

# Réussir son cahier des charges pour un site web territorial

Simplifiez votre **projet digital**,  
gagnez en **clarté** et en **efficacité** !



**À l'attention des élus  
et des services communication des collectivités**

QUESTIONS ESSENTIELLES - CONSEIL DE RÉDACTION - FICHES PRATIQUES



## INTRODUCTION

Créer ou refondre un site internet est une étape stratégique pour une collectivité. C'est souvent la première porte d'entrée des habitants, des entreprises ou des partenaires vers les services publics. Pourtant, de nombreuses collectivités abordent ce projet avec peu de repères, en reproduisant ce qu'elles ont vu ailleurs ou en se focalisant trop tôt sur des aspects techniques.

Le cahier des charges est le document central qui va permettre de cadrer la mission confiée à un prestataire web. Il doit à la fois refléter les besoins réels du territoire, exprimer les attentes des utilisateurs, poser des objectifs clairs... tout en laissant de la place à la créativité et à l'expertise du professionnel.

Mais rédiger ce document peut rapidement devenir un casse-tête :

- Quelles informations faut-il absolument y faire figurer ?
- Faut-il imposer un outil (WordPress, Joomla...) ou laisser le choix ?
- Comment penser l'arborescence sans avoir de compétences techniques ?
- Et surtout : comment s'assurer que le site sera facile à mettre à jour et durable ?

**Ce guide a été conçu pour répondre à ces questions, dans un format accessible et concret.**

Il ne s'adresse pas aux développeurs, mais à vous : élus, agents, communicants, secrétaires de mairie ou chefs de projets numériques qui avez besoin d'un fil rouge pour avancer.

Notre ambition est simple : vous aider à formaliser un besoin clair, cohérent et réaliste, qui facilitera le dialogue avec vos prestataires et garantira un site web utile, accessible et évolutif.

# SOMMAIRE

## AVANT DE DÉMARRER

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Préparer la démarche ..... | 4 |
| Les bonnes questions.....  | 6 |

## LA RÉDACTION DU CDC

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Imaginer ses contenus et son arborescence .....  | 8  |
| Les fonctionnalités à prévoir .....              | 10 |
| Un back-office qui facilite la vie .....         | 12 |
| Aspects techniques à ne pas figer trop tôt ..... | 14 |
| Penser l'après .....                             | 16 |
| évaluation des prestataires .....                | 18 |
| Conclusion.....                                  | 19 |

## FICHES PRATIQUES

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| modèle de fiche « cadrage des Attentes » ..... | 20 |
| Modèle de cahiers des charges simplifié .....  | 20 |
| L'accessibilité .....                          | 21 |
| Idées créatives .....                          | 22 |
| SEO et référencement naturel.....              | 23 |
| L'intranet et/ou l'appli.mobile .....          | 24 |
| L'I.A et le service public.....                | 25 |
| LA RGPD .....                                  | 26 |
| Quelques CMS de référence .....                | 27 |
| Maquette et identité visuelle .....            | 28 |
| Le temps, c'est de la com' .....               | 29 |

# PRÉPARER LA DÉMARCHE

*Avant de se lancer dans la rédaction du cahier des charges, il est essentiel de poser un cadre clair pour le projet. Qui le pilote ? Qui contribue ? Quelles sont les étapes ? Cette phase préparatoire permet d'éviter les oublis, les malentendus et les pertes de temps en cours de route.*

## Constituer un petit groupe projet

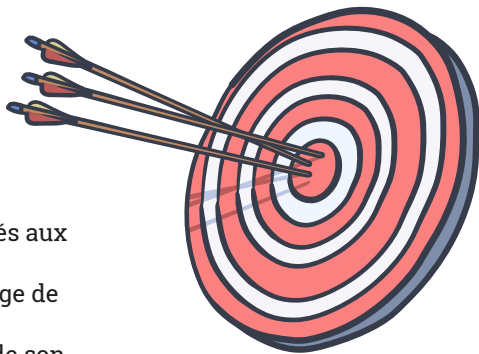
La création ou la refonte d'un site web ne doit pas reposer sur une seule personne. Il est recommandé de réunir un groupe projet transversal, composé par exemple de :

- un élu référent (communication, numérique, services à la population...),
  - un agent en charge de la communication ou du secrétariat général,
  - un représentant d'un service fortement concerné (urbanisme, culture, enfance...),
- Le groupe projet n'a pas besoin d'être large, mais il doit pouvoir porter la vision globale du site, et représenter les besoins réels du territoire.

## Définir les objectifs du projet

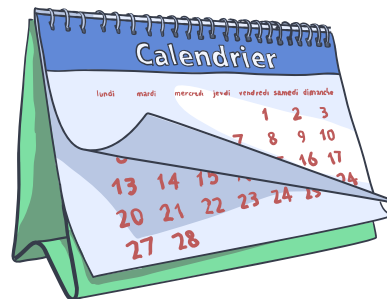
Quelques exemples de formulations utiles :

- Moderniser un site devenu obsolète
- Gagner en autonomie et en simplicité dans la mise à jour des contenus.
- Créer un site plus accessible aux personnes non connectées ou aux publics spécifiques.
- Mettre en valeur les services proposés aux habitants.
- Favoriser la prise de contact ou l'usage de services en ligne.
- Valoriser l'image de la commune et de son territoire.



*« Un site bien conçu commence toujours par des questions, pas par des lignes de code. »*

## Construire un calendrier réaliste



| Étape                           | Durée estimée  |
|---------------------------------|----------------|
| Constitution du groupe projet   | 1 semaine      |
| Rédaction du cahier des charges | 1 à 4 semaines |
| Lancement de la consultation    | 2 à 8 semaines |
| Choix du prestataire            | 1 à 2 semaines |
| Conception et développement     | 2 à 4 mois     |
| Tests, formation, mise en ligne | 1 mois         |

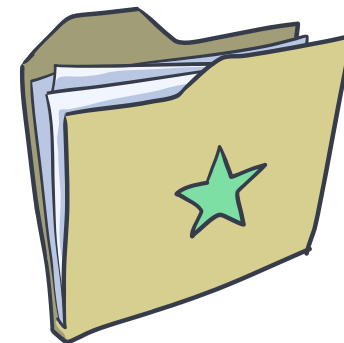
### À noter

Un projet web mené sérieusement prend généralement entre 4 et 8 mois entre l'idée et la mise en ligne. Mieux vaut prévoir un délai réaliste que de subir des retards.

## Lister les documents existants

Pour bien démarrer, il est utile de rassembler :

- les statistiques de fréquentation de l'ancien site,
  - les contenus existants (pages, PDF, images, documents),
  - les demandes d'utilisateurs reçues (par mail, téléphone, réseaux...),
  - les outils en place (newsletter, formulaires en ligne, agenda, etc.),
  - les éléments de charte graphique (logo, couleurs, typographies...),
  - les accès au nom de domaine (www. ), hébergeur et autres solutions.
- Cela évite de repartir de zéro et permet d'objectiver les besoins exprimés.



### Nom de domaine : visibilité et crédibilité

Réserver un nom de domaine clair et facilement mémorisable, de type [www.nomdelacollectivite.fr](http://www.nomdelacollectivite.fr)

Penser à réserver plusieurs extensions (.fr, .com, .org) pour éviter les parasitages

Prévoir qui en aura la propriété administrative (souvent la collectivité elle-même)

Bon à savoir : certains prestataires réservent les noms de domaine en leur nom, cela peut créer des dépendances. Veillez à garder la main sur vos identifiants.

# LES BONNES QUESTIONS

*Avant d'écrire quoi que ce soit dans un cahier des charges, il est essentiel de prendre un temps de recul pour poser les bonnes questions. C'est ce qui permet de construire un site réellement utile, au service des usagers... et pas juste une vitrine jolie mais inefficace.*

## À qui s'adresse notre site ?

Un bon site web est pensé d'abord pour ses utilisateurs. Qui sont-ils ?

- Les habitants de la commune ou de l'intercommunalité
  - Les professionnels ou associations du territoire
  - Les touristes, les familles, les nouveaux arrivants
  - Les agents, les élus, les partenaires institutionnels
- Identifiez vos 2 ou 3 publics prioritaires, avec leurs besoins spécifiques.

## Que viennent-ils chercher ?

Un site efficace donne accès rapidement aux informations attendues. Les usagers ne lisent pas : ils scannent et cherchent un lien ou une réponse.

Listez les usages fréquents :

- Trouver un horaire d'ouverture, un numéro, une carte.
  - Télécharger un document (inscription scolaire, urbanisme, etc.).
  - Lire une actualité ou consulter un événement à venir.
  - Contacter un service ou signaler un problème.
  - Suivre les décisions du conseil, consulter des comptes rendus.
  - Accéder à un service en ligne.
- Un site bien conçu répond vite à ces demandes courantes.

## Quelle image voulons-nous renvoyer ?

Le site est aussi une vitrine : il véhicule une identité, une ambiance, des valeurs.

Souhaitez-vous un site :

- sobre et institutionnel,
- chaleureux et accueillant,
- moderne et dynamique,
- accessible à tous les âges et tous les niveaux numériques

## Que gardons-nous de l'existant ?

Faites le tri dans votre site actuel :

- Quelles pages ou rubriques sont toujours utiles ?
  - Qu'est-ce qui est obsolète, jamais consulté ou jamais mis à jour ?
  - Y a-t-il des contenus "invisibles" (PDF enterrés, liens cassés...) ?
  - Les images sont-elles actuelles ? libres de droits ? pertinentes ?
- Réfléchir à l'existant permet d'éviter de tout reconstruire inutilement.

## Quels outils ou contraintes devons-nous intégrer ?

Certaines contraintes techniques ou organisationnelles doivent être posées :

- Avez-vous un nom de domaine existant (type [www.mairie-x.fr](http://www.mairie-x.fr)) ?
  - Utilisez-vous déjà une plateforme (OpenMairie, FranceConnect, i-Mairie, etc.) ?
  - Souhaitez-vous un lien avec un intranet ou une solution tierce (GED...) ?
  - Avez-vous une charte graphique ?
  - Des besoins de multilingue ?
  - Un engagement environnemental fort qui pousse à l'écoconception web ?
- Ces contraintes ne sont **pas des freins**, mais des éléments à prendre en compte pour guider les prestataires.

### Votre logo est-il adapté à un site web ?

#### ■ Le logo est-il vectorisé ?

Un logo vectorisé (au format SVG, AI, PDF, EPS...) garantit une qualité d'affichage parfaite, quelles que soient les dimensions ou les supports (web, impression, affichage urbain).



#### ■ Le logo est-il adaptable ?

Un bon logo doit pouvoir s'adapter à différents contextes numériques : version réduite pour les favicons ou réseaux sociaux, version horizontale ou empilée selon les écrans, et déclinaisons monochromes si nécessaire.

#### ■ Le logo est-il lisible sur écran ?

Il est crucial que le logo reste clair, contrasté et identifiable sur tous types d'écrans (ordinateurs, smartphones, tablettes), même en petite taille ou en surimpression sur une image.

#### ■ Le logo s'intègre-t-il bien à l'univers numérique de la collectivité ?

Le style graphique du logo (modernité, couleurs, typographie) doit être cohérent avec l'image que la collectivité souhaite renvoyer en ligne : institutionnelle, dynamique, patrimoniale, innovante...

#### ■ Dispose-t-on d'une charte graphique complète et à jour ?

Une charte graphique bien structurée (couleurs, typographies, usages du logo, marges de sécurité, déclinaisons) est indispensable pour assurer une cohérence visuelle sur l'ensemble du site et des outils numériques.

# IMAGINER SES CONTENUS ET SON ARBORESCENCE

*C'est une étape stratégique : un site bien structuré est plus simple à consulter, à mettre à jour... et à faire développer.*

## Quels contenus publier ?

Posez-vous cette question simple :

« **Quelles informations doivent être accessibles, consultables ou téléchargeables ?** »

Voici des contenus classiques sur un site de collectivité :

- **Vie municipale** : les élus, les conseils, les comptes rendus, les commissions
  - **Services à la population** : scolaire, périscolaire, urbanisme, déchets, eau, social
  - **Démarches** : formulaires, inscriptions, prise de rendez-vous, demandes en ligne
  - **Actualités** : brèves, projets en cours, infos pratiques
  - **Événements / agenda** : fêtes, réunions publiques, animations, travaux
  - **Le territoire** : patrimoine, géographie, tourisme, vie associative
  - **Contact / horaires / plan / annuaire**
  - **Documents à télécharger** : bulletins, règlements, formulaires PDF
  - **Mentions légales / accessibilité / RGPD** (obligatoires)
- **Moins c'est mieux** : un site efficace privilégie les contenus utiles, clairs, à jour. Supprimer ce qui n'est pas essentiel est une bonne pratique.

### Le menu : conseils pratiques

- Préférez les titres clairs et explicites
- Limitez à 5 à 7 rubriques principales
- Limitez les niveaux dans chaque rubrique : 2 à 3 niveaux maximum (rubrique > sous-rubrique > page). Au-delà, on perd les visiteurs.
- Utilisez des sous-menus déroulants uniquement si besoin
- Regroupez les contenus selon l'usage réel (ex : toutes les démarches au même endroit).
- Pensez au double menu avec les rubriques moins importantes au niveau supérieur
- Sur mobile, le menu devient souvent un "burger menu" (icône ☰). Il faut éviter trop de clics pour arriver à un contenu.
- Le menu doit être visible dès l'arrivée et rester fixe lorsqu'on scrolle
- La recherche interne est un complément clé : champ toujours accessible en haut du site
- les contrastes de couleurs doivent être suffisants (texte/menu ≠ fond)

## Organiser les pages

Il ne suffit pas d'avoir de bons contenus, encore faut-il qu'ils soient **faciles à trouver**. Pour cela, il faut réfléchir à une **arborescence claire** : c'est le plan du site, ou la structure des menus.

Exemple d'arborescence simple :

- |                                                                                                                         |                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| ■ <b>Accueil</b>                                                                                                        | ■ <b>Le village</b>                                                                |
| ■ <b>Votre collectivité</b>                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Histoire</li> <li>• Patrimoine</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les élus</li> <li>• Les conseils municipaux</li> <li>• Les services</li> </ul> | ■ <b>Actualités</b>                                                                |
| ■ <b>Vos démarches</b>                                                                                                  | ■ <b>Agenda</b>                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Urbanisme</li> <li>• État civil</li> <li>• Scolaire / périscolaire</li> </ul>  | ■ <b>Vie associative</b>                                                           |
|                                                                                                                         | ■ <b>Contact / horaires</b>                                                        |

### La page d'accueil en 7 points

- Le visiteur doit comprendre en 3 secondes où il est (nom/logo de la collectivité), à quoi sert le site et comment accéder à l'info principale
- La navigation doit permettre un accès rapide à certaines pages clés : état civil, école, déchets... en plus du menu.
- Un bloc d'actualités et un bloc agenda à jour avec les dernières infos de la commune... illustrées si possible, avec lien vers la suite
- Les alertes ou messages prioritaires (canicule, coupure d'eau, incident, changement de collecte...) en bandeau ou pop-up discrète, mais visible
- La valorisation du territoire doit s'exprimer par des images locales authentiques (pas de banques impersonnelles), une carte interactive...
- Un message du maire ou une citation d'accueil, pour humaniser la page et valoriser la proximité
- Un lien d'inscription aux newsletters / SMS pour collecter des informations sur les usagers et les informer ensuite régulièrement.

## Préparer un inventaire des contenus

Avant de penser design ou fonctionnalités, faites un inventaire des contenus :

- Quels contenus doivent être créés ?
  - Lesquels peuvent être repris de l'ancien site ?
  - Lesquels doivent être supprimés, ou réécrits ?
  - Qui les rédigera ? Quand ?
- Un site utile est un site où l'utilisateur trouve ce qu'il cherche... même s'il ne connaît pas l'organisation de la collectivité. Pensez usage réel avant logique interne.

# LES FONCTIONNALITÉS À PRÉVOIR

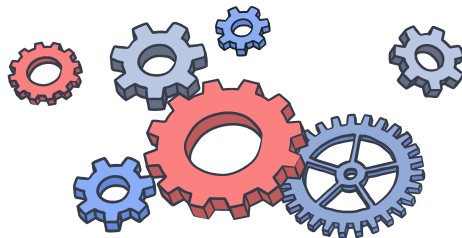
*Il faut penser aux fonctions concrètes que le futur site devra offrir. Autrement dit : ce que le site doit permettre de faire, pour les usagers comme pour les agents.*

Dans un cahier des charges, ces éléments sont fondamentaux : ils permettent aux prestataires de **proposer des solutions techniques adaptées...**

## Les fonctionnalités essentielles (presque toujours utiles)

Ces fonctions doivent être faciles à gérer dans le back-office avec des modules dynamiques, dont la mise en page est déjà paramétrée.

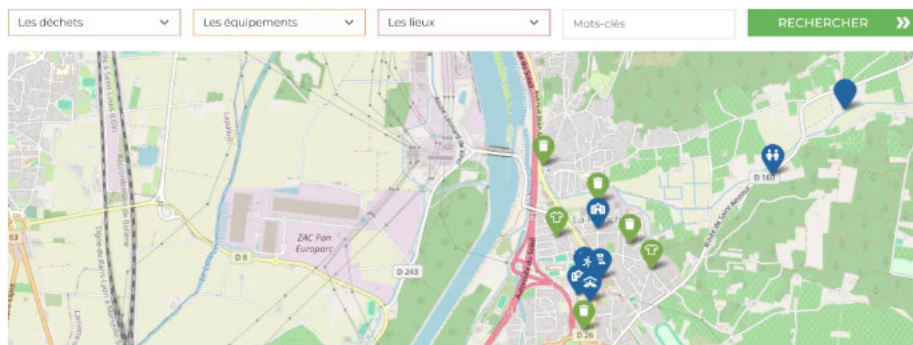
- Agenda des événements
- Actualités & brèves
- Alertes
- Projets
- Services & horaires
- Documents à télécharger
- Formulaires de contact



## Les fonctionnalités utiles pour interagir avec les usagers

Ces fonctions renforcent l'utilité publique du site :

- Formulaire de demande en ligne (ex : inscription, signalement, prise de RDV)
- Intégration de démarches existantes (FranceConnect, i-Mairie, OpenMairie...)
- Module de sondage ou de consultation citoyenne
- Carte interactive (équipements, projets, sentiers...)



## Les fonctionnalités liées à la communication

Un bon site doit aussi **s'intégrer dans l'écosystème numérique** de la collectivité :

- Partage facile des pages sur vos différents réseaux sociaux
- Possibilité pour l'internaute de s'inscrire à une newsletter ou aux alertes SMS
- Possibilité d'obtenir en temps réel les notifications et actus du site web via votre appli.mobi (pas obligatoire) avec un téléchargement dans les stores (Apple, Google)



► Prévoyez ce que vous ferez de vos contenus ailleurs : c'est du temps gagné.

## Accessibilité, sécurité, RGPD : les obligations

Certaines fonctionnalités ne sont pas « optionnelles », mais **obligatoires ou fortement recommandées** :

- **Conformité RGAA** (accessibilité numérique)
- **Mention RGPD** et politique de confidentialité claire
- **Consentement aux cookies** (bannière avec gestion des choix)
- **Site sécurisé en HTTPS**
- **Mentions légales** à jour

► Ces éléments montrent le **professionnalisme** de la collectivité... et protègent juridiquement.

## Conseil pour la rédaction

Dans votre cahier des charges, présentez les fonctionnalités :

- **par familles** (contenus, services, communication, administration),
- en précisant si elles sont **indispensables, souhaitables, ou optionnelles**,
- en **décrivant le besoin, pas la solution**.

### ✗ À éviter

« Le site devra utiliser tel plugin ou telle technologie. »

### ✓ À faire

« Le site devra permettre aux usagers de prendre rendez-vous en ligne avec le service urbanisme. »

# UN BACK-OFFICE QUI FACILITE LA VIE

*Un site internet réussi ne se mesure pas seulement à sa mise en ligne.*

## Un site simple à utiliser, même sans être informaticien

Dans beaucoup de collectivités, les agents en charge du site **n'ont pas de formation web**.

- ▶ Si publier un événement prend 30 minutes au lieu de 3, personne ne le fera. Pour cela, un bon back-office (interface d'administration du site) fait toute la différence.

## Des modules pour gagner en efficacité

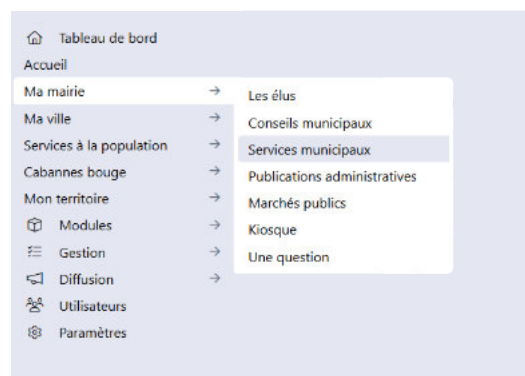
Un bon back-office propose des modèles de contenus pré remplis :

- un module "Actualité" avec titre, image, résumé...
- un module "Agenda" avec lieu, dates, lien d'inscription...
- un module "Documents" avec intitulé, description...
- un module "Services" avec désignation, détail, formulaire spécifique...

Autres exemples de modules (non exhaustif) récurrents pour les collectivités :

- un module "Démarches"
- un module "Élus"
- un module "Annuaire"
- un module "Conseils municipaux"

- ▶ Cela permet d'avoir une mise en page homogène.

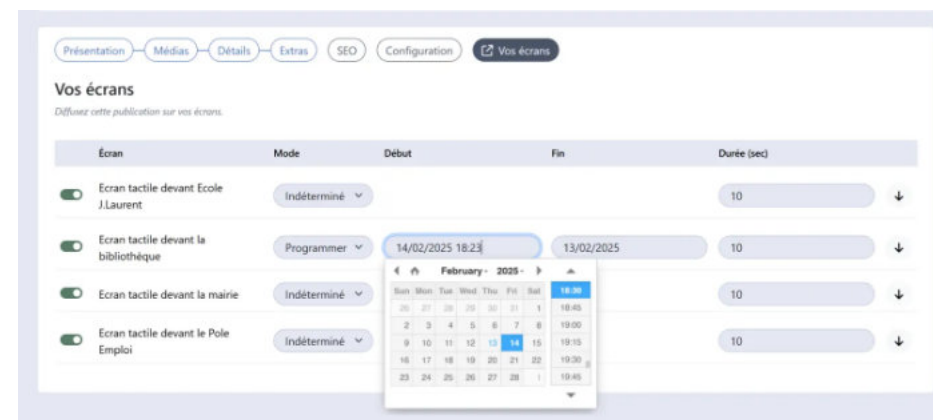


## Pour plus de confort

- Une interface claire, en français, sans jargon technique
- Possibilité d'éditer l'ensemble des pages du site
- Possibilité de modifier l'arborescence (menu)
- Moteur de recherche interne, gestion de filtres par modules...
- Sauvegarde automatique / historique des modifications
- Aide fournie / FAQ
- Statistiques de fréquentation (Google Analytics...)

## Diffusion des contenus facile pour le webmaster

- Affichage dynamique (TV / Totems) : Avoir la possibilité de diffuser vos publications sur vos écrans sans passer par d'autres solutions tierces



- Newsletter / SMS : Avoir la possibilité de créer votre newsletter à partir des contenus (actus, événements...) juste en les cochant (par exemple) tout en respectant la RGPD et en disposant d'une mise en page avec votre identité. (ex : intégration de solutions comme BREVO via API...)
- Appli.mobile : Avoir la possibilité de diffuser certains contenus sur votre appli. mobile directement depuis votre site web.

- ▶ Moins il y a de copier-coller, plus les agents peuvent se concentrer sur le fond

## Anticiper les évolutions futures

Un back-office évolutif permet :

- d'ajouter de nouvelles pages ou rubriques facilement,
- d'intégrer de futurs outils (réservations, carte interactive...),
- d'ajouter des nouveaux contributeurs avec une gestion de rôles

# ASPECTS TECHNIQUES À NE PAS FIGER TROP TÔT

Beaucoup de collectivités abordent leur projet web avec une idée préconçue sur le CMS et les choix techniques à adopter. Cela masque souvent une confusion sur ce qui fait réellement la réussite d'un site.

## Fausse bonne idée : partir d'un choix technique déjà défini

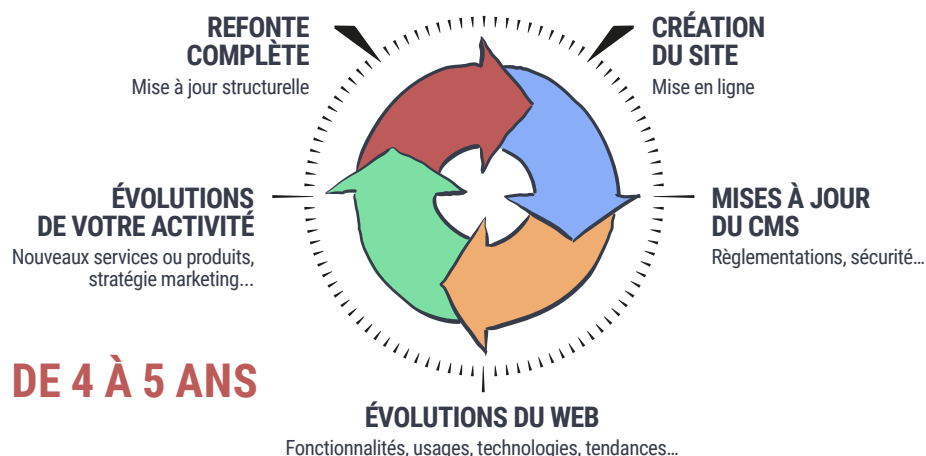
Ne commencez pas votre projet par « il nous faut un WordPress ou site open source... ». Le CMS n'est qu'un outil, pas une finalité. Un bon site repose sur :

- une bonne analyse des besoins utilisateurs,
  - une conception fonctionnelle adaptée,
  - un accompagnement solide par un prestataire compétent,
  - une interface claire pour l'administration au quotidien.
- Privilégiez une solution qui s'adapte à vos usages, pas l'inverse.

## Cycle de vie d'un site web : 4 à 5 ans

Même bien conçu, un site web de collectivité n'est pas éternel.

Évolutions technologiques, nouveaux usages, changements réglementaires, attentes des habitants : tout bouge. Au bout de 4 à 5 ans, il est souvent plus pertinent de repenser le site dans son ensemble que d'empiler des mises à jour ponctuelles. Il est donc inutile de miser sur une technologie qui serait la même sur 10 ou 15 ans.



## Les principales limites de l'open-source

Si l'open source bénéficie d'avantages comme d'avoir une large communauté active, des mises à jour régulières et de nombreuses ressources disponibles, il peut néanmoins présenter quelques limites :

- **Plugins et extensions pas toujours fiables** : qualité très variable selon les auteurs, risques d'incompatibilités, difficultés de mise à jour...
- **Complexité croissante avec les besoins** : cela peut devenir une « usine à gaz » si mal structuré dès le départ, interface d'édition parfois peu ergonomique.
- **Maintenance souvent sous-estimée** : mises à jour fréquentes du CMS, des thèmes, des plugins... avec risques de bugs ou de conflits.
- **Risques de piratages** : code accessible à tous, failles fréquentes si les extensions ne sont pas à jour. En 2024, 90% des sites piratés utilisant un CMS étaient sous WordPress (source : Sucuri, leader en sécurité web).
- **Performances et temps de chargement souvent réduits** : à cause de plugins surchargés, de thèmes mal optimisés et d'un code non maîtrisé.

## Les questions à poser au prestataire

Plutôt que d'imposer un CMS ou une technologie, posez ces bonnes questions dans le cahier des charges ou lors de la consultation :

- Le site pourra-t-il être repris ou maintenu par un autre prestataire ?
  - Est-ce que les contenus sont exportables en cas de changement ?
  - L'administration du site est-elle intuitive pour un non-informaticien ?
  - Peut-on gérer ajouter/ modifier des pages sans dépendre d'un développeur ?
  - Est-ce que la technologie utilisée est documentée ou dispose de FAQ ?
  - Quelles garanties de sécurité et de pérennité offre la solution proposée ?
- Cela permet de garder la maîtrise de votre site dans le temps, même si l'équipe change.

## À éviter dans votre cahier des charges

- ❌ Imposer une technologie si vous ne maîtrisez pas son fonctionnement
- ❌ Refuser une solution propriétaire sans comparer objectivement les services associés
- ❌ Copier-coller des exigences techniques d'un autre appel d'offres sans en comprendre l'impact

## À faire : rester ouverts... mais exigeants

- ✓ Privilégiez une **logique de service et d'usage**
  - ✓ Définissez des **critères d'évolutivité et de simplicité**
  - ✓ Demandez des **démonstrations du back-office**
  - ✓ Prévoyez un **transfert de compétences** à la livraison
- Un bon prestataire s'adapte et vous rend autonomes, pas dépendants.

# PENSER L'APRÈS

*La mise en ligne du site n'est que le début du projet. Pour que le site reste vivant, utile et sécurisé, il faut anticiper la gestion quotidienne : qui fait quoi, comment, avec quels moyens.*

## Qui mettra à jour le site ?

Il est essentiel d'identifier clairement les personnes responsables des contenus pour éviter les doublons, les oublis, ou les erreurs de publication.

- **Rédacteurs** : agents ou élus chargés de créer et publier les actualités, événements, documents,
- **Validateurs** : souvent des responsables ou chefs de service qui valident les publications avant mise en ligne,
- **Administrateurs** : techniciens ou agents ayant accès au back-office pour gérer la structure, les comptes utilisateurs, les mises à jour techniques.

## Formations nécessaires

Pour assurer une gestion autonome du site, prévoyez les aspects pédagogiques :

- **Formation initiale** : prise en main du back-office, publication d'articles, gestion des documents, mise à jour des événements,
- **Formation continue** : pour accompagner les évolutions du site ou l'arrivée de nouveaux contributeurs,
- **Documentation et supports** : guides écrits, tutoriels vidéo ou FAQ internes pour aider en cas de doute.

## Processus pour les actualités, alertes et documents officiels

Pour garder un site cohérent et fiable, il faut mettre en place des processus clairs :

- **Actualités** : fréquence de publication, validation par une personne référente, formats standards (titre, résumé, image),
- **Alertes et informations urgentes** : procédure d'activation rapide (ex : crise sanitaire), personne en charge de la diffusion immédiate,
- **Documents officiels** : protocoles de dépôt, noms et versions des fichiers, gestion des archives, respect des règles de confidentialité et de mise à jour.

## Gouvernance du site

Enfin, définissez une gouvernance simple :

- Un responsable global du site (souvent un chargé de communication ou un élu) qui coordonne les contributeurs,
- Une équipe restreinte qui se réunit régulièrement pour faire le point sur le contenu, les statistiques, les évolutions,
- Un processus de retour d'expérience pour améliorer le site au fil du temps.

## La maintenance

3 types de maintenance sont possibles pour entretenir votre site en ligne :

- **Préventive** : Vise à éviter les problèmes en mettant régulièrement à jour le CMS, les certificats de sécurité...et les nouvelles normes juridiques : RGPD, accessibilité... Exemple : mise à jour de sécurité
- **Corrective** : Corrige les dysfonctionnements ou bugs qui apparaissent après la mise en ligne. Exemple : un formulaire qui cesse de fonctionner.
- **Évolutive** : Permet d'ajouter de nouvelles fonctionnalités ou de faire évoluer le design en fonction des besoins. Exemple : ajout d'un module de prise de RDV.

À préciser dans le cahier des charges :

- Durée du contrat
- Conditions de sortie
- Mode de communication : tickets, visio, téléphone, intervention sur place...
- Délais d'intervention

### Prévoir un « nettoyage éditorial » annuel

Une fois par an, passez en revue les pages et documents : liens cassés, documents obsolètes, infos périmées... C'est une hygiène digitale essentielle pour rester crédible et à jour.

## L'hébergement

Il permet à votre site d'être constamment accessible en ligne. Vous pouvez opter pour plusieurs types d'hébergement selon vos exigences.

À préciser dans le cahier des charges :

- Niveau de disponibilité attendu (ex. 99,9 %)
- Sauvegardes automatiques (fréquence, durée de rétention)
- Empreinte environnementale
- Localisation des données (France / Europe)

## Associer le prestataire au plan de communication

Le rôle du prestataire ne s'arrête pas forcément à la mise en ligne. En l'impliquant dans la phase de diffusion, vous maximisez la visibilité de votre nouveau site dès les premières semaines. Voici comment :

- **Intégrer une mission de conseil en communication post-mise en ligne** : création de visuels de lancement, bannière Facebook, signature email personnalisée.
- **Demander la création d'éléments clés prêts à diffuser** : création d'une vidéo de présentation du site, de tutoriels courts pour les agents ou les usagers
- **Valoriser la co-construction** : le prestataire peut participer à un article, une interview ou une vidéo de présentation du projet pour humaniser la démarche et montrer que le site est le fruit d'un travail collectif.

# ÉVALUATION DES PRESTATAIRES

*Le cahier des charges est le point de départ de la collaboration entre la collectivité et les prestataires. Le cadre clair mais ouvert que vous avez posé vous permettra de recevoir des propositions différentes, comparables et techniquement cohérentes.*

## Comment bien analyser les offres reçues ?

Une fois les propositions des prestataires reçues, il ne suffit pas de comparer les prix. Il faut évaluer la pertinence des réponses au regard de vos besoins réels. Voici quelques critères clés à examiner :

- **Clarté de la méthodologie** : le prestataire a-t-il bien compris votre contexte ? Propose-t-il une démarche structurée, avec des étapes précises ?
- **Adéquation fonctionnelle** : les fonctionnalités proposées répondent-elles à vos usages concrets ?
- **Ergonomie du back-office** : le prestataire montre-t-il des exemples ? L'outil semble-t-il adapté à vos compétences internes ?
- **Souplesse de la solution** : Le site pourra-t-il évoluer ? Avez-vous la main sur le back-office pour modifier des contenus ou pages ?
- **Accompagnement et transfert de compétences** : Une formation est-elle prévue ? Des supports ou une assistance sont-ils proposés ?
- **Qualité des références** : Le prestataire a-t-il déjà travaillé avec des collectivités ? A défaut, a-t-il des sites web avec des fonctionnalités ou des designs différents ?

## Conseils

- Prévoyez une grille de notation avec pondération (fonctionnalités, accompagnement, coût, ergonomie...), pour objectiver la comparaison et justifier votre choix si besoin.
- Proposez un entretien (physique, visio) avec les 2 ou 3 agences avec lesquelles vous hésitez. La relation humaine est importante dans la durée. Une démo peut être effectuée. Des précisions orales apportées qui vous feront parfois changer d'avis ou confirmeront votre choix.
- Pensez à remercier les prestataires répondants (qui ont souvent passé du temps pour répondre à votre appel à projet) en leur précisant les raisons de votre choix.

# CONCLUSION

*Un site web de collectivité est bien plus qu'un outil : c'est une porte d'entrée vers les services publics, la vie locale et le lien citoyen. Sa réussite repose sur une vision claire, une organisation solide et un partenaire à l'écoute.*

## Ce que le cahier des charges doit contenir

Pour orienter efficacement les prestataires et obtenir des réponses pertinentes, le cahier des charges doit comporter :

- **Le besoin exprimé clairement** : pourquoi ce site ? Quels objectifs concrets ?
- **Le contexte de la collectivité** : taille, moyens humains/techniques, existant.
- **Les attentes fonctionnelles** : quelles fonctionnalités ? quels publics ?
- **Le budget indicatif** : même approximatif, il permet aux prestataires de se positionner.
- **Les délais souhaités** : lancement, mise en ligne, phases intermédiaires
- **Les prestations attendues** : uniquement le site ? ou la maintenance, la formation, le référencement...

## À qui faire relire votre cahier des charges ?

- **Un référent technique** (DGS, responsable informatique) pour vérifier la faisabilité technique,
- **Un responsable communication** pour valider les contenus et l'ergonomie attendue,
- **Un représentant des utilisateurs finaux** (agents ou élus) pour s'assurer que le site répondra bien aux besoins,
- **Un conseiller juridique ou un expert RGPD** pour garantir le respect des réglementations, notamment sur la protection des données.

*« Un site bien conçu,  
c'est un service public bien rendu. »*

## 1 MODÈLE DE FICHE « CADRAGE DES ATTENTES »

Pour bien préparer votre cahier des charges, il est essentiel de formaliser clairement vos besoins et attentes. Cette fiche-type vous permet de structurer votre réflexion et d'orienter les prestataires.

TÉLÉCHARGER LE MODÈLE DE FICHE, À COMPLÉTER



## 2 MODÈLE DE CAHIERS DES CHARGES SIMPLIFIÉ

Pour vous inspirer et mieux structurer votre document, vous pouvez consulter :

- Les plateformes spécialisées comme Marchés publics gouv (marches-publics.gouv.fr), où sont publiés de nombreux appels d'offres,
- Des ressources dédiées au numérique territorial, telles que le site Intercommunalité.fr ou Association des Maires de France

TÉLÉCHARGER LE MODÈLE DE CDC, À COMPLÉTER



## 3 L'ACCESSIBILITÉ

L'accessibilité numérique vise à permettre à tous les citoyens – y compris les personnes en situation de handicap (visuel, auditif, moteur, cognitif...) – d'accéder facilement aux contenus d'un site web. Pour une collectivité, c'est un enjeu de droit fondamental, d'inclusion sociale et de service public universel. Un site accessible améliore aussi l'expérience globale pour tous les usagers : navigation plus claire, contenus mieux structurés, compatibilité mobile....

VOIR LA NORME COMPLÈTE RGAA



### À noter

Les administrations publiques qui ne rendent pas leurs sites web accessibles à 100 % peuvent être sanctionnées d'une amende jusqu'à 50 000 €.

### Checklist Accessibilité RGAA pour collectivités

#### ✓ Structure et navigation

- ☐ Les titres sont hiérarchisés correctement (<h1>, <h2>, etc.)
- ☐ Le site est navigable uniquement au clavier
- ☐ Une navigation cohérente et répétitive est présente (menu, fil d'ariane, plan du site)
- ☐ Les zones principales sont identifiées avec des balises (<nav>, <main>, <footer>...)

#### ✓ Contenus

- ☐ Chaque image informative a une alternative textuelle pertinente (alt)
- ☐ Les vidéos sont sous-titrées et idéalement transcrites
- ☐ Aucun contenu important n'est uniquement transmis par la couleur
- ☐ Les liens sont explicites (éviter "cliquez ici")

#### ✓ Formulaires

- ☐ Chaque champ est correctement étiqueté (<label>)
- ☐ Les erreurs sont signalées clairement et de manière accessible
- ☐ La navigation dans le formulaire est fluide au clavier

#### ✓ Affichage et design

- ☐ Les contrastes couleurs/texte respectent les seuils minimum (4,5:1 pour le texte normal)
- ☐ La taille du texte est suffisante et peut être agrandie sans perte de lisibilité
- ☐ Aucun élément ne se déclenche automatiquement sans action de l'utilisateur

#### ✓ Technique et conformité

- ☐ Le code HTML est valide et bien structuré
- ☐ Le site est compatible avec les lecteurs d'écran
- ☐ Un audit d'accessibilité RGAA a été réalisé par un professionnel
- ☐ Une déclaration d'accessibilité est publiée sur le site

## 4

## IDÉES CRÉATIVES

Un site institutionnel n'est pas forcément froid ou figé. Il peut devenir un véritable lieu de vie numérique, utile, vivant et engageant pour les habitants. Voici des idées concrètes pour enrichir l'expérience et créer du lien social en ligne :

### 1 - Espace enfants ludique et coloré

- Histoires locales à lire ou écouter
- Jeux de piste numériques
- Quiz citoyens

*Objectif : faire découvrir la collectivité dès le plus jeune âge.*

### 2 - Carte interactive du territoire

- Espaces verts, équipements publics, chantiers en cours
- Parcours thématiques (patrimoine, accessibilité, pistes cyclables)

*Objectif : mieux s'orienter et redécouvrir sa commune.*

### 3 - Rubrique « Histoires de quartier »

- Anecdotes, portraits de figures locales, photos anciennes
- Témoignages d'habitants ou de scolaires

*Objectif : nourrir le sentiment d'appartenance à travers la mémoire collective.*

### 4 - Tableau de bord des projets

- Les grands chantiers, leur avancement, les budgets
- Les réunions publiques associées (replay, livestream)

*Objectif : renforcer la confiance citoyenne et impliquer les habitants.*

### 5 - Simulateurs en ligne personnalisés

- Estimer les économies d'énergie d'un logement
- Simuler les aides sociales locales
- Calculer un itinéraire combinant vélo, bus et marche

*Objectif : rendre le site utile et actionnable.*

### 6 - Portraits vidéo d'habitants

- Artisans, bénévoles, anciens de la commune
- Interviews croisées entre générations

*Objectif : créer un journalisme de proximité vivant et inspirant.*

### 7 - Modules « vivants » sur la page d'accueil

- Météo locale, agenda des événements, chiffres clés animés
- « Le saviez-vous ? » sur le territoire

*Objectif : donner envie de revenir sur le site.*

## 5

## SEO ET RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Un site de collectivité bien référencé, c'est un service public plus accessible, plus efficace, et plus utilisé. Voici comment optimiser votre présence sans jargon technique, avec bon sens et quelques réflexes clés.

### ✓ Ce qu'il faut faire

- Donnez des titres clairs et utiles à chaque page : « Crèche municipale de Velleron » est mieux que « Nos services ».
- Ajoutez des résumés clairs et des mots-clés pertinents dans les introductions de vos publications.
- Pensez aux besoins des habitants : horaires, démarches, événements, contacts.
- Mettez à jour régulièrement les infos, supprimez les contenus obsolètes.
- Réduisez le poids des images (moins de 500 Ko si possible) avec des formats adaptés au web et compressés (webp par exemple).
- Créez une page "foire aux questions" : très utile pour le public, et bien aimée par Google.
- Intégrez une carte interactive ou un agenda dynamique (bons signaux pour le SEO local).
- Demandez à d'autres sites publics (communes voisines, partenaires...) de faire des liens vers votre site.
- Renseignez vos bulletins municipaux au format web avec des pages pour chaque article, et un moteur de recherche pour l'internaute.
- Ne copiez pas le même texte sur plusieurs pages (Google pénalise le contenu dupliqué).
- Évitez les PDF ou autres CALAMEO qui sont mal référencés, peu accessibles, et rarement lus.

« Un bon référencement, ce n'est pas juste être trouvé.

C'est donner envie d'être découvert. »

### Un peu de technique !

- Renseignez les balises "alt" des images
- Utilisez les balises HTML correctement (<h1>, <h2>...) pour les titres, sous-titres...
- Adoptez des URL lisibles et simples : /urbanisme/demande-permis plutôt que /page.php?id=25
- Chaque page doit avoir une balise titre et une méta-description (c'est ce qui s'affiche dans Google)

Intranet & Application mobile : deux extensions utiles du site web d'une collectivité. Pourquoi et comment les relier au site principal ?

## Intranet : un outil de travail collaboratif pour les agents et élus

L'intranet est un espace privé, sécurisé, réservé aux membres internes de la collectivité (agents, élus, partenaires)...Il complète le site institutionnel public.

### Objectif : faciliter la circulation de l'information interne

- Centraliser les documents, outils RH, annuaires, organigrammes
- Offrir un espace de travail collaboratif avec actualités internes
- Fluidifier les procédures administratives, formulaires en ligne...

### Bonnes pratiques

- Lien discret dans le pied de page ou page dédiée
- Authentification sécurisée (par login)
- Utilisation éventuelle d'un CMS commun pour éviter la double gestion
- Responsive (consultable sur mobile/tablette)
- Système de droits d'accès différenciés (par service)
- Intégration possible de messageries internes ou de connecteurs (Teams...)

## Application mobile : informer et impliquer les habitants en mobilité

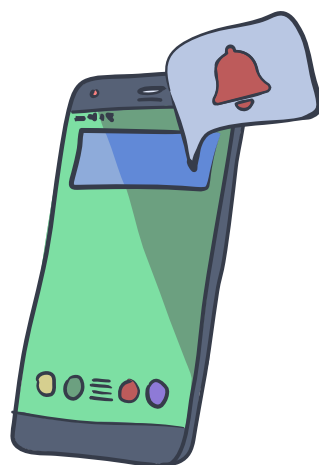
Une application mobile est une extension du site internet, centrée sur les usages quotidiens des citoyens : alertes, infos pratiques, signalements...

### Utilités principales

- Notifications push : alertes, fermetures, événements...
- Signalement citoyen : un nid-de-poule ? un lampadaire en panne ?
- Accès rapide aux horaires, menus scolaires, déchets, équipements...
- Liens directs avec les démarches en ligne ou le portail famille

### Liens avec le site web

- Récupération automatique des actus ou événements publiés
- Connexion au même back-office que le site pour éviter les doubles saisies

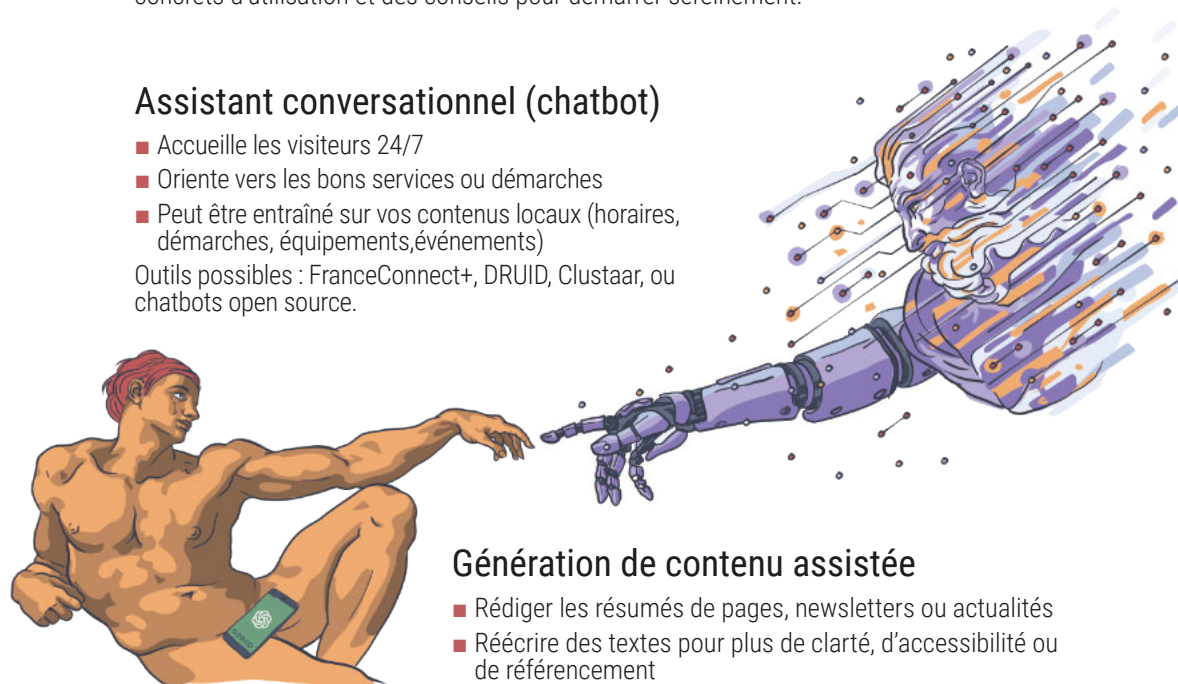


L'intelligence artificielle peut devenir un allié puissant pour améliorer l'expérience usager, faciliter la gestion du site, et gagner du temps dans les services. Voici 3 exemples concrets d'utilisation et des conseils pour démarrer sereinement.

## Assistant conversationnel (chatbot)

- Accueille les visiteurs 24/7
- Oriente vers les bons services ou démarches
- Peut être entraîné sur vos contenus locaux (horaires, démarches, équipements, événements)

Outils possibles : FranceConnect+, DRUID, Clustaar, ou chatbots open source.



## Génération de contenu assistée

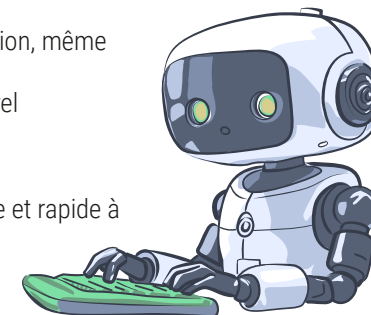
- Rédiger les résumés de pages, newsletters ou actualités
- Réécrire des textes pour plus de clarté, d'accessibilité ou de référencement
- Traduction automatique vers d'autres langues (ou français simplifié)

Outils possibles : ChatGPT, Grammarly, DeepL, ou intégration d'API dans votre CMS.

## Moteur de recherche interne

- Aider les citoyens à trouver rapidement une information, même s'ils ne formulent pas leur recherche "parfaitement".
- Comprendre le sens d'une question en langage naturel
- Corriger les fautes de frappe ou approximations
- Suggérer des contenus liés ou alternatifs

Outils possibles : Google Programmable Search, simple et rapide à intégrer, recherche pertinente basée sur l'index Google, comprend les fautes, synonymes, questions simples et personnalisable visuellement



Le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) s'applique pleinement aux collectivités territoriales, notamment à travers leur site internet. Elles sont responsables du traitement des données personnelles collectées, et doivent garantir sécurité, transparence et droits des usagers.

## Qu'est-ce qu'une donnée personnelle ?

Toute information qui permet d'identifier directement ou indirectement une personne physique :

- Nom, prénom, adresse e-mail, numéro de téléphone
- Adresse IP, cookies
- Données saisies dans un formulaire
- Voix ou image, si collectées via une vidéo ou un enregistrement

## Bons outils et ressources

- **CNIL** ([www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)) : fiches pratiques, modèles de mentions
- **Data.gouv.fr** : référentiels et aides pour collectivités

## La check-list RGPD pour votre site web

- ☐ Affichage de la bannière cookie claire et paramétrable
- ☐ Politique de confidentialité complète et visible
- ☐ Formulaires avec mentions obligatoires
- ☐ Données hébergées en Europe (ou encadrées juridiquement)
- ☐ Usagers informés de leurs droits
- ☐ Registre des traitements à jour
- ☐ DPO (Délégué à la protection des données) identifié et référent sur le projet

### ✗ À éviter absolument

- Imposer des cookies sans consentement explicite
- Collecter des données sans finalité claire
- Publier des documents contenant des données personnelles non floutées (PV, photos d'élèves, coordonnées visibles, etc.)
- Utiliser des outils gratuits non conformes RGPD (ex : certains plugins ou captchas américains)

Cette liste est bien-sûr non exhaustive. Il existe des centaines de solutions qui présentent des bases communes mais aussi des spécificités propres.

## WordPress



*Le CMS universel, simple mais parfois limité*

WordPress est le CMS le plus répandu au monde. Il séduit par sa facilité d'installation, sa grande communauté et la richesse de son écosystème de thèmes et de plugins. Pour une petite collectivité qui souhaite un site rapidement en ligne, c'est souvent une solution efficace. Mais son interface peut devenir confuse et lente à force d'ajouts, et certaines exigences des collectivités (accessibilité, sécurité, interopérabilité) nécessitent des ajustements techniques, parfois coûteux ou instables.

## Drupal



*Un CMS robuste pour des projets complexes*

Drupal est réputé pour sa solidité, sa sécurité et sa grande souplesse dans la structuration des contenus. Il est souvent utilisé par des collectivités de taille importante ou des institutions nationales. Il permet une gestion fine des permissions, des flux éditoriaux et de nombreux types de contenus. En revanche, sa complexité technique le rend moins accessible aux équipes non spécialisées, et son coût de mise en œuvre peut le réserver aux projets à fort budget ou à long terme.

## arkana



*Un CMS complet, conçu pour les collectivités*

« arkana » est un CMS français spécialement conçu pour répondre aux besoins des collectivités locales, qu'elles soient petites, moyennes ou grandes. Son interface claire et personnalisable facilite la prise en main par les équipes non techniques, sans surcharge inutile. arkana intègre nativement l'envoi de campagnes e-mail, SMS et WhatsApp, le pilotage d'écrans d'affichage public, de totems interactifs et d'applications mobiles. Performant, intuitif, hautement sécurisé et 100 % conforme aux standards publics.

## Typo3



*Une solution institutionnelle, puissante mais rigide*

Typo3 est un CMS historique très utilisé dans les administrations européennes, notamment en Allemagne. Il offre un bon niveau de sécurité, une gestion avancée des rôles utilisateurs et une stabilité reconnue sur les sites de grande envergure. Toutefois, son interface d'administration est dense, parfois difficile à prendre en main pour les contributeurs non techniques. Il est adapté aux structures bien équipées en interne ou accompagnées par une agence spécialisée.

## 10 MAQUETTE ET IDENTITÉ VISUELLE

Un site de collectivité n'est pas seulement un outil : c'est une vitrine numérique qui reflète vos valeurs, votre territoire et votre identité. Soigner la maquette et l'identité visuelle dès le départ est un investissement pour la lisibilité, la crédibilité et la fierté collective.

### Identité visuelle : valoriser votre territoire

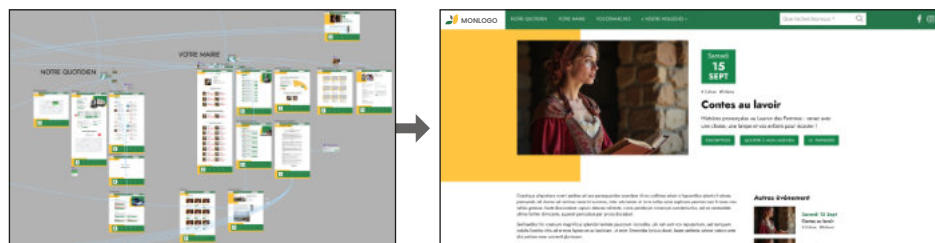
Éléments à intégrer :

- Logo de la collectivité (version web, favicon)
- Couleurs institutionnelles (ou palette repensée pour le numérique)
- Typographies cohérentes et accessibles
- Pictogrammes, visuels et illustrations à votre image
- Photos et vidéos (évités les banques d'images trop impersonnelles)

Conseil : créez une mini-chartre graphique web pour décliner votre identité dans vos newsletters, écrans d'accueil, applis, intranet...

### La maquette

Une bonne maquette permet de se projeter sur le style graphique et la navigation de votre site web. Elle peut être réalisée en ligne grâce à des outils comme Figma pour tester l'expérience utilisateur et modifier le contenu en temps réel.



#### Côté graphiste

La maquette sert de base claire pour concevoir une navigation et un design cohérents et techniquement réalisable.

#### Côté client

Elle permet de visualiser le rendu final du site, de donner son avis en amont et d'éviter les mauvaises surprises une fois le site développé.

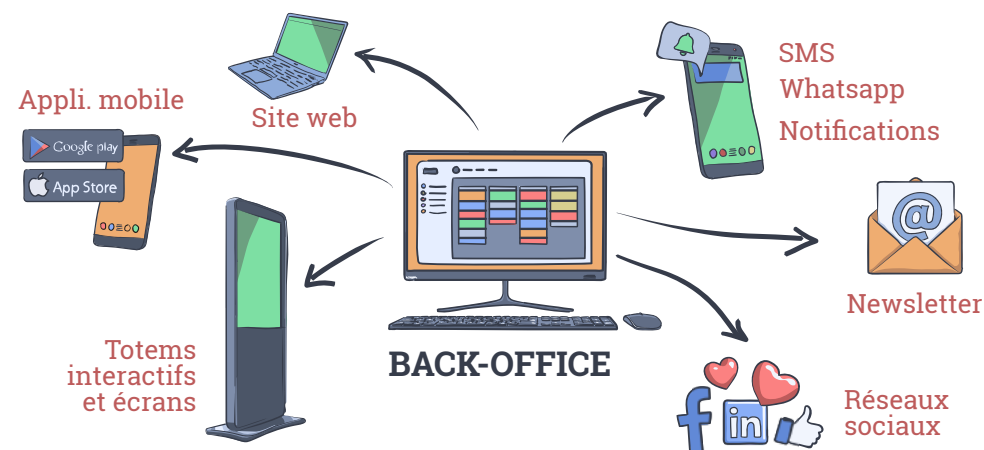
#### Qu'est-ce que le webdesign ?

Le webdesign est l'art de concevoir l'apparence et l'ergonomie d'un site web. Il allie esthétique, lisibilité et expérience utilisateur pour rendre la navigation fluide et agréable. Le webdesign prend en compte l'identité visuelle, la hiérarchie de l'information et l'adaptation à tous les écrans.

## 11 LE TEMPS, C'EST DE LA COM'

Dans une collectivité, le temps des agents est précieux. Or, la communication numérique peut vite devenir chronophage si elle n'est pas bien pensée dès la conception du site. Voici comment optimiser votre temps grâce à des outils simples, centralisés et automatisés.

- La programmation : Rédigez vos actualités, événements, newsletters en une seule session, puis planifiez leur diffusion dans le temps.
- L'intégration dynamique des actualités de vos comptes Instagram ou YouTube sur le site web, sans ressaisie.
- La diffusion multi-supports facilitée : depuis un seul endroit (le back-office du site), vous alimentez le site web institutionnel, les écrans d'accueil en mairie, l'appli mobile, les SMS d'alerte, la newsletter envoyée par mail.



- Un back-office simple et intuitif : Menu logique, rubriques claires : pas besoin d'être informaticien pour trouver / créer une actu ou modifier une page.
- Une recherche rapide de contenus (par titre, date, type).
- Une assistance technique réactive : une bonne agence web, c'est aussi une assistance rapide en cas de soucis avec hotline, messagerie instantanée ou ticket : vous n'êtes jamais seul.

« Gagner du temps en communication, c'est se donner le luxe de mieux écouter son territoire. »

# BESOIN D'AIDE POUR ALLER PLUS LOIN ?

*Même avec les meilleurs outils, il est parfois difficile de prendre du recul ou de rédiger seul un cahier des charges solide et réaliste.*

## La Maison de la Com' vous accompagne



### Rédaction de votre cahier des charges

Un accompagnement pour clarifier vos besoins, vos priorités, et éviter les pièges techniques.



### Audit complet de votre site actuel

Conformité RGAA (accessibilité), performance technique, pertinence graphique et éditoriale.



### Mise en relation avec un prestataire adapté

Selon votre budget, votre territoire et vos attentes spécifiques.

[lamaisondelacommunication.com](http://lamaisondelacommunication.com) - 09 72 21 69 02



## LA MAISON DE LA COM'

*Transmettre, partager, informer,  
La bonne adresse de la communication*

*La Maison de la com' est une institution dédiée à la communication (**Association loi 1901**, animée par des professionnels) située aux Paluds de Noves (13) et dont l'action est régionale voir nationale. A ce titre, elle développe des solutions originales, des rencontres ludiques et des outils pédagogiques, à destination de tous les publics - pour sensibiliser, former, prévenir et informer des risques et des opportunités de la communication au XXIème siècle.*

369 rue de la République, 13550 Paluds de Noves

Ce guide accompagne les collectivités dans la conception ou la refonte de leur site internet.

Clair et opérationnel, il propose les bonnes questions à se poser, les pièges à éviter et des modèles concrets à adapter. Fonctionnalités utiles, accessibilité, maintenance, choix du prestataire ou encore rôle de l'intelligence artificielle : rien n'est laissé au hasard.

Pensé pour les élus, DGS et agents communication, il met l'accent sur le bon sens, la clarté des besoins et l'autonomie des équipes. Un outil de travail pour passer d'un projet flou... à un site utile, vivant et bien piloté.



## Les guides pratiques de la com'

*Une collection éditée par La Maison de la Com', destinée à toutes celles et ceux qui, de près ou de loin, participent à la communication : dans les collectivités, les associations, les entreprises, les agences ou en tant que responsables com.*

*Des supports clairs, concrets et accessibles, conçus pour gagner en clarté, en impact et en efficacité, quel que soit votre niveau ou votre environnement.*

*Chaque guide fait le lien entre la stratégie et le terrain, avec des exemples, des conseils utiles et des outils prêts à l'emploi.*

**lamaisondelacommunication.com - 09 72 21 69 02**

369 rue de la République, 13550 Paluds de Noves

