont la sécurité est une des composantes essentielles.

### UTILISER LES RESEAUX SOCIAUX DANS LA FONCTION PUBLIQUE TERRITORIALE

*Auteur : Noémie Buffault*

*Editions Gualino - 19 euros*



Cet ouvrage s'attache à faire comprendre ce que sont les réseaux sociaux puis présente les possibilités qu'offre

une communication à travers eux pour une institution sans oublier les impacts sur les pratiques professionnelles et sur les carrières dans la fonction publique.

### OPEN DATA – OUVERTURE, EXPLOITATION, VALORISATION DES DONNEES PUBLIQUES

*Auteur : Vincent Kober*

*Territorial éditions, collection « les essentiels » - 33 euros*



Une approche opérationnelle et pragmatique pour maîtriser les enjeux et les concepts clés de l'open data.

## Sur le web

### CNIL

<https://www.cnil.fr/>

*RGPD : par où commencer.*

Les 4 actions principales à mener pour entamer la mise en conformité aux règles de protection des données. Ces actions doivent perdurer dans le temps pour être efficaces.

### CNED

<http://www.cned.fr/>

*Accessibilité numérique : e-Formation gratuite de 14 heures en partenariat avec le FIPHFP à destination des chefs de projets numériques.*

## Événements



### • Forum numérique des collectivités locales : 4<sup>ème</sup> édition

Jeudi 15 novembre 2018 – Paris

Journée animée par la rédaction de la Gazette des communes.

« Data, DSI transformée et inclusion numérique » : les 3 priorités pour 2019.

### • Journées CNFPT "Collectivités territoriales et administration numérique"

Les 6 novembre, 7 décembre, 10 et 11 janvier 2019.

### • Semaine du numérique en Pévèle Crembault

du 12 au 16 novembre 2018.

### • Tour de France Démarches Simplifiées

le 27 novembre à Lille.

### • Salon AP Connect des solutions IT pour les administrations publiques (Paris)

les 29 et 30 janvier 2019.



## Notre ambition

Faciliter **votre dématérialisation** !

Bien plus  
qu'un service :  
un partenaire !



## Nos missions

- apporter une assistance globale sur les enjeux et les risques liés à la **sécurité des données numériques**
- mettre en oeuvre les **démarches organisationnelles efficaces** pour débuter ou progresser dans la **dématérialisation des tâches et services**
- accompagner dans la **réflexion et l'organisation** de la dématérialisation

