

“*opinionway*”

La **documentation** Française

Evaluation du site



Résultats d'étude - 4 novembre 2005

61 rue de Turenne
75003 Paris
Tél : 01 44 78 37 50
Fax : 01 44 78 37 06
www.opinionway.com
SAS au capital de 65 401 Euros
RCS Paris B 430 126 789
TVA intracommunautaire n° FR49430126789

Contexte & objectifs des évaluations menées sur le site

Contexte & objectifs des évaluations

▶ Depuis, 2001, 4 évaluations ont été réalisées

1. **Avril 2001** : test ergonomique approfondi, 1ère étude quantitative pour valider la campagne de communication et test sur les non utilisateurs.
2. **Novembre 2002** : 2ème étude quantitative, étude qualitative de certaines rubriques et des modes d'utilisation des publics relais
3. **Décembre 2003** : 3ème étude quantitative, test ergonomique des évolutions de l'espace particulier, test qualitatif de l'espace professionnels, évaluation de la fonction messagerie
4. **Juillet 2005** : 4ème étude quantitative

Contexte & objectifs des évaluations

- ▶ Processus qui s'inscrit **dans la durée**
- ▶ La 4ème vague quantitative capitalise sur la méthode mise en place pour devenir un baromètre d'évaluation de service-public.fr avec la construction d'**indicateurs pérennes** permettant une véritable comparaison relative des données.
- ▶ Points analysés plus spécifiquement en 2005
 - ▶ La personnalisation géographique
 - ▶ **La complémentarité** avec les autres sources d'information administrative
 - ▶ Le **public associatif**

Méthodologie de cette vague

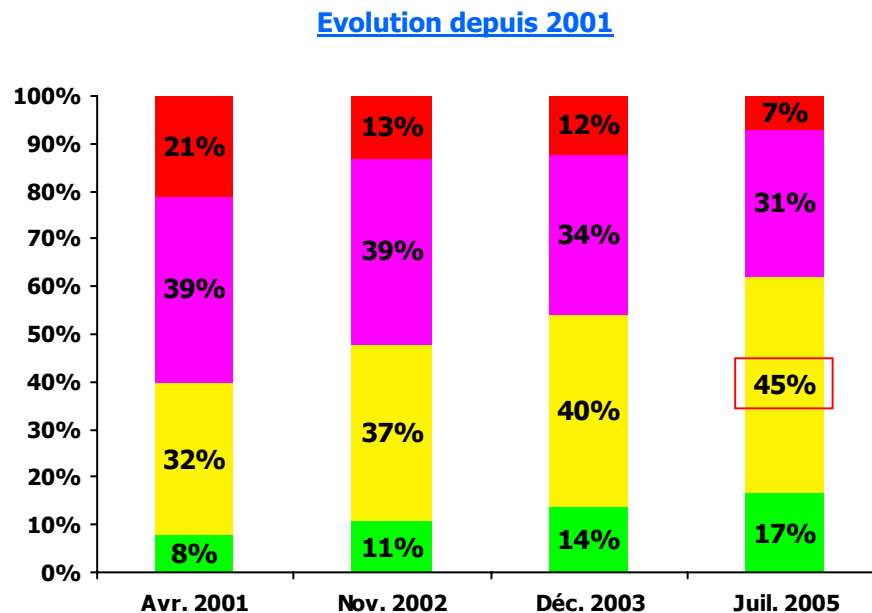
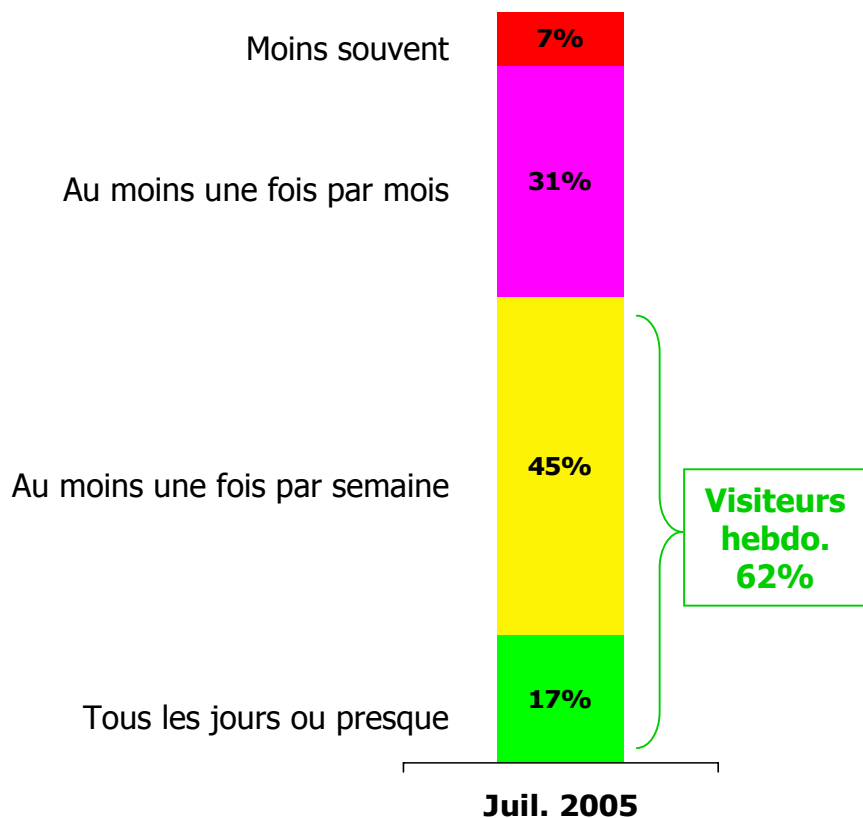
Méthodologie – Modes et volumes d'interrogation

- ▶ Le recueil de l'information s'est effectué selon trois modes : **lien** sur la page d'accueil, **pop up** sur certaines rubriques et envois de **courrier électronique** sur une extraction d'abonnés à la lettre d'actualité.
- ▶ Interrogation de **2290 visiteurs du site** , dont **839 répondants** (156 primo visiteurs) en page d'accueil qui servent de population de référence des visiteurs moyens.
- ▶ Un autre pop up placé sur la page d'entrée du service de personnalisation géographique a permis d'interroger **656 utilisateurs** du service.
- ▶ Le **taux de remplissage** des questionnaires (de l'ordre de 33% à 50%) selon la source est identique à ceux obtenus précédemment.

Résultats

Fréquence de consultation - Ensemble des visiteurs

Q1 : A quelle fréquence consultez-vous le site service-public.fr ?

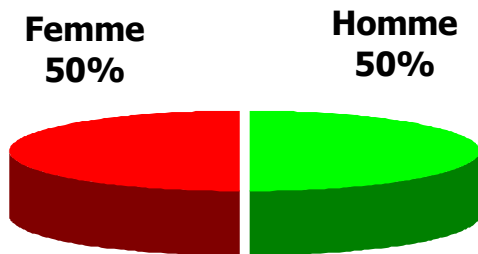


Les primo-visiteurs sont identifiés sur le pop up et réinterrogés de 8 à 10 jours après leur visite

Profil sociodémographique des visiteurs du site

Sexe - Ensemble des visiteurs

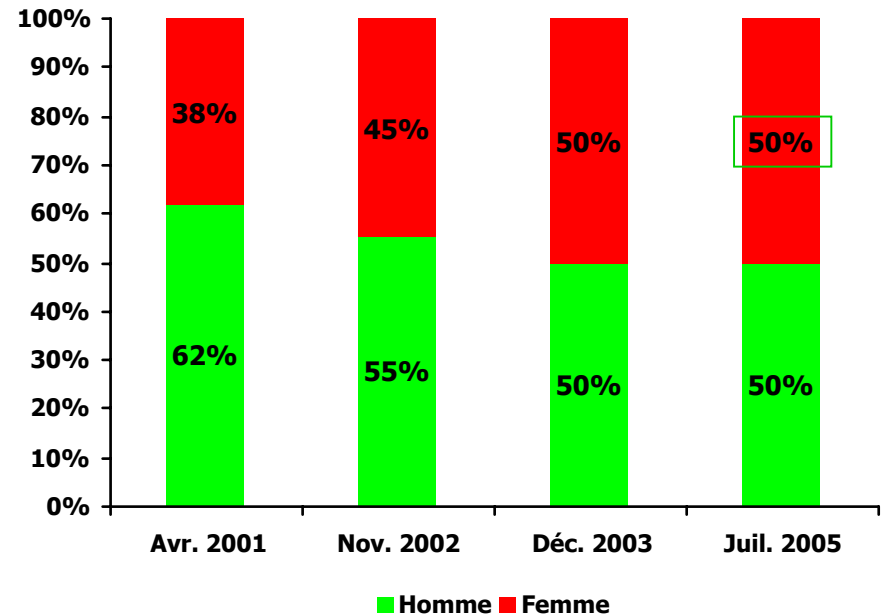
S1 : Vous êtes ?



Population internautes français (d'après étude Ipsos Profiling - Juin 2005) :

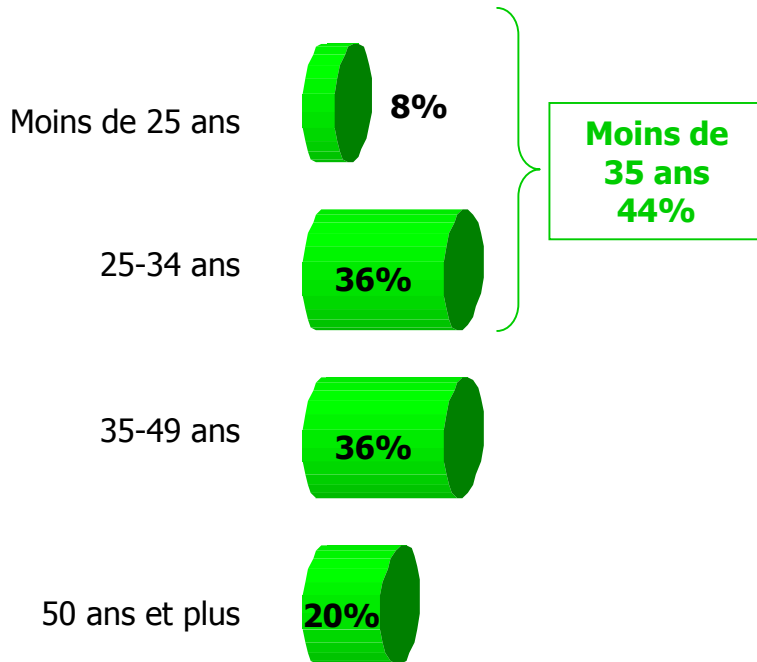
- Hommes : 54%
- Femmes : 46%

Evolution depuis 2001



Age - Ensemble des visiteurs

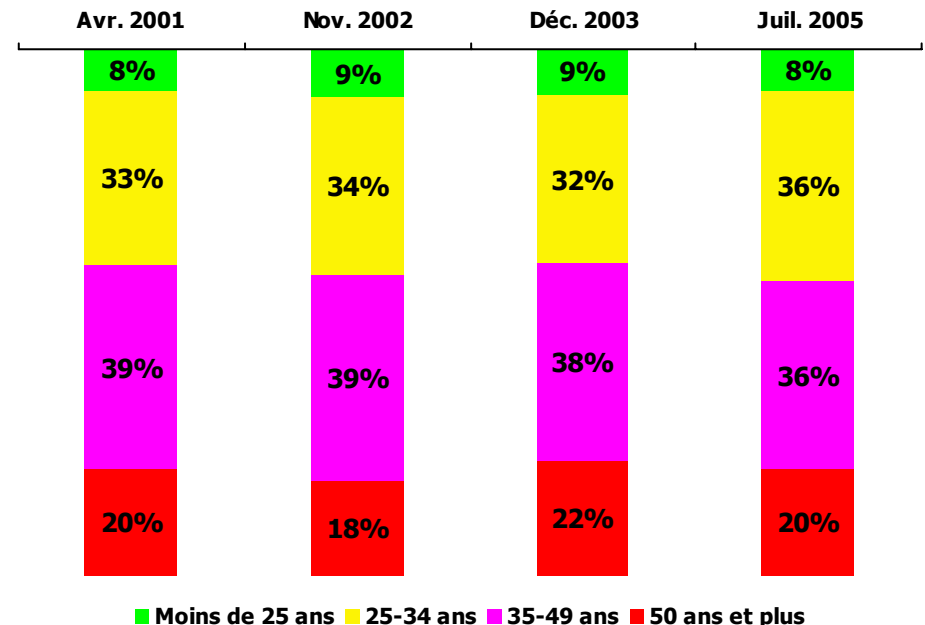
S2 : Quelle est votre année de naissance ?



Population internautes français (d'après étude Ipsos Profiling - Juin 2005) :

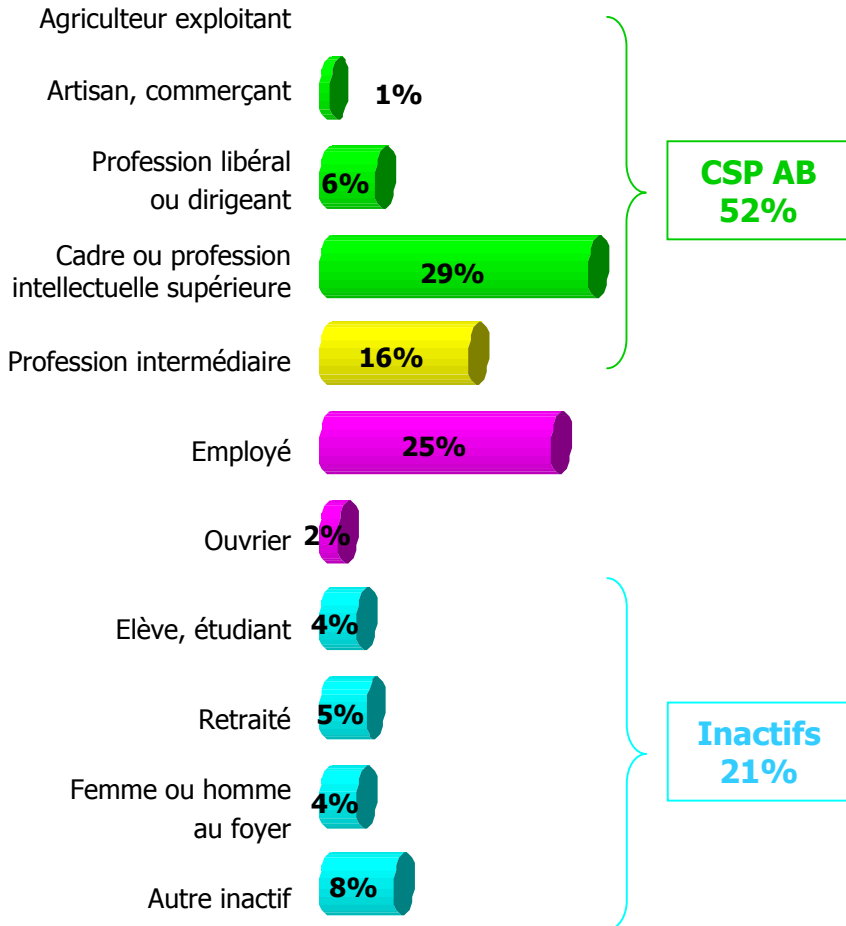
- Moins de 35 ans : 50%
- Plus de 35 ans : 50%

Evolution depuis 2001



Profession - Ensemble des visiteurs

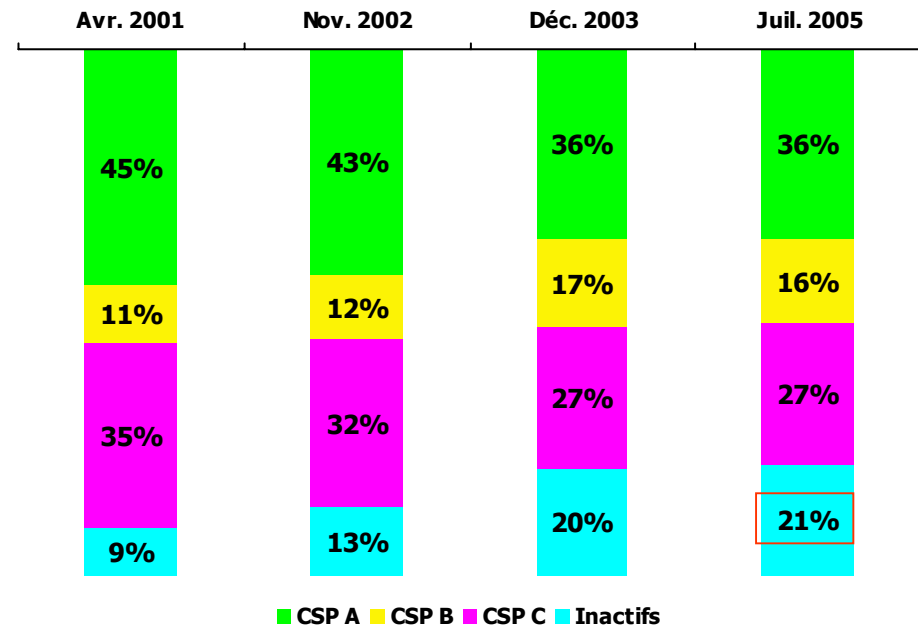
S5 : Quelle activité professionnelle occupez-vous actuellement ?



Population internautes français (d'après étude Ipsos Profiling - Juin 2005) :

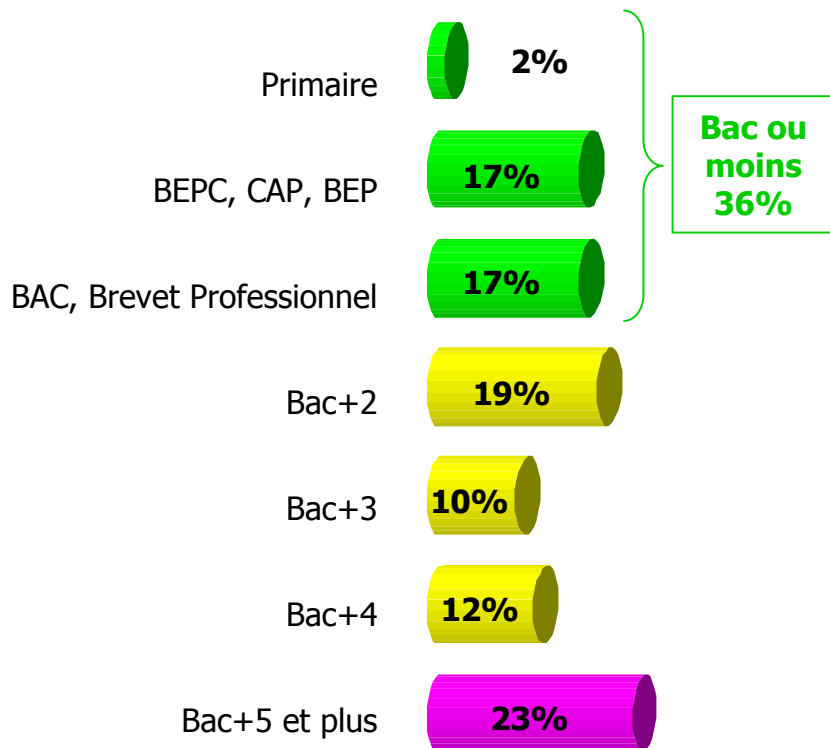
- CSP AB (Supérieure + intermédiaire) : 44%

Evolution depuis 2001



Niveau d'études - Ensemble des visiteurs

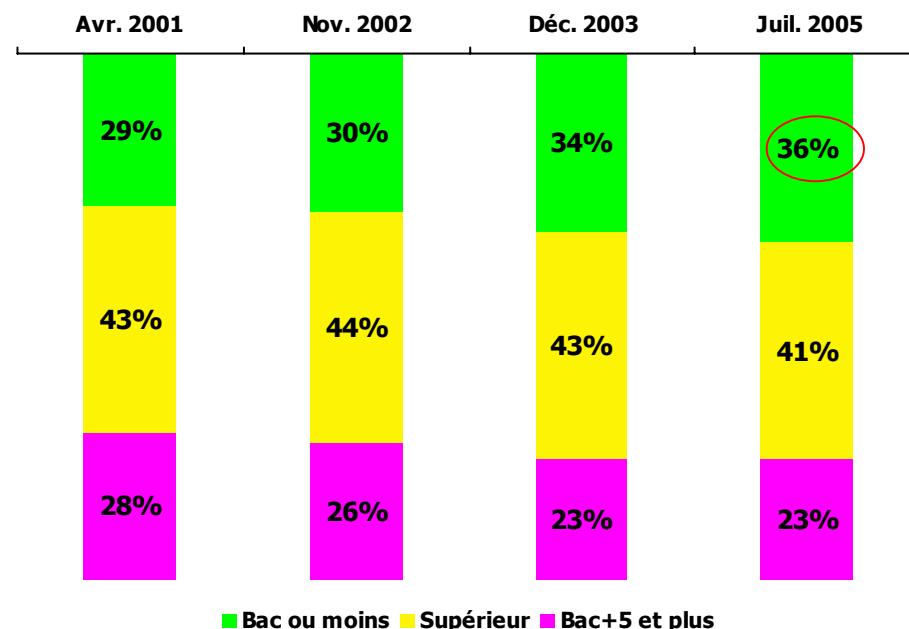
S3 : Quel est votre niveau d'études ?



Population française (source INSEE enquête emploi 15 ans et plus)

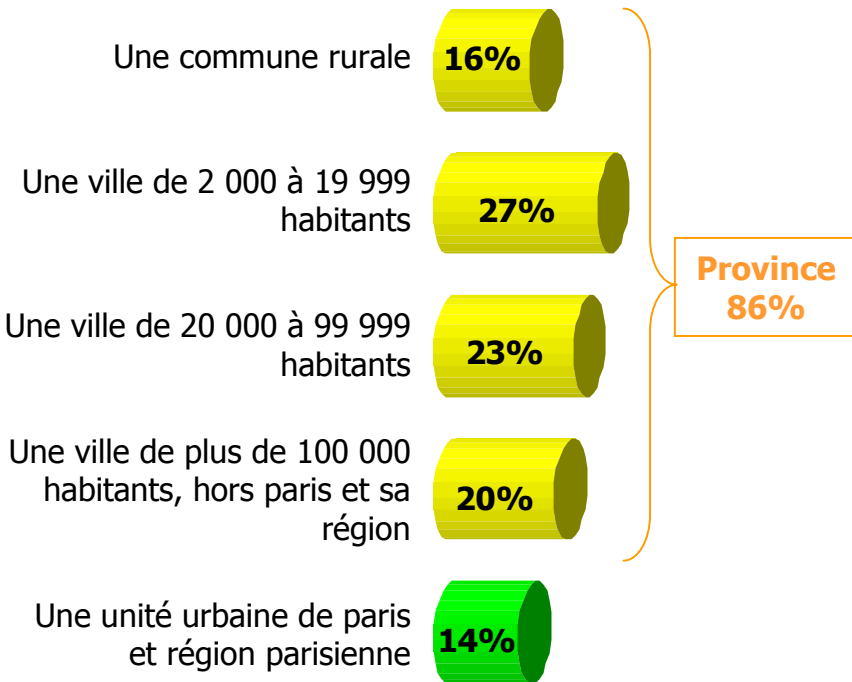
- Sans diplôme/BEPC/BEP/CAP : 68%
- Bac, Brevet Professionnel : 13%
- Bac+2 : 9%
- Etudes supérieures : 10%

Evolution depuis 2001



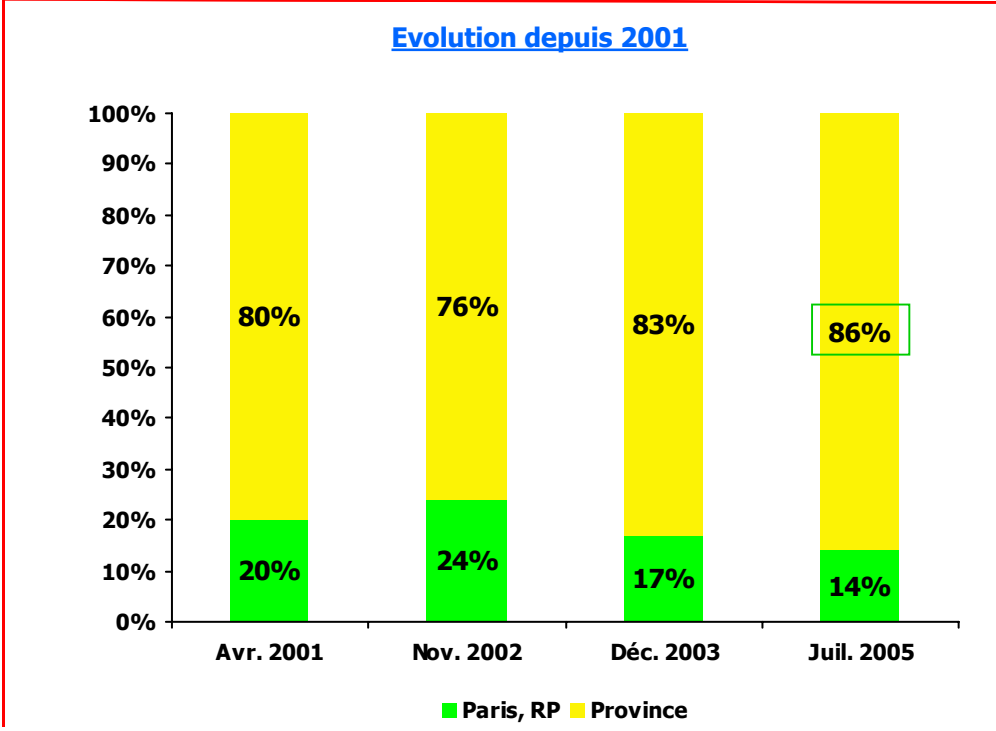
Habitat - Ensemble des visiteurs

S13 : Habitez-vous...



Population internautes français (d'après étude Ipsos Profiling - Juin 2005) :

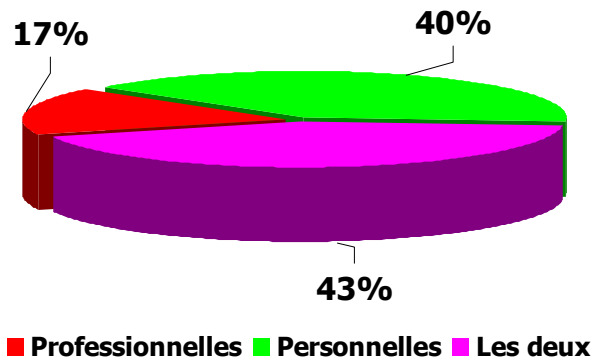
- Paris, RP : 26%
- Province : 74%



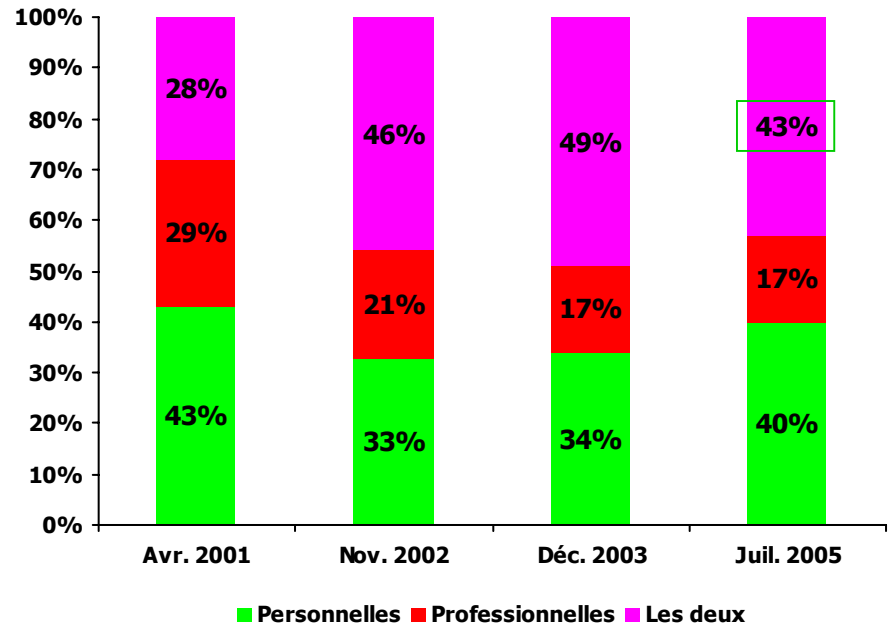
Profil professionnel des visiteurs du site

Raisons d'utilisation du site

Q2 : En général, vous utilisez le site service-public.fr plutôt pour des raisons...

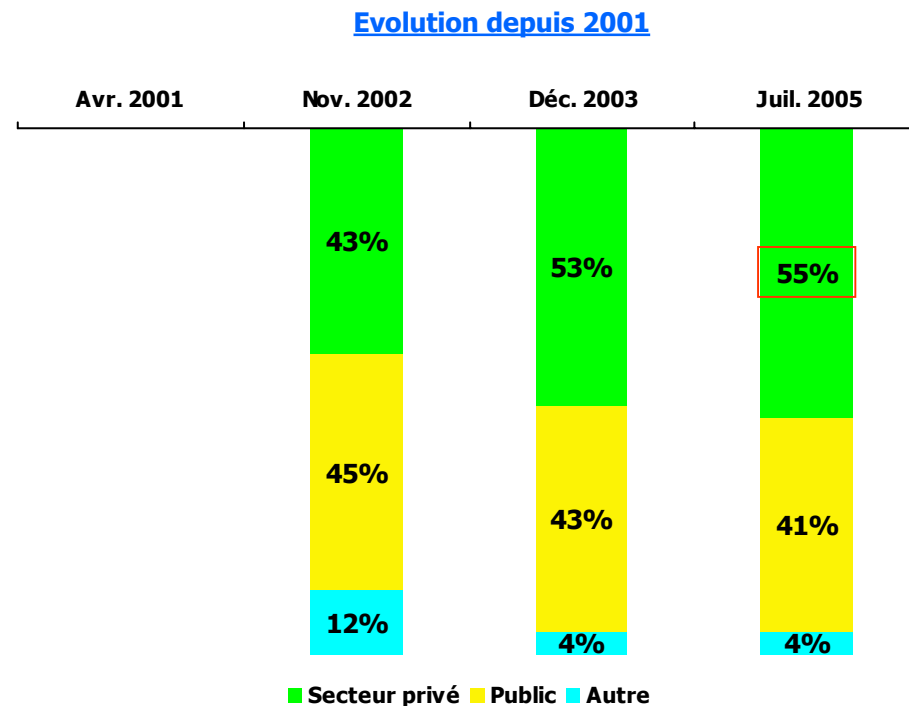
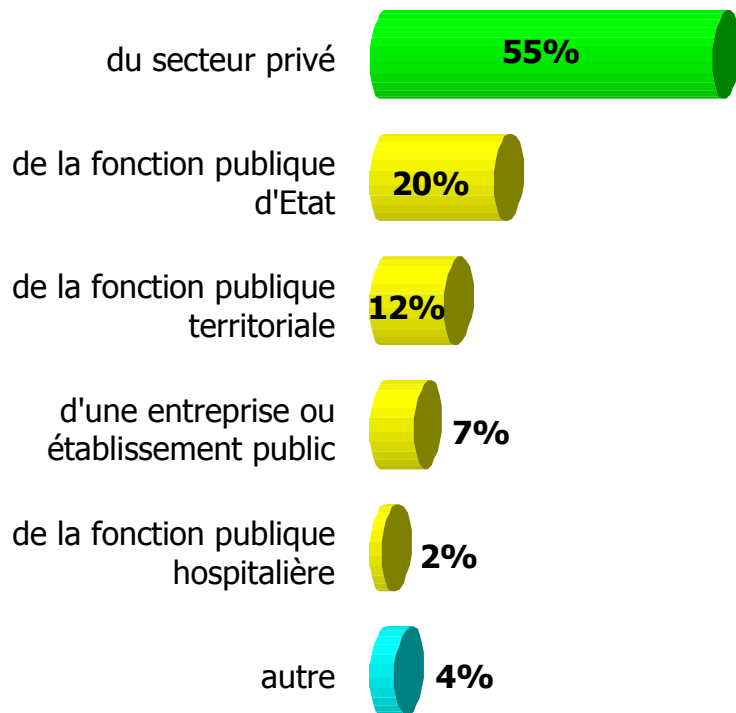


Evolution depuis 2001



Type de salarié - Ensemble des visiteurs

S6 : Etes-vous salarié ?

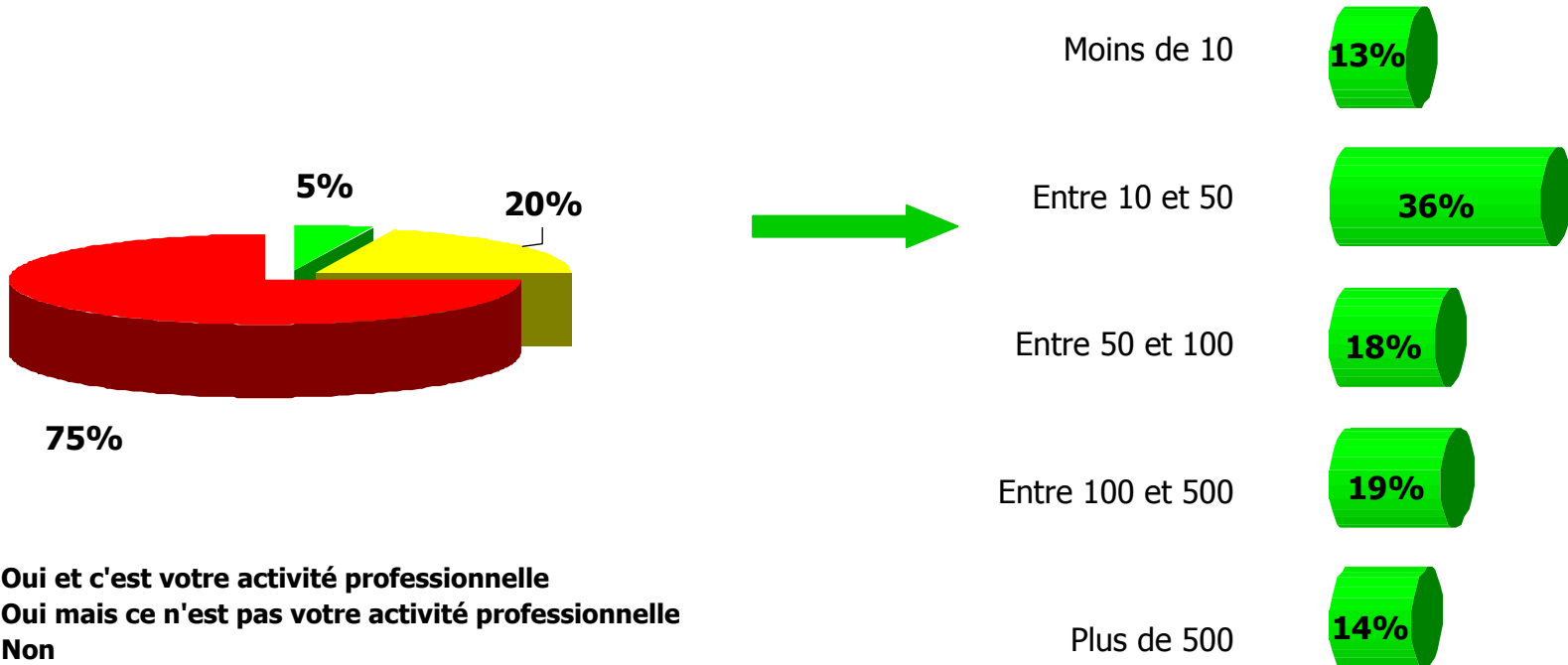


Activité associative

Q2b : Êtes-vous membre actif d'une association ?

Q2c : Approximativement, combien cette association compte-t-elle de membres ?

Nouvelle question 2005



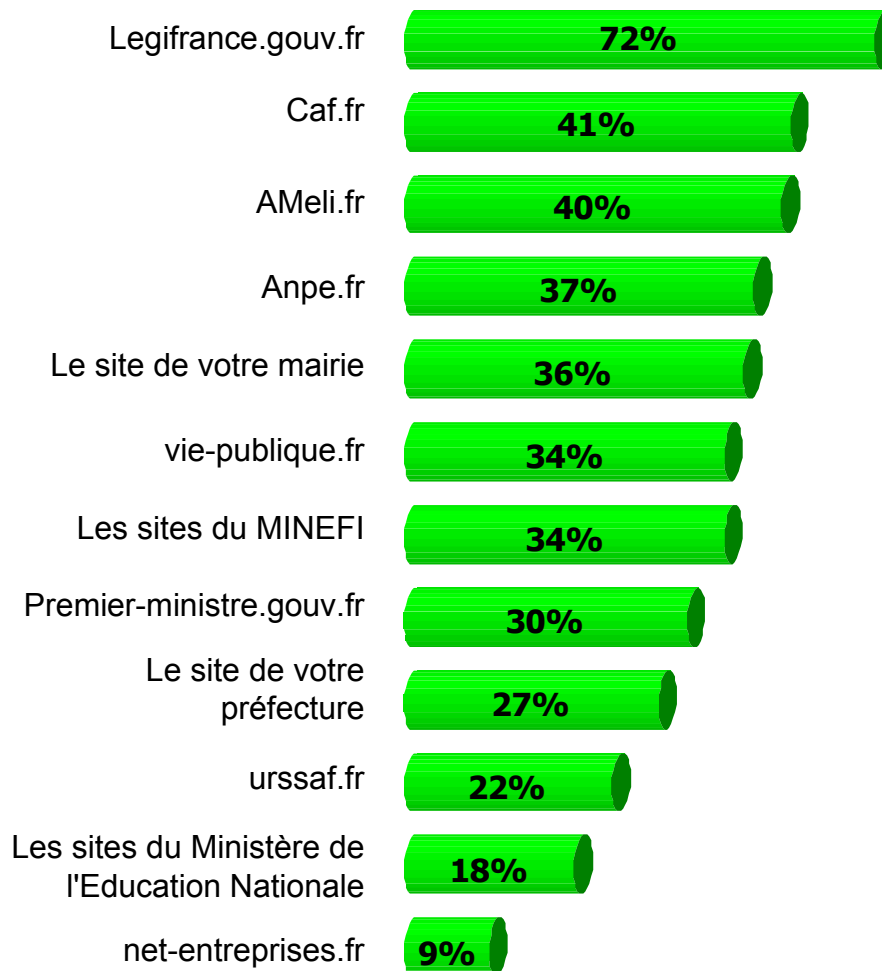
Complémentarité entre les services
d'information administrative

Autres sites publics visités régulièrement

Q14a : Parmi les sites publics suivants, quels sont tous ceux que vous visitez régulièrement

Nouvelle question 2005

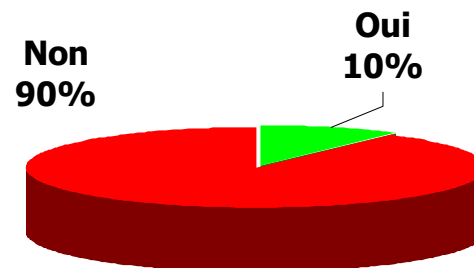
Liste fermée constituée a priori



Utilisation du 3939

Q14b : Avez-vous déjà contacté 3939 Allô service public, le numéro unique de renseignements administratifs ?

[Nouvelle question 2005](#)

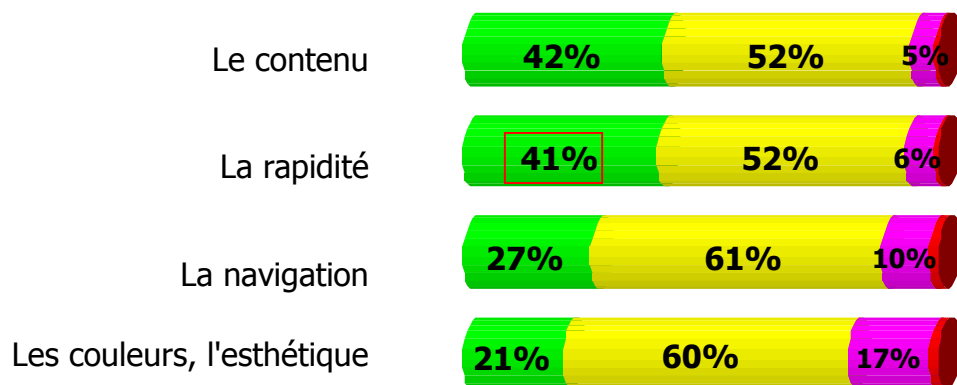


Evaluation de la forme de service-
public.fr

Evaluation globale du site

Q9 : A propos de chacune des caractéristiques suivantes de service-public.fr, dites si elle vous plaît beaucoup, assez, peu ou pas du tout

Evolution depuis 2001

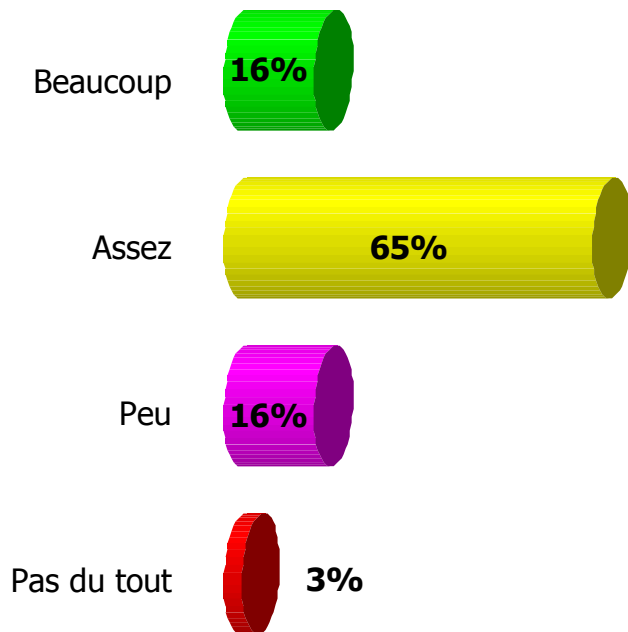


	Avr. 2001	Nov. 2002	Déc. 2003	Juil. 2005
Le contenu	40%	47%	37%	42%
La rapidité	32%	38%	34%	41%
La navigation	24%	28%	24%	27%
Les couleurs, l'esthétique	24%	23%	20%	21%

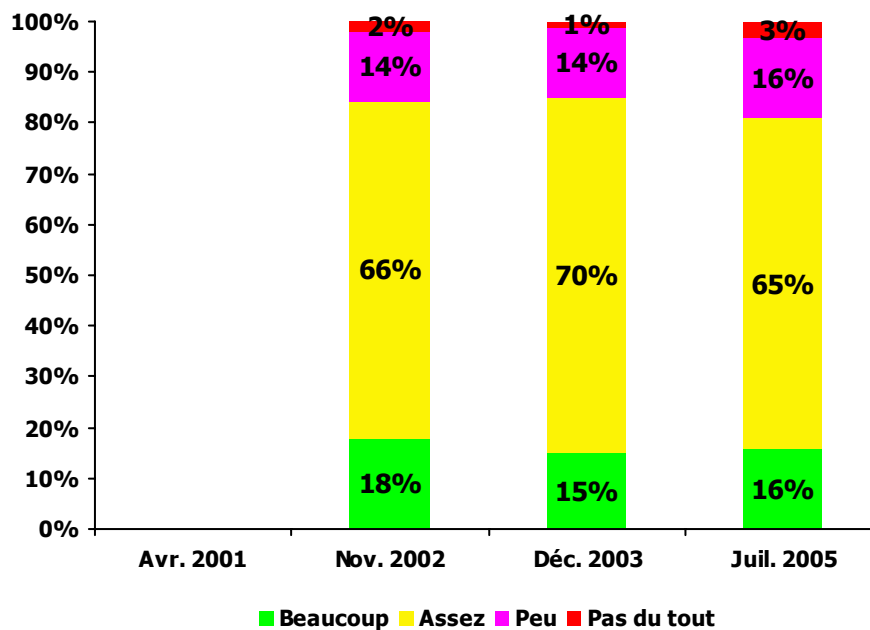
■ Beaucoup ■ Assez ■ Peu ■ Pas du tout

Evaluation du graphisme du site

Q11 : Le graphisme de service-public.fr vous plait-il beaucoup, assez, peu ou pas du tout ?



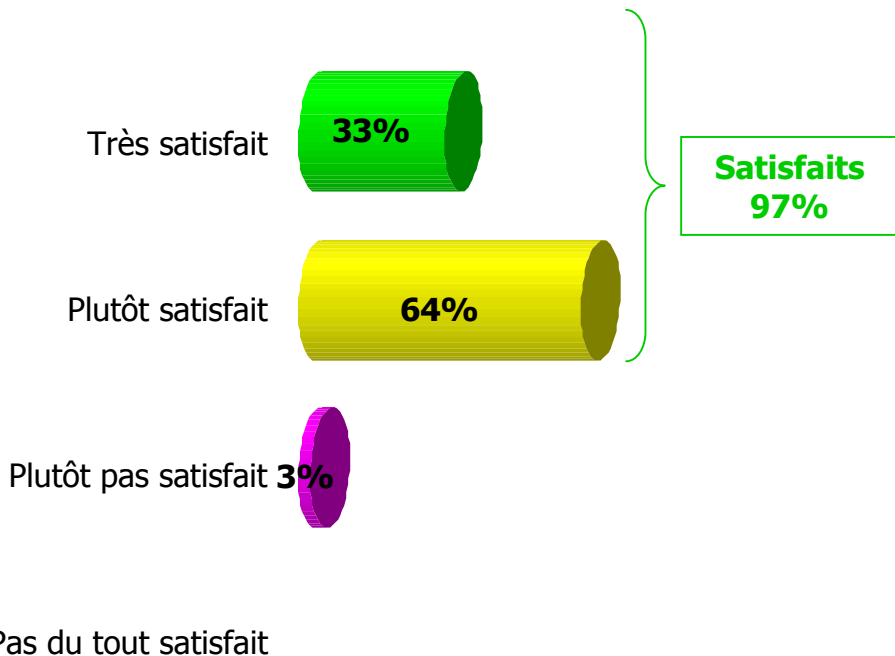
Evolution depuis 2001



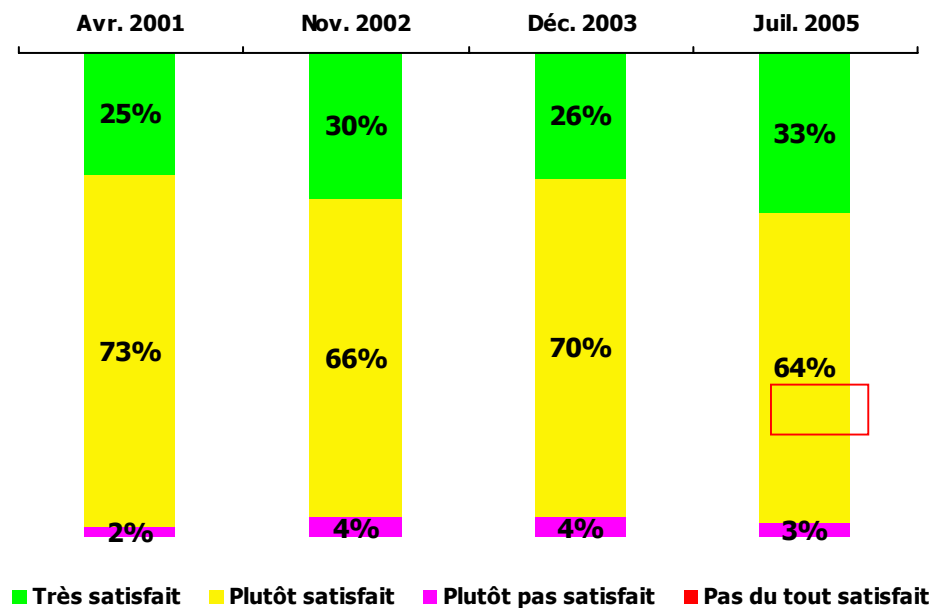
Evaluation du fond de service-
public.fr

Evaluation globale du site

Q16 : En considérant le site service-public.fr dans son ensemble, diriez-vous que vous en êtes



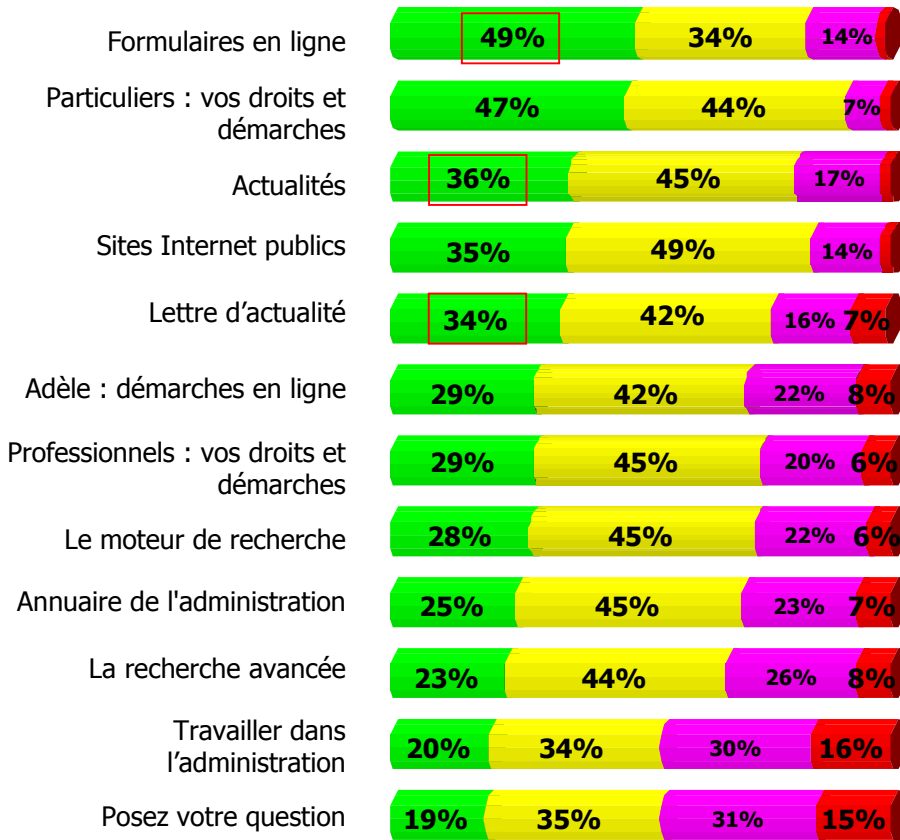
Evolution depuis 2001



Evaluation des rubriques

Q8 : A propos de chacune des rubriques suivantes, dites-nous si elle vous plaît beaucoup, assez, peu ou pas du tout, ou si vous ne l'avez jamais consultée ?

Evolution depuis 2001



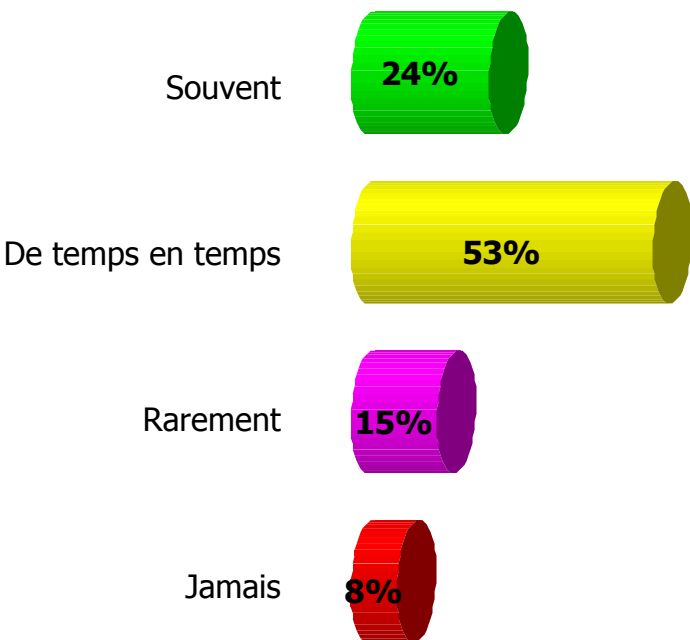
	Avr. 2001	Nov. 2002	Déc. 2003	Juil. 05
Formulaires en ligne	42%	45%	41%	49%
Particuliers : vos droits et démarches	45%	48%	43%	47%
Actualités	29%	25%	28%	36%
Sites Internet publics	42%	39%	31%	35%
Lettre d'actualité	28%	22%	24%	34%
Adèle : démarches en ligne	29%	29%	25%	29%
Professionnels : vos droits et démarches	18%	23%	30%	29%
Le moteur de recherche	27%	27%	23%	28%
Annuaire de l'administration	39%	34%	25%	25%
La recherche avancée	23%	23%	20%	23%
Travailler dans l'administration	25%	24%	24%	20%
Posez votre question	21%	20%	18%	19%

■ Beaucoup ■ Assez ■ Peu ■ Pas du tout

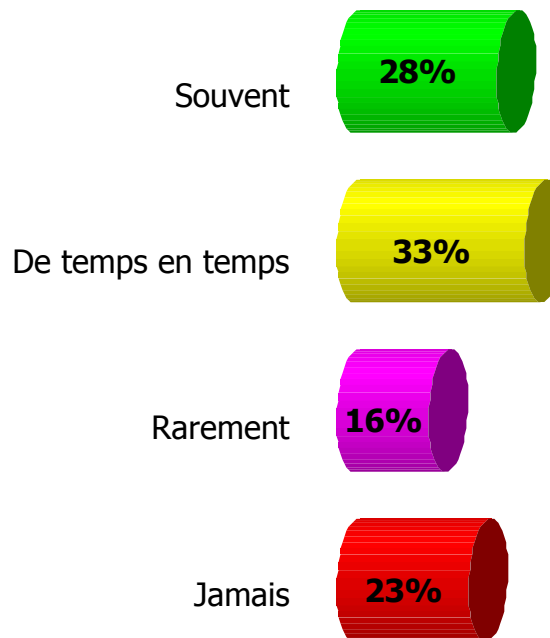
Utilisation du site pour conseiller d'autres personnes

Q3 : Avez-vous l'occasion d'utiliser le site service-public.fr pour renseigner ou conseiller d'autres personnes

A titre privé



A titre professionnel



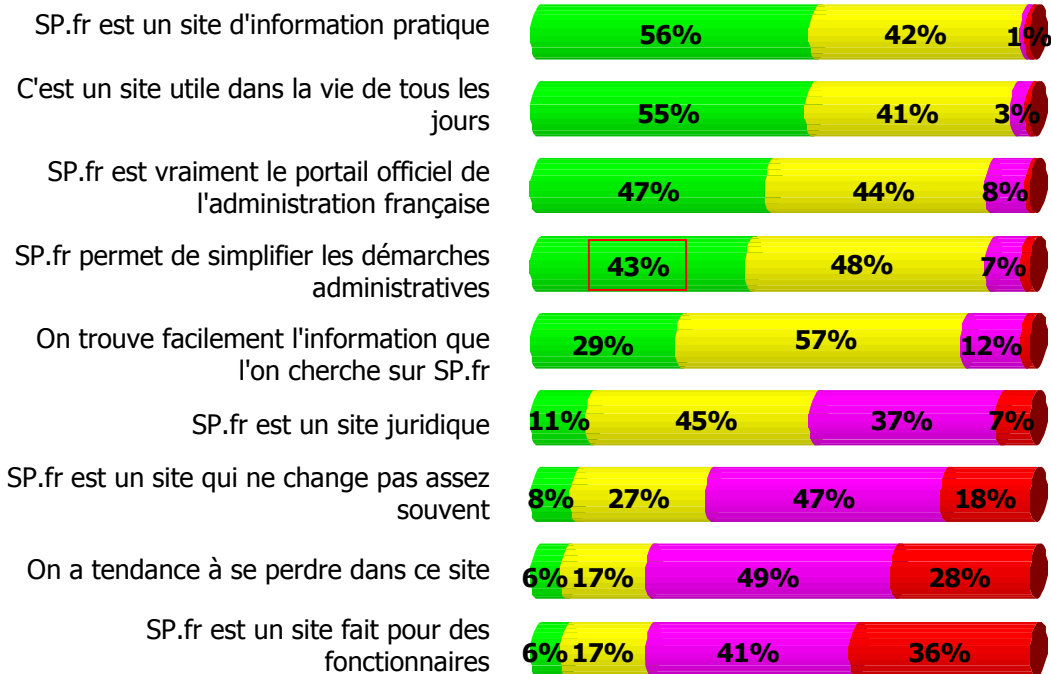
Pas d'évolution significative de cet indicateur depuis novembre 2002

Image de service-public.fr

Opinions sur le site

Q12 : Etes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec chacune des opinions suivantes sur le site service-public.fr...

Evolution depuis 2001

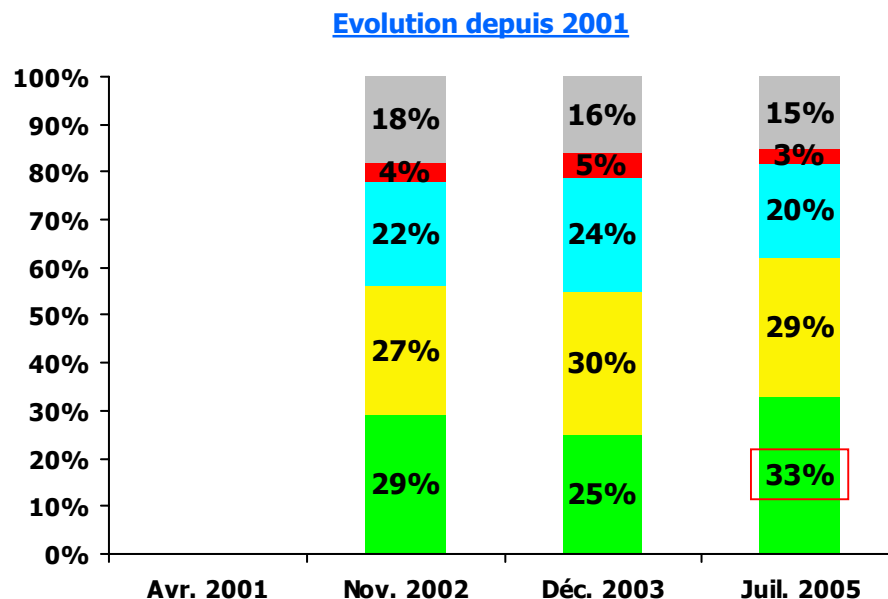
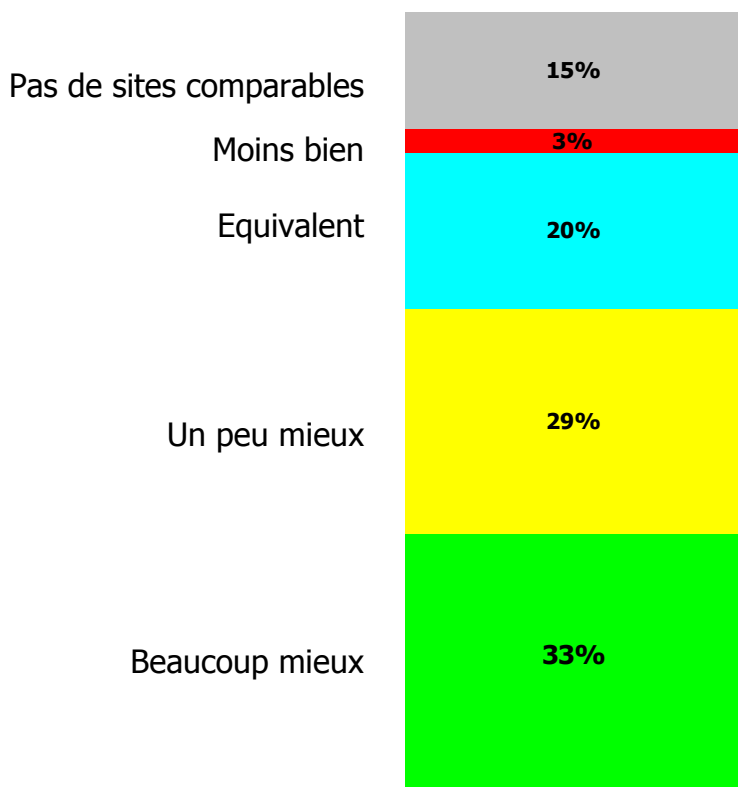


	Avr. 2001	Nov. 2002	Déc. 2003	Juil. 2005
SP.fr est un site d'information pratique	56%	55%	52%	55%
C'est un site utile dans la vie de tous les jours	49%	55%	52%	55%
SP.fr est vraiment le portail officiel de l'administration française	47%	51%	45%	47%
SP.fr permet de simplifier les démarches administratives	34%	40%	35%	43%
On trouve facilement l'information que l'on cherche sur SP.fr	22%	31%	26%	29%
SP.fr est un site juridique	11%	11%	11%	11%
SP.fr est un site qui ne change pas assez souvent	8%	7%	5%	8%
On a tendance à se perdre dans ce site	4%	5%	6%	6%
SP.fr est un site fait pour des fonctionnaires	7%	7%	7%	6%

■ Tout à fait ■ Plutôt ■ Plutôt pas ■ Pas du tout

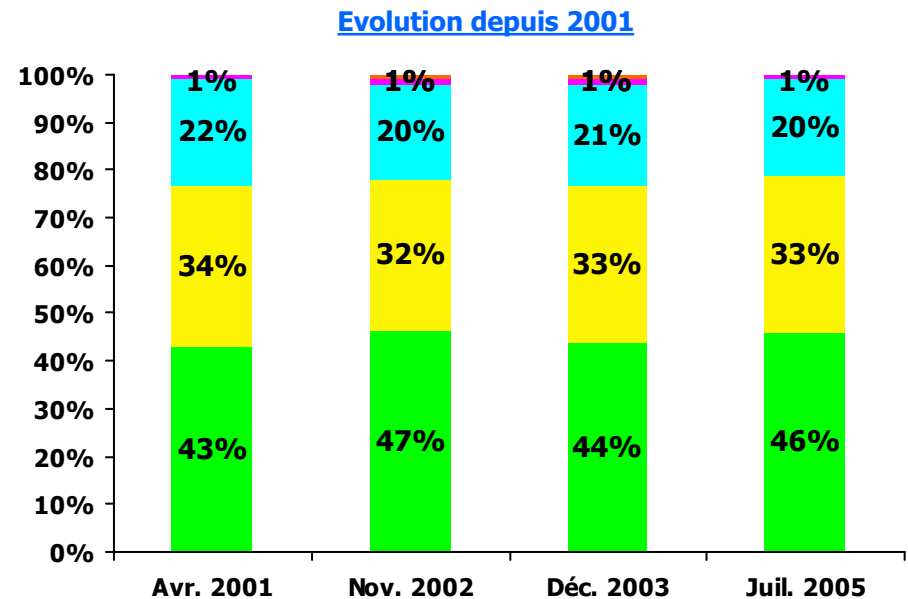
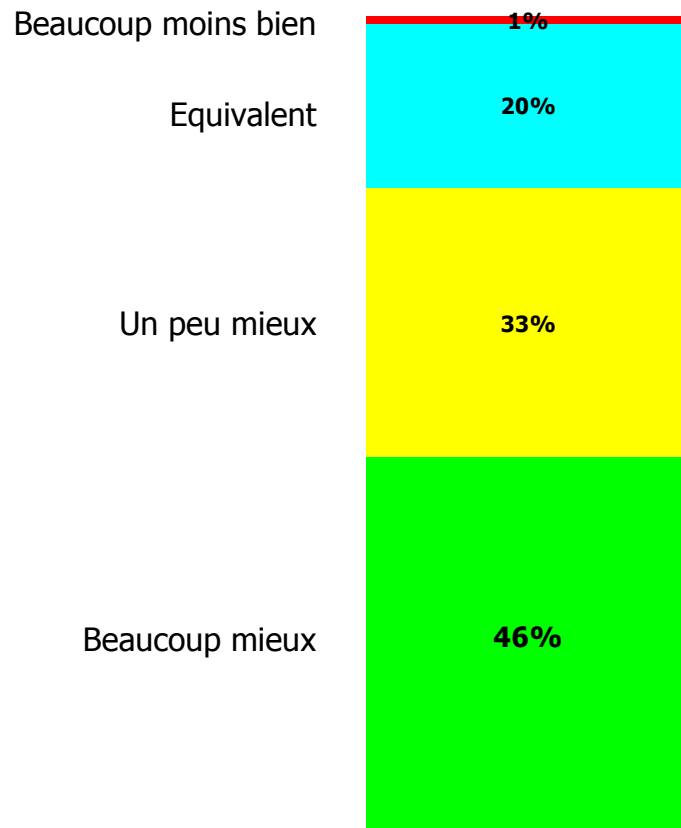
Service-public.fr vs. autres sites d'information

Q14 : D'une manière générale, par rapport aux autres sites d'information que vous connaissez, diriez-vous que service-public.fr est



Service-public.fr vs. image de l'administration

Q15 : Par rapport à l'image que vous avez de l'administration, diriez-vous que le site service-public.fr est

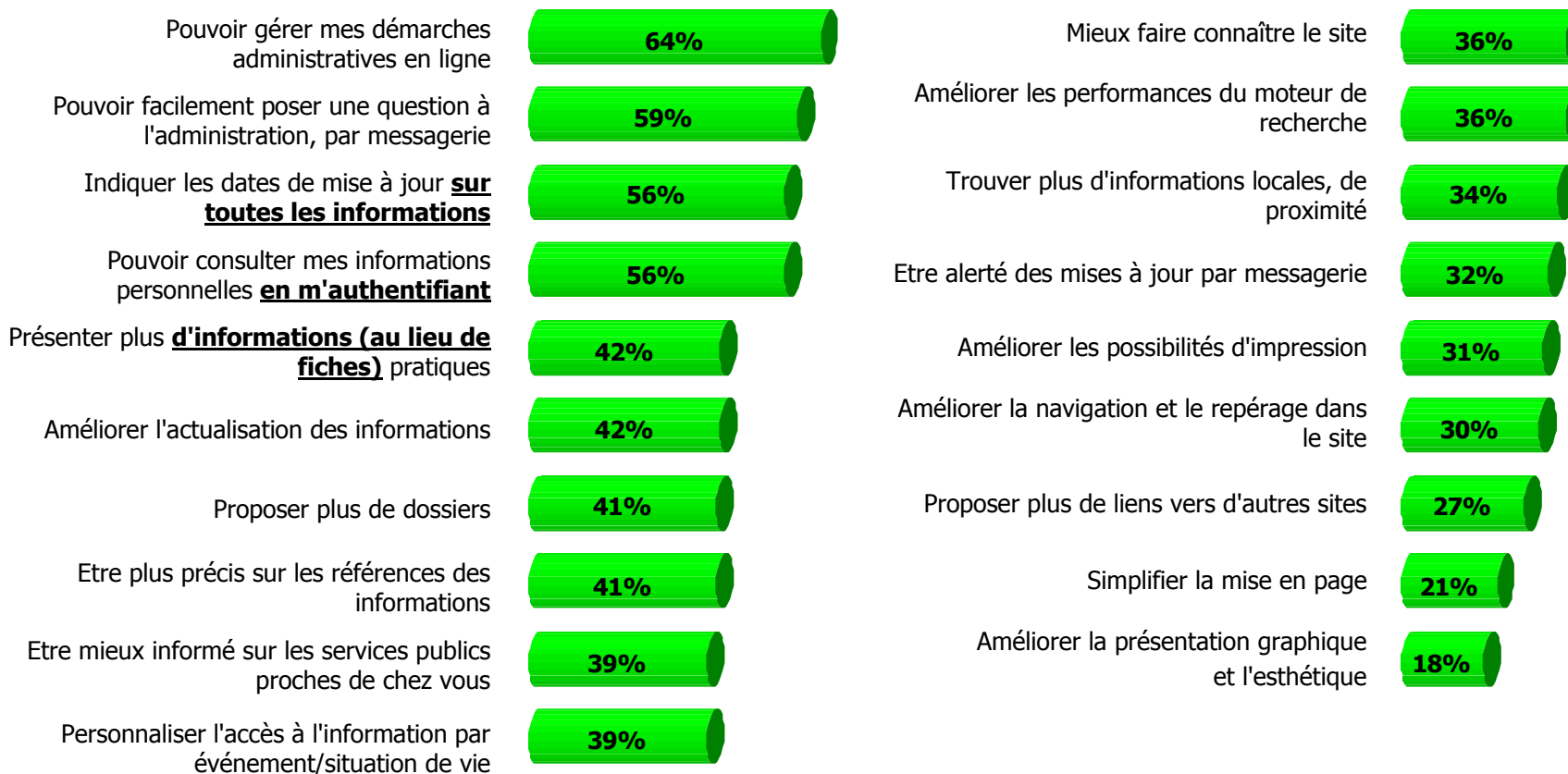


Attentes envers [service-public.fr](https://www.service-public.fr)

Priorités pour l'amélioration du site

q18 : Pour chaque amélioration possible du site service-public.fr, dites-nous si vous la trouvez très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout importante ?

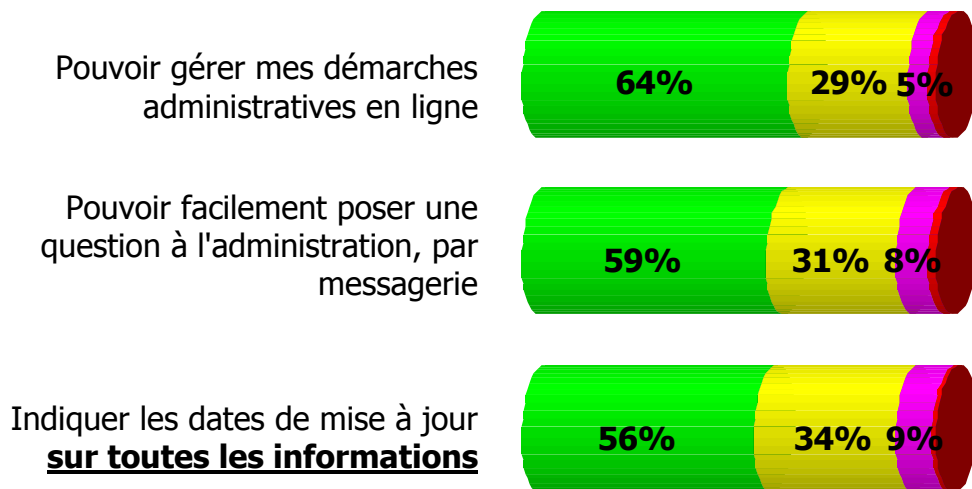
% Très importante



Les 3 priorités pour l'amélioration du site*

q18 : Pour chaque amélioration possible du site service-public.fr, dites-nous si vous la trouvez très, plutôt, plutôt pas ou pas du tout importante ?

Evolution depuis 2001



	Avr. 2001	Nov. 2002	Déc. 2003	Juil. 2005
Pouvoir gérer mes démarches administratives en ligne			49%	64%
Pouvoir facilement poser une question à l'administration, par messagerie			57%	59%
Indiquer les dates de mise à jour <u>sur toutes les informations</u>		63%*	53%*	56%*

* Les 3 améliorations considérées comme prioritaires depuis 2002 parmi une liste de 19 proposée aux répondants

■ Très importante

■ Plutôt importante

■ Plutôt pas importante

■ Pas du tout importante

*items dont le libellé a changé (changements soulignés et gras)

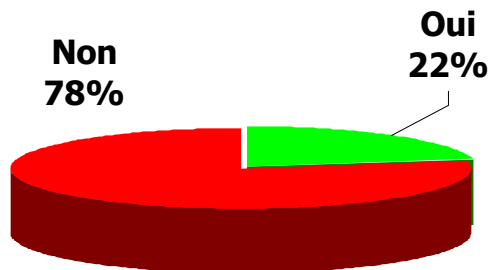
Focus sur la personnalisation géographique

Notoriété et utilité perçues du service – Ensemble des visiteurs

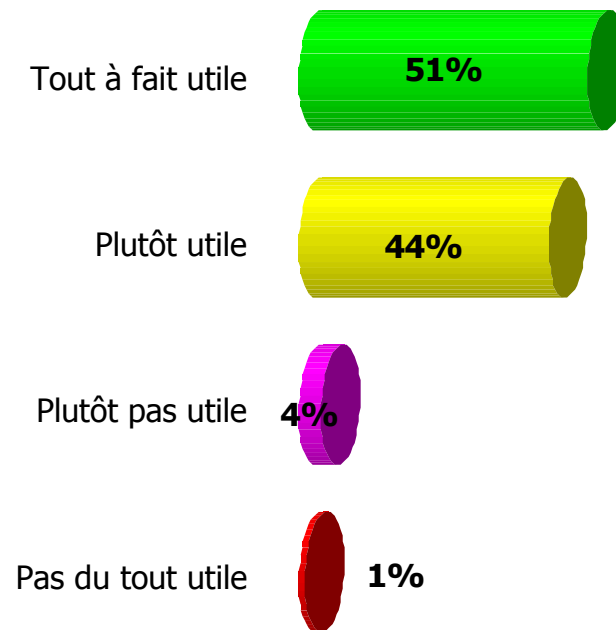
Q6 : Le 23 mars dernier, Service Public a lancé un système de personnalisation géographique, l'avez-vous remarqué ?

Q6a : La personnalisation géographique permet d'afficher dans la fiche d'information du Guide Vos Droits et Démarches les coordonnées du service compétent près de chez vous. Diriez-vous que c'est un service tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout utile ?

Notoriété



Utilité



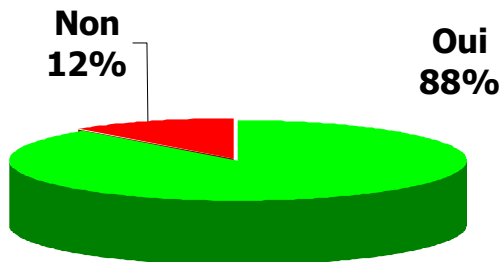
Ancienneté d'utilisation, utilité et satisfaction perçues du service

– Utilisateurs

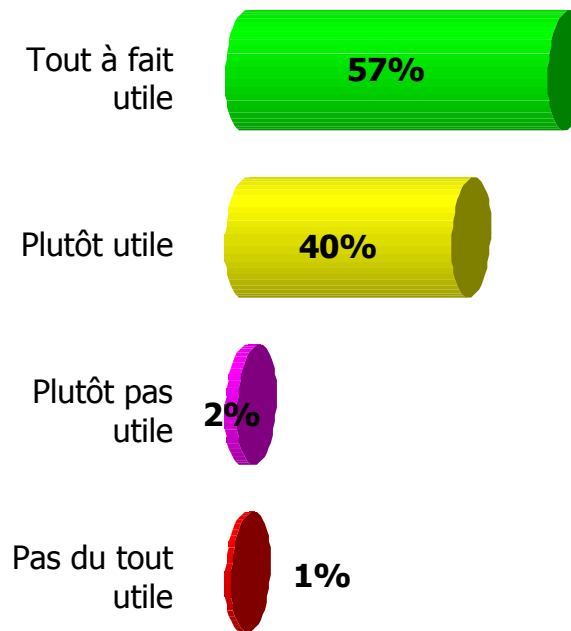
Q2 : Est-ce la première fois que vous accédez à la page de personnalisation géographique ?

Q6a : La personnalisation géographique permet d'afficher dans la fiche d'information du Guide Vos Droits et Démarches les coordonnées du service compétent près de chez vous. Diriez-vous que c'est un service tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout utile ?

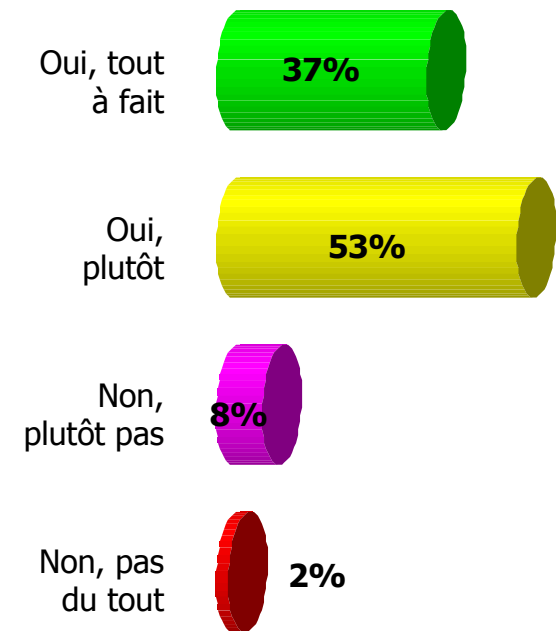
Ancienneté d'utilisation



Utilité



Satisfaction



Conclusions

Conclusions

- ▶ Une **augmentation du taux de satisfaction** en 2005 après un creux en 2003 lié à l'élargissement du public.
- ▶ **Une démocratisation de l'outil service-public.fr qui se poursuit**, suivant en cela l'évolution de la population internautes française (parité, diminution de la part des Catégories socio-professionnelles élevées et moyennes - CSP AB) **mais avec des caractéristiques propres** (visiteurs proportionnellement plus âgés et plus présents en région).
- ▶ Un usage pour des raisons personnelles qui **reste fort** comparativement à l'usage pour des raisons professionnelles.
- ▶ Parmi le public salarié, une **majorité issue du secteur privé**.
- ▶ Des **membres actifs d'associations** fortement présents.
- ▶ Des visiteurs qui utilisent fortement les **sites publics** mais encore peu le **39 39**.

Conclusions

- ▶ Un outil qui **conquiert du public** (une part de nouveaux connectés restée stable depuis 2001) et **qui en fidélise** (le nombre de visiteurs hebdomadaires augmente).
- ▶ Des rubriques **Actualités** et **Formulaires en ligne** qui connaissent les plus fortes progressions de satisfaction.
- ▶ Un plébiscite de la **personnalisation géographique**.
- ▶ Un site jugé comme un **véritable outil pratique** et de **simplification des démarches administratives** et qui donne une **image très positive** de l'administration.
- ▶ Des attentes qui se concentrent sur les **démarches en ligne et le contact direct avec l'administration**.

Choix d'indicateurs et de populations d'analyse

Choix d'indicateurs et de populations d'analyse

- ▶ Au sein du cahier des charges il a été demandé d'appréhender des **indicateurs et populations d'analyses stables** dans le temps pour les évaluations à venir, mais aussi pour des communications ultérieures.
- ▶ Il s'agit de capitaliser sur l'existence du baromètre pour en faire un véritable outil de **pilotage des performances** du site.
- ▶ Pour ce qui est du **choix des populations à suivre dans le temps**, un premier travail sur le sujet nous a amené à classer certaines populations suivant trois grandes clés de lecture :
 1. Critères sociodémographiques : habitants de communes rurales, CSP élevées, CSP basses, faible niveau d'études
 2. Critères d'usages du site : visiteurs professionnels, visiteurs associatifs effectuant des démarches administratives, responsable de PME et indépendants,
 3. Critères ayant trait au rapport à l'information administrative : utilisateurs de Legifrance, utilisateurs du 3939, utilisateurs du site de leur mairie

Choix d'indicateurs et de populations d'analyse

- ▶ Pour ce qui est **des indicateurs à suivre dans le temps**, il est convenu de choisir des données parlantes, évolutives et exprimant les performances du site au global et par population d'analyse.
- ▶ Par ailleurs il a été aussi acté de définir ces indicateurs pour permettre notamment **d'accompagner au mieux la mise en place de la démarche qualité** en reprenant les objectifs assignés au site et formalisés par le comité de pilotage du projet.
- ▶ Ainsi le travail en cours a abouti à la définition d'une **vingtaine de chiffres clés** qui à chaque mesure pourront être transmis en interne pour impliquer les équipes dans la démarche qualité entreprise.

Choix d'indicateurs et de populations d'analyse

- ▶ Illustration par les indicateurs à évolution significative :

OBJECTIFS DU SITE	INDICATEURS RETENUS	Avr. 2001	Nov. 2002	Déc. 2003	Juil. 2005
Satisfaction des utilisateurs / intérêt et valeur du service rendu	Taux de haute satisfaction : Q16 Très satisfait	25%	30%	26%	33%
	Taux de satisfaction "Formulaires en ligne" : Q8 plaît beaucoup	42%	45%	41%	49%
	Taux de satisfaction "Actualités" : Q8 plaît beaucoup	29%	25%	28%	36%
	Taux de satisfaction "Lettre d'actualité" : Q8 plaît beaucoup	29%	22%	24%	34%
	Taux de satisfaction "Professionnels : vos droits et démarches" : Q8 plaît beaucoup	22%	23%	30%	29%

Choix d'indicateurs et de populations d'analyse

- ▶ Concernant ces objectifs il existe un autre indicateur, dit LOLF, proposé dans le cadre de la mise en place de la LOLF. Il repose à la fois sur les sources statistiques de consultation du site et sur les restitutions des enquêtes conduites en ligne auprès des utilisateurs de service-public.fr et est calculé de la manière suivante : taux d'internautes se déclarant « plutôt satisfaits » et « très satisfaits » du site x nombre de visites annuelles. Son évolution est la suivante :

2001	2002	2003	2004	2005
5,3 millions	12,4 millions	20,2 millions	Pas de mesure	27,2 millions (estimation)

Choix d'indicateurs et de populations d'analyse

- ▶ Illustration par les indicateurs à évolution significative :

OBJECTIFS DU SITE	INDICATEURS RETENUS	Avr. 2001	Nov. 2002	Déc. 2003	Juil. 2005
Fidélisation et acquisition de nouveaux visiteurs	Taux de visite régulière : Q1 Au moins une fois par semaine	40%	48%	54%	62%
	Taux de primo visiteurs : Q1 Au moins une fois par semaine	-	14%	29%	19%
Utilité et praticité de l'outil	Opinion "sp.fr permet de simplifier les démarches administratives" : Q12 Tout à fait d'accord	34%	40%	35%	43%
Information à jour, de référence et facile d'accès	Evaluation priorité d'amélioration "Améliorer l'actualisation des informations" : Q18 Très importante	NP	49%	45%	42%