

## Les villes virtuelles en Belgique francophone et germanophone.

Référence : VAN BASTELAER Béatrice (1999), « Les villes virtuelles en Belgique francophone et germanophone », *Wallonie*, 60/61, octobre 1999, pp. 37-56.

### Introduction

Cet article détaille les résultats d'une enquête menée par la CITA d'avril à juin 1999 auprès d'environ 190 villes, communes et organismes divers relativement à près de 260 sites de ville virtuelle préalablement recensés. Sur ces 260 sites (fin juin 1999, la CITA en recensait déjà près de 30 supplémentaires<sup>1</sup>), 41 sont des sites « officiels » (on reviendra par la suite sur cette notion), c'est-à-dire dont l'URL est du type « www.nomcommune.be » et les 220 autres, des sites « non officiels » avec une URL autre que « .be ». Beaucoup de ces sites non officiels ont une structure commune car ils sont réalisés par un même organisme. On pense par exemple aux sites *brabantwallon.be*, aux 35 sites des communes de la province de Namur (*namur.be/nomcommune*), aux sites de la province de Liège réalisés par l'association Plug-in-Liège ou par la SPI+ dans le cadre du projet Liège On Line, etc.

L'enquête menée par la CITA visait quatre objectifs principaux:

- mettre à jour les informations recueillies durant l'été 1997<sup>2</sup> et constater les principales modifications;
- confirmer un certain nombre d'hypothèses théoriques issues de la recherche européenne SLIM (Social Learning in Multimedia) à laquelle la CITA a participé et pour laquelle elle a coordonné toute la partie consacrée aux villes virtuelles;
- améliorer les connaissances de la CITA dans ce domaine;
- obtenir des informations susceptibles de servir de contenu à l'Observatoire des Villes Virtuelles, projet présenté par la CITA lors de la deuxième Rencontre Réelle de Villes Virtuelles.

### 1. Réponses au questionnaire

Sur les 190 organismes contactés et les 260 sites, la CITA a obtenu des réponses au questionnaire pour 19 sites .be<sup>3</sup> (sur 41, soit 46%) ainsi que pour la région de

---

<sup>1</sup> Certains ont effectivement été inaugurés entre le début de l'enquête et la présentation des résultats mais d'autres ont simplement été découverts par les chercheurs de la CITA dans l'intervalle.

<sup>2</sup> d'UDEKEM-GEVERS Marie (1998), *Villes Numérisées Belges : Analyse d'un échantillon destiné aux particuliers*, Cahiers de la CITA AI 5, CITA-FUNDP Namur, juin 1998.

<sup>3</sup> Il s'agit des sites (*www.*)*anthisnes.be*, *ath.be*, *bastogne.be*, *charleroi.be*, *chaudfontaine.be*, *comblainaupont.be*, *dinant.be*, *fleurbaey.be* (projet en cours), *geer.be*, *gouvy.be*, *marche.be*, *mons.be*, *mouscron.be*, *namur.be*, *peruwelz.be* (projet en cours), *seneffe.be*, *sthubert.be*, *tubize.be* et *woluwe1150.irisnet.be*

Bruxelles-Capitale et 28 sites autres que .be<sup>4</sup> (sur 200, soit environ 13%) dont 21 sites réalisés par l'AIHM-Cap Gemini selon une structure commune (et donc fournissant des informations similaires). Pour 57 sites autres que .be, la CITA a également obtenu diverses informations mais pas exactement des réponses précises au questionnaire. Ces informations n'ont donc pas pu être traitées avec les questionnaires. Pour les 10 sites<sup>5</sup> gérés par Promin par exemple, le webmaster explique<sup>6</sup> que la démarche est différente de ce qui est proposé dans le questionnaire. Les sites des villes réalisés jusqu'à présent sont destinés à amplifier le succès des sites privés. C'est ainsi que Promin présente une ville/une région quand la société réalise un site pour un hôtel de cette ville ou de cette région. Il en est de même pour les industries. Promin souhaite offrir un survol rapide des possibilités offertes au touriste par opposition aux sites des communes qui, selon le responsable de Promin, ont plusieurs objectifs, de présenter de façon élégante la ville et de servir de relais avec le citoyen (cf. réalisation en cours du site de houyet.be).

Pour quatre sites<sup>7</sup> réalisés par la société Blycx.com, le concepteur explique<sup>8</sup> que les réponses au questionnaire pour ces trois sites sont relativement proches de celles données pour le site de Perwez<sup>9</sup> qui se veut un portail d'entrée pour les sites de l'entité mais que les quatre sites sont moins avancés que celui de Perwez.

En ce qui concerne les sites des 35 communes<sup>10</sup> de la province de Namur, réalisés par Namur-Europe-Wallonie (NEW), le webmaster précise<sup>11</sup> qu'il convient de mentionner que les communes namuroises sont toutes présentes, avec une information de base (description, caractéristiques, principaux événements, ...) par le biais de namur.be. Mais il ajoute que cette section est en pleine rénovation et une nouvelle version sortira début juillet 1999. La différence essentielle avec la structure précédente est que l'outil permettra désormais aux communes d'enrichir et de

---

<sup>4</sup> Il s'agit des sites ([www.ciger.be/communes/fernelmont](http://www.ciger.be/communes/fernelmont), [soignies.com](http://soignies.com), [club.euronet.be/st.vith](http://club.euronet.be/st.vith), [honet.be/@t\\_home/tournai](http://honet.be/@t_home/tournai), [users.skynet.be/watermael-boitsfort](http://users.skynet.be/watermael-boitsfort), [ciger.be/namur](http://ciger.be/namur), [blycx.com/perwez/index.html](http://blycx.com/perwez/index.html) et des sites [aihm.be/communes/amay](http://aihm.be/communes/amay), .../.../anhée, .../.../bernissart, .../.../braives, .../.../ecaussines, .../.../enghien, .../.../frameries, .../.../erquelinnes, .../.../esneux, .../.../herbeumont, .../.../honnelles, .../.../lessines, .../.../leroeulx, .../.../lierneux, .../.../nassogne, .../.../, .../.../paliseul, .../.../thimister et .../.../yvoir.

<sup>5</sup> [www.promin.be/belvil/andenne.htm](http://www.promin.be/belvil/andenne.htm), .../.../barvaux.htm, .../.../beaurain.htm, .../.../bouillon.htm, .../.../ciney.htm, .../.../han.htm, .../.../huy.htm, .../.../namur.htm, .../.../rochegau.htm et.../.../somme.htm

<sup>6</sup> cf. courrier électronique envoyé par Daniel Streel, responsable de Promin s.a., le 31 mai 1999.

<sup>7</sup> [www.blycx.com/eghezee/index.html](http://www.blycx.com/eghezee/index.html), .../gembloux/..., .../ramillies/... et .../jodoigne/...

<sup>8</sup> cf. courrier électronique envoyé par Pierre van den Durpel, responsable de Blycx.com, le 9 juin 1999.

<sup>9</sup> [www.blycx.com/perwez/index.html](http://www.blycx.com/perwez/index.html)

<sup>10</sup> [www.namur.be/communes/anhée](http://www.namur.be/communes/anhée), .../.../assesse, .../.../beauraing, .../.../bievre, .../.../cerfontaine, .../.../ciney, .../.../couvin, .../.../dinant, .../.../doische, .../.../eghezee, .../.../fernelmont, .../.../florences, .../.../fosseslaville, .../.../gedinne, .../.../gembloux, .../.../, .../.../hamois, .../.../hastiere, .../.../havelange, .../.../houyet, .../.../jemsursamb, .../.../mettet, .../.../namur, .../.../ohay, .../.../onhaye, .../.../philippeville, .../.../profondeville, .../.../rochefort, .../.../sambreville, .../.../sombreffe, .../.../viroinval, .../.../vressesur, .../.../walcourt et .../.../yvoir

<sup>11</sup> cf. courriers électroniques envoyés par Michel Colinet, directeur de la communication chez NEW, le 4 juin et le 11 juin 1999.

mettre à jour directement un contenu comprenant des informations générales, des événements et des rubriques "à ne pas manquer", des news, des adresses utiles, des images, des liens internet, ...

Enfin, pour les huit sites<sup>12</sup> réalisés par la SPI+, intercommunale liégeoise, dans le cadre du projet Liège On Line, le webmaster souligne que la philosophie de Liège On Line est d'aider autant que nécessaire les communes de la Province de Liège à se présenter sur Internet. La SPI+ préconise l'hébergement sous leur nom propre pour une question d'accessibilité mais, si celles-ci souhaitent être reprises dans un répertoire sous [www.liegeonline.be](http://www.liegeonline.be), cela ne leur pose pas de problème.

Dans tous les cas, la présentation de la commune, qu'elle soit réduite ou pas, est toujours officielle; la SPI+ ne crée pas de pages sans l'accord express de la commune. C'est d'ailleurs cette dernière qui lui fournit les informations.

Pour la SPI+, concernant les questionnaires, les questions sont relatives à la vision que la commune a de sa présence sur Internet et Liège On Line n'a pas les réponses à ces questions<sup>13</sup>.

Enfin, pour sept sites (quatre [.be](http://.be)<sup>14</sup> et trois autres que [.be](http://.be)<sup>15</sup>), aucun questionnaire n'a été reçu mais la raison a été précisée : projet pas encore suffisamment avancé (Soumagne), projet en cours de modification importante (Waterloo), pas encore de site Internet officiel (Verviers), pas le temps de répondre (Gembloux), questionnaire transmis à l'administration communale (Habay), administration pas concernée par le questionnaire (Amay, Thimister-Clermont). Il est intéressant de mentionner que, dans certains cas, on peut se demander qui est réellement responsable des sites. En effet, la commune de Soumagne qui dispose d'un site [www.soumagne.be](http://www.soumagne.be) géré par Liège On Line renvoie justement à Liège On Line pour les réponses au questionnaire alors que Liège On Line renvoie aux communes estimant que le questionnaire a trait à la vision que les communes ont de leur présence sur Internet. Par ailleurs, on peut aussi se demander si les communes sont toujours au courant de l'existence de sites les concernant. En effet, la commune de Thimister-Clermont signale qu'elle n'a aucun site sur Internet à l'exception des informations reprises sur un site géré par Liège On Line (que la commune ne considère donc pas comme « son » site) alors qu'il y a un autre site sur cette commune réalisé par l'AIHM-Cap Gemini que les autorités communales n'ont pas mentionné.

Par ailleurs, il faut préciser que, pour les sites qui avaient été repris dans l'échantillon analysé durant l'été 1997 par Marie d'Udekem-Gevers, nous avons envoyé à leur responsable un questionnaire pré-rempli avec les informations dont

---

<sup>12</sup> [www.liegeonline.be/fr/communes/bra0001.htm](http://www.liegeonline.be/fr/communes/bra0001.htm), [.../.../.../oupeye01.htm](http://.../.../.../oupeye01.htm), [.../.../.../saintvith/index.htm](http://.../.../.../saintvith/index.htm), [.../.../.../tours01.htm](http://.../.../.../tours01.htm), [.../.../.../thi0001.htm](http://.../.../.../thi0001.htm), [.../.../.../waimés01.htm](http://.../.../.../waimés01.htm), [.../.../.../wanze01.htm](http://.../.../.../wanze01.htm) et [liegeonline.be/aywaille/index.htm](http://liegeonline.be/aywaille/index.htm)

<sup>13</sup> cf. courrier électronique envoyé par Marc Brocha, webmaster de Liege on Line, le 11 juin 1999.

<sup>14</sup> [www.amay.be](http://www.amay.be), [www.verviersonline.be](http://www.verviersonline.be), [www.soumagne.be](http://www.soumagne.be) et [www.waterloo.be](http://www.waterloo.be)

<sup>15</sup> [www.liegeonline.be/fr/communes/thi0001.htm](http://www.liegeonline.be/fr/communes/thi0001.htm), [www.stben.be/habay](http://www.stben.be/habay) et [www.gembloux.com](http://www.gembloux.com)

nous disposions alors pour leur faciliter le travail. Certains ont complété le questionnaire et nous l'ont renvoyé mais pas tous. Pour ces derniers (4 .be et 8 autres que .be), nous avons tenté de les compléter nous-mêmes<sup>16</sup> sur base des informations disponibles sur le site et afin de les intégrer dans les résultats de l'enquête. Nous avons cependant dû constater que les informations collectées de la sorte étaient insuffisantes et que nous ne pouvions dès lors utiliser ces données dans le traitement des résultats de l'enquête.

Au total, la CITA a donc reçu 124 réponses (environ 47% du total des questionnaires) dont 28 .be (68% des sites de ce type) et 96 autres que .be (44% des sites de ce type) mais, sur ces réponses, seulement 47 sont exploitables (19 .be et 28 autres que .be).

## 2. Identité du projet

Le questionnaire débute par des informations relatives à l'identité du projet : initiateur, date de création, langue de présentation de l'information.

### 2.1. Initiateur

Les sites .be émanent évidemment souvent de la commune elle-même (cf. tableau 1), qu'il s'agisse du collègue des échevins, du bourgmestre, d'une agence de développement local, de l'un ou l'autre échevin (informatique, finances), du secrétaire communal ou d'une régie communale autonome. Cependant, le partenariat avec le privé semble être monnaie courante.

**Tableau 1. Initiateur du site**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Commune	<b>13+1<sup>17</sup></b>	<b>3</b>
Privé	<b>16</b>	<b>23</b>
Particulier	<b>2</b>	<b>2</b>

Les sites autres que .be sont, quant à eux, évidemment souvent le fait du privé. La notion de « privé » doit s'entendre de manière très large comme ce qui ne concerne pas la commune elle-même.

Pour les sites .be, les principaux acteurs privés sont l'AI (Association pour l'Innovation par l'Informatique) qui apporte un support administratif et technique, la SPI+, SPASH qui s'occupe des mises à jour, la Région Wallonne qui intervient au niveau du financement, BSB Management Consulting qui a aidé à la définition de la structure du site en partenariat avec la commune, l'Université de Liège (Service d'informatique et de gestion - faculté d'économie, de gestion et de sciences sociales) qui a réalisé un site, Citylink-Belgacom qui fournit un site pilote, IDELUX, le Crédit Communal et Télélux qui participent au financement, Ascii Computer qui s'occupe

<sup>16</sup> Je tiens à remercier Laurent Henin, chercheur à la CITA, pour son aide précieuse dans cette tâche.

<sup>17</sup> La mention « 13+1 » signifie que l'initiateur du site est la commune dans 13 sites .be et dans un site en cours de réalisation.

de la gestion du site, Média Club Gouvy asbl, association de bénévoles, qui joue le rôle de maître d'œuvre/éditeur et responsable technique, une Jeune Chambre Economique qui a soutenu une initiative personnelle et est intervenue au niveau de la réalisation technique d'un site et de son financement, un Syndicat d'initiative, une Maison de la Culture ou l'asbl NEW, chargée du pilotage d'un projet.

Pour les sites autres que .be, les principaux initiateurs des projets sont le CIGER pour la conception et l'hébergement, la société Blycx, cheville ouvrière des projets et l'AIHM-Cap Gemini qui s'occupe de l'hébergement, du développement et de la maintenance.

## 2.2. Date de création

La plupart des sites ont été créés en 1998 (cf. tableau 2) que l'on peut considérer comme l'année où le phénomène a explosé. Ceci rejoint la situation flamande présentée par Johan Steyaert, chercheur à la KUL<sup>18</sup>.

**Tableau 2. Date de création**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
1995	-	1
1996	3	2
1997	3	-
1998	7	<b>24</b>
1999	3	1
Annoncé	2	-
Pas précisé	1	-

## 2.3. Langue

Enfin, les sites sont pour la plupart unilingues (cf. tableau 3), sauf quelques exceptions, notamment les sites de la région de Bruxelles-Capitale qui sont au minimum bilingues français-néerlandais et quelques sites qui proposent une version anglaise (souvent plus restreinte que la version française).

**Tableau 3. Langues utilisées**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
1 langue	<b>7+1</b>	<b>25</b>
2 langues	5	2
3 langues	3	1
Plus de 3 langues	2	-
Français	<b>17+1</b>	<b>28</b>
Néerlandais	6	2
Anglais	7+2	1
Autre(allemand, espagnol)	1	1

<sup>18</sup> Steyaert Johan, « De gemeentelijke website in Vlaanderen », Actes de la deuxième Rencontre Réelle des Villes Virtuelles, FUNDP-Namur, 28 juin 1999.

### 3. Objectifs du projet

Le second volet des résultats concerne les objectifs de ces projets, à savoir les types d'objectif poursuivi par les concepteurs des sites et la manière d'y parvenir.

#### 3.1. Type d'objectif

Au niveau des principaux objectifs affirmés (texte libre dans le questionnaire), on peut distinguer des objectifs classiques, des objectifs moins fréquents et des objectifs plus originaux.

Les objectifs classiques sont présents un peu partout, qu'il s'agisse des sites .be ou autres que .be : souhait de faire connaître la ville/la commune, de fournir des informations diverses aux habitants et aux touristes avec, en plus, pour les sites autres que .be, le souhait d'héberger les sites des communes avec un objectif publicitaire.

Pour les objectifs moins fréquents, il s'agit, par exemple, pour les noms de domaine propres (.be)<sup>19</sup>, de la volonté de rapprocher l'administration du citoyen, d'améliorer la qualité des services rendus, de développer les téléservices ou de permettre la commande à distance de documents, de proposer une approche novatrice de la démocratie locale, de favoriser la participation des citoyens ou de construire un site fédérateur. Pour les sites autres que .be<sup>20</sup>, on retrouve le souhait de stimuler la participation des citoyens, notamment via l'interactivité, mais aussi d'illustrer les potentialités des technologies de l'information et de la communication dans la promotion d'une région ou de devenir le portail d'entrée de plusieurs communes d'une même entité.

Enfin, les objectifs qualifiés d'originaux le sont peut-être plus dans la manière d'y parvenir que dans leur énoncé même. On pense, par exemple, pour les noms de domaine propres<sup>21</sup>, à l'établissement de téléservices mais avec le souhait de généraliser à d'autres communes les leçons tirées de l'expérience ou le souhait d'impliquer la population locale à la vie de la commune par le biais de carte de visite modulaire (offerte aux entreprises), de vente de machines et d'équipements à bas prix, de borne interactive ou de borne avec des cartes prépayées, ... D'autres objectifs originaux concernent également la mise sur pied d'un Intranet au sein de la ville ou la volonté de devenir la plaque tournante de l'interactivité, même si l'on peut se demander ce que cela signifie concrètement.

---

<sup>19</sup> Plus précisément pour Fléron, Woluwé Saint-Pierre, Charleroi, Chaudfontaine, Marche, Bastogne, Dinant, Seneffe, Mons, Namur et Péruwelz.

<sup>20</sup> Plus précisément pour Watermael-Boitsfort, Namur (site du Ciger) et Perwez.

<sup>21</sup> Plus précisément pour Marche, Geer, Namur, Péruwelz et Seneffe.

Les tableaux 4, 5 et 6 précisent les types d'objectifs poursuivis par les concepteurs des sites. Le tableau 4 reprend les objectifs qui ont été principalement soulignés dans les réponses, c'est-à-dire ceux auxquels les répondants ont donné une cote de 3<sup>22</sup>.

**Tableau 4. Principaux objectifs énoncés**

	.be	autre que .be
<b>Information/communication</b>		
• Présenter la ville/région	14+1	27
• Informer les citoyens	12	(4)
<b>Organisationnel externe</b>		
• Améliorer la qualité du service public	11+1	<i>Pas demandé</i>
<b>Touristique</b>		
• Fournir des informations aux touristes	11	26
<b>"Compétitivité"</b>		
• Améliorer l'image de la ville (moderne, communicante)	10+1	24
• Promouvoir la commune	10+1	(2)
<b>Culturel</b>		
• Ouvrir le patrimoine	9	26
<b>Social</b>		
• Rendre Internet accessible à tous	8	(1)
<b>Politique</b>		
• Améliorer le fonctionnement démocratique	6	(2)
<b>Social</b>		
• Donner un espace virtuel aux associations et citoyens	6	(1)
<b>Social</b>		
• Sensibiliser les citoyens, permettre familiarisation avec NTIC	5+1	(1)
<b>Organisationnel interne</b>		
• Améliorer le fonctionnement de l'administration	5	<i>Pas demandé</i>

Le tableau 5 liste les objectifs choisis en second lieu et qui ont reçu une cote de 2.

**Tableau 5. Principaux objectifs secondaires énoncés**

	.be	autre que .be
<b>Commercial</b>		
• Présenter les entreprises et commerces	10	23
<b>Economique</b>		
• Attirer les investisseurs	10	-
• Offrir un service de meilleure qualité aux entreprises, améliorer performances	(4)	22
<b>Culturel</b>		
• Ouvrir le patrimoine	7+1	-
<b>Touristique</b>		

<sup>22</sup> Ils avaient le choix entre quatre possibilités : donner une cote de 3 (très important), 2, 1 ou 0 (pas du tout important).

• Fournir des informations aux touristes	6+1	-
<b>"Compétitivité"</b>		
• Améliorer l'image de la ville (moderne, communicante)	5	
• Promouvoir la commune	5	
<b>Social</b>		
• Sensibiliser les citoyens, permettre familiarisation avec NTIC	5	
• Donner un espace virtuel aux associations et citoyens	(3)	22

Enfin, le tableau 6 précise les objectifs qui ont été signalés comme pas du tout importants et se sont vus attribuer une cote de 0.

**Tableau 6. Objectifs considérés comme pas du tout importants**

	.be	autre que .be
<b>Information/communication</b>		
• Informer les citoyens	-	22
<b>Organisationnel interne</b>		
• Améliorer le fonctionnement de l'administration	4+1	-
<b>Economique</b>		
• Offrir un service de meilleure qualité aux entreprises, améliorer performances	4	-
• Attirer les investisseurs	(2)	23
<b>Social</b>		
• Donner un espace virtuel aux associations et citoyens		
• Créer une "communauté virtuelle"	4	27
• Rendre Internet accessible à tous	(1)	27
• Sensibiliser les citoyens, permettre familiarisation avec NTIC	(2)	25
<b>"Compétitivité"</b>		
• Promouvoir la commune	-	24

### 3.2. Manière d'y parvenir

Par rapport à ces objectifs, il semble intéressant de souligner la manière dont les répondants à l'enquête souhaitent y parvenir. Dans certains cas, les réponses sont relativement classiques. Ainsi, pour atteindre les **objectifs d'information et de communication** (présentation de la région ou information des citoyens), il est fait référence à la mise en ligne d'informations diverses, de photos, d'un contenu varié, mis à jour et multilingue. Ou encore l'**objectif commercial** de présentation des entreprises et commerces de la région est atteint via l'hébergement des pages web relatives à ces entreprises ou ces commerces, la mise en ligne de bases de données et de répertoires les concernant, l'une ou l'autre publicité sur le site. Enfin, l'**objectif touristique** lié à l'information des touristes est évidemment atteint en proposant sur le site un certain nombre d'informations touristiques dont les possibilités d'hébergement, des photos, la présentation des promenades de la région, en offrant

des informations dans plusieurs langues, en signalant des adresses utiles pour les touristes et/ou diverses manifestations ou encore en renvoyant vers des sites existants plus spécialisés.

Au niveau des **objectifs politiques** et notamment de l'amélioration du fonctionnement démocratique au sein de la commune, les répondants mentionnent la mise sur pied de forums et donc la possibilité de discuter sur ou via le site, la diffusion d'informations sur le conseil communal ou le collège. Un des répondants signale même, mais on peut ne pas être d'accord avec cette affirmation, que l'information est la démocratie et que, par conséquent, si on maximise l'information, on maximise la démocratie!<sup>23</sup>

En ce qui concerne les objectifs qualifiés d'« **organisationnel interne** » (c'est-à-dire qui concernent l'administration elle-même), on constate une certaine confusion entre les moyens et les résultats. Ainsi, l'accessibilité, la rapidité, la diminution du temps de réponse aux demandes, soulignées dans les réponses, ne sont pas un moyen d'améliorer le fonctionnement de l'administration mais une conséquence. Les autres moyens avancés sont l'emploi de la technologie, les échanges internes, la sensibilisation du personnel communal, un audit de l'existant ou l'analyse des besoins des fonctionnaires.

Au niveau **organisationnel externe**, c'est-à-dire pour ce qui concerne les relations entre l'administration et les citoyens, l'objectif d'amélioration de la qualité du service public peut, selon les répondants, être atteint en permettant aux citoyens de contacter directement la personne adéquate par courrier électronique, de commander électroniquement des documents administratifs ou de compléter des formulaires en ligne, en proposant des espaces citoyens, en mettant régulièrement à jour l'information ou encore en proposant une certaine flexibilité horaire. Nous n'avons pas plus de précisions sur ce dernier élément.

Les **objectifs économiques** concernent surtout l'offre de service de meilleure qualité aux entreprises notamment via des formations ou des informations sur les diverses aides de la Région Wallonne ou les formations existantes dans différents domaines ou encore en proposant un support technique au commerce électronique. Sur ce dernier point aussi, nous n'avons pas plus de précisions.

Au niveau de l'**objectif culturel**, et plus précisément de la volonté d'ouvrir le patrimoine, il semble que les répondants aient diversement interprété ce terme. Pour certains, il s'agit de proposer des photos, pour d'autres de donner des informations sur les musées ou encore de permettre d'accéder aux agendas reprenant diverses manifestations.

---

<sup>23</sup> Pour approfondir cette question, voir VAN BASTELAER Béatrice, LOBET-MARIS Claire (1998), *Démocratie électronique et citoyenneté virtuelle*, Position Paper, Agora 98 - Séance Démocratie, citoyenneté, accès à la jeunesse, Atelier 2: Démocratie et citoyenneté, septembre 1998. Disponible sur le Web à l'adresse [http://www.agora98.org/fr/jeune/ppaper/ppaper2\\_1.html](http://www.agora98.org/fr/jeune/ppaper/ppaper2_1.html)

Enfin, par rapport aux **objectifs sociaux**, il faut également relever une certaine confusion quant aux différents types d'objectif énoncés, à savoir l'offre d'un espace virtuel aux associations et aux citoyens, la volonté de sensibiliser les citoyens aux technologies de l'information et de la communication et de leur permettre de se familiariser avec celles-ci, et l'offre d'un Internet accessible à tous. La confusion se retrouve principalement au niveau de l'offre d'espace virtuel que les répondants ont interprété comme le fait d'offrir un espace où les citoyens peuvent venir découvrir Internet et se familiariser avec la technologie via notamment des espaces numérisés, des PC publics, des espaces cybercampagne, des centres de support technique, ... Selon nous, il s'agissait plutôt de l'idée de permettre aux associations et aux citoyens de la ville de participer à l'élaboration de leur ville virtuelle en leur proposant d'héberger gratuitement leurs pages sur le serveur de la ville, en les impliquant concrètement dans la construction de celle-ci. Ce concept, même s'il est très présent dans la littérature, est sans doute encore trop loin de la réalité ou aurait nécessité de plus amples explications dans le questionnaire.

#### 4. Public cible et statistiques

Le troisième volet du questionnaire a trait au public cible et à diverses statistiques d'utilisation.

##### 4.1. Public cible

Au niveau du public cible, celui-ci est principalement composé des habitants des communes et des touristes, sans distinction particulière par tranche d'âge ou catégorie socio-professionnelle. Le tableau 7 reprend le public cible considéré comme le plus important (cote de 3) par les répondants.

**Tableau 7. Public cible**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Touristes	<b>14</b>	<b>25</b>
Habitants de la ville/citoyens	<b>13+1</b>	5
Secteur non marchand : associations diverses, secteur social	9+1	2
Ecoles	9+1	2
Administration locale	7	<i>Pas précisé</i>
Secteur marchand : PME, indépendants, industrie, commerçants	6+1	2

Il est intéressant de souligner que les écoles sont considérées comme faisant partie du public cible pour 9+1 communes sur 19 pour les sites .be alors qu'en fait, le contenu (cf. point 5) de la majorité de ces sites n'a rien de spécifiquement attractif pour les écoles, qu'il s'agisse des élèves ou des enseignants. On se demande donc ce que cela signifie exactement d'inclure les écoles dans le public cible.

## 4.2. Statistiques

En ce qui concerne les statistiques et diverses informations quantitatives, on constate qu'il y a très peu d'informations préalables, pour ne pas dire aucune, sur le taux d'équipement de la commune et le taux de raccordement à Internet. La commune de Geer est une exception en la matière car elle a réalisé, au début du projet, une rapide enquête pour évaluer la situation en son sein. L'AIHM-Cap Gemini a également mentionné l'existence de chiffres mais sans préciser lesquels ni comment ils avaient été obtenus.

Au niveau des statistiques de fréquentation (cf. tableau 8) et d'utilisation, la plupart des communes en disposent et les utilisent {surtout pour évaluer l'intérêt du site (pour 9 sites .be et 6 autres), pour en assurer la promotion (pour 4 sites .be et 1 autre) ou pour justifier de l'intérêt du site (pour 1 site .be et 3 autres)}.

**Tableau 8. Statistiques de fréquentation**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Oui	<b>11+2</b>	<b>7</b>
Non	<b>6</b>	<b>21</b>

Les chiffres relatifs à la fréquentation des sites sont variables tout comme les dates de création. Ils vont de 1551 à plus de 60.000 (Charleroi) pour les sites .be, soit une moyenne mensuelle de 288 à plus de 5000. Pour les sites autres que .be, les chiffres sont inférieurs (mais 21 d'entre eux ont été créés en 1998), de 300 à 44 529 ([www.ciger.be/namur](http://www.ciger.be/namur)), soit une moyenne mensuelle de 115 à 900 hits.

Certains gestionnaires de site disposent d'autres statistiques (cf. tableau 9) telles que la provenance des visiteurs (via le nom de domaine), le nombre d'accès par page et les pages les plus visitées, le temps de visite dont le temps moyen, la visite la plus longue et la visite la plus courte, le browser utilisé, le chemin parcouru sur le site ou les clés de recherche utilisées sur les moteurs. D'autres gestionnaires considèrent que la fréquence et le nombre de messages reçus par courrier électronique ou le nombre de documents administratifs commandés en ligne permettent de juger de la fréquentation du site.

**Tableau 9. Autres statistiques d'utilisation**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Oui	<b>6</b>	<b>2</b>
Non	<b>12</b>	<b>25</b>
<i>Pas précisé</i>	<b>1</b>	<b>1</b>

Les principales raisons pour lesquelles les communes ne disposent pas de statistiques de fréquentation ou d'utilisation résident dans le fait qu'elles ne disposent pas d'un outil adéquat ou parce que les statistiques sont gérées par un partenaire privé.

## 5. Description du contenu

La description du contenu des sites recensés a trait au type d'information proposée sur ces sites, au type de service disponible ainsi qu'aux différentes aides à la navigation qui sont accessibles sur ces sites.

### 5.1. Type d'information proposée

Le tableau 10 reprend dans le détail les principales informations proposées sur les sites. En résumé, on retrouve les services communaux, des informations sur le conseil communal et le collège, des informations de promotion de la ville, des informations commerciales et économiques, touristiques, culturelles et/ou géographiques, des informations relatives à la vie associative, des agendas, divers annuaires ou encore des informations diverses sur les écoles, les médias locaux ou les médiathèques.

**Tableau 10. Type d'information proposée**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
<i>Présentation des différents services communaux (avec quelques variations) : affaires générales, affaires sociales, culture/ tourisme, enfance/ enseignement, environnement, état civil, population/ étrangers/ milice, services financiers, sports/ jeunesse/ animation/ fêtes, travaux/ urbanisme/ régie foncière, ...</i>	11+2	5
<i>Informations relatives à la police communale ou aux services d'intervention</i> • surtout coordonnées et heures d'ouverture	10+2	5
<i>Informations sur le conseil communal et le conseil échevinal</i> • composition du conseil échevinal • attribution des échevins • composition du conseil communal • coordonnées des échevins et du bourgmestre • description précise des membres du conseil Mais (moins fréquent) • ordre du jour du conseil des bourgmestre et échevins • décisions du conseil des bourgmestre et échevins • ordre du jour du conseil communal • décisions du conseil communal/ compte-rendu	15+1 15+1 15+1 10+2 9+1 8+2 2+4 2+4 5+2 3+3	26 26 26 5 21 4 - - - -
<i>Informations de promotion de la ville</i> • aperçu général • situation géographique • données chiffrées • armoiries	16+1 16+2 12+2 9+1	27 26 24 24
<i>Informations commerciales/économiques</i> • aperçu économique • sur les commerces de la ville/ commune	10+1 7+2	3 3

<ul style="list-style-type: none"> <li>• surtout liste et coordonnées sur les entreprises de la ville/commune</li> </ul>	7+2	3
<i>Informations touristiques/culturelles</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• panorama culturel</li> <li>• musées</li> <li>• surtout adresse et horaire (un peu moins fréquent)</li> <li>• patrimoine</li> <li>• bibliothèque</li> <li>• surtout adresse et horaire</li> <li>• folklore/traditions</li> <li>• hôtels/restaurants de la ville</li> <li>• surtout liste et coordonnées</li> <li>• sports</li> <li>• surtout panorama sportif, liste des clubs et infrastructures</li> </ul>	15+2 14+2 14+2 13+2 9 9+1 8+1	4 24 5 - 24 2 4
<i>Informations relatives à la vie associative</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• surtout liste et coordonnées des associations</li> </ul>	9+1	24
<i>Informations géographiques</i>	4+4	2
<i>Agenda</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• surtout artistique et culturel</li> </ul>	13+1	26
<i>Annuaire (autres que associations et commerces présentés plus haut)</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• surtout adresses d'intérêt général</li> </ul>	6+2	5
<i>Informations diverses</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• écoles</li> <li>• médias locaux</li> <li>• surtout coordonnées des médias</li> <li>• Médiathèque</li> <li>• surtout coordonnées</li> </ul>	16+2 4+1 5	5 1 2

## 5.2. Type de service proposé

Quant au type de service proposé (cf. tableau 11), on recense des formulaires en ligne, la possibilité pour les utilisateurs d'ajouter ou de rechercher des informations, de commander des documents électroniques, de payer en ligne (très rare), d'effectuer des réservations en ligne (très rare également), de contacter diverses personnes par courrier électronique, de participer à des forums de discussion ou encore d'être hébergé sur le serveur (assez rare).

**Tableau 11. Type de service proposé**

	.be (/19)	autre que .be (/28)
<i>Formulaires en ligne.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administratifs. Si oui, lesquels?</li> <li>• Formulaire pour commandes des actes</li> <li>• Déclaration de changement de résidence dans la même commune</li> <li>• Déclaration de changement de résidence dans une autre commune</li> <li>• Déclaration de changement de résidence</li> </ul>	5+3 2 1 1 1	-

pour l'étranger		
Demande de procuration électorale	1	
Signalement de problèmes divers au service des travaux	1+1	
Commande d'enlèvement des déchets verts	1	
Demande d'autorisation de bal	1	
Demande de réservation de salles communales	prévu	
• Commerciaux. Si oui, lesquels?	2 prévus	-
Publicité des commerçants	Prévu	
• Autre (précisez) :		
Enlèvement des encombrants	1	
Demande de conteneurs	1	
Echange de conteneurs	1	
Reprise de conteneurs	1	
Changement d'adresse de conteneurs	1	
Communication avec éditeur du site	2	
Touristique: demande d'informations au Syndicat d'Initiative	1	
Ajout d'informations dans le service jobs	1	
Nécessité de remplir une fiche signalétique et de choisir un mot de passe pour accéder aux services aux citoyens	1	
Réaction des utilisateurs		2
<i>Païement en ligne</i>	2+1	
<i>Ajout d'informations diverses par les utilisateurs (via courrier électronique ou formulaire adéquat)</i>	6+1	3
• surtout dans l'agenda, les annuaires		
<i>Recherche d'informations (via des outils de recherche)</i>	7+1	-
<i>Commande de documents</i>	3+3	-
• Extraits et certificats		
Certificat de résidence et de domicile	4	
Certificat de résidence en vue d'un mariage	1	
Certificat de vie	1	
Certificat de milice	1	
Extrait de population	1	
Certificat de nationalité	4	
Certificat d'hérédité	1	
Extrait d'acte de naissance	2	
Extrait d'acte de mariage	3	
Extrait de registre de la population	1	
Extrait d'acte de divorce	2	
Extrait d'acte de décès	2	
• Autres documents officiels		
Passeport	1	
Carte de commerce ambulant	1	
Certificat de bonne vie et moeurs	1	
Certificat de bonne vie et moeurs pour la chasse	1	

Numéro d'identification au Registre National	1	
Composition de ménage	3+1	
Copie de transcription de divorce	1	
Demande de procuration électorale	1	
• Autre		
Demande d'informations complémentaires à la Maison de la Poésie	1	
<i>Réservation en ligne</i>	2+1	-
<i>Courrier électronique</i>		
• Possibilité de contacter		
les services communaux directement	7+2	2
une adresse unique au sein de la commune	10+2	1
les responsables politiques/élus locaux	6	2
l'éditeur responsable du site	11	4
le support technique (webmaster)	10+2	4
les autres personnes connectées au sein de la commune	5	4
autre (précisez) : coordinateur pédagogique	1	-
<i>Forums de discussion</i>	2+2	1
<i>Hébergement de site</i>		
• Espace disque offert gratuitement sur le serveur	3+2	2??
• Hébergement possible moyennant rémunération	1+1	1
• Réalisation des pages (personnelles ou institutionnelles)	4	2??

### 5.3. Aide à la navigation

Enfin, au niveau de l'aide à la navigation, diverses possibilités sont offertes sur 10 sites .be et 2 autres que .be : moteur de recherche, index, questions fréquemment posées, structure particulière de présentation de l'information (menu apparent, frame, rubriques thématiques, titres en mode texte et image, nombreux sous-menus, aide pour comprendre la logique du site et aller directement chercher l'information, interface agréable et conviviale, structure de navigation logique, introduction et aide technique, gestion intelligente des couleurs, ...).

## 6. Accès, formation et règles d'utilisation

Le cinquième volet des résultats a trait aux diverses possibilités d'accès, aux règles d'utilisation édictées et éventuelles formations offertes.

### 6.1. Moyens d'accès au site et à l'équipement

Les sites repris dans l'enquête sont principalement accessibles via un serveur Internet classique, plus rarement via une borne ou un réseau câblé.

Dans un certain nombre de communes (8 .be et 1 autre que .be), un Intranet a été développé et est principalement utilisé par les fonctionnaires communaux pour accéder, par exemple, à une série de sites réalisés par les différents services, à un système de courrier électronique interne, à un agenda, pour effectuer des recherches documentaires ou supporter un processus de workflow.

En ce qui concerne les différents moyens qui permettent aux utilisateurs d'accéder à la technologie, c'est-à-dire les machines qui leur permettent de consulter les sites, il faut reconnaître que les résultats nous ont étonnés. En effet, par rapport à l'enquête de l'Observatoire des Communes réalisée en juin 1998<sup>24</sup> qui signalait qu'une commune sur trois ne proposait pas de moyens d'accès particuliers et donc que deux communes sur trois en proposaient - ce qui nous avait paru étonnant, les résultats de notre enquête corroborent ce résultat et soulignent l'évolution en la matière.

Près de 95% des communes responsables de sites .be, c'est-à-dire 15+2 sites, proposent un moyen d'accès ou le proposeront rapidement (pour deux d'entre elles). Comme le montre le tableau 12, il s'agit principalement d'accès via les bibliothèques qui bénéficient, pour la plupart, d'une connexion RNIS offerte par la Communauté française de Belgique, via les écoles, des espaces numérisés, des bornes publiques ou des cybercafés/cybercampagnes/cybercentres.

**Tableau 12. Infrastructures d'accès**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Bibliothèque (avec connexion RNIS)	<b>9+1</b>	<b>2 prévus</b>
Ecoles	<b>8+2</b>	-
Espaces numérisés (Charleroi, Marche, Seneffe, Geer)	4+2	-
Bornes publiques (Dinant, Péruwelz, Woluwé Saint-Pierre, Namur)	4+1	-
Cybercafé/ cybercampagne/ cybercentre	4	1

Bien sûr, les bibliothèques, si elles sont ouvertes au grand public, ne le sont que selon des horaires très précis et les écoles ne sont pas ouvertes au public, ce qui nuance un peu les résultats. En outre, l'accès n'est pas toujours gratuit.

Enfin, très peu de communes offrent une adresse électronique (3+2 pour les sites .be) ou un hébergement sur leur serveur à leurs habitants (6+1 pour les sites .be et 22 pour les sites autres que .be mais nous soupçonnons que, pour 21 de ces sites, il s'agit de l'hébergement des sites des communes offert par l'AIHM-Cap Gemini, ce qui n'est pas exactement la même chose).

<sup>24</sup> OBSERVATOIRE DES COMMUNES (1998), *Enjeux et perspectives des sites INTERNET des communes belges*, Enquête réalisée par l'Observatoire des Communes en juin 1998.

## 6.2. Règles d'utilisation

En ce qui concerne les règles d'utilisation, seulement trois communes en ont édictées. Il s'agit, par exemple, de l'interdiction de fréquenter des sites dits « de mœurs » ou de proposer des informations politiques ou commerciales. Une commune a plus précisément élaboré un règlement d'ordre intérieur.

Le contrôle de ces règles se fait de manière informelle en vérifiant régulièrement le contenu du site et des pages hébergées, en surveillant l'utilisation du PC public qui se trouve dans un bureau administratif, par le fait que le webmaster est responsable de la publication de l'information et du contenu du site ou encore en dialoguant avec les utilisateurs connectés. Nous manquons de précisions sur ce dernier élément qui suscite notre curiosité car nous nous demandons comment précisément le contrôle s'effectue via ce dialogue.

## 6.3. Formations

Enfin, des formations sont proposées par diverses communes et associations pour 7+4 sites .be et 22 autres que .be. Le public est très varié selon les cas (jeunes, 3ème âge, agents communaux, public qui fréquente les espaces numérisés, tout public, enseignants et étudiants, professionnels, ...) et les formations portent sur l'utilisation de base d'Internet ou sur une introduction de base à la bureautique (Excel, Word). Les formations pour les agents communaux sont parfois plus développées et portent sur certains logiciels en particulier (Iexplore, Outlook). Ces formations sont données par le privé, par des bibliothécaires, par du personnel communal, par des asbl ou par des formateurs spécialisés (dans certains espaces numérisés).

## 7. Gestion du projet

Le sixième point de l'enquête est relatif à la gestion du projet, c'est-à-dire à la naissance de l'idée, à l'existence d'enquêtes préalables, à la gestion quotidienne et à la répartition des tâches, à l'implication des utilisateurs, aux aspects financiers (investissement et financement), à la sensibilisation du public et aux diverses modifications apportées au site.

### 7.1. Naissance de l'idée

L'idée de développer une ville ou une commune virtuelle (cf. tableau 13), dans la majorité des cas (surtout pour les .be), fait suite à une stratégie de développement des technologies de l'information et de la communication dans la ville ou la commune ou à une proposition extérieure. Pour les sites .be, il s'agit, par exemple, de la proposition d'un particulier, de l'Association pour l'Innovation par l'Informatique (AII), d'Idelux, d'Aasci Computer, de la SPI+ ou du BEPN en collaboration avec le CIGER et les Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix. Pour les sites autres que .be, on retrouve surtout le CIGER et la société BLYCX.

Les concepteurs, principalement pour les sites .be, sont aussi parfois inspirés par ce qui se fait dans d'autres villes. Pour les répondants à l'enquête, ces sources d'inspiration sont La Roche, Namur, des grandes villes étrangères, Anvers, Parthenay (deux fois), Geer ou Comblain-au-Pont.

Dans trois cas seulement, le projet s'inscrit dans une stratégie de réorganisation de l'administration.

**Tableau 13. Naissance de l'idée**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Fait suite à une stratégie de développement des TIC dans la ville/ la commune	<b>12</b>	<b>3</b>
S'inscrit dans un processus de réorganisation de l'administration	<b>2</b>	<b>1</b>
Fait suite à une proposition extérieure	<b>9</b>	<b>3</b>
S'inspire de ce qui est réalisé dans d'autres villes	<b>3</b>	<b>1</b>
Autres :	<b>3</b>	<b>2</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• .be : projet européen, prolongation d'un site existant, initiative d'un club de passionnés</li> <li>• autres que .be : initiative personnelle restreinte lors de la création du site officiel de la ville, mise en œuvre des NTIC en 1995 à titre de démonstration</li> </ul>		

## 7.2. Enquêtes préalables

Dans la majorité des cas (cf. tableau 14), aucune enquête préalable n'a été réalisée sur, par exemple, les besoins des citoyens ou des entreprises de la ville ou de la commune ou sur les besoins des fonctionnaires communaux.

**Tableau 14. Enquêtes préalables**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Oui	<b>4</b>	<b>-</b>
Non	<b>15</b>	<b>28</b>

Les principales raisons évoquées (cf. tableau 15) sont le manque de temps, le fait que ce type d'enquête est considéré comme trop difficile à réaliser ou trop coûteux car cela nécessite le recours à un sous-traitant. D'autres mentionnent également qu'un tel site est pertinent ou qu'il s'agit d'un « acte de foi » qui ne nécessite aucune enquête préalable ou encore qu'il n'y a pas de cible spécifique - car il s'agit d'un projet de démonstration - et donc pas de besoins à étudier *a priori*.

**Tableau 15. Principales raisons de non réalisation d'enquêtes préalables**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>

Manque de temps	10	2
Trop difficile	4	1
Trop coûteux	3	22

### 7.3. Gestion quotidienne du projet

Le tableau 16 précise la répartition des principales tâches de gestion du projet. La coordination générale du projet est plutôt le fait des communes pour les sites .be et du privé pour les autres. En ce qui concerne les aspects techniques (hébergement, réalisation technique, maintenance), ils sont principalement pris en charge par le partenaire privé dans les deux types de site. Les aspects communication, notamment les réponses au courrier électronique, sont surtout gérés par les communes pour les sites .be et cet aspect n'est pas précisé pour les sites autres que .be. Quant à l'aspect contenu, il dépend essentiellement des communes dans les deux cas pour ce qui concerne l'apport de nouveau contenu et la mise à jour, le partenaire privé intervenant principalement au niveau du changement de structure du site ou d'interface. Les réponses au questionnaire ont peu souligné les aspects financiers (recherche de financement, contact avec les annonceurs) et les aspects utilisateurs pour lesquels seule la promotion du site est mentionnée en précisant que c'est surtout le rôle des communes pour les sites .be (non précisé pour les autres).

**Tableau 16. Répartition des principales tâches de gestion du projet**

	.be	autre que .be
<b>Coordination générale</b>		
• commune	8	1
• collaboration	-	-
• privé	1	24
<b>Aspects techniques</b>		
• commune (surtout maintenance)	4	1
• collaboration	3	-
• privé (hébergement, réalisation technique, maintenance)	16+1	24
<b>Aspects communication</b>		
• commune (surtout réponses aux courriers électroniques)	12+1	1
• collaboration	2	-
• privé	4	4
• non précisé	-	22
<b>Aspects contenu</b>		
• commune (surtout apport de contenu et mise à jour)	14+1	23
• collaboration	-	1
• privé (surtout changement de structure, pas d'apport de contenu)	8	4
<b>Aspects financiers</b>		
• commune	5	22
• collaboration	1	-
• privé	3	4
<b>Aspects utilisateurs</b>		
• commune (surtout promotion du site)	8	1

• collaboration	1	-
• privé	-	2
• non précisé	-	22

#### 7.4. Implication des utilisateurs

Dans le questionnaire, les aspects utilisateurs incluait également l'implication de ceux-ci dans le développement du projet. Sur base des résultats de l'enquête, il semble que celle-ci soit relativement faible, s'effectue principalement *a posteriori* et nécessite une démarche active de la part des utilisateurs. Les répondants estiment que les utilisateurs sont impliqués dans 10+1 sites .be et 1 autre que .be.

Cette implication se traduit essentiellement par des suggestions de modification ou d'ajout, via des commentaires. Parfois, mais très rarement, les utilisateurs sont conviés à des réunions à thème. Un des répondants signale que les utilisateurs sont impliqués via la présentation du contenu et de la structure du site au collège échevinal, celui-ci étant donc considéré comme utilisateur. Plus étonnamment encore, Chaudfontaine précise que « le site étant un service que l'on rend aux utilisateurs, de ce fait, ils n'ont pas participé à la gestion mais peuvent transmettre des informations et suggestions ». Un autre répondant a souligné que les utilisateurs n'étaient pas impliqués car il s'agit d'une initiative communale! Certains ont cité également le manque de temps ou le fait que « c'est déjà difficile de concevoir un site en accord avec les personnes dirigeantes » (!!). Enfin, dans un autre cas, on précise aussi que les utilisateurs étaient peu nombreux au moment de la création de ce site et très 'hype'.

Selon nous, ceci souligne le rôle relativement marginal des utilisateurs dans ces projets et le fait qu'on a souvent tendance à considérer que les utilisateurs ne sont soit pas capables d'exprimer leurs besoins ou attentes, soit que, finalement, ils ne sont pas les premiers concernés par les projets.

#### 7.5. Investissement et financement

Quant aux aspects financiers de ces projets, ils sont très variables.

Au niveau des investissements, on peut distinguer les frais initiaux et les frais de gestion (annuels ou mensuels). Il semble, cependant, qu'il y ait une certaine confusion dans les réponses au questionnaire entre ces deux types de dépense. Sur base donc de ces réponses, les frais initiaux concernent la conception du site, l'achat de matériel, le développement d'une borne tactile ou la pose d'une ligne RNIS. Le montant de ces frais varie, pour les sites .be, de 0 à 1.500.000 francs, excepté deux sites qui font partie d'un projet plus large dont l'investissement total est beaucoup plus élevé, à savoir, Marche (15 millions) et Seneffe (30 millions). La moyenne des frais initiaux est de 520.000 francs, excepté ces deux villes. Pour les sites autres que .be, les dépenses vont de 10.000 francs à 500.000 francs, soit une moyenne de 132.000 francs.

Les frais de gestion incluent plutôt la mise à jour, les frais de communication, l'hébergement du site ou encore les frais de personnel. Le montant de ces frais varie, pour les sites .be, de 0 à plus de 2 millions (frais de personnel), pour une moyenne de 320.000 francs par an. Pour les sites autres que .be, les dépenses vont de 0 à 60.000 francs avec une moyenne de 21.500 francs par an.

Cet investissement est principalement et logiquement consenti par la commune pour les sites .be et par le privé pour les autres (cf. tableau 17). Pour les premiers types de site, on trouve aussi, mais de manière plus marginale, un financement par la Région wallonne (surtout dans le cadre des PROAGEC) et par le privé.

**Tableau 17. Financement de l'investissement**

	.be (/19)	autre que .be (/28)
Commune	13+2	4
Publicité	2	1
Membres de la communauté virtuelle	-	1
Région wallonne (surtout PROAGEC)	4	-
Europe (MIRTO, INTERREG)	2	-
Privé	4	22
Financement propre (particulier)	-	2
Autre : asbl	1	-

### 7.6. Sensibilisation du public

Pour les sites .be, les communes semblent relativement conscientes de l'intérêt de sensibiliser le public (cf. tableau 18). Cela se fait principalement via des articles dans les journaux locaux mais aussi par des participations à des conférences (Conférence des Pouvoirs Locaux, Telesens, Rencontre Réelle de Villes Virtuelles, formation INEMAP, Assemblée des receveurs communaux, Collège télécom de Belgacom, ...). Les concepteurs recourent aussi à diverses actions ponctuelles (séances d'information à la population, participation à des émissions régionales, toutes boites ou autres (inauguration officielle du site, conférence de presse, inscription dans des moteurs de recherche, vente de matériel et d'équipement Internet à tarifs préférentiels, affichage dans des lieux stratégiques, visite d'autres communes/autorités/clients des partenaires privés, ...).

**Tableau 18. Sensibilisation du public**

	.be (/19)	autre que .be (/28)
Oui	12+2	3
Non	4	24
Pas précisé	1	1
Articles	11+2	2

Publicité-annonces	3	1
Actions ponctuelles	5+1	3
Participation à des conférences	7	-
Participation à des expositions	7	-
Autre	4+1	-

### 7.7. Modifications du site

En ce qui concerne les éventuelles modifications du site, elles ont lieu relativement fréquemment (cf. tableau 19), même si ces fréquences sont variables selon les cas, qu'il s'agisse du contenu ou de la structure. Les modifications du contenu sont principalement le fait des communes alors que la structure est souvent de la responsabilité du partenaire privé.

**Tableau 19. Modifications du site**

	.be (/19)	autre que .be (/28)
Oui	13	28
Non	2	-
Pas précisé	4	-
Structure (fréquence variable)	12	27
Contenu (fréquence variable)	16	28

## 8. Réorganisation de l'administration

Selon les résultats de l'enquête, la réorganisation de l'administration s'effectue seulement dans trois des cas recensés (Charleroi, Marche et Seneffe).

Les principaux éléments de cette réorganisation sont un peu différents dans les trois cas ainsi que les raisons de cette réorganisation et les éventuels problèmes rencontrés. En outre, à Marche et Seneffe, contrairement à Charleroi, il s'agit, à ce stade-ci, davantage de projets que de réalisations concrètes.

A Charleroi, la réorganisation se base essentiellement sur l'idée de guichet unique. Concrètement, au niveau électronique, le courrier est reçu et traité par un service unique. Au niveau physique et organisationnel, les citoyens peuvent se rendre dans les divers bureaux de la ville pour faire une demande. Celle-ci est reçue en un lieu d'accueil unique et traitée ensuite par plusieurs centres de traitement (en "back-office"). La réorganisation s'appuie également sur la décentralisation du travail et la gestion électronique des files d'attente. Cette réorganisation est motivée par une volonté de proximité, c'est-à-dire pour éviter un maximum de trajet aux citoyens ainsi que par un souhait de simplification et de transparence. Selon les répondants à l'enquête, les principaux problèmes rencontrés concernent la mise à jour de l'information, la résistance au changement, la perte du privilège de la responsabilité,

la multiplication des responsabilités au sein du centre opérateur et des centres de délivrance, la crainte des plus âgés par rapport à la technologie et la crainte de débordement technique.

A Marche, le souhait est de développer un nouveau concept de "front-office" dans le cadre du projet Téléservices de la Région wallonne. Cette réorganisation s'inscrit dans l'extension des activités télématiques de la ville. Elle se basera sur une analyse du fonctionnement de l'organisation et des besoins internes et sur une valorisation du personnel communal. Le projet est encore trop peu avancé pour que d'éventuels problèmes puissent être soulignés.

Enfin, à Seneffe, l'objectif est de mettre sur pied des procédures numérisées de gestion interne afin de dégager plus de disponibilité pour le service aux citoyens et un certain nombre de téléservices. Cette réorganisation est motivée par une amélioration de l'offre de services, un souhait de rapidité et d'amélioration des conditions de travail. Seneffe ne mentionne aucun problème particulier concernant cette réorganisation.

## 9. Evaluation du projet

Dans la mesure où la première Rencontre Réelle de Villes Virtuelles en juin 1998 avait souligné l'absence de processus d'évaluation des projets et qu'il s'agit d'un sujet qui intéresse au premier plan la CITA<sup>25</sup>, une série de questions sur ce thème avait été insérée dans le questionnaire.

Les réponses montrent qu'actuellement, environ la moitié des communes (pour les sites .be) estime mettre en œuvre un tel processus (cf. tableau 20). Pour les sites autres que .be, l'évaluation est très peu présente. Dans le futur, sept sites .be seront soumis à évaluation et 23 sites autres que .be (cf. tableau 21).

**Tableau 20. Evaluation actuelle du projet**

	.be (/19)	autre que .be (/28)
Oui	10	3
Non	6	25
Pas précisé	3	-
Technologie	6+1	-
Contenu	10+1	1
Réponses aux attentes	3	3

**Tableau 21. Evaluation future du projet**

	.be (/19)	autre que .be (/28)
Oui	7	23

<sup>25</sup> En tant que cellule spécialisée dans l'évaluation, notamment socio-économique, des technologies de l'information et de la communication.

Non	2	2
Technologie	3	22
Contenu	1	23
Réponses aux attentes	3	21

L'évaluation actuelle concerne principalement le contenu du site et se fait de manière relativement informelle :

- relecture régulière dont par des personnes extérieures;
- sanction des utilisateurs;
- appel à l'implication de la population;
- textes approuvés par le secrétaire communal, par le bourgmestre;
- centralisation des informations;
- interaction en ligne avec le webmaster ou le service concerné : réception d'avis, remarques des visiteurs, validation initiale de l'information par les "institutions concernées", collecte des informations à la source.

Au niveau de la technologie, la plupart des répondants estiment que les statistiques de fréquentation leur donnent des informations intéressantes. Certains précisent que, par ce biais, ils connaissent l'équipement de leurs visiteurs (et notamment le browser utilisé) et peuvent adapter le site en conséquence. Les autres éléments d'évaluation sont

- l'optimisation des ressources techniques;
- des réunions de suivi et un audit externe permanent;
- le feed-back de certains utilisateurs;
- les briefings avec la firme privée;
- la vérification par accès régulier;
- l'apparence par divers navigateurs.

Enfin, l'évaluation de la satisfaction des attentes des utilisateurs est moins fréquente et se fait principalement via des formulaires en ligne. L'interaction en ligne avec le webmaster ou le service concerné est aussi une manière de s'informer de la satisfaction des utilisateurs.

## 10. Partenariats

Enfin, le dernier volet de l'enquête a trait aux différents types de partenariat et collaboration.

### 10.1. Partenariat public-privé

On a déjà mentionné l'importance du partenariat public-privé (cf. tableau 22).

**Tableau 22. Partenariat public-privé**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Oui	<b>14</b>	<b>23</b>
Non	<b>5</b>	<b>3</b>

Celui-ci concerne principalement la réalisation du site, l'hébergement, le financement, le développement d'applications, la maintenance ou l'aide à la réflexion sur la structure du site. Les principaux partenaires ont déjà été présentés dans le point 2.1 relatif aux initiateurs des projets.

### 10.2. Implication du monde politique local

Pour les sites .be, le monde politique local est relativement impliqué alors que c'est très peu le cas pour les sites autres que .be (cf. tableau 23).

**Tableau 23. Implication du monde politique local**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Oui	<b>13</b>	<b>3</b>
Non ou pas précisé	<b>6</b>	<b>25</b>

Cette implication se manifeste de diverses manières selon les cas : soutien du bourgmestre ou du collègue via le vote de budget ou la fourniture d'informations, soutien d'un ou de plusieurs échevins en particulier (surtout l'échevin de l'information ou de l'informatique, parfois l'échevin des finances, des travaux ou de la culture et de l'enseignement).

### 10.3. Collaboration avec d'autres villes/ communes

Quelques communes (.be) collaborent avec d'autres communes proches ou impliquées dans le même projet régional et pratiquement pas pour les sites autres que .be (cf. tableau 24).

**Tableau 24. Collaboration avec d'autres villes ou communes**

	<b>.be (/19)</b>	<b>autre que .be (/28)</b>
Oui	<b>7+2</b>	<b>1</b>
Non ou pas précisé	<b>10</b>	<b>27</b>

Par exemple, Geer collabore avec Liège et Chaudfontaine, Saint-Hubert avec La Roche, Mouscron envisage de collaborer avec les villes jumelées. Gouvy collabore avec deux communes avoisinantes, notamment par rapport au texte de la délibération du conseil communal pour autoriser une asbl à utiliser l'URL gouvy.be. Seneffe collabore avec Saarbrücken, Bologne et Trente, Marche-en-Famenne et la

Communauté urbaine de Charleroi. Enfin, Mons collabore avec Frameries, Boussu, Tournai et Douai dans un projet de la Région wallonne.

Cette collaboration porte sur un échange de vues et le partage d'expériences, la formation d'agents, des liens entre sites, la mise en œuvre d'un projet européen de téléservices ou le développement de l'Internet carolo.

#### 10.4. Participation à des projets régionaux ou européens

Enfin, environ un tiers des sites .be. s'inscrit dans un projet régional (téléservices-DPRC, FASIL, Objectif 1) ou européen (MIRTO, INFO 2000, Objectif 2, Interreg, ...) alors que cela ne concerne aucun site autre que .be (cf. tableau 25).

**Tableau 25. Participation à des projets régionaux ou européens**

	.be (/19)	autre que .be (/28)
Oui	6	-
Non ou pas précisé	13	28

### Conclusion

En conclusion, il est intéressant de souligner ce que cette enquête nous a appris.

Premièrement, elle a montré que la situation en la matière était bien plus étendue que ce que nous pensions au départ et qu'elle était également extrêmement changeante.

Ensuite, nous nous sommes rendus compte que l'on ne pouvait pas qualifier les sites .be de site « officiel » et, à l'inverse, les sites autres que .be de « non officiel ». En effet, la situation est plus contrastée et certains sites autres que .be se présentent parfois comme des sites officiels. D'autres raisons expliquent alors l'absence de nom de domaine propre, dont sans doute la nécessité de d'abord convaincre les autorités locales du bien-fondé de la chose.

Il semble que les nouveaux sites qui se créent actuellement ou viennent d'être inaugurés sont plus développés que les précédents, notamment au niveau des téléservices, comme s'ils avaient profité de ce « léger retard » pour approfondir leurs réflexions.

L'importance du partenariat public-privé est un élément sous-estimé au départ de même que la faible implication des utilisateurs et une telle absence de réorganisation des administrations locales.

L'incohérence qui domine un certain nombre de projets nous étonne aussi, par exemple entre le public cible, les objectifs annoncés du projet et le contenu, ce qui

donne à penser que le projet n'est pas toujours réellement pensé dans sa globalité au départ et qu'il se construit « en marchant ».

Enfin, suite à cette enquête, à l'approfondissement de nos connaissances en matière de ville virtuelle ainsi qu'à la deuxième Rencontre Réelle de Villes Virtuelles organisée en juin 1999 aux Facultés de Namur, il est certain que les villes virtuelles demeurent pour la CITA un domaine d'analyse et de recherche passionnant, sorte de laboratoire du développement des technologies de l'information, riche en enseignements et par rapport auquel la CITA souhaite approfondir ses recherches.

