



GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Direction
interministérielle
du numérique

Nom du produit

Permettre à (cibles) d'obtenir (bénéfices) grâce à (proposition de valeur différenciante) afin de (objectif de politique publique).

Etape : construction/accélération

Objectif de ce comité

Equipe produit : valider les objectifs et les moyens nécessaires pour les 6 prochains mois

Sponsor : arbitrer la demande d'investissement par rapport à l'impact présenté

1. Bilan des 6 derniers mois

Quel est le niveau d'atteinte des objectifs ? Qu'avons-nous réalisé et qu'avons-nous appris ?

2. Objectifs pour les 6 prochains mois ?

Quelles sont nos priorités et les résultats espérés pour les 6 prochains mois ? Sur quoi nous appuyons-nous pour présenter ces objectifs ? Quel impact visons-nous ? A quel coût ?

3. Besoin et feuille de route

Comment pensons-nous atteindre ces objectifs ? De quoi avons-nous besoin ?

Pourquoi c'est important ?

Il est essentiel de rappeler, en amont et dès le début du comité, l'objectif de celui-ci. Il est différent de l'équipe et du sponsor et chacun doit connaître et incarner son rôle.

Grille d'arbitrage pour le sponsor

Pourquoi c'est important ?

Cette grille doit être partagée en amont du comité au sponsor pour lui rappeler son rôle.

Le comité est un moment de décision. C'est lors de celui-ci que le sponsor doit choisir la poursuite ou non du projet.

Le comité est un moment de décision. C'est lors du comité que le sponsor doit choisir la poursuite ou non du projet.

Note sur 5

1. Bilan des 6 derniers mois

Le positionnement du produit (cible, proposition de valeur, etc.) vous semble-t-il bon ?

Le produit est-il utilisable (il fonctionne), utile (il est plébiscité) et utilisé (il est déployé) ?

Les objectifs d'impact présentés il y a 6 mois sont-ils atteints ? Ou le produit a-t-il déjà fait sa preuve d'impact ?

Le coût à l'impact actuel est-il connu et vous semble-t-il satisfaisant ?

2. Objectifs des 6 prochains mois

Les objectifs d'impact présentés pour les 6 prochains mois vous semblent-ils pertinents ?

Le coût à l'impact projeté vous semble-t-il satisfaisant ?

Les priorités présentées par l'équipe (produit, déploiement) vous semblent-elles aptes à atteindre les objectifs proposés ?

3. Besoins et arbitrages

Les besoins et les ressources demandées sont-ils cohérents avec les objectifs proposés et le potentiel d'impact ?

L'équipe est-elle guidée par l'impact ? Mesure-t-elle l'impact/la performance du produit et de ses actions de déploiement ?

L'équipe a-t-elle l'agilité, l'autonomie, l'organisation, le staffing nécessaires pour ajuster son action en continu ?

Décision du sponsor

1. Continuité du projet à budget iso ou supérieur ?

2. Continuité du projet avec baisse du budget ?

3. Arrêt, pivot ou mise en maintenance du projet ?

Les 4 phases du programme beta.gouv.fr



Rappel de la raison d'être du service numérique

- Quel est le problème que vous cherchez à résoudre ?
- Quelle est votre solution ?
- Quel est son impact à ce stade ? Rappelez les 2 - 3 indicateurs principaux suivis.

Pourquoi c'est important ?

Rappelez en quelques secondes pourquoi votre service a été financé.

Qu'est-ce qui fait que votre service est utile : quelle valeur apporte t-il à ses utilisateurs ? Quel est l'impact, le résultat final. Ne rentrez pas dans le détail des fonctionnalités et le comment ça marche à ce stade.

01.

Bilan des 6 derniers mois

Niveau d'atteinte des objectifs

- Quels étaient les objectifs et les résultats que vous vous étiez fixés lors du dernier comité d'investissement ?
- **Avez-vous un graphique représentant l'évolution de votre North Star Metric sur les 6 derniers mois ?**
- Quel est le niveau d'atteinte de ces objectifs ?
- Qu'est-ce qui explique que les objectifs ne sont pas atteints ou dépassés ?

Pourquoi c'est important ?

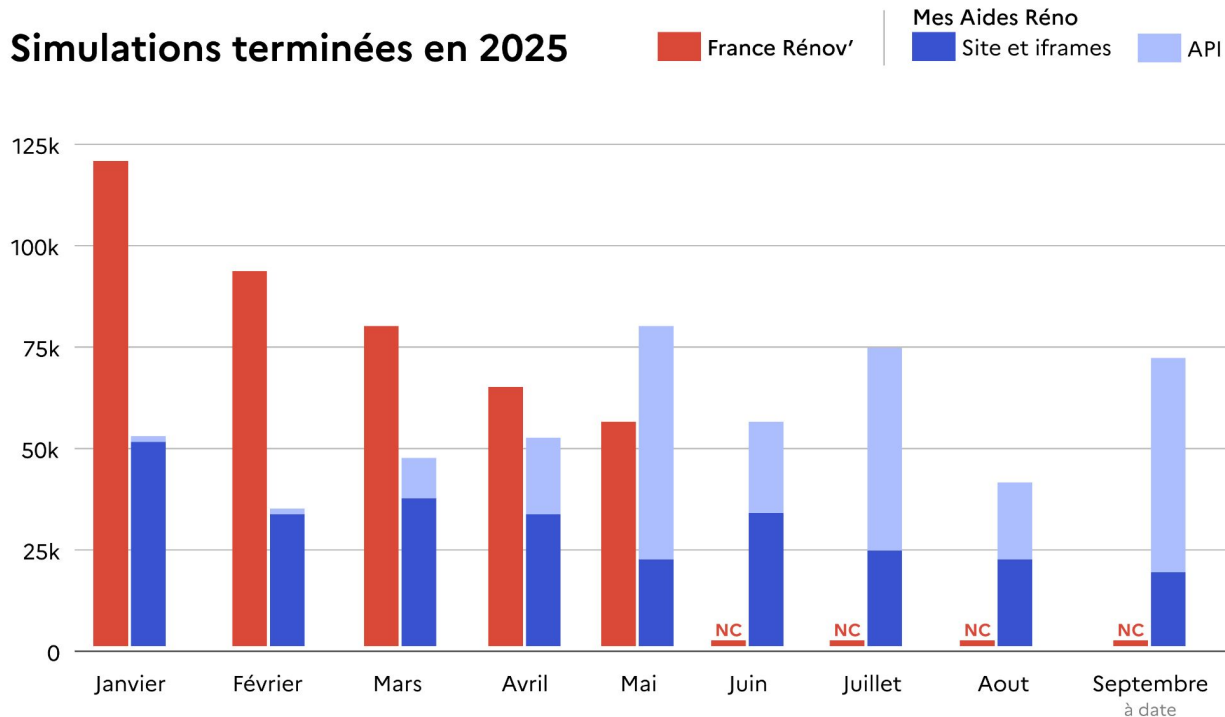
Il s'agit ici de montrer :

1. que vous pilotez votre service par les résultats. Vous pouvez mesurer le niveau d'atteinte de vos objectifs. Soyez le plus factuel possible dans un premier temps.
2. que vous pouvez expliquer pourquoi vous avez tel niveau d'atteinte des objectifs.

Plus d'infos sur la NSM :

<https://doc.incubateur.net/communaute/gerer-son-produit/aide-a-la-mise-en-application-des-standards/pourquoi-le-deploiement-dun-service-public-en-ligne-est-il-important/north-star-metric>

Evolution de notre North Star Metric (exemple de Mes Aides Réno)



Bilan des objectifs fixés il y a 6 mois (exemple de Mes Aides Réno)

Objectifs chiffrés	Il y a 6 mois	Aujourd'hui
Coopération avec l'Anah dans un objectif d'intégration à France Rénov' Adaptation des ambitions aux enjeux de l'Anah (fermeture MPRPA, aides consommées)	50%	70%
Développement des prérequis techniques et fonctionnels pour remplacement exhaustif des simulateurs de France Rénov	80% des pré requis validés	100% validés
Consolidation du trafic et optimisation de la conversion Renforcement du référencement sur les sites publics	30% du trafic	60% du trafic
Consolidation du trafic et optimisation de la conversion Nouveaux partenariats gratuits en iframe sur France info et Leboncoin	1 partenariats	5 partenariats dont 2 majeurs

Réalisations et apprentissages

- Qu'avez-vous accompli ?
- Pourquoi avez-vous réussi ou non vos objectifs ? Le cas échéant, pourquoi vous êtes-vous concentrés sur autre chose ?
- Qu'avez-vous appris lors de ces 6 derniers mois ?
- Qu'est-ce qui a changé dans votre connaissance des utilisateurs ou du secteur, le contexte politique, réglementaire, technologique ?

Pourquoi c'est important ?

Ce n'est pas nécessairement un problème que de dévier de ses objectifs si le contexte a changé ou que certains apprentissages le justifient. L'idée est ici de montrer ce que vous avez fait et que ces actions ont bien été menées dans l'objectif d'améliorer votre impact.

Vous pouvez réaliser une démonstration du produit ou de ses nouvelles fonctionnalités.

Evaluation de l'impact



Pourquoi c'est important ?

Ce tableau sert de repère pour évaluer les services numériques publics selon une méthodologie commune. Il permettra au sponsor de guider ses décisions d'investissement en mettant l'accent sur l'impact

Plus d'infos sur la matrice impact :

<https://doc.incubateur.net/communaute/gerer-son-produit/guide-de-financement-des-startups-detat/4.-lenjeu-du-pilotage-par-limpact>

Evaluation de l'impact (*exemple de Mes Aides Réno*)


Utilisable

- **Taux de contact du support :**
0,5% soit 180 messages /mois
- **Taux d'abandon :**
21% d'abandon au cours
de la simulation

Utilisé

- **Nombre d'utilisateurs actifs :**
80k visiteurs/mois
- **Nombre de conversions :**
40k simulations terminées/mois

Utile

- **Valeur générée :**
40k éligibilités /mois via site et iframes
↳ **10k** leads qualifiés envoyés aux ECFR
+ **26k** éligibilités via API /mois (en )
- **Note de satisfaction du service rendu :**
85% d'utilisateurs satisfaits ou en partie satisfaits

Impactant

- **Impact mesuré :** trop tôt pour évaluer le nombre de rénovations terminées entreprises grâce à Mes Aides Réno

Efficient

- **Coût à l'utilisation :**
0,44€/visiteur
- **Coût à l'utilité :**
0,87€/simulation terminée.
3,5€/lead qualifié envoyé à un ECFR

02.

Objectifs des 6 prochains mois

Vision

- Si tout se passe comme prévu, où serez-vous dans 5 ans ?
- Comment l'impact pourrait être accru ? Quels seraient les autres cas d'usage qu'il serait intéressant d'aborder ?

Pourquoi c'est important ?

Il s'agit ici de fixer le cap, donner une direction claire et ambitieuse qui donne envie de vous rejoindre.

Quel impact dans le monde : partager votre vision c'est aussi l'occasion de prendre du recul, de réfléchir à l'impact que vous souhaitez avoir, au-delà des chiffres.

Nous vous demandons ici de faire preuve d'ambition et d'optimisme mais ce n'est pas pour autant qu'il faut sur-vendre et perdre le sens des réalités.

Potentiel de déploiement

- Quel est le potentiel de votre solution ?
- Comment faites-vous ces estimations ?

Pourquoi c'est important ?

Cette slide permet de montrer que vous connaissez votre secteur (ou votre "marché" pour faire une analogie avec les produits du privé).

Exemple : Mes Aides Réno est un simulateur pour connaître les aides pour rénover mon logement. Il y a 38 millions de logements privés en France dont 30 millions de résidences principales. Environ 16% du parc, soit 4,8 millions sont des « passoires énergétiques » (étiquettes F et G du DPE). 58% des français sont propriétaires occupants. Mon produit s'adresse donc en priorité aux 2,8 millions de propriétaires occupants de passoires énergétiques.

Feuille de route sur les 6 prochains mois

- Quelles sont vos priorités sur les 6 prochains mois pour atteindre cette vision ? Limitez vous à 3 priorités qui résument votre stratégie produit et votre stratégie de déploiement.
- Comment saurez-vous que vous vous rapprochez du but ? Indiquez les résultats espérés sur lesquels vous pourriez rendre des comptes dans 6 mois.

Pourquoi c'est important ?

Evitez le rétro-planning détaillé ou la liste de tâches à accomplir. Ce qui compte, c'est vos priorités, sur lesquelles vous allez concentrer vos efforts et les résultats attendus sur lesquels vous pourriez rendre des comptes. Les actions que vous allez réaliser pour les atteindre n'ont pas forcément besoin d'être partagées à vos sponsors.

Feuille de route sur les 6 prochains mois (*exemple fictif*)



Conformité aux standards beta.gouv.fr

Standard à respecter	Il y a 6 mois	Aujourd'hui	Dans 6 mois
Guidé par l'impact : indicateurs de pilotage et d'impact présentés sur une page statistiques publique et mise à jour quotidiennement			
Equipe autonome : absence d'ingérence de la hiérarchie dans les choix opérationnels réalisés entre les comités			
Transparence et redevabilité : code open source, publication du budget, déclaration d'accessibilité, mentions légales et politique de confidentialité			
Bonnes pratiques techniques : usage du DSFR, bonnes pratiques web, SEO, accessibilité, eco-conception (voire le Dashlord)...			

03.

Besoins et arbitrages attendus

Vos besoins

- De quoi avez-vous besoin pour réussir cette feuille de route ? Quel budget ? Quel appui de l'administration ?
- Comment l'équipe est-elle amenée à évoluer ?
- Quels sont les obstacles ou difficultés à lever ?
- **Quels indicateurs d'utilisation et d'utilité visez vous avec ce budget ?**

Pourquoi c'est important ?

Rattachez vos besoins à votre feuille de route.

Cette diapositive doit permettre de mettre vos sponsors dans une position de soutien et pas seulement de juge. Présentez les difficultés que vous anticipez pour qu'ils puissent réfléchir à la meilleure manière de vous aider à les dépasser.

Vos besoins budgétaires (exemple de La bonne alternance)

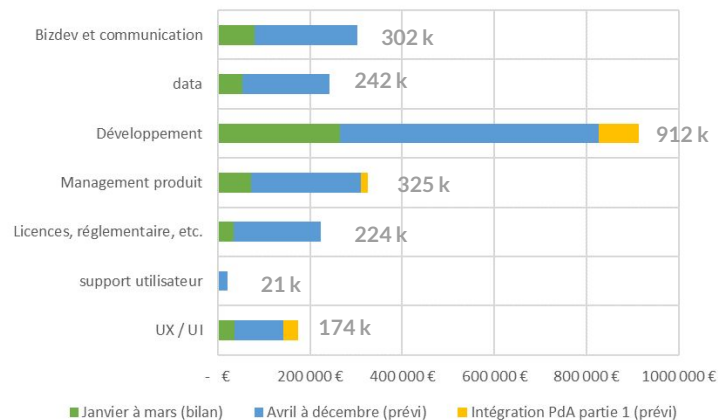
Projection à fin 2025 - Atterrissage à 2,2 M€

	Conso T1 2025 (janvier-mars)	Prévisionnel avril à décembre 25	Intégration PdA partie T4 2025	TOTAL
Management Produit	71 k€	238 k€	16 k€	325 k
Développement	265 k€	561 k€	85 k€	912 k
UX/UI	36 k€	106 k€	32 k€	174 k
Bizdev, growth & communication	80 k€	222 k€	-	302 k
Data	53 k€	190 k€	-	242 k
Support utilisateur	-	21 k€	-	21 k
Licences, réglementaire, infra	35 k€	189 k€	-	224 k
TOTAL	541 k	1 527 K	133 K	2 203 k




Budget 2025 : 2,2 M€ (97% du budget initial)

- 541 k€ au titre de janv-mars
- 1 527 k prévisionnel avr-dec avec objectifs de croissance
- 133 k au titre du Build intégration du PdA (reste 120 k en 2026)

Atterrissage 2025 pour LBA - scénario 2,2 M€



Vos besoins d'appui (exemple de La bonne alternance)

 Acteur	 Besoins	 Objectifs
DGEFP - MCOM	Poursuivre les campagnes employeurs sur avril et mai	Relance des campagnes de mars/avril Communications depuis les comptes LinkedIn des ministres
France Travail	Sécuriser les transferts de données entre France Travail et La bonne alternance Diffuser les offres La bonne alternance via Astro	Maintenir et améliorer l'algorithme prédictif pour rappel 80% des candidatures LBA sont des candidatures spontanées et 20% des retour à l'emploi en découle Permettre aux conseiller FT d'accéder aux offres LBA
DGESCO	Sécuriser le transfert des voeux Affelnet à La bonne alternance	Promouvoir des emplois personnalisés aux jeunes infrabac intéressés par l'alternance
DGESIP	Sécuriser le transfert des voeux Mon Master à La bonne alternance	Promouvoir des emplois personnalisés aux jeunes d'études supérieures intéressés par l'alternance

Votre coût à l'impact (ou à l'utilité/utilisation) *exemple de La bonne alternance*

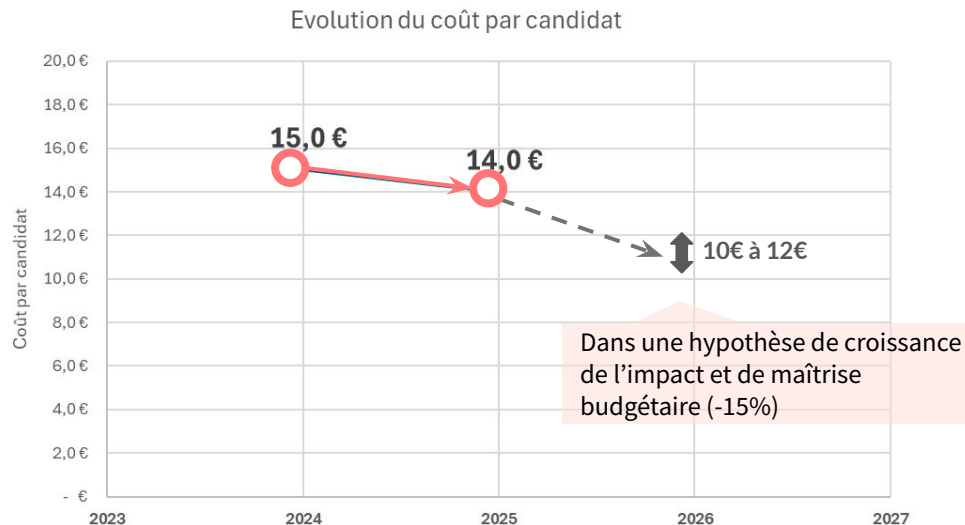
Evaluation du coût par candidat

Données de calcul sur 2024

- 140k candidats distincts
- Budget LBA : 2,1M€

Hypothèses pour 2025

- 161k candidats (+15% p/r 2024)
- Budget LBA : 2,25M€ (budget initial du CI nov 24)



L'équipe

- Pourquoi vous et votre équipe, êtes les personnes les mieux placées pour développer cette solution ? Pourquoi doit-on vous faire confiance ? Qu'est-ce qui vous rend unique ?
- Comment l'équipe doit-elle être complétée ?

Pourquoi c'est important ?

Montrez comment vous vous organisez ou réorganisez pour répondre aux enjeux de votre feuille de route. Présentez les différents scénarios possibles en fonction des arbitrages budgétaires qui seront réalisés.

Points d'arbitrage attendus

- Pourquoi présentez-vous votre projet aujourd'hui ?
- Qu'attendez-vous de vos interlocuteurs ?
- **Quelle est la décision prise par le sponsor ? Se reporter à sa grille**

Pourquoi c'est important ?

Rattachez votre demande de financement à des objectifs. Expliquez ce qu'il se passerait sans les financements et ce que pourrait permettre les financements.

Au-delà des financements, avez-vous d'autres attentes précises vis-à-vis de vos investisseurs (par exemple, un relai de communication, la prise de contact avec des partenaires...)

Le comité est un moment de décision. C'est lors de celui-ci que le sponsor doit choisir la poursuite ou non du projet.