



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

site Internet

Question écrite n° 71581

Texte de la question

M. Lionel Tardy demande à M. le ministre de la défense de lui donner des indications sur les dépenses de communication sur Internet engagées par ses services. Il souhaite notamment connaître le montant, pour 2009, des dépenses destinées à accroître la visibilité de la communication institutionnelle de son ministère sur Internet, comme par exemple l'achat de mots clés ou l'utilisation d'autres techniques destinées à améliorer le référencement sur les moteurs de recherche.

Texte de la réponse

Le ministère de la défense suit en permanence l'efficacité de sa communication institutionnelle sur Internet par l'analyse de l'audience de son site. Audience du site Internet de la défense Moyenne mensuelle de visiteurs en 2009 866 248 Moyenne mensuelle de pages vues en 2009 4 575 780 Taux d'accès au site par un moteur de recherche 51 % Taux d'accès direct 38 % Taux d'accès par d'autres sites 11 % Selon les mesures gouvernementales mensuelles, le site de la défense est le deuxième site ministériel le plus visité, après celui du ministère des affaires étrangères et européennes. Son audience est en progression régulière ; au mois de janvier 2010, l'audience du site s'est élevée à 1 009 358 visites, alors que la moyenne mensuelle en 2009 était de 866 248. Le ministère de la défense a engagé en 2009 environ 320 000 EUR pour le fonctionnement du site Internet de la défense, son hébergement, sa maintenance et son animation. En outre, de manière ponctuelle, le ministère a recours au référencement payant afin de renforcer l'impact de certaines opérations. La campagne de communication institutionnelle conduite du 15 juin au 14 juillet 2009 a ainsi été l'occasion d'achats de mots-clés permettant le référencement du site du ministère de la défense et contribuant à l'efficacité de cette opération sur Internet. Le coût de ce dispositif a été de 30 000 EUR. Des démarches analogues ont été appliquées en 2009 à l'occasion des opérations de communication sur le recrutement, mises en place sur les sous-sites Internet des armées et du service de santé des armées, pour un montant de 30 000 EUR. D'ici à l'été 2010, le site va faire l'objet d'une importante refonte, essentiellement éditoriale, destinée, d'une part à améliorer sa visibilité, en proposant un traitement plus transverse des questions de défense, d'autre part à le doter d'outils statistiques plus performants. Afin que cette mutation soit l'occasion de renforcer le référencement naturel du site (51 % des visiteurs y accédant après une requête sur un moteur de recherche), il a été fait appel à un prestataire de service spécialisé dans ce domaine. Sa mission est de conserver le haut niveau de référencement acquis par le site et de former ses acteurs aux pratiques destinées à assurer la bonne adaptation du site aux mécanismes d'indexation des moteurs de recherche. Le coût de cette prestation d'aide à la migration est de 24 000 EUR en 2010. Par ailleurs, le ministère de la défense a adapté sa stratégie d'ensemble de communication électronique pour accroître sa visibilité globale auprès de différents publics et ainsi générer du trafic vers son site Internet. Cette démarche a été entreprise sans engagement budgétaire supplémentaire, en nouant des partenariats (avec La Chaîne parlementaire - Assemblée nationale et un site Internet d'hébergement, de partage et de visionnage de vidéos en ligne) et grâce au dispositif interministériel E-Régie constitué de bannières promotionnelles mises en place sur les sites gouvernementaux.

Données clés

Auteur : [M. Lionel Tardy](#)

Circonscription : Haute-Savoie (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 71581

Rubrique : Ministères et secrétariats d'état

Ministère interrogé : Défense

Ministère attributaire : Défense

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 16 février 2010, page 1556

Réponse publiée le : 25 mai 2010, page 5772