



Refonte du site publicsenat.fr

Complément Avis n°3836303

8 février 2022

Table des matières

1.	Objet du document	3
2.	L'entreprise.....	3
2.1.	Présentation générale	3
2.2.	Le site internet.....	4
2.3.	L'équipe	5
3.	Contexte et objectifs	5
3.1.	Un site peu adapté aux contraintes actuelles du web	5
3.2.	Buts.....	6
3.3.	Objectifs.....	6
3.4.	Partis pris	7
3.4.1.	Mobile first	7
3.4.2.	Ceci est une télé	7
3.4.3.	Penser programmes télé... pour le web	7fou
3.4.4.	Développer une approche marketing	7
3.4.5.	Se servir des forces en place	8
4.	Périmètre du projet.....	8
4.1.	Plateforme technique.....	8
4.2.	Interface avec les outils métier	8
4.3.	Back-office et fonctionnalités d'administration	9
4.4.	Ergonomie tous écrans.....	9
4.5.	Hébergement.....	9
4.6.	Migration	10
4.7.	Application mobile	10
4.8.	Maintenance.....	10
5.	Engagements et responsabilités de l'entreprise	10
6.	Planning prévisionnel de mise en place	11

1. Objet du document

Ce document décrit le périmètre de la refonte du site internet de la chaîne de télévision Public Sénat : www.publicsenat.fr.

Il décrit les modalités de mise en œuvre, le planning et les engagements à respecter par les parties prenantes.

Les précisions d'ordre technique, juridique et financier nécessaires à la bonne construction des offres seront apportées au cours de la procédure via l'envoi aux candidats retenus du Dossier de Consultation des Entreprises.

Ce document permet aux entreprises d'évaluer leurs capacités à se porter candidates à la consultation, selon les critères posés dans la publication d'avis.

La validation de ce document constitue un prérequis incontournable au démarrage effectif des travaux de mise en œuvre du service et légitime les actions qui seront menées dans le cadre de la conduite du projet par Public Sénat.

2. L'entreprise

2.1. Présentation générale

Public Sénat est une chaîne de télévision parlementaire, dont les thématiques s'articulent autour de la vie parlementaire, en particulier du Sénat, et des questions politiques et citoyennes. Elle est diffusée pour la première fois le 25 avril 2000. Elle partage le canal 13 de la TNT avec LCP-AN (Assemblée Nationale) et est également présente sur le câble et l'ADSL avec un canal en propre, sur les box des fournisseurs d'accès à internet, sur internet grâce à son site publicsenat.fr, sur les plateformes vidéo (Dailymotion, Youtube et Twitch via un partenariat avec la chaîne Accropolis) et sur les réseaux sociaux. Elle a également lancé un podcast natif en 2022.

Télévision d'intérêt public, Public Sénat assure une mission d'information et de formation des citoyens à la vie publique, en toute indépendance et dans le respect du pluralisme. C'est un média indépendant dont l'actionnaire unique est le Sénat.

Public Sénat conclut annuellement avec le Sénat une convention précisant les modalités d'exécution de sa mission ainsi que le montant de la participation financière dont elle est dotée par cette assemblée. En 2020, cette subvention s'élève à 17,1 millions d'euros. Au-delà, la chaîne est autorisée à recevoir des parrainages. Elle pourra prochainement diffuser de la publicité d'intérêt général, suite à l'évolution de la loi sur ce sujet.

Public Sénat a la particularité de produire une majorité de ses programmes en interne, ce qui lui laisse une liberté et amplitude d'actions avec des contenus dont elle détient les droits en illimité.

2.2. Le site internet

Depuis sa création en 2005, le site publicsénat.fr s'est positionné comme un média internet de référence. Il a connu une croissance de 240% de ses visiteurs uniques depuis 2016, date de sa dernière refonte. Aujourd'hui, il a une audience moyenne de 500 000 visiteurs uniques par mois, avec environ 800 000 pages vues.

Le site utilise beaucoup les plateformes vidéo (Dailymotion et YouTube), de streaming (Twitch) ainsi que les réseaux sociaux (Twitter, Facebook, LinkedIn et Instagram) pour diffuser ses contenus.

Conçu comme un portail d'information politique et parlementaire destiné au grand public, publicsénat.fr offre aujourd'hui les types de contenus suivants :

- Les actualités : articles rédigés par une rédaction web composée de 5 journalistes
- Le live Public Sénat 24/24 : flux de la régie TV qui alterne une programmation d'émissions en direct et de rediffusions
- Les VOD/Replay : programmes en accès gratuit dont la disponibilité est limitée dans le temps par des droits de diffusion spécifiques à chaque programme
- Les informations relatives à la grille de programmation (TNT, 24/24)
- Les informations corporatives
- L'espace presse géré via un CMS distinct (Wiztopic) et hébergé sur le sous-domaine pro.publicsénat.fr et qui n'est pas directement concerné par la refonte.

2.3. L'équipe

Les parties prenantes intervenant sur le site se trouvent réparties dans différentes directions de l'entreprise :

- La direction numérique : directement en charge du site, en termes techniques et de stratégie éditoriale (une directrice adjointe au numérique, un chef de projet web et deux responsables marketing et des réseaux sociaux). C'est cette équipe qui pilote le projet de refonte
- La direction de la rédaction : chapeaute la rédaction en chef du site (une rédactrice en chef et 4 journalistes) et les éditeurs qui fournissent les contenus liés aux programmes
- La direction technique et de la production : pilote l'infrastructure de Louise©/Mogador© (voir ci-dessous) ainsi que l'administration serveurs de l'entreprise et la sécurité informatique
- La direction de l'antenne et des programmes : pilote la programmation et la multi-diffusion des programmes, y compris leur exposition sur le site internet
- La direction de la communication : gère la partie « Espace presse » du site

3. Contexte et objectifs

3.1. Un site peu adapté aux contraintes actuelles du web

Le projet de refonte s'inscrit dans une réflexion d'ensemble reposant sur les constats suivants :

- La partie programmes audiovisuels du site n'est pas assez mise en valeur ni accessible
- L'expérience utilisateur n'est pas satisfaisante, notamment sur les appareils mobiles
- Les contenus sont insuffisamment mis en valeur sur le site et leur organisation ne permet pas aux internautes d'avoir un parcours net sur le site
- Les bonnes pratiques de référencement ne sont pas respectées et l'organisation des contenus doit être revue pour créer des thématiques facilement accessibles (rubriques, mots clés, territoire, personnalités)
- Le système de gestion de contenu (CMS) est obsolète et peu pratique. La version du CMS Drupal actuellement utilisées (v7) ne sera bientôt plus maintenue

- L'interface d'édition des articles est peu lisible et il n'y a pas de workflow de publication pour les articles
- La gestion des médias dans l'interface d'édition est complexe
- Les contenus vidéos ne peuvent pas être enrichis directement par la rédaction
- Le workflow de publication des contenus vidéos (VOD/Replay) est à améliorer
- Certaines métadonnées publiées par les équipes métier ne sont pas disponibles au niveau du site

3.2. Buts

La refonte du site publicsénat.fr doit permettre de :

- Mieux valoriser les contenus vidéos de la chaîne, dans une logique de diffusion multiple (le site étant un canal de diffusion parmi d'autres)
- Mieux faire connaître la marque Public Sénat et ses contenus
- Faciliter la diffusion gratuite des contenus au plus grand nombre

3.3. Objectifs

Les objectifs à atteindre par le prestataire pour répondre aux buts sont :

- Une amélioration de l'expérience utilisateur sur le site en particulier sur les appareils mobiles
- Une simplification de l'administration du site
- Un équilibre satisfaisant entre la production d'articles sur l'actualité parlementaire et la mise en valeur des vidéos provenant de la chaîne (logique de plateforme)
- Une meilleure maîtrise technique et fonctionnelle du site au quotidien
- La prise en compte de l'évolution technique du workflow de publication des contenus vidéos (VOD/Replay)
- Un développement de l'audience du site
- Une fidélisation de l'audience

3.4. Partis pris

3.4.1. Mobile first

Plus de 80 % de l'audience numérique Public Sénat est consommée sur mobile

Il faut penser un projet d'abord pour le mobile (ergonomie, écriture, player vidéo, partages sociaux...)

Il faudra rapidement décliner le nouveau site web sur des applis, dans un second temps – hors scope de la refonte, mais à garder en tête lors de la refonte (mobiles, TV, OTT, tablettes)

Il faut mobiliser tous les acteurs du site à raisonner mobile

3.4.2. Ceci est une télé

La plus grande source de contenus singuliers provient de la chaîne historique et du travail parlementaire

L'accessibilité au direct et à l'instantané ainsi que la découvrabilité du catalogue sont des focus majeurs

L'activité news n'est pas réduite, au contraire, elle doit se maximiser sur les dimensions éditoriales, SEO, maillage et conversion d'audience avec la vidéo, mais n'est plus jouée en première ligne dans la présentation de l'offre

3.4.3. Penser programmes télé... pour le web

Il est nécessaire d'adapter les programmes et les formats à leur consommation numérique, le mobile et les réseaux sociaux (découpage, vignettage, titraille...).

Les programmes vidéo 100% numériques doivent pouvoir profiter du même traitement et être consommées de la même manière.

3.4.4. Développer une approche marketing

Une politique de newsletters est aussi à développer au sein du CMS, ainsi que des rendez-vous et des alertes.

Il faut réfléchir à la mise en place d'un login wall, pour débiter une stratégie Data-CRM (développement dans un second temps, mais à garder en tête pour la refonte).

3.4.5. Se servir des forces en place

Les solutions Louise© et Mogador© en place à Public Sénat, développées par la société ProConsultant Informatique, permettent la multi-programmation et la multi-distribution des contenus. Elles doivent être mieux utilisées dans cette perspective. Ces outils doivent être une force. Ils doivent simplifier l'intégralité du projet qui doit être conçu autour d'eux et avec eux.

4. Périmètre du projet

Le périmètre du projet de refonte du site Internet Public Sénat concerne tous les aspects du site.

4.1. Plateforme technique

Le site actuel repose sur le CMS Drupal 7. Le prestataire pourra faire la proposition de son choix en termes de plateforme technique, à condition que celle-ci permette d'atteindre les objectifs décrits plus haut en termes d'ergonomie d'utilisation (back et front) et de performances d'audience et de référencement.

La plateforme technique devra permettre de respecter le RGPD et ses éventuelles évolutions.

La plateforme technique devra absolument s'interfacer avec les outils métier (voir 4.2).

4.2. Interface avec les outils métier

Le prestataire doit concevoir et assurer le fonctionnement de l'interfaçage avec le progiciel de gestion intégré, Louise©, édité par la société ProConsultant Informatique (PCI). Cet outil est associé à Mogador© (également édité par PCI) qui gère la diffusion des programmes sur les différents canaux (câble, boxes, web). Les métadonnées d'exposition des programmes et de description sont stockées dans ces outils.

Cet interfaçage doit permettre d'afficher les programmes de la chaîne sur le site internet et de les éditorialiser (découpe, métadonnées, vignettage).

4.3. Back-office et fonctionnalités d'administration

Le prestataire doit mettre en place un back-office ergonomique pour les éditeurs et journalistes, avec différents types d'accès.

Le back-office doit comprendre des fonctionnalités de publication d'articles, de gestion de la homepage, de paramétrage d'alerte et de newsletters.

4.4. Ergonomie tous écrans

Le prestataire doit proposer une ergonomie d'utilisation en front, sur tous les écrans, correspondant aux critères actuels de navigation et de consommation vidéo sur desktop (tous navigateurs) et mobile (tous supports).

Une charte graphique existe à Public Sénat et devra être adaptée à la bonne ergonomie du site.

L'affichage proposé devra respecter les règles d'accessibilité les plus larges, dans le respect de la charte de Public Sénat de garantir l'accès à l'information au plus grand nombre.

4.5. Hébergement

Le prestataire proposera la solution qui lui semble la plus adaptée en veillant à conserver une certaine interopérabilité avec l'infrastructure actuelle (versioning, tests automatisés, intégration et déploiement continus). L'adaptation de l'infrastructure sera discutée lors de la réalisation du projet.

Le CDN utilisé pour l'hébergement et la diffusion des vidéos (y compris le player) est actuellement Dailymotion. Une solution alternative peut être proposée par le prestataire, pour optimiser l'expérience utilisateur.

4.6. Migration

Le prestataire devra assurer la migration des contenus vers la nouvelle plateforme qu'il aura mise en place, sans perte d'audience, de référencement et de données, en collaboration avec l'hébergeur retenu ou conservé.

4.7. Application mobile

Une application mobile sera envisagée après la refonte du site web. Elle n'est pas comprise dans le périmètre du projet, mais celui-ci doit inclure cette donnée pour ne pas entraver le développement d'une future application.

4.8. Maintenance

Le prestataire devra mettre en place tous les outils et moyens nécessaires pour garantir la qualité de ses développements et permettre l'évolution technique du site dans le temps (processus, tests, veille et sécurité, intégration continue, etc.).

Il devra permettre à Public Sénat de garder le contrôle de son site web en garantissant les points suivants : indépendance du site web vis-à-vis dudit prestataire, mise en place de la documentation fonctionnelle et technique nécessaire à la maîtrise du site, mise en place de développements évolutifs et maintenables permettant une maîtrise de la dette technique.

Est incluse dans le projet l'intégration des prestations de maintenance et d'évolution du site avec le prestataire, pendant la durée du marché

5. Engagements et responsabilités de l'entreprise

L'établissement s'engage à désigner un référent projet qui aura pour missions de :

- Participer aux groupes de travail pour définir le cahier des charges de l'appel d'offre du prestataire et analyser les offres reçues
- Piloter le lancement du projet et des développements avec le prestataire
- Définir la méthode de développement avec le prestataire

- Répondre aux questions du prestataire pendant la phase de développement et valider les orientations prises par celui-ci
- Si des aménagements doivent être réalisés par rapport à ce qui est décrit dans le cahier des charges, le chef de projet validera ces points avec Public Sénat et le prestataire afin de trouver une solution viable pour les deux parties et reportera les points actés dans une nouvelle version du cahier des charges.
- Préparer et coordonner la conduite du changement au sein de son établissement (technique et organisationnelle)

6. Planning prévisionnel de mise en place

Public Sénat prévoit un début des développements dès la signature et la notification du marché, soit à la fin du mois de mai 2022. L'entreprise souhaiterait une mise en ligne du site refondu en novembre 2022. Le planning de développement et de passage en production sera établi précisément lors des discussions avec le prestataire.

Des niveaux de priorité pourront être établis avec le prestataire pour garantir une mise en ligne à la date prévue.