

CGDD - Design UX

Synthèse recherche utilisateur

Projet et offre

La création d'un site internet couvrant le champ de l'information publique sur l'environnement et le développement durable est l'un des objectifs d'Horizons numériques, la stratégie numérique du CGDD définie et déployée à partir de 2017 en utilisant une démarche de Design Thinking.

Ce site vise à **rationaliser l'offre de services numérique** dont le CGDD est le producteur et/ou l'opérateur afin de **faciliter l'accès aux connaissances, à l'expertise et aux services produits par le CGDD**, et plus largement par les acteurs publics de l'environnement et du développement durable.

Ce futur dispositif numérique consiste ainsi à offrir :

1 - Un point d'accès unique d'informations sur le périmètre « Environnement et développement durable » au bénéfice des utilisateurs dans toute leur diversité

2 - Un site de diffusion de la connaissance qui privilégie le référencement des contenus existants, sans les dupliquer ou les recréer, qui valorise les sources publiques d'information sans se substituer à elles

2 - Des offres de services aux usagers pour prolonger l'information en actions concrètes selon les usages identifiés

L'offre de services



Informar sur l'environnement et le développement durable, sur les initiatives et programmes visant à répondre aux défis environnementaux



« Outiller » le débat public sur les questions environnementales et en rapport avec le développement durable



Favoriser la réutilisation de l'information environnementale



Favoriser la prise de décision et la conduite de projets donnant accès aux outils d'aide à la décision, aux guides méthodologiques et aux référentiels



Faciliter les démarches, l'accès à l'information légale et administrative, l'identification des aides et financements publics dans le domaine de l'environnement et du développement durable



Soutenir et contribuer à l'éducation à l'environnement et au développement durable



Faciliter l'accès à l'information locale sur l'environnement et le développement durable

L'offre de services en détails



1 - «**Outiller**» le **débat public** sur les questions environnementales (bonnes pratiques - REX / accès aux acteurs....)

Cas d'usage : association environnementale organisant des débats et actions



2 - **Faciliter les démarches**, notamment des entreprises, l'accès à l'information légale et administrative, l'identification des aides et financements publics dans le domaine de l'environnement

Cas d'usage : PME voulant se réorienter en économie circulaire, BE voulant s'informer des évolutions réglementaires de la séquence Eviter Réduire Compenser pour répondre à ses clients



3 - **Favoriser la prise de décision** et la conduite de projets en recensant et donnant accès aux outils d'aide à la décision, aux guides méthodologiques et aux référentiels couvrant le champ de l'environnement

Cas d'usage : Maire, Etablissement Public de Coopération Intercommunale voulant développer une zone éco-touristique



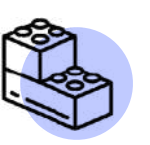
4 - Soutenir et contribuer à l'**éducation à l'environnement** et au développement durable (identification des messages à porter au regard des priorités du Ministère ; soutien et valorisation des démarches et des pédagogies innovantes, notamment dans le cadre des appels à projets lancés par les DREAL ; constitution d'un « catalogue » d'initiatives locales)

Cas d'usage : admin. déconcentrée travaillant avec les associations en matière d'éducation au devt. durable



5 - Faciliter l'accès à l'information environnementale **locale**

Cas d'usage : citoyen voulant connaître les enjeux de biodiversité dans son territoire



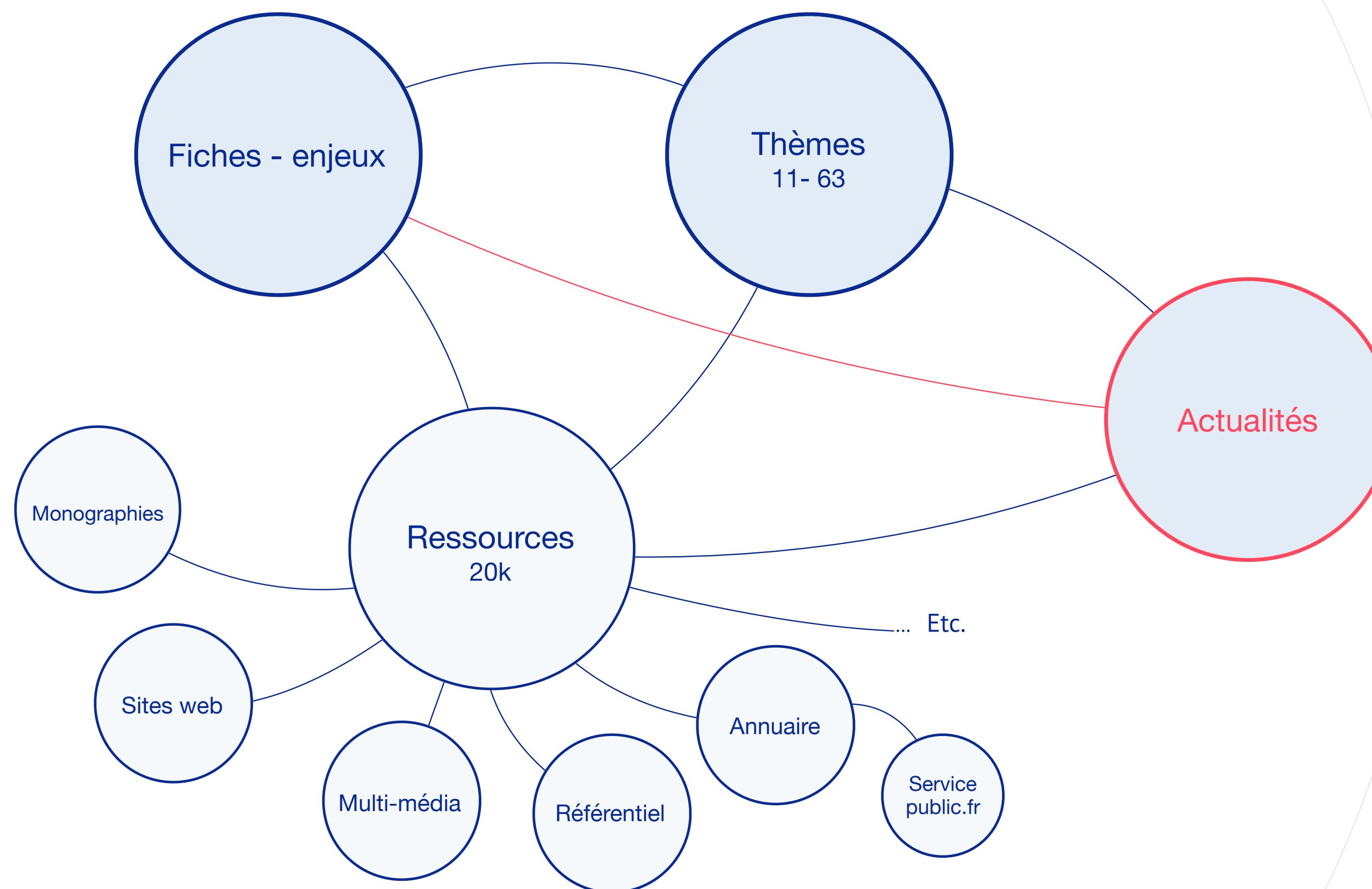
6 - Favoriser la **réutilisation** de l'information environnementale

Cas d'usage : association voulant diffuser de l'info dans son réseau ; Ministère souhaitant rediffuser une partie de notre info sur son intranet



7 - Informer sur l'environnement et le développement durable, sur les initiatives et programmes visant à répondre aux défis environnementaux

L'offre d'information



Equipe projet



Olivier

DESIGNER ET CHEF
DE PRODUIT



Brigitte

CHEF DE PROJET BASE
DOCUMENTAIRE ET RESEAU
PRODUCTION



Mikaël FOLIO

CHEF DE PROJET MOTEUR
DE RECHERCHE



**Marie RAMON-
DARE**

DESIGNER UX ET
DIRECTRICE DE PROJET



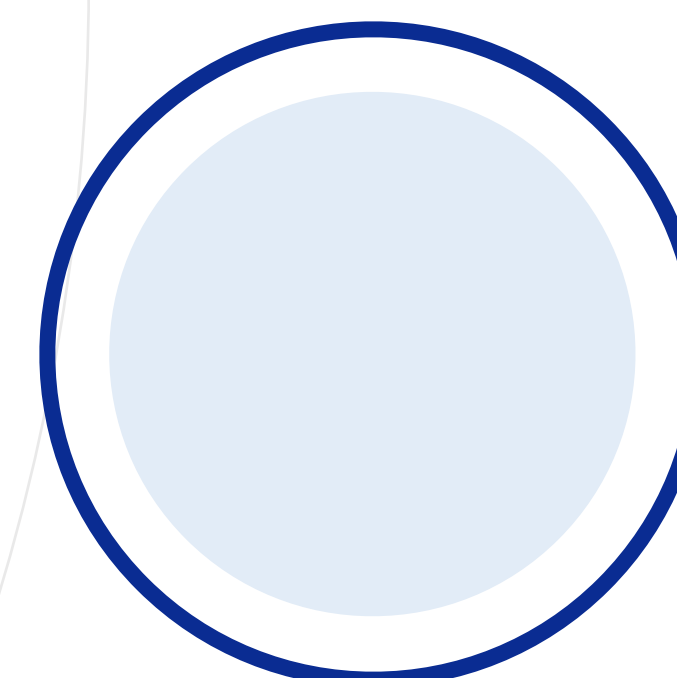
Jean-Philippe

COORDINATEUR TECHNIQUE
ACCESSIBILITÉ - REFERENCEMENT



Karine GAL

CHEF DE PROJET
PROMOTION



**En cours de
recrutement**
COORDINATEUR
EDITORIAL

Phasage

L'offre de contenus

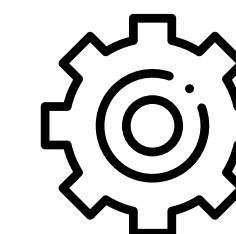
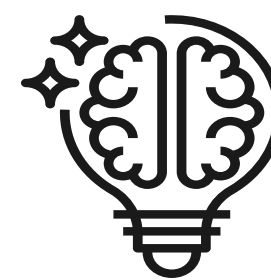
ÉTÉ-AUTOMNE 2019

Définition des thèmes et ressources.

Les parcours usagers

SEPT. - JANVIER 2019-2020

Définition des parcours usagers du site d'informations environnementales.
Application de la méthodologie de Design UX, UI.



Définition des usages

2018-2019

15 ateliers d'écoute usager en **#designthinking** pour identifier les besoins et attentes en terme d'information environnementale et offres de services.
Recueil de besoin d'usages pour la production collaborative d'**information géolocalisée**.

L'offre de service

PRINTEMPS 2019

Identification et spécifications des services à rendre aux usagers allant de l'information à la participation du public aux politiques environnementales nationales ou locales.
Définition des services de production collaborative, notamment d'informations géolocalisées.

La réalisation

OCT. - MARS 2019-2020

Réalisation du socle documentaire.
Paramétrage du moteur de recherche.
Mise en place de l'outil de production.
Intégration du travail UX et UI.

Parcours usagers

La démarche de Design Thinking (User Centric) ayant pour but de placer les usagers et leurs usages au centre de la conception est la méthode de travail employée au CGDD depuis 2017.

Le projet s'appuie donc sur cette démarche (dont les méthodologies du design de service et du design d'expérience utilisateur) avec notamment la collaboration tout au long du process **des futurs usagers** pour définir son offre de service.



Qui sont les usagers ?

- Services de l'Etat
- Etablissements publics
- Elus / Collectivités
- Associations / ONGs
- Bureaux d'études
- Gestionnaire de parcs naturels
- Micro entrepreneur
- Grandes entreprises
- Médias / Journalistes
- Enseignants / Etudiants
- Avocats / Juristes
- Enseignants / Chercheurs
- Etudiants
- Citoyens

Design d'Expérience Utilisateur

1. Planification

Définir les objectifs du projet



2. Exploration

Recueillir les besoins des utilisateurs

La phase d'exploration de la méthodologie du Design UX (Expérience Utilisateur) a pour but d'aller **au plus près des utilisateurs cibles de la future interface afin de récolter leurs besoins et parcours usagers.**

Pour se faire une série d'**entretiens utilisateurs** d'une heure environ ainsi que plusieurs **ateliers de co-conception** de 3h avec une dizaine d'utilisateurs sont organisés.

3. Idéation

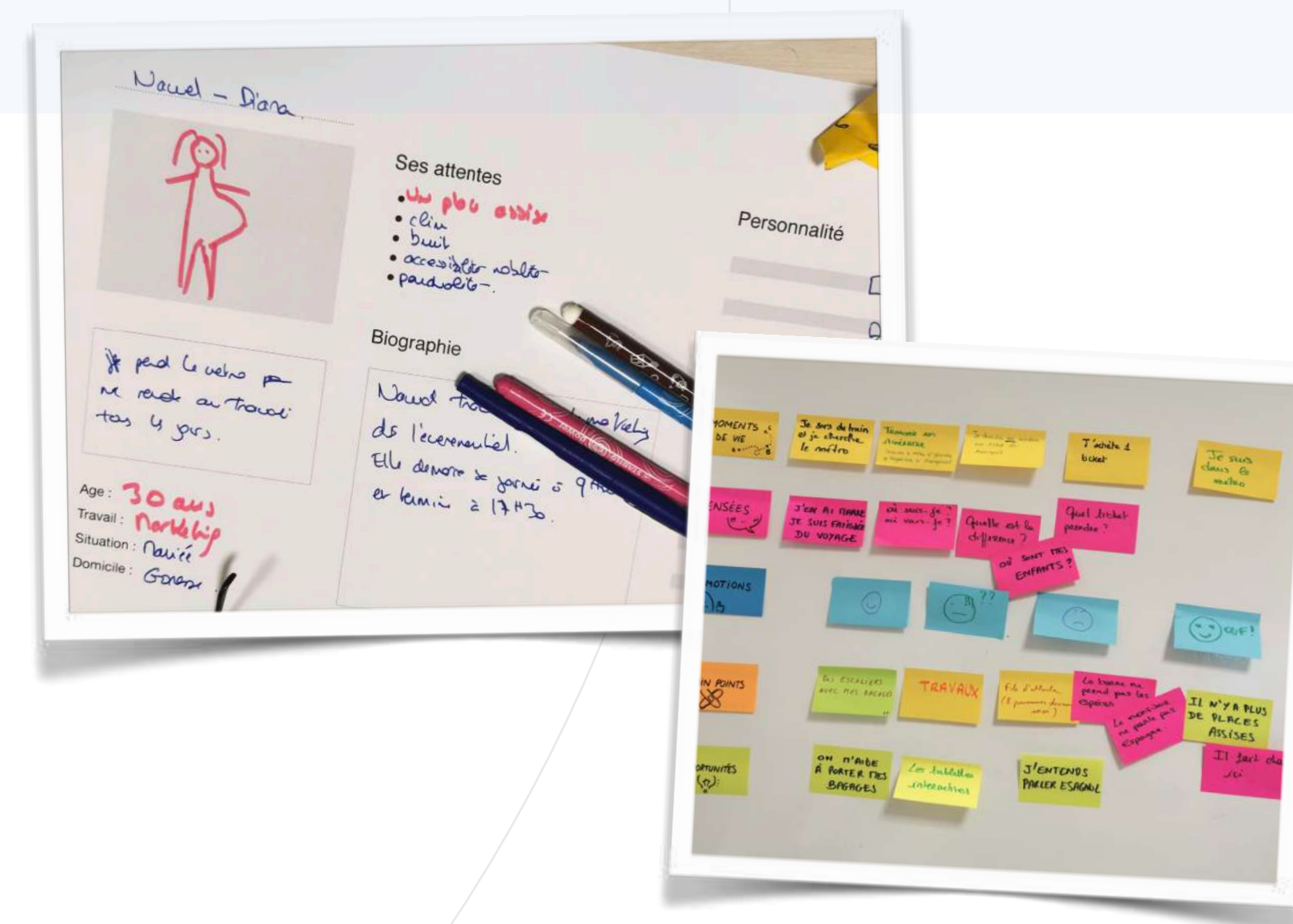
Générer des idées

4. Prototype

Concevoir la solution

5. Test

Tester la solution avant développement





Vue d'ensemble de la **méthodologie**

Recherche utilisateur

La présentation qui suit est le fruit d'une combinaison entre les résultats de l'étude quantitative présentés par le prestataire **Cocedal** (cf. PDF 2019-1001 - Panel utilisateurs projet MTES - Rapport) et ceux de l'étude qualitative réalisée **en interne au CGDD** (cf. matrice entretiens utilisateurs).

Etude quantitative



Questionnaire en ligne

Un questionnaire a été envoyé à **un panel de 2000 utilisateurs grand public** afin de nous informer quant au profil des utilisateurs cibles identifiés en amont et en savoir d'avantage quant à leurs besoins et attentes.



Etude qualitative



Entretiens téléphoniques

Jusqu'à lors **21 utilisateurs aux profils variés** (assos, bureaux d'étude, chargés de mission, citoyens etc.) ont été interviewés afin de dégager des attentes plus précises et comprendre leur parcours usager.

Marie Ramon-Daré (Designer UX, CGDD)

Etude quantitative

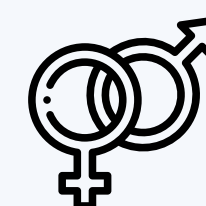


Questionnaire en ligne

Réalisé par le biais de l'outil et de la méthodologie de Cocedal

Mise en place d'une enquête en ligne du **07.11.2019 au 18.11.2019** auprès d'un échantillon national représentatif de **N=2000 personnes**, via un Access panel partenaire afin de qualifier les profils recherchés et évaluer en amont le niveau d'implication des différents publics et les thématiques qui suscitent les recherches d'information.

D'autre part, cette enquête constitue la **base du recrutement des 60 profils** qui seront recontactés par la suite pour participer soit à des entretiens téléphoniques, soit à des ateliers de co-conception dans les locaux du CGDD.



SEXE

Femmes **52%**
Hommes **48%**



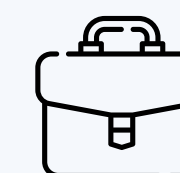
RÉGION

Paris **35%**
Région **65%**



ÂGE

18-24 ans **11%**
25-34 ans **16%**
35-49 ans **26%**
50-64 ans **25%**
65 ans et plus **22%**



CSP

CSP + **11%**
CSP - **16%**
Inactifs / Retraités **43%**

Etude quantitative

- I. Critères démographiques
- II. Habitudes - Nouvelles technologies
- III. Usages au quotidien
- IV. S’informer sur l’env. Et le DD
- V. Besoins et attentes
- VI. Invitation entretiens et ateliers

Cf. Document questionnaire Cocedal

Cocedal

Qualiweb

CONSEIL

79%

17

Parmi les idées suivantes qui pourraient être développées sur le futur site, dites si c’est pour vous ...

| | Très intéressant, je pourrais l'utiliser | Assez intéressant, doit être présent sur le site | Peu intéressant, inutile sur le site |
|---|--|--|--------------------------------------|
| Des temps d’échange avec un expert qui répond à vos questions | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Une newsletter ciblée, personnalisée selon vos sujets favoris | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Des fiches thématiques liées à l’actualité (ex : fiches sur les conséquences des toxines suite à l’incendie de Rouen) | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Des comparaisons d’études, de statistiques ou d’analyses entre les régions | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Un calendrier de toutes les activités liées à l’environnement et au développement durable prévues en France | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |

| | Très intéressant, je pourrais l'utiliser | Assez intéressant, doit être présent sur le site | Peu intéressant, inutile sur le site |
|--|--|--|--------------------------------------|
| La possibilité de commenter des articles ou de les 'liker' /aimer | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| La possibilité de partager facilement certains contenus du site sur les réseaux sociaux | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Un forum ouvert à tous pour poser vos questions et échanger | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Un accès à des outils d’aide à la décision pour les professionnels, destiné à favoriser les changements de comportements (ex : simulateurs pour évaluer l’impact d’une action envisagée) | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> |

18

Personnellement, envisagez-vous de consulter ce futur site du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire ?

☐ Oui certainement

☒ Oui, probablement

☐ Oui, peut-être

☐ Non, probablement pas

☐ Non, certainement pas

Page précédente

Page suivante

© COCEDAL - Powered by AreYouNet.com

Etude quantitative

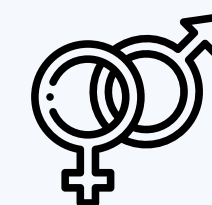


Entretiens téléphoniques

Programmés par Cocedal et en interne par le Designer UX

Plusieurs entretiens utilisateurs ont été menés depuis mi-Octobre. Jusqu'à lors **21 utilisateurs aux profils variés** (ONGs, associations, bureaux d'étude, chargés de mission, citoyens etc.) ont été interviewés en suivant **une trame de questions communes (trame expert et citoyen)**. Ces dernières permirent de dégager des **attentes plus précises et comprendre leur parcours usager** en terme de consultation et de réutilisation des informations liées à l'environnement et au développement durable.

La collaboration avec le paneliste Cocedal et notamment les résultats de l'étude quantitative permettent de croiser les résultats obtenus lors des interviews avec ceux de l'enquête en ligne pour une meilleure compréhension des attentes usagers.



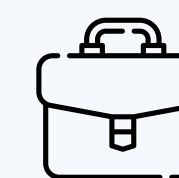
SEXE

Femmes **81%**
Hommes **19%**



RÉGION

Paris **29%**
Région **71%**



CSP

CSP + **43%**
CSP - **24%**
Inactifs / Retraités **33%**



ÂGE

18-24 ans **0%**
25-34 ans **19%**
35-49 ans **48%**
50-64 ans **24%**
65 ans et plus **14%**



NIVEAU INFO.

Débutant **5%**
Intermédiaire **43%**
Confirmé **33%**
Expert **10%**

Etude qualitative

I. Critères démographiques

II. Usages au quotidien

III. S’informer sur l’env. Et le DD

- Usage personnel
- Usage professionnel

IV. Besoins et attentes

IV. Partage et contribution

VI. Questions générales

.....

Cf. Document interview utilisateur expert et GP

1. Consultation des informations

- À quelle fréquence consultez-vous des informations liées à l’environnement ou le développement durable (usage journalier, hebdomadaire, mensuel, rarement, jamais etc) ? Plutôt pour une utilisation personnelle ou professionnelle ? (Demander de citer les usages et de développer les utilisations perso., les usages pros seront détaillés à postériori)
- Quelles sont vos sources habituelles d’informations liées à l’environnement et au développement durable (Sites internet du MTES, presse spécialisée, livres, newsletters spécialisées, sites internet, radio, émission spécialisée / reportage télévisé, JT, conférences / colloques, réseaux sociaux, revues scientifiques, rapports scientifiques, formations, podcasts etc.) ?
- Quels sont les points faibles et les points forts de ces sources d’information selon vous ?
- Comment pourraient-ils être améliorés afin de répondre à vos besoins ?
- Que pensez-vous de l’information délivrée en général (accessible, exhaustive, exploitables, structurées, erronées, incompréhensibles, redondantes, non fiable etc) ? Rebondir sur les défauts pour leur demander des axes d’amélioration potentiels.
- Qu’attendez-vous d’un dispositif de diffusion d’informations liées à l’environnement et au DD ?
- Quelles thématiques vous intéressent particulièrement ? Pour quelles raisons ?
- Quel type/support d’information répond le plus à vos besoins (analyse détaillée ou synthétique, évaluations, rapports, retours d’expérience, chiffres clés et statistiques, actualités, appels à projets, simulateurs, comparaisons régionales et internationales, base de donnée de ressources etc) ?
- Pourquoi préférer ce(s) support(s) plutôt que d’autres ?
- Y a t’il des formes ou mises en page spécifiques qui vous aident à comprendre les informations que vous consultez (infographies, animations numériques, diaporamas, vidéos, photos, cartes, graphiques, etc) ?

2. Contribution et partage des informations

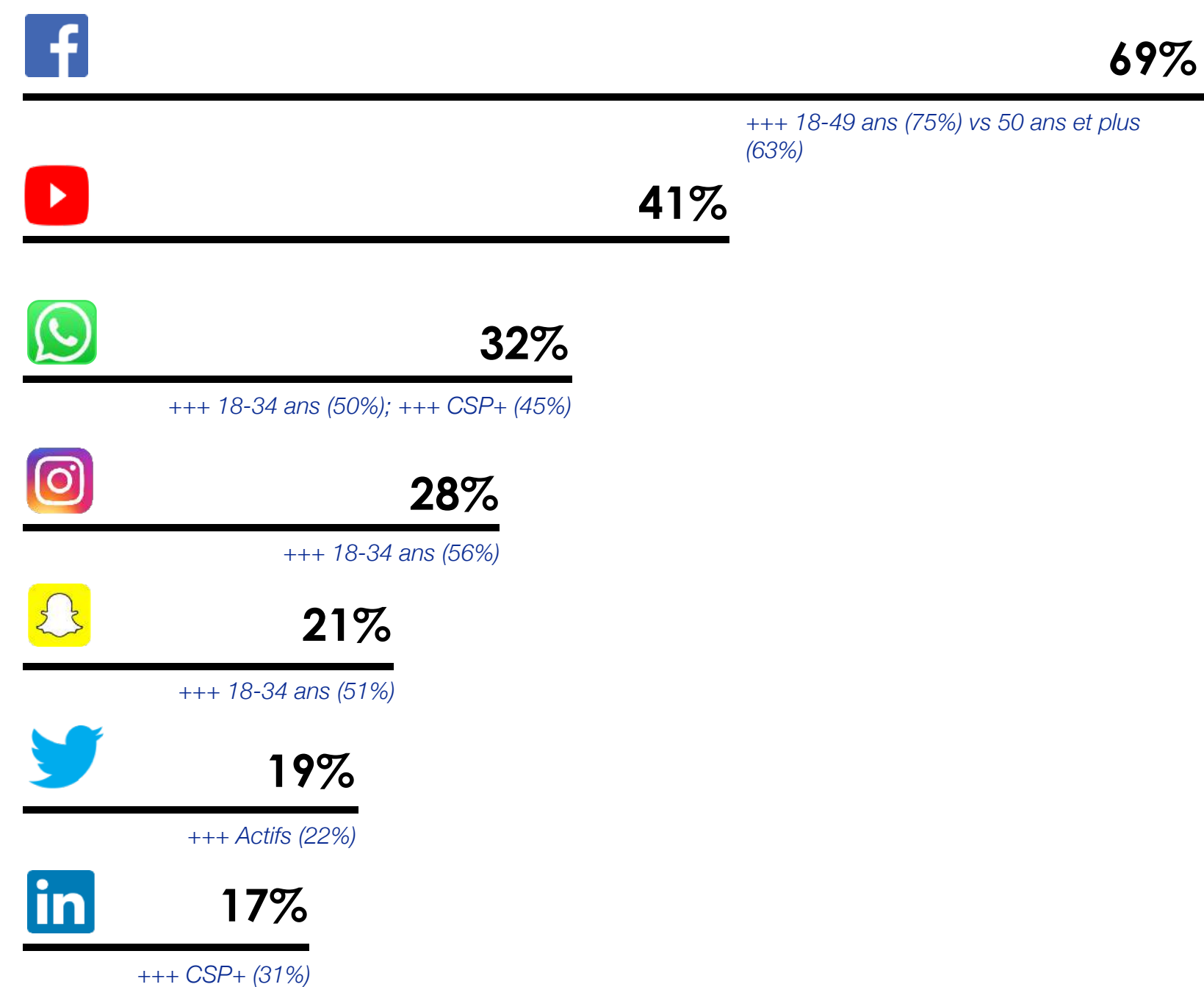
- Comment est ce que l’information liée à l’environnement et au développement durable est-elle liée à votre pratique professionnelle ?
- Pourriez-vous me détailler précisément les usages que vous faites de cette information (S’informer, orienter la recherche, aider à la décision, sensibiliser, argumenter etc) ?
- Quels sont les points bloquants que vous rencontrez dans votre pratique lorsqu’il s’agit de consulter de l’information environnementale et de la réutiliser ? Quels moyens avez-vous mis en place pour y palier ?
- Quelle(s) solution(s)/fonctionnalité(s) pourraient être imaginées pour répondre à vos besoins ?
- Quel type de matière/données en rapport avec l’environnement et le développement durable réutilisez-vous au quotidien ? Pour quel(s) usage(s) ?
- Quel type de matière/données en rapport avec l’environnement et le développement durable produisez-vous au quotidien ? Pour quel(s) usage(s) ?
- Quels outils utilisez vous pour traiter la donnée/l’information ?
- Ces outils répondent-ils à tous vos usages ? Comment pourraient ils être améliorés afin de répondre parfaitement à vos attentes ?
- Partagez-vous l’information que vous traitez ? Sous quelle forme ? (si pas déjà répondu dans les questions précédentes)



Résultats de l'étude **quantitative** et **qualitative**

Médias : Données de cadrage

Facebook et Youtube : les applications les plus régulièrement utilisées avec un compte personnel... principalement pour partager, suivre et liker de l'information.



En % par canal



60%

Partager de l'information avec mon entourage

++ Facebook (80%); ++ Youtube (47%); +++ Whatsapp (43%)



53%

Suivre l'actualité d'entreprises, associations, personnalités, influenceurs

++ Facebook (67%); + Youtube (48%)



52%

Liker/aimer des publications (articles, photos,...)

++ Facebook (88%); ++ Youtube (52%); + Instagram (43%)

Q8. Parmi les réseaux sociaux ou applications ci-après, lesquels utilisez-vous régulièrement avec un compte personnel actif ?
Q9. Vous utilisez ces outils car ils vous permettent de ...

Base : 2000 répondants

Médias : Profils utilisateurs par RS



69%

+ Femme 54%
- Homme 46%

18-24 ans : 10%
+ 25-34 ans : 19%
+ 35-49 ans : 28%
50-64 ans : 24%
- 65 ans et plus : 19%

- A Paris 32%
+ En région 68%

+ CSP – 30%
CSP + 30%
- Inactifs/Retraités 40%

Base : 1383 répondants



28%

+ Femme 60%
- Homme 40%

+ 18-24 ans : 26%
+ 25-34 ans : 27%
35-49 ans : 24%
- 50-64 ans : 14%
- 65 ans et plus : 8%

+ A Paris 43%
- En région 57%

+ CSP + 34%
+ CSP – 30%
- Inactifs/Retraités 36%

Base : 566 répondants



19%

- Femme 43%
+ Homme 57%

+ 18-24 ans : 18%
+ 25-34 ans : 22%
+ 35-49 ans : 29%
- 50-64 ans : 18%
- 65 ans et plus : 13%

+ A Paris 40%
- En région 60%

+ CSP + 38%
CSP – 27%
- Inactifs/Retraités 35%

Base : 384 répondants



17%

- Femme 46%
+ Homme 54%

18-24 ans : 12%
+ 25-34 ans : 27%
35-49 ans : 26%
- 50-64 ans : 19%
- 65 ans et plus : 16%

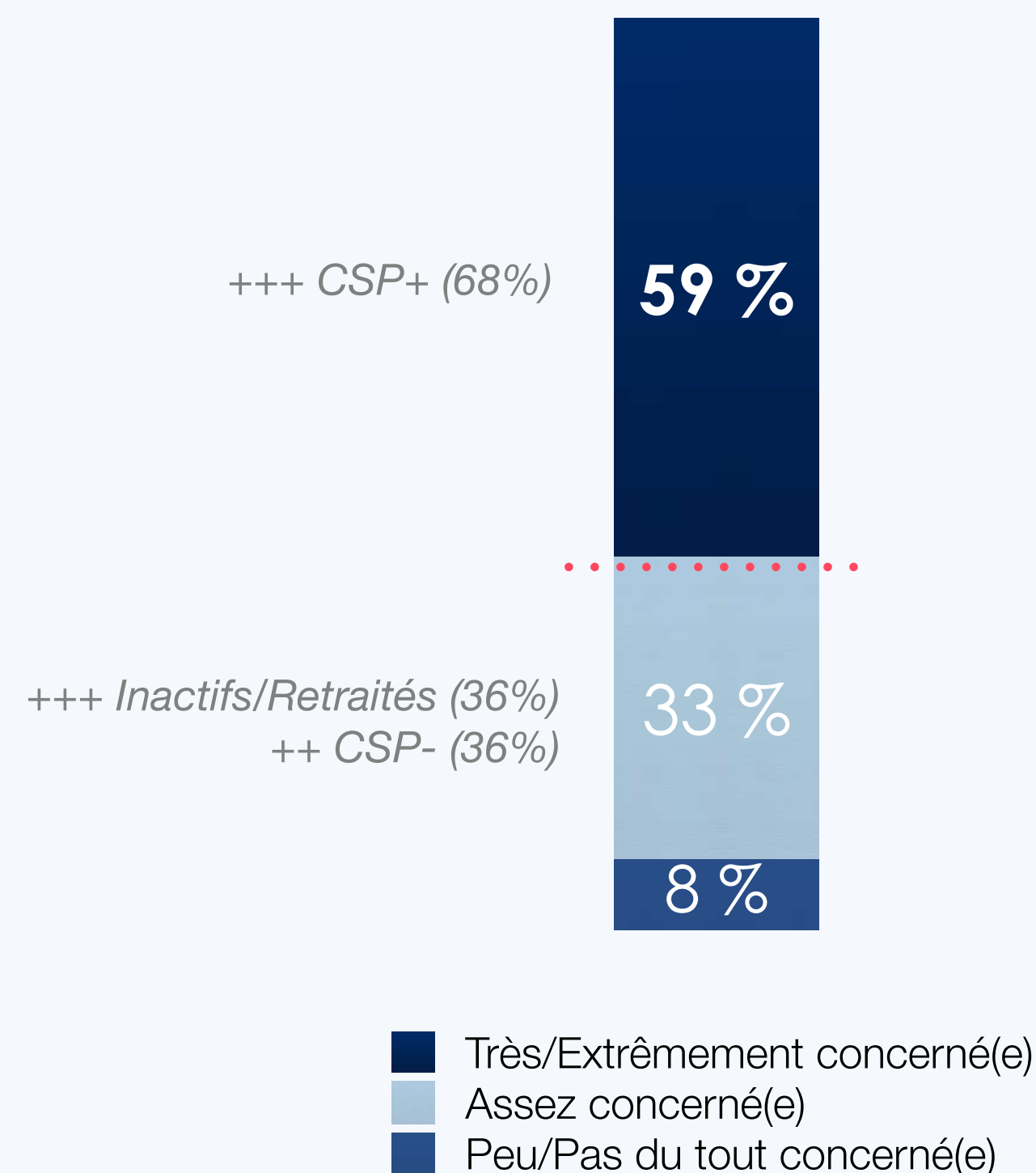
+ A Paris 51%
- En région 49%

+ CSP + 57%
- CSP – 19%
- Inactifs/Retraités 24%

Base : 332 répondants

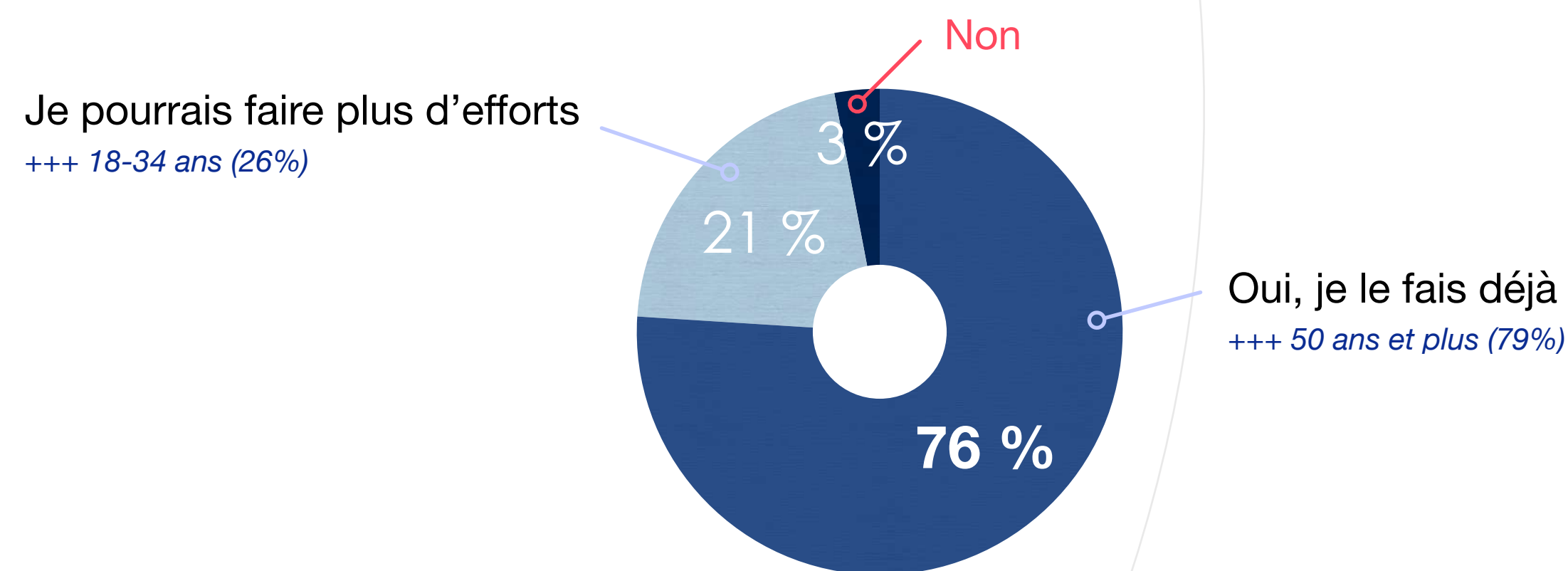
“ Je partage aux amis et à la famille surtout par emails, les réseaux sociaux c’est rare sauf si je peux le redistribuer tout de suite. **C’est pour ça que les réseaux sociaux existent, ça doit être rapide.** Sinon je copie le lien via email ou bouche à oreille...
Tout mode de communication est important pour diffuser la bonne parole. ”

Engagement et efforts au quotidien



→ Plus de la moitié de la population se déclare très voire extrêmement concernée par ces questions.

Des petits efforts dans les gestes quotidiens désormais partagés par tous les français :



Q10. Aujourd'hui, par rapport aux questions liées à l'environnement et au développement durable, diriez-vous que vous vous sentez :
Q12. Êtes-vous prêt(e) à faire des petits efforts dans vos gestes quotidiens pour préserver l'environnement ?

Base : 2000 répondants

Détail de l'engagement

Un engagement 'militant' pour les questions liés à l'environnement et au développement durable plutôt timide :



Membres d'un **syndicat** ou
d'une **organisation professionnelle**

+++ 18-34 ans (6%) ; +++ CSP- (6%)

4%



Membres d'une **association**
environnementale

+++ 18-34 ans (7%) ; +++ CSP+ (6%)

4%



Pas encore membres mais
envisagent de rejoindre un syndicat
ou une association

+++18-34 ans (19%); +++ CSP+ (18%)

12%

Q7. Et à titre personnel, êtes-vous membre :

Base : 2000 répondants

“ *Le plus important selon moi est de diffuser l’information à tous car la nature est en train de reprendre ses droits et il faut que tout le monde puisse agir.* ”

“ *Il faut pouvoir accéder à un guide de bonnes conduites.* » ”

Focus sur les professionnels du secteur

15% de la population consultée déclare une activité actuelle ou passée liée à la protection de l'environnement, à la santé, aux sciences de la terre, aux questions de pollution...



Dont la moitié au sein d'une entreprise

- Employé, cadre, dirigeant d'une entreprise + 50 salariés **28%**
- Employé, cadre, dirigeant d'une PME **17%**
- Micro-entrepreneur/indépendant **6%**



Près d'1/4 dans l'univers de la santé

- Médecin ou autre professionnel de santé **23%**



Et dans d'autres professions (26%)

- Enseignant/Chercheur **7%**
- Journaliste ou autre activité dans les médias **3%**
- Architecte/Urbaniste/Ingénieur en Bureau d'études **2%**
- Avocat/Juriste **1%**
- Etudiant **13%**

Q6. Et quel type de profession exercez-vous ou exerciez-vous ?

Q14. Avez-vous mis en place ou adhéré à des actions en faveur de l'environnement et du D.D. dans votre activité professionnelle ?

Base : 310 répondants

Focus sur les professionnels du secteur

→ Parmi eux, **32%** ont déjà **mis en place ou adhéré à des actions** dans leur activité professionnelle.

+ Au sein d'une entreprise 58% / (+ PME 21%) / - Dans le secteur de la santé 15%

Quelques exemples d'actions :



Tri sélectif **52%**



Economiser l'énergie et l'eau
(économiseur d'eau, électricité verte,
isolation du local...) **12%**



Utilisation de produits locaux, bio,
biodégradables **8%**



Réduction des déchets (achat en
vrac, pas de produits à usage
unique...) **42%**



Activités de sensibilisation : collectes
de déchets, plantations d'arbres,
dons à des associations **10%**



Dématérialisation **7%**

Q15. Lesquelles ?

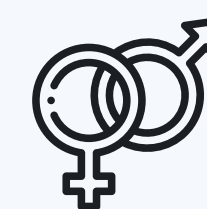
Base : 99 répondants

“ Dans l'établissement [lycée], il y a eu la mise en place d'une campagne pour le recyclage, de poubelles pour le papier et autres déchets. Cela a fonctionné pendant un temps et après une grande partie des employés a laissé tomber. C'est la solution de facilité, au début la nouveauté intrigue, mais chassez le naturel il revient au galop... ”

Qui sont les impliqués (personnellement et professionnellement) ?

Au global, 325 personnes soit 16% sont impliquées à titre professionnel – activités liées à la protection de l'environnement, à la santé, aux sciences de la terre, aux questions de pollution...
– **ou personnel** – membres d'un syndicat, d'une organisation professionnelle ou d'une association environnementale.

→ Une population un peu plus masculine, active, urbaine et CSP+



SEXE

- Femme 45%
+ **Homme 55%**



RÉGION

+ **A Paris 40%**
- En région 60%



ÂGE

+ **18-24 ans 24%**
+ **25-34 ans 19%**
+ **35-49 ans 24%**
- 50-64 ans 17%
- 65 ans et plus 16%

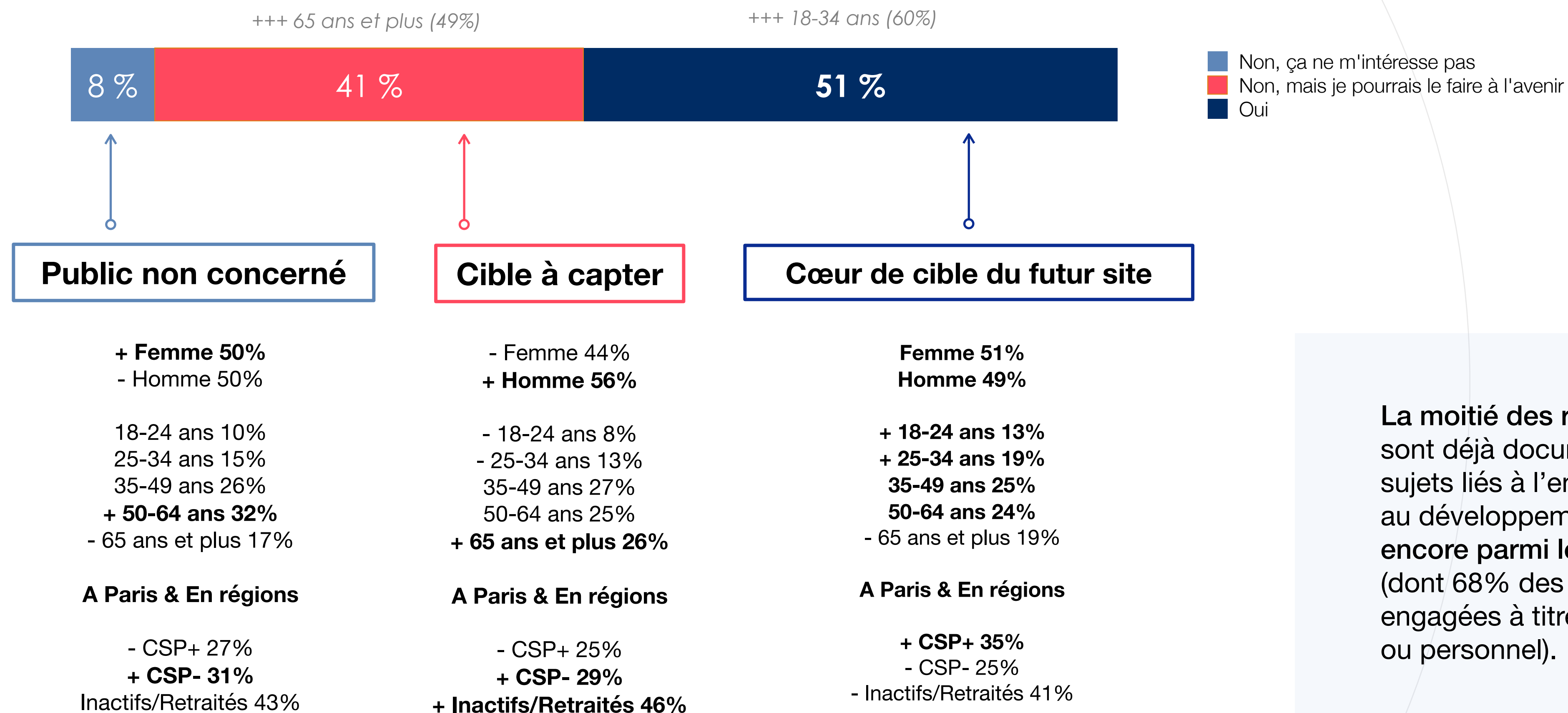


CSP

+ **CSP+ 40%**
CSP- 25%
- Inactifs/Retraités 35%

Base : 325 répondants « Engagés professionnellement ou personnellement » (Q6 différent de 1 + Q7 différent de 3 et 4)

Recherche d'informations



La moitié des répondants se sont déjà documentés sur des sujets liés à l'environnement et au développement durable, plus encore parmi les 18-34 ans (dont 68% des 325 personnes engagées à titre professionnel ou personnel).

Q16. Vous êtes-vous déjà renseigné/documenté sur des sujets concernant l'environnement et le développement durable ?

Base : 2000 répondants

“ *Tout le monde devrait être extrêmement concerné mais si ça leur passe à côté. Il faut trouver un moyen d'y remédier.* ”

Préoccupations : spontanément, quelles sont-elles ?

→ Conséquences des changements climatiques et pollutions, les thématiques qui préoccupent le plus aujourd'hui.

TOP 3

36%

Les conséquences des changements climatiques (*ouragans, inondations, fonte des glaces, ...*)

35%

La pollution des océans, de l'eau 10%
La pollution de l'air 7%

26%

La gestion des déchets (*traitement, recyclage, ...*)

15%

La protection de la biodiversité
Animaux : maltraitance, disparition 7%
Déforestation 7%

35%

La pollution des océans, de l'eau 10%
La pollution de l'air 7%

26%

La gestion des déchets (*traitement, recyclage, ...*)

Q11. Quelles thématiques liées à l'environnement et au développement durable vous préoccupent le plus aujourd'hui ?

Base : 1834 répondants « concernés par les questions env. et DD

Préoccupations : focus sur les engagés perso. et pro.

TOP 3

36%

Les conséquences des changements climatiques (*ouragans, inondations, fonte des glaces, ...*)

35%

La pollution des océans, de l'eau 10%
La pollution de l'air 7%

15%

La protection de la biodiversité
Animaux : maltraitance, disparition 7%
Déforestation 7%

26%

La gestion des déchets (*traitement, recyclage, ...*)

35%

La pollution des océans, de l'eau 10%
La pollution de l'air 7%

26%

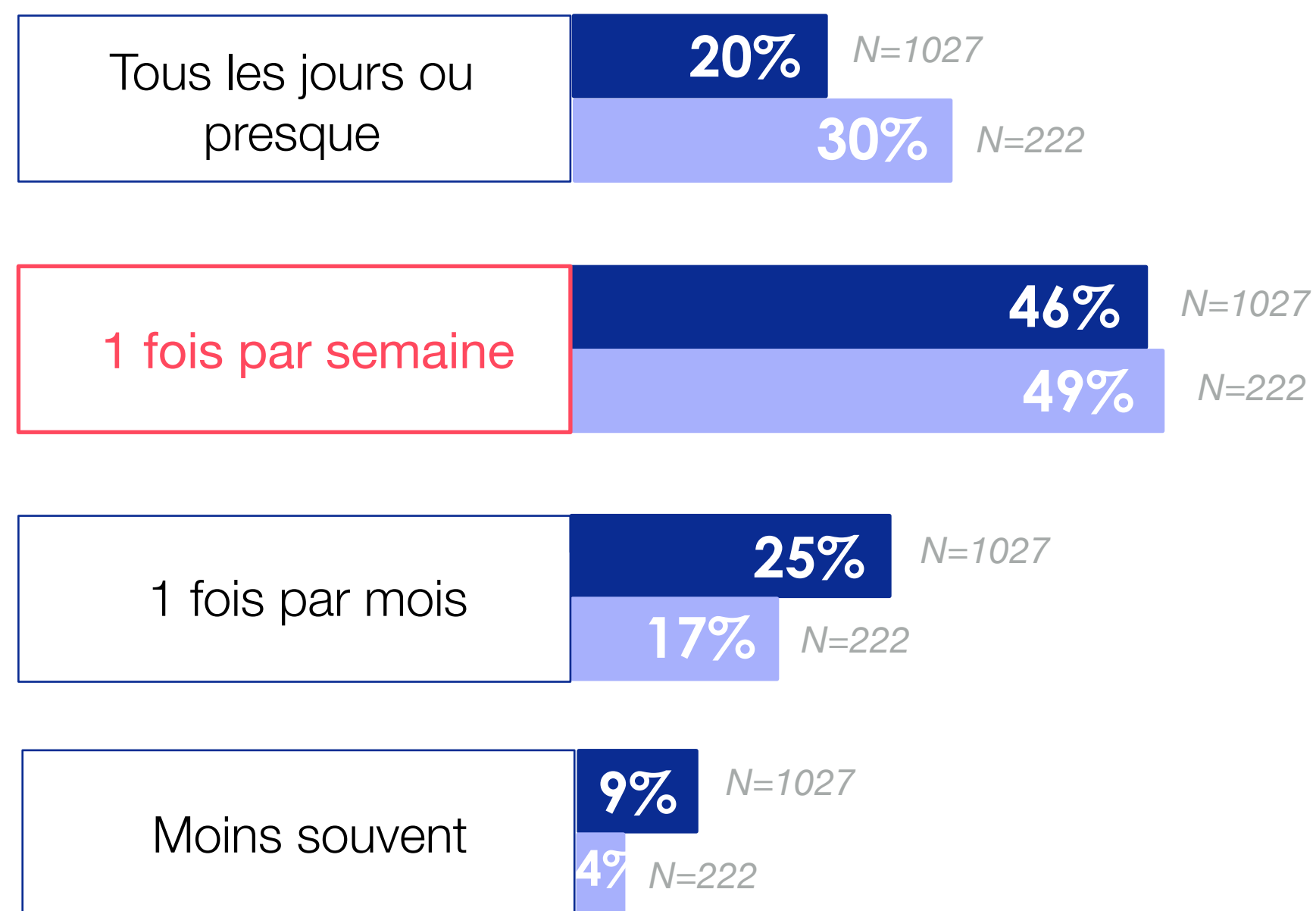
La gestion des déchets (*traitement, recyclage, ...*)

Q11. Quelles thématiques liées à l'environnement et au développement durable vous préoccupent le plus aujourd'hui ?

Base : 325 répondants « Engagés professionnellement ou personnellement » (Q6 différent de 1 + Q7 différent de 3 et 4)

“ Avec des enfants, je me demande « comment est ce que l’on va leur laisser la planète ? » Est ce que ça vaut le coup de faire des enfants, c’est flippant ?
Du coup je cherche principalement des **informations en lien avec notre impact planétaire** et des solutions pour y remédier. ”

Un suivi régulier des informations



Des informations consultées **au moins 1 fois par semaine** pour plus de **2/3 répondants**, plus régulièrement encore par les profils engagés professionnellement ou personnellement.

Q17. A quelle fréquence consultez-vous des informations liées à l'environnement et au développement durable ?

Base : 1027 répondants « Déjà documenté sur ces sujets » (Q16=1)
 Base : 222 répondants « Engagés professionnellement ou personnellement, déjà documenté sur ces sujets » (Q6 différent de 1 + Q7 différent de 3 et 4 + Q16=1)

Les moyens pour s'informer

| | N=1027 | N=222 | |
|--|---|-------|-------|
| Sites internet | 65% | 66% | |
| Emissions spécialisées/ Reportages télévisés | ++ 50 et plus (58%) --- 18-34 ans (41%) | 50% | 49% |
| Journal télévisé | +++ 50 et plus (51%) --- 18-34 ans (32%) | 44% | 40% |
| ⚠ Réseaux sociaux | +++ 18-34 ans (57%) - 35-49 ans (39%) | 40% | 45% ↗ |
| Journaux ou magazines d'information/actualité | +++ 50 et plus (47%) --- 18-34 ans (29%) | 39% | 33% |
| Radio | ++ 50 et plus (34%) --- 18-34 ans (22%) | 29% | 27% |
| Livres | | 21% | 28% ↗ |

Sites internet : premier média tous publics pour effectuer des recherches ou s'informer sur ces sujets.

- Une désaffection des médias traditionnels (TV, presse, radio) par les jeunes.
- Privilégier les réseaux sociaux pour les toucher.

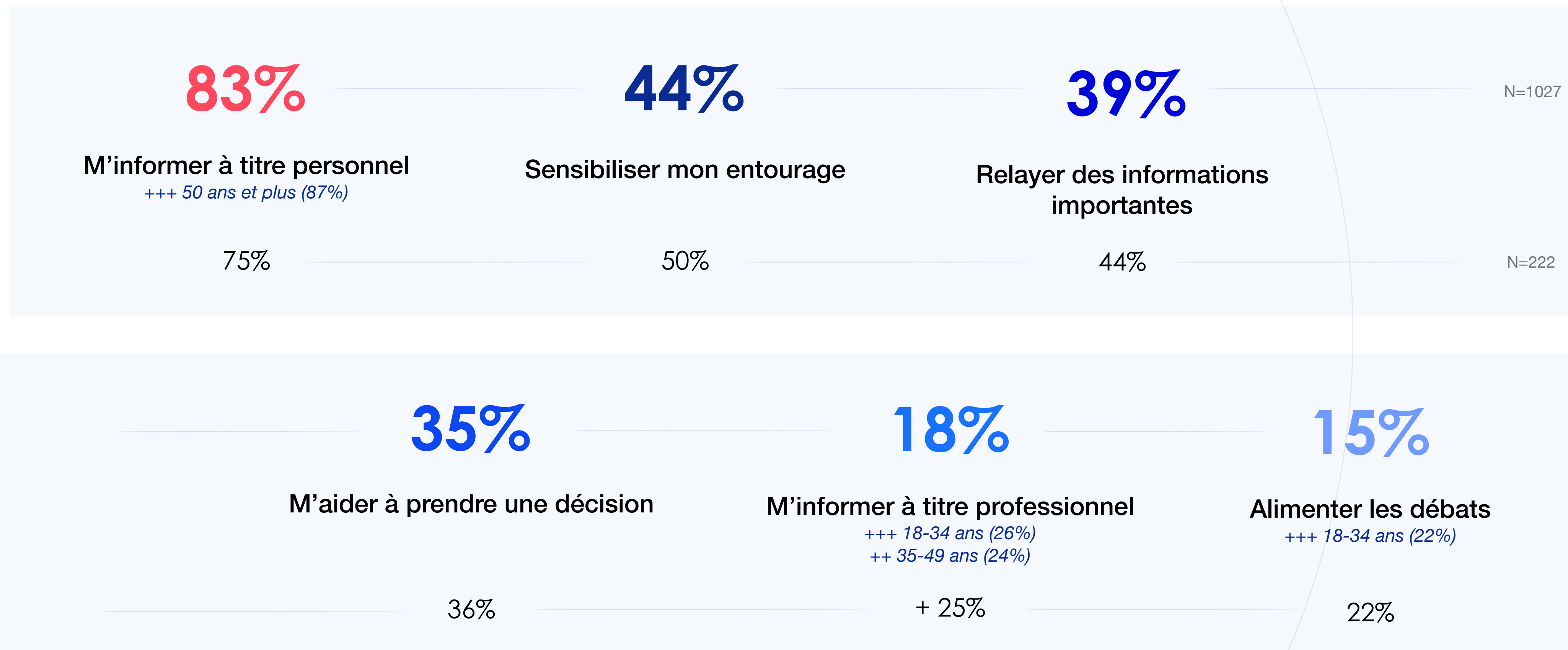
| | N=1027 | N=222 | |
|-----------------------------|----------------------|-------|-------|
| Sites internet du Ministère | 20% | 20% | |
| Revue scientifique | 20% | 32% | |
| Rapports scientifiques | 20% | 23% | ↗ |
| Presse spécialisée | 18% | 27% | ↗ |
| Newsletters spécialisées | +++ 50 et plus (19%) | 16% | 21% ↗ |
| Conférences/Colloques | +++ 18-34 ans (16%) | 12% | 20% ↗ |
| Formations | +++ 18-34 ans (13%) | 8% | 11% ↗ |

Q18. Quels moyens utilisez-vous pour effectuer vos recherches ou vous informer sur ces sujets ?

Base : 1027 répondants « Déjà documenté sur ces sujets »
Base : 222 répondants « Engagés pro. ou perso., déjà documenté sur ces sujets »

“ Je n’ai pas de source d’information en ligne à vous donner car je suis en panne d’inspiration quand il s’agit de savoir où aller chercher. On a été abreuvés au début des années 2000 et là plus rien. En plus en tapant sur les moteurs de recherche on ne tombe pas forcément sur ce qu’on souhaite. Je trouve que ça manque de cohésion. ”

Rôle et qualification des informations



Q19. Dans quel but recherchez-vous ces informations ?

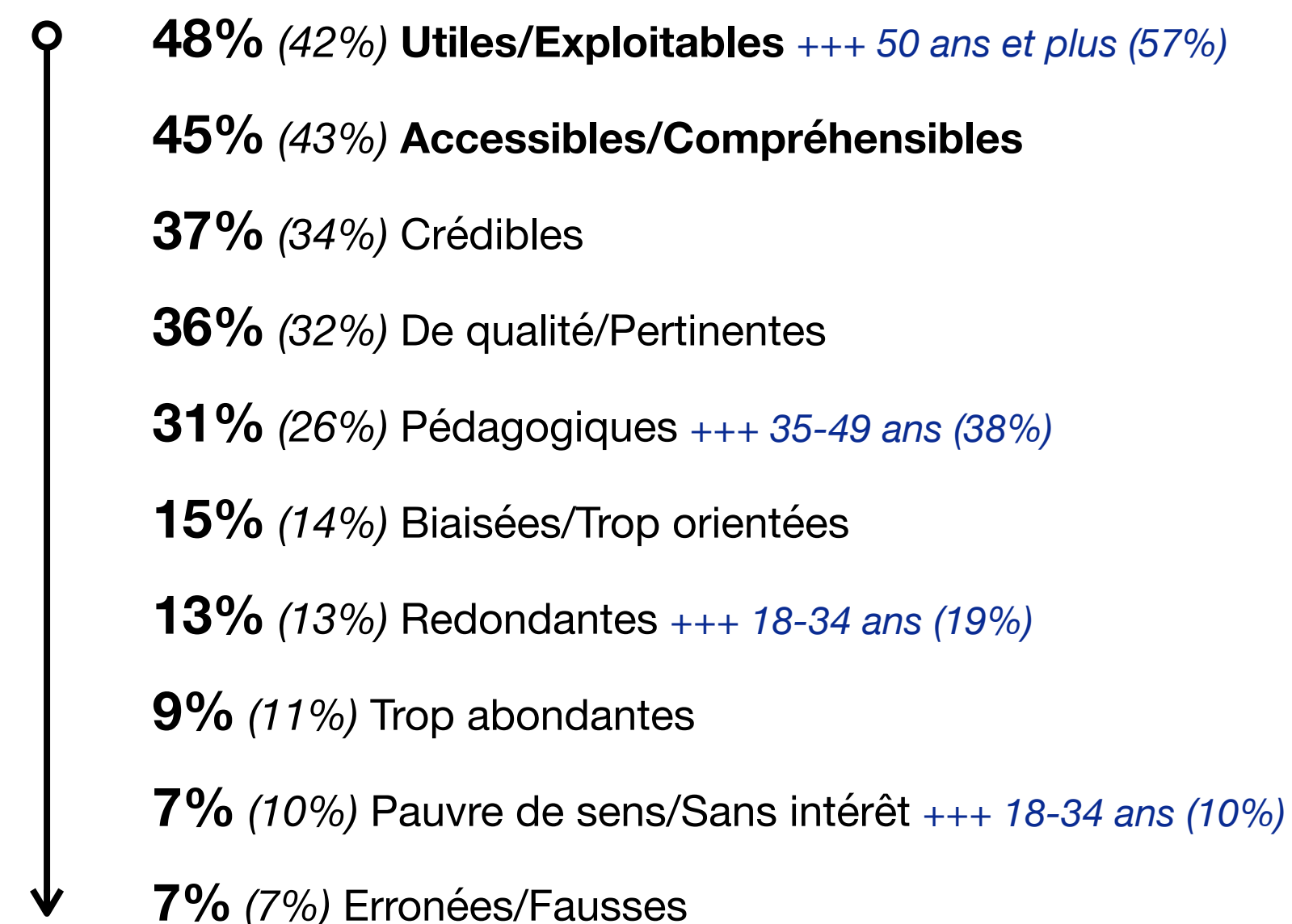
Base : 1027 répondants « Déjà documenté sur ces sujets »

Base : 222 répondants « Engagés pro. ou perso., déjà documentés sur ces sujets »

Rôle et qualification des informations

→ Les informations servent d'abord à **s'informer personnellement** et à **sensibiliser son entourage**. Elles sont majoritairement jugées **qualitatives**.

N=1027 N=222



Q20. En règle générale, quels adjectifs qualifient le mieux les informations liées à l'env. et au DD que vous lisez/trouvez ?

Base : 1027 répondants « Déjà documenté sur ces sujets »

Base : 222 répondants « Engagés pro. ou perso., déjà documentés sur ces sujets »

“ *Il est important de donner des outils à tout le monde et notamment au grand public pour leur permettre d’alimenter les échanges entre connaissances et s’améliorer dans nos actes au quotidien.* ”

Informations à trouver en priorité sur le site

En spontané :

Les gestes simples pour être écologique au quotidien

29%

Dispositifs locaux pour accompagner les citoyens 5%

- Les associations/ entreprises locales engagées dans l'environnement 3%
- Les actions organisées localement 2%

Sensibilisation de l'entourage 3%

- Comment connaître l'empreinte de chacune de nos actions ? 2%

Le tri et le recyclage

15%

- Comment recycler les produits du quotidien et les produits spécifiques ? 7%
- Comment diminuer les emballages ? 3%
- Les centres de tri à proximité 2%

Les pollutions et risques environnementaux

13%

- La pollution des océans, de l'eau 2%
- La pollution de l'air 2%
- Les risques environnementaux 3%
- Les informations locales/ cartographiées en temps réel sur la pollution, les risques 2%

La société et l'environnement

14%

- Les grands chantiers à venir, en cours et les avancées effectuées 9%
- Les lois/accords internationaux en discussion, à voter, votées 6%
- L'actualité environnementale 4%

Les économies d'énergie, renouvelables, vertes

7%

- Comment faire des économies d'énergie ? 4%

L'agriculture et l'alimentation

7%

- Comment lutter contre le gaspillage alimentaire ? 2%

Q11. Quels types d'informations aimeriez-vous trouver en priorité ?

Base : 1850 répondants

Informations à trouver en priorité sur le site

En spontané :

Les gestes simples
pour être écologique
au quotidien
29%

Le tri et le recyclage
15%

Les pollutions et
risques
environnementaux
13%

La société et
l'environnement
14%

Les économies
d'énergie,
renouvelables, vertes
7%

L'agriculture et
l'alimentation
7%

→ Un intérêt transverse pour un **traitement de l'information au niveau local** pour tous les aspects ayant un **impact sur la vie quotidienne** : risques, pollution, tri, actions locales etc...

Les 'plus'

- Les changements climatiques : origines, causes, conséquences **6%**
- Les entreprises et comment les sensibiliser **4%**
- Biodiversité **3%**
- Transport et mobilité **2%**
- Les dispositifs financiers/subventions pour inciter les citoyens aux changements **2%**

Q11. Quels types d'informations aimeriez-vous trouver en priorité ?

Base : 1850 répondants

Thématiques du futur site : lesquelles mettre en avant ?

→ **Pollution, nuisances, santé :**
la 1^{ère} thématique susceptible d'être
recherchée parmi la liste proposée..

Pollutions, nuisances, santé

63% ++ 50 ans et plus (69%)

Climat **55%**

Ressources naturelles, sols et sous-sols **50%**

Biodiversité **46%**

Production et consommation durables **45%**

Risques **43%** ++ 18-34 ans (48%)

Environnement et société **41%** ++ 18-34 ans (48%)

Milieux, paysages **40%** +++ 50 ans et plus (45%)

Aménagement, construction,
logement, transports **35%**

Evaluation et intégration
du Développement Durable **26%** ++ CSP+ (31%)

Finances/fiscalité **20%** ++ CSP+ (24%)

NB : 5 thématiques sélectionnées en moyenne par personne

Q22. Parmi les thématiques suivantes, lesquelles seriez-vous susceptible de rechercher ?

Base : 1850 répondants

“ *J’aimerais avoir accès à des informations sur l’évolution de la qualité de l’air, le tri sélectif etc. En bref sur notre environnement au quotidien.* ”

“ *Je suis à la fois concernée par des **sujets complexes de fond** comme la pollution marine et les ondes électromagnétiques mais aussi des **sujets du quotidien** tels que le recyclage.* ”

Thématiques du futur site : sous quelle forme ?

01

Témoignages/
Retours d'expériences
45%

Photos
44%

Vidéos pédagogiques
43%

02

Analyses synthétiques
31%

Graphiques tableaux
29%

Cartes
26%

Diaporamas
24%

**Privilégier un traitement synthétique,
audiovisuel et animé pour les 18-34 ans :**

Chiffres clés/Statistiques **43%**

Animations numériques **37%**

Infographies **23%**

Podcasts **21%**

**Pour les 35-49 ans, une consommation
'mixte' de l'information :**

Chiffres clés/Statistiques **35%**

Rapports/Analyses détaillées **34%**

Animations numériques **28%**

**Préférence des 50 ans et plus pour
les analyses détaillées :**

Rapports/Analyses détaillées **47%**

Q23. Sous quelle(s) forme(s) aimeriez-vous que l'information soit présentée, en plus des articles rédigés ?

Base : 1850 répondants

“ *J’aimerais avoir accès à tout type de support d’information, que ce soit des synthèses, du détail, des retours d’expérience, des chiffres. Tout ce qui peut m’informer au maximum et me rassurer quant à la fiabilité de l’information.* ”

“ *J’ai besoin d’analyses synthétiques, les rapports c’est trop long à lire et compliqué. Je veux des formes plus simples, comme des témoignages par exemple. Après si je veux voir le détail et les ressources je vais dans ‘pour aller plus loin’.* ”

Idées à développer dans le futur site

→ Les supports '**pratiques**' et liés à l'**actualité** sont les plus attendus.

Des idées qui suscitent toutes systématiquement plus l'adhésion des CSP+, des actifs et des profils engagés, plus enclins à utiliser ces propositions.

01

Des fiches thématiques liées à l'actualité **44%**

Un calendrier de toutes les activités liées à l'environnement et au D.D prévues en France **43%**

02

Des comparaisons d'études, de statistiques ou d'analyses entre les régions **39%**

Un forum ouvert à tous pour poser vos questions et échanger **37%**

Un accès à des outils d'aide à la décision pour les professionnels (ex : simulateurs pour évaluer l'impact d'une action envisagée) **36%**

03

La possibilité de partager facilement certains contenus du site sur les Réseaux sociaux **32%**

Une newsletter ciblée, personnalisée selon vos sujets favoris **32%**

Des temps d'échange avec un expert qui répond à vos questions **31%**

04

La possibilité de commenter des articles ou de les liker/aimer **27%**

Q24. Parmi les idées suivantes qui pourraient être développées sur le futur site, dites si c'est pour vous ...

Base : 1850 répondants « Très intéressant je pourrais l'utiliser » / 1110 répondants « Actifs, très intéressant je pourrais l'utiliser » / 310 répondants « Engagés pro. ou perso., très intéressant je pourrais l'utiliser »

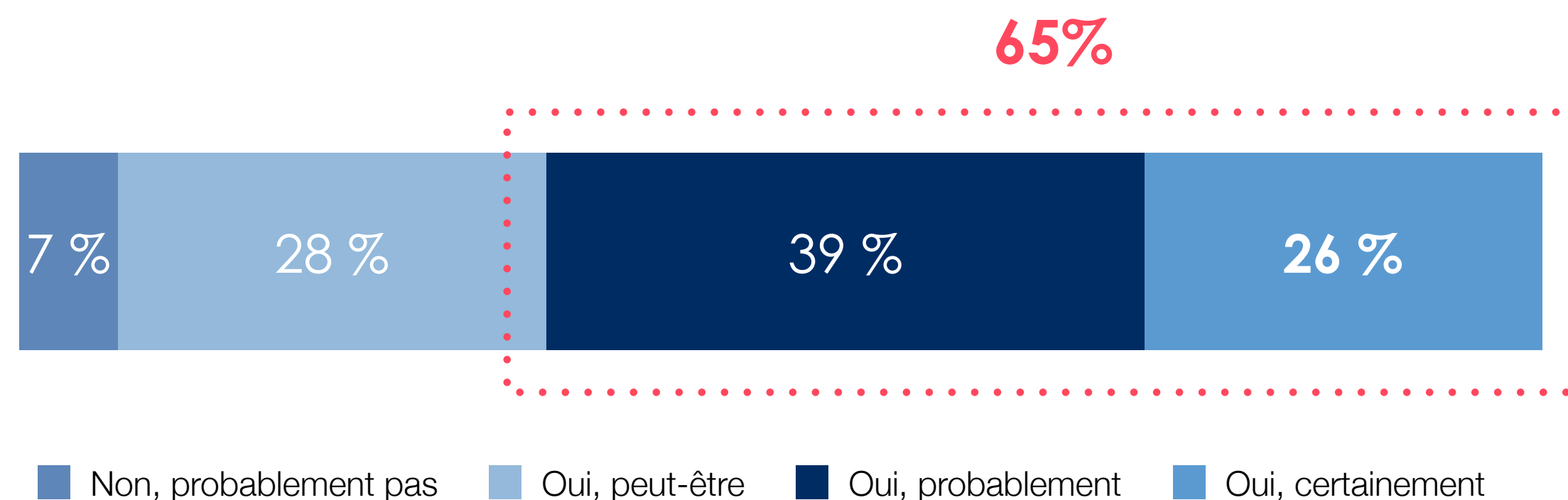
“ Je ne vois pas l'intérêt d'avoir accès à des actualités, on en a déjà tellement partout ! A moins que ces dernières soient vraiment *reliées* à des articles du site. ”

“ Un calendrier des activités par région ça serait vraiment bien. On peut même imaginer un système de carte pour vraiment cibler l'endroit qu'on cherche. ”

RÉSULTATS

Quelle est la cible du futur site ?

Au final, **60% des français** seraient prêts à consulter le site du Ministère (dont 24% certainement), soit 2/3 de ceux qui ont déjà consulté des informations liées à l'environnement et au développement durable.

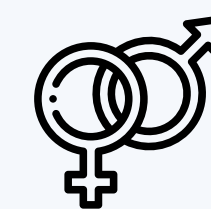


→ Un public susceptible d'être intéressé par le site du Ministère moins jeune et plutôt centré sur les 35-64 ans. Les 25-34 ans s'avèrent être les plus difficiles à capter.

Q25. Personnellement, envisagez-vous de consulter ce futur site du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire ?

Utilisateurs potentiels du site internet

Base : 485 répondants « Oui certainement »



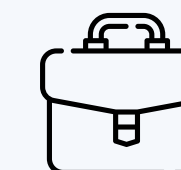
Femmes **52%**
Hommes **48%**



Paris et région



18-24 ans **25%**
35-49 ans **24%**
50-64 ans **31%**
65 ans et plus **19%**



CSP + **33%**
CSP - **26%**
Inactifs / Retraités **41%**

Base : 1850 répondants

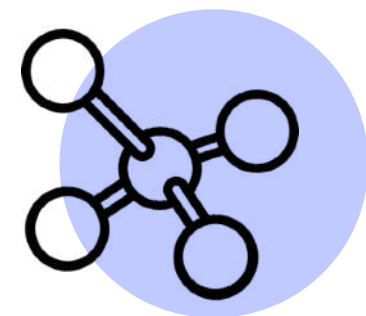
“ Il faut surtout sensibiliser les jeunes, les adolescents car ils vont plus vite que nous pour comprendre les règles. Ils ont tous une prévention sur l’écologie et l’environnement mais dans la pratique c’est encore à creuser. Or c’est pour moi la génération qui doit être principalement concernée. ”



Conclusion commune aux deux études

Conclusion

L'environnement et le développement durable constituent de **vrais sujets de préoccupation des français**, qui suscitent un **réel besoin d'informations**.



Et qui légitiment l'**utilité d'une source officielle**, capable de centraliser les informations liées à ces thématiques.



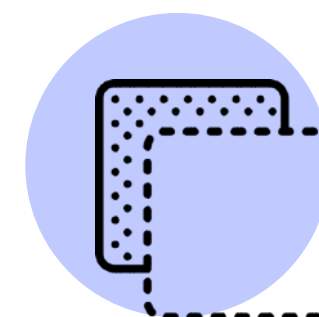
1/4 de la population se déclare prête à consulter le futur site du CGDD s'il répond dans un premier temps à leur **besoin d'informations pratiques, concrètes** liées à leur vie quotidienne, notamment à l'échelle locale.

“ *Il faut vraiment sensibiliser aux gestes simples du quotidien.*

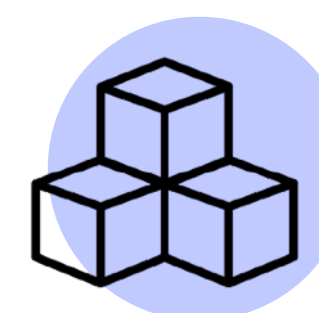
C'est bien de donner des informations de fond mais il faut savoir comment agir à notre échelle pour contribuer à la préservation de notre planète. ”

Conclusion

“ Pour ce qui est du support je trouve bien d’avoir des analyses synthétiques et des retours d’expérience. (...) Ça aide notamment à prendre des décisions avant d’investir. ”



Sur le fond, ce sont les **conséquences des changements climatiques** et les **pollutions** qui constituent les 2 thématiques majeures de préoccupation.



Sur la forme, le futur site devra **allier des formats** :

- Visuels et synthétiques
- Pédagogiques, sous forme de vidéos
- Vivants, concrets par le biais de témoignages et retours d’expériences, mais aussi d’évènements reliés à l’actualité et la vie locale

Conclusion

L'enjeu pour le Ministère sera ensuite de **faire connaître le site et de susciter son utilisation par tous les publics impliqués.**

- **En particulier les jeunes générations très mobilisées par les questions environnementales mais beaucoup plus difficiles à capter.**

La mise en avant d'informations pratiques et pédagogiques apparaît comme la clé d'entrée essentielle du grand public :

- Pour favoriser l'appropriation et la régularité de consultation
- Et donner le sentiment à chaque citoyen de contribuer, à son niveau, à la protection de l'environnement

“ *Enfin il est primordial de diffuser des astuces pour les gestes du quotidien pour permettre à tout le monde d'agir ou tout au moins de prendre conscience de notre impact.*

On fait parti des flèches du logo recyclage : ‘Premiers concernés mais surtout dans l'action.’ ”



Opportunités pour le futur site

CAPTATION

Comment faire en sorte que les usagers consultent (régulièrement) le site ?

- “ Pour me faire venir sur le site je verrais **un spot publicitaire**. Par exemple sur Youtube il y en a plein et même du Ministère (isolation à 1 euro). C’est d’ailleurs les seuls que je regarde car je sais que c’est **de l’information fiable et pas une arnaque**. ”
- “ Pour les informations je cherche souvent au hasard et surtout sur un navigateur qui est souvent plus pertinent qu'un moteur de recherche du site sur lequel je me trouve. Je pense que la priorité de ce genre de plateforme est de **renforcer le système de recherche**. ”
- “ Il faut des couleurs, que ça attire l’œil. Il faut que les gens **soient attirés et intrigués pour qu’ils aient envie de venir**. ”

CAPTATION



Communication

L'enjeu pour le Ministère sera ensuite de **faire connaître le site et de susciter son utilisation par tous les publics impliqués.**

La captation des jeunes générations passe donc par une **communication sur les réseaux sociaux** (promotion du site et alimentation des feeds) ainsi que sur les **chaines vidéo** telles que Youtube (cf. isolation à 1 euro).

6/21 usagers (2 experts / 4 citoyens)



Moteur de recherche et référencement

La plupart des utilisateurs, lorsqu'ils recherchent de l'information, **tapent des mots clés ou phrases dans leur navigateur.** Une fois sur le site qui correspond le plus à leur recherche ces derniers utilisent le **moteur interne.** Si ce dernier n'est pas suffisamment ciblé alors ils reprennent leurs recherches sur le navigateur.

10/21 usagers (2 experts / 8 citoyens)



Identité visuelle forte

Les utilisateurs ressentent le besoin d'être **stimulés lorsqu'ils naviguent sur le site.** Un public jeune notamment a plus de chance de rester/revenir sur un site ayant une **identité visuelle marquée et différenciées des sites concurrents.**

6/21 usagers (6 citoyens)

ATTENTES

Quelles sont les principales attentes des usagers ?

- “ *Il faudrait que le futur site soit la seule source de données, que **tout soit au même endroit** et que les données soient régulièrement mises à jour. Cela serait plus facile.* ”
- “ *J'aimerais que l'information **soit répartie par thématiques**, les derniers textes parus facilement accessibles.* ”
- “ *Il faut aussi **lier tout ces sujets, ces thèmes à des usages courants** pour nous aider à trouver des alternatives (par exemple lier le thème des transports à des solutions de co-voiturage géolocalisées).* ”

ATTENTES



Source unique d'information

Le site représente un **point d'accès unique d'informations** liées à l'environnement et développement durable.

Il permet ainsi de diffuser des connaissances **fiables et complètes** pour tout type d'utilisateur.

7/21 usagers (2 experts / 5 citoyens)



Usages du quotidien

Un des plus grands enjeux du site est d'établir **des liens entre les thématiques de fond et les actions du quotidien**.

En effet, il est primordial de **diffuser de l'information** mais c'est un plus grand challenge encore de permettre aux utilisateurs d'**agir à leur échelle** (peut importe leur degré d'expertise).

13/21 usagers (1 expert / 12 citoyens)



Thèmes identifiables

Le site doit être structuré en **plusieurs thématiques clairement libellées** et apparaissant directement sur la page d'accueil afin de permettre à l'utilisateur de comprendre la structure du site et de **choisir immédiatement la thématique de son choix**.

8/21 usagers (3 experts / 5 citoyens)

PERSONNALISATION

Comment est ce que les usagers aimeraient accéder au contenu du site ?

- “ Je pense qu’il est important d’avoir la même information que tout le monde **pour plus de transparence.** ”
- “ Je préférerais me connecter ou choisir un utilisateur même si c’est contraignant mais en ayant été identifiée avant « **vous êtes qui et vous faites quoi ?** ». On doit quand même avoir accès à tout qu’on soit particulier ou pro mais on peut faire ressortir des informations plutôt que d’autres ou des supports d’informations (vidéos ou lois etc.) en fonction du profil. ”
- “ Des entrées permettant d’accéder à du **contenu contextualisé en fonction des intérêts** ça serait bien car je n’ai pas envie de passer par plusieurs niveaux de navigation pour arriver à l’information qui m’intéresse. Ou alors il faut ce soit bien fait et pas trop long. Sinon je perds patience et me perds et abandonne. ”

PERSONNALISATION

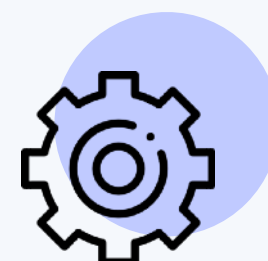


Compte usager

Une contextualisation du contenu de la page / du site peut être envisagée après que l'utilisateur ait choisi **une typologie d'usager** (ex : niveau d'expertise) ou **se soit connecté**.

Dans le cas de la création d'un compte client, l'utilisateur aura accès à du contenu qui lui est propre tel que des articles et fiches sauvegardés sous la forme de Favoris par exemple.

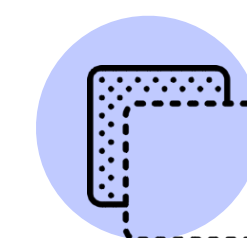
10/21 usagers (10 citoyens)



Bloc personnalisation

Le bloc personnalisation permettra à l'usager de rentrer - si le contenu en est porteur - **un ou plusieurs critères de personnalisation permettant de présenter des contenus contextualisés** (ex : géolocalisation).

10/21 usagers (10 citoyens)



Plusieurs niveaux de lecture

La mise à disposition de plusieurs niveaux de lecture de l'information afin de **rendre cette dernière accessible à tout type de public**.

Au premier niveau un contenu accessible par une cible moins experte et suivie d'une rubrique '**pour aller plus loin**' afin de rentrer plus en profondeur dans le sujet.

11/21 usagers (3 experts / 8 citoyens)

CONSULTATION

Comment permettre aux usagers d'accéder à de l'information en temps réel ?

- “ Je ne vois pas l'intérêt d'avoir accès à des actualités, on en a déjà tellement partout ! A moins que ces dernières soient vraiment reliées à des articles du site. ”
- “ Ce qui m'intéresse c'est de pouvoir recevoir de l'actualité ciblée en fonction de mes intérêts. Si c'est à moi de savoir qu'un nouvel article est sorti je n'irai pas naturellement. Et si je reçois de l'information qui n'est pas ciblée je ne la lis pas car cela ne m'intéresse pas forcément. ”
- “ Je veux avoir accès aux mesures qui viennent d'être prises pour comprendre ce que fait l'Etat. ”

CONSULTATION



Sujets d'actualités

L'élaboration de sujets d'actualité présentés sous deux formats : **courts et longs**.

Les **brèves** répondront aux besoins d'information sur les actions et les publications des acteurs publics de l'environnement et du développement durable.

Les **dossiers d'actualité** répondront au besoin de se repérer sur les sujets d'actualité, via une valorisation des contenus du site.

16/21 usagers (5 experts / 11 citoyens)



Newsletter ciblée

La mise à disposition d'une **newsletter mensuelle** permettant aux usagers de recevoir les derniers **sujets d'actualités ciblés en fonction de leurs intérêts**.

Cette dernière a également pour but de les inciter à revenir consulter le site.

13/21 usagers (3 experts / 10 citoyens)



Mesures de l'Etat

La diffusion et explication des **mesures prises par l'Etat** en temps voulu et reliées à des fiches thématiques afin de mieux les appréhender.

3/21 usagers (3 citoyens)

CONTRIBUTION

Quelle contribution les usagers souhaitent-ils apporter au site ?

- “ *Du contenu facilement enregistrable et partageable sur un réseau social c’est essentiel. Il faut pouvoir sensibiliser d’autres personnes.* ”
- “ *Le partage de rapports sur le futur site est à mon sens très important car actuellement **on ne sait pas à qui et comment les partager.** Puissant moyen de partage d’informations. Très bel outil !* ”
- “ *Je pense qu’un forum serait important sur ce type de plateforme. Aussi j’aimerais pouvoir **échanger avec un expert sur un sujet précis** de temps en temps. Il faudrait que cet expert soit disponible un jour par mois par exemple ou organiser des évènements sur la plateforme.* ”
- On pourrait avoir un chat/forum pour que ce soit interactif entre les utilisateurs et les gérants du site. Et avoir un échange entre les personnes qui consultent.* ”

CONTRIBUTION



Feedback usager

Il est primordial pour un site ouvert à un large public comme celui-ci, d'**obtenir le feedback des utilisateurs.**

Que ce soit sous la forme d'un **questionnaire de satisfaction, de suggestions, de vote pour l'article qui a été le plus utile** etc., il est essentiel de récolter leurs avis et remarques afin d'améliorer le site et son contenu.

11/21 usagers (3 experts / 8 citoyens)



Forum usagers / experts

La mise en place d'un forum permettant aux visiteurs du site d'**échanger sur des thématiques précises et d'obtenir des réponses à leurs questions.** Ces réponses devront être mises en avant et à jour afin d'éviter qu'une même question soit posée plusieurs fois.

Des échanges avec un expert sont également envisagés sous la forme de questions/réponses, d'un chatbot, d'un rendez-vous hebdomadaire etc.

13/21 usagers (2 experts / 11 citoyens)



Partage sur / hors du site

Afin d'**étendre la visibilité du site et de sensibiliser un maximum de personnes** aux enjeux environnementaux et de développement durable, le contenu du site doit être **facilement partageable** par email, SMS et sur les réseaux sociaux.

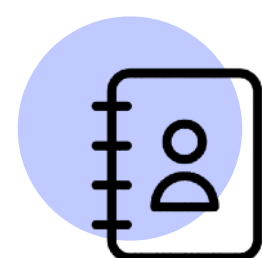
D'autre part, il peut être envisagé de **partager de la donnée produite par des utilisateurs** (retours d'expériences, partenariats etc.)

18/21 usagers (5 experts / 13 citoyens)

INTÉRACTION

Quels services mettre à leur disposition ?

- “ On ne trouve jamais les initiatives en rapport avec l’environnement et le développement durable autour de chez nous, c’est dommage. Il faudrait avoir accès à **des informations sur les associations, où elles se situent et leurs initiatives**. Un système de carte ça peut être pratique pour les situer. ”
- “ J’aimerais bien avoir un annuaire aussi pour **retrouver des personnes en rapport avec un sujet précis** au lieu de les chercher sur internet et ne pas les trouver ou ne pas être sûre que ce soit des sources fiables. ”
- “ Je pense que cela serait utile d’avoir une application permettant de signaler des choses comme par exemple un lieu où il faudrait ramasser des déchets et le signaler ou savoir quoi faire. En bref un outil collaboratif pour récolter de la donnée, se retrouver dessus entre utilisateurs pour échanger. ”

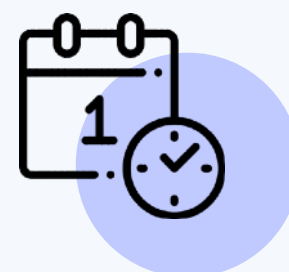


Annuaire acteurs

La mise à disposition de contacts :

- **administratifs** pertinents au contenu de proximité selon l'échelle nationale ou locale. Ces informations sont issues de l'annuaire de l'administration française.
- **référents ou experts** incontestés et légitimes sur la question traitée et choisis par le rédacteur de la fiche thématique.

16/21 usagers (5 experts / 11 citoyens)



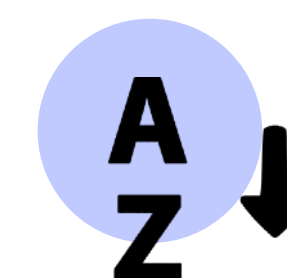
Agenda initiatives

Un agenda répertoriant **toutes les initiatives et évènements liés à l'environnement et au développement durable en France.**

Sous la forme d'une carte il pourra permettre aux usagers de repérer plus facilement les évènements près de chez eux.

On peut également envisager un agenda qui se synchronise avec les agendas personnels.

18/21 usagers (6 experts / 12 citoyens)



Glossaire / Logothèque

La mise à disposition d'un glossaire et d'une logothèque des thématiques liées à l'environnement et a développement permettra à des **usagers moins experts de comprendre au mieux les termes/ logos employés.**

8/21 usagers (8 citoyens)



Comparatifs entre régions

La mise à disposition de **comparatifs d'études/analyses** entre régions pour les experts et citoyens.

Ces comparatifs peuvent exploiter différents types d'information : ressources (ex : eau), actions, initiatives etc.

3/21 usagers (2 experts / 1 citoyen)



Outils d'aide à la décision

L'aide à la prise de décision et la conduite de projets en recensant et donnant accès aux **outils d'aide à la décision**, aux guides méthodologiques et aux référentiels couvrant le champ de l'environnement.

On peut par exemple imaginer un simulateur de calcul d'impact.

8/21 usagers (4 experts / 4 citoyens)



Outils collaboratifs

La mise en avant de partenariats avec des outils collaboratifs permettant aux utilisateurs de **récolter de la donnée**, la partager et retrouver d'autres usagers afin d'échanger autour de cette donnée.

Par exemple un outil collaboratif permettant de **signaler des événements/alertes** tels que des incendies, des lieux de collecte de déchets, pics de pollution etc.

2/21 usagers (2 citoyens)

CONSULTATION & INTÉRACTION

Quels contenus/fonctionnalités souhaiteraient-ils également trouver sur le site ?

- “ *Du contenu pédagogique sous forme de vidéo **c’est interactif c’est pas mal**. J’ai un peu plus de mal avec les tutos mais j’y viens petit à petit.* ”
- “ *J’aime bien quand c’est illustré (photos, illustrations etc.). Quand on travaille on n’a pas le temps de tout lire et si c’est illustrer comme une BD avec des personnages **c’est plus clair et facile à comprendre**.* ”
- “ *Il est important de sensibiliser les nouvelles générations. Aussi je verrais bien du **contenu spécifique pour les scolaires** sur la plateforme avec notamment différents niveaux de lecture de la donnée puis des sous produits tels que des documentaires.* ”
- “ *Du contenu interactif est également utile. Il faut que ce soit vivant, illustré sinon cela devient vite fastidieux et ennuyeux. Si un paragraphe pas trop grand, si je vois un pavé j’ai moins envie d’aller la chercher.* ”

CONSULTATION



Source

La mise à disposition de la **source précise et mise à jour du contenu ainsi que de la méthodologie d'extraction** de la donnée (lorsqu'elle est disponible) pour une cible plus experte.



Retours d'expérience

Des retours d'expérience **contenant des informations opérationnelles** et qui peuvent prendre diverses formes (étude, rapport). Forte demande des citoyens pour la mise à disposition de RETEX accessibles à leur niveau d'expertise concernant des actions du quotidien.



Données des régions

La mise à disposition de données produites et relevées par les DREAL afin de **délivrer de l'information locale**.



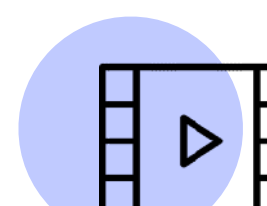
Supports pédagogiques

Des supports pédagogiques pour **tout type d'utilisateurs et spécifiquement scolaires** afin de mieux appréhender un sujet précis et qui peuvent prendre diverses formes : vidéos, fiches, MOOC etc.



Statistiques

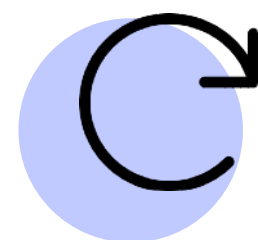
Des chiffres clés et statistiques sont essentiels pour **illustrer et synthétiser le contenu textuel**. Toutefois il faut s'assurer que ces derniers soient suffisamment accessibles pour un public moins expert.



Contenu multimédia

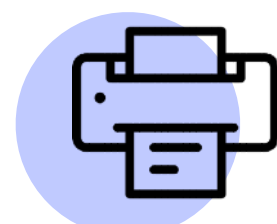
Le contenu multimédia (images, illustrations, vidéos, son etc.) **permet de capter l'attention des utilisateurs et d'illustrer un contenu** pour le rendre plus explicite - notamment sous la forme de vidéos courtes qui expliquent un sujet.

INTÉRACTION



Actualisation des données

Il est primordial que la donnée du site soit constamment mise à jour afin de **garantir aux usagers un contenu fiable.**



Imprimer doc. en ligne

La possibilité de **générer un PDF à partir d'une page du site** et ainsi de pouvoir l'imprimer.



Mise en avant de contenu

La mise en avant de **certains mots du contenu global d'une page** (système de mots clés, jouer sur la casse ou les couleurs)



Formats réutilisables

La mise à disposition de **ressources téléchargeables et aux formats réutilisables en l'état** (ex : tableau excel, présentation powerpoint etc.)



Visualisation des ressources

L'action de visualisation (format PDF) des ressources lorsque l'utilisateur clique dessus **avant de lancer tout téléchargement.**



Jeu / Quizz

Du contenu interactif sous la forme d'un quizz rapide peut être envisagé pour **tester les informations apprises par visiteur à la fin d'une fiche thématique** par exemple.



Points d'arbitrage
pour le travail de conception

ARBITRAGES
Usagers

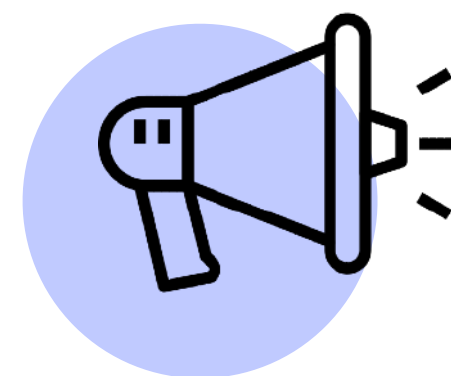


Usagers

→ Un public susceptible d'être intéressé par le site du Ministère moins jeune et plutôt centré sur les 35-64 ans. Les 25-34 ans s'avèrent être les plus difficiles à capter.

Arbitrage 1 :

« Est-il nécessaire de mettre en place un travail spécifique de captation de cible jeune - la moins captive à présent mais la plus porteuse de pérennité ? »



Médias



Réseaux sociaux

+++ 18-34 ans (57%)
- 35-49 ans (39%)

40%

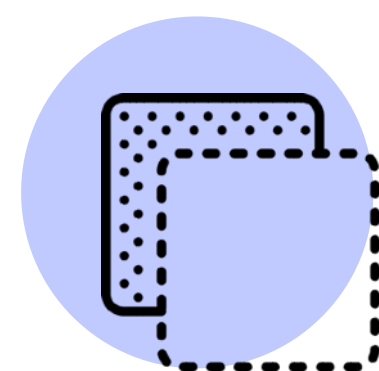
45%

+++ 18-34 ans (57%)
- 35-49 ans (39%)

Arbitrage 2 :

« Faut-il prévoir une stratégie éditoriale spécifique aux réseaux sociaux ? »

En effet tout laisse penser que le site web ne suffira pas. »



Niveaux de lecture

→ Un intérêt transverse pour un **traitement de l'information au niveau local** pour tous les aspects ayant un **impact sur la vie quotidienne** : risques, pollution, tri, actions locales etc...

Arbitrage 3 :

« Nous est-il possible de concevoir une stratégie éditoriale **partant du local et concret vers les enjeux nationaux et mondiaux** ? »

ARBITRAGES
Contenu



Formes éditoriales

01

Témoignages/
Retours d'expériences
45%

Photos
44%

Vidéos pédagogiques
43%

02

Analyses synthétiques
31%

Graphiques tableaux
29%

Cartes
26%

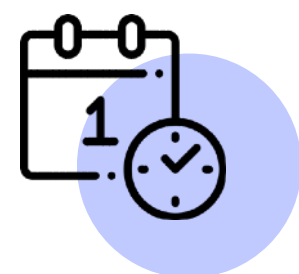
Arbitrage 4 :

« Faut-il investir dans de nouvelles formes éditoriales (retours d'expérience, multimédia, visuelles....) afin de retenir l'attention des usagers et convenir à leurs besoins ? »



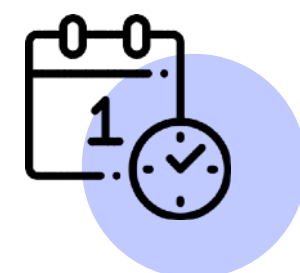
Calendrier et étapes à venir

CALENDRIER



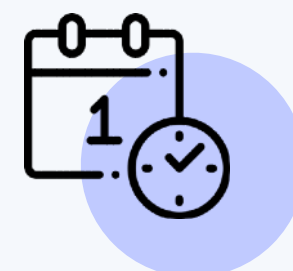
1 - Ateliers usagers UX

Préciser en détail les besoins utilisateurs



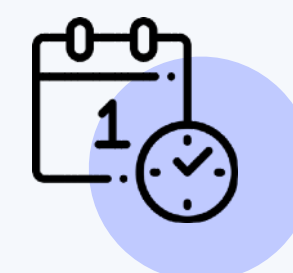
4 - Mise en place socle technique

Poursuite du travail de mise en place des outils de production et hébergement



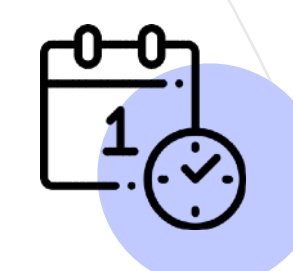
2 - Kick off équipe projet

Lancement cohésion équipe, méthodologie projet



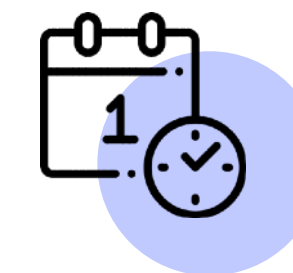
5 - Sprint conception

Finalisation en SPRINT (4-5j) du travail de conception avec le prestataire



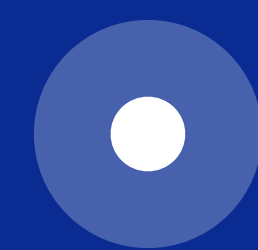
3 - COMED et lancement production

Sur la base de la stratégie éditoriale lancement de la production de contenu



6 - Portage projet

Validation cabinet, SIG portage du projet



Merci