

1. Objet

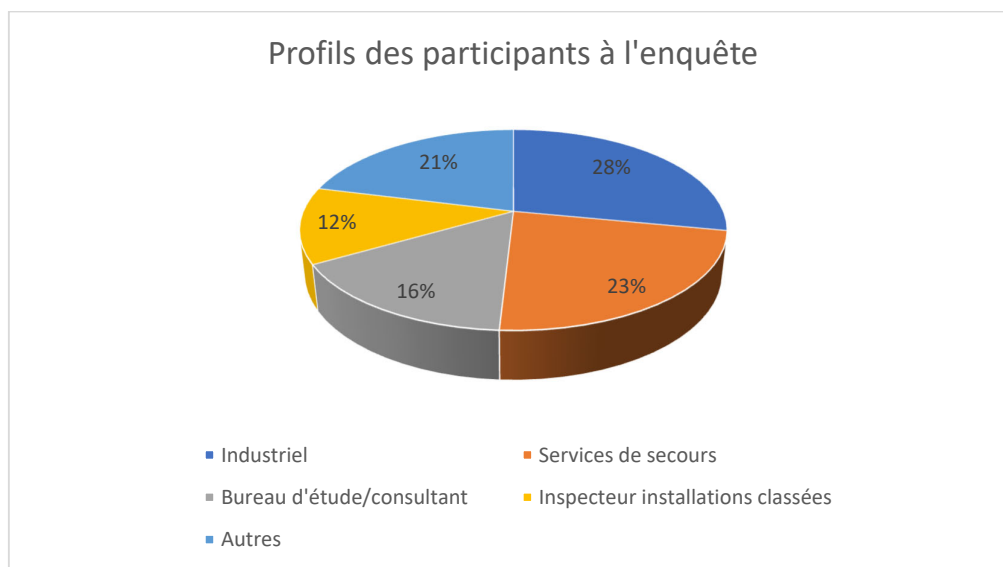
Dans le cadre de la préparation du renouvellement de marché public portant sur la tierce maintenance applicative d'ARIA3 et de son site Internet associé, le BARPI a souhaité réaliser une enquête de satisfaction auprès des utilisateurs du site Internet.

Ce site est accessible au public depuis 2001, puis a fait l'objet d'une refonte en 2017, intégrant de nombreuses évolutions et améliorant l'ergonomie.

Aussi, un questionnaire a été publié sur le site ARIA Web début décembre 2025. Il a fait l'objet d'une communication auprès des exploitants lors d'une séance « mardi de la DGPR » le 9 décembre 2025, mais aussi auprès des inspecteurs des installations classées notamment via le réseau des correspondants BARPI, auprès des fédérations professionnelles, du réseau RCH4 des SDIS par l'intermédiaire de l'ENSOSP, et d'une manière plus générale sur le compte LinkedIn du BARPI (avec une relance une semaine avant l'échéance).

L'enquête est close depuis le 16 janvier 2026.

2. Profils de participants

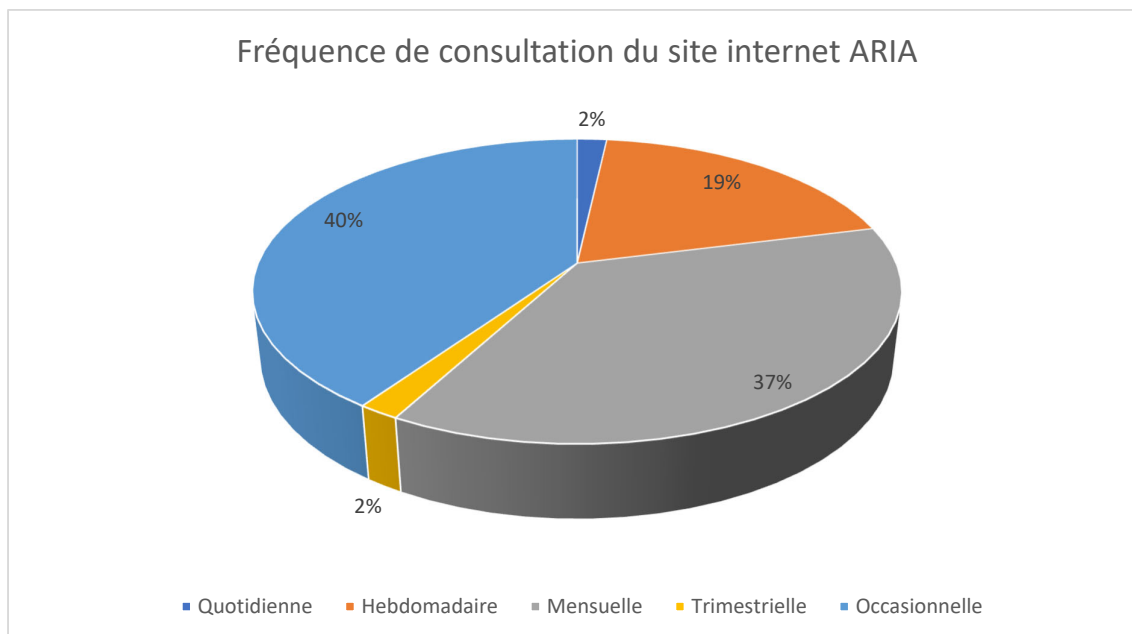


On retrouve majoritairement 4 principaux types de participants.

Parmi les « autres », on retrouve des profils divers : assureur, agent du ministère de la transition écologique, agent d'un autre service de l'Etat, membre d'une fédération professionnelle, membre d'une association environnementale, enseignant universitaire, ou encore étudiant.

Il n'y a que 3 participants extérieurs à la France : Maroc, Algérie et Suisse (pas de publicité extérieure hors LinkedIn).

La majorité des participants utilisent le site de manière occasionnelle ou mensuelle.



3. Utilisation des outils d'alerte

58 % des participants sont inscrits à la lettre d'information.

21 % des participants ont personnalisé leurs préférences de recherche pour recevoir des alertes selon leurs centres d'intérêt.

Plusieurs participants précisent ne pas paramétrer d'alerte pour différentes raisons :

- ils n'en ont pas le besoin (consultation ciblée...) ;
- ils reçoivent par ailleurs des « alertes » par un réseau professionnel ;
- ils privilégient les notifications LinkedIn.

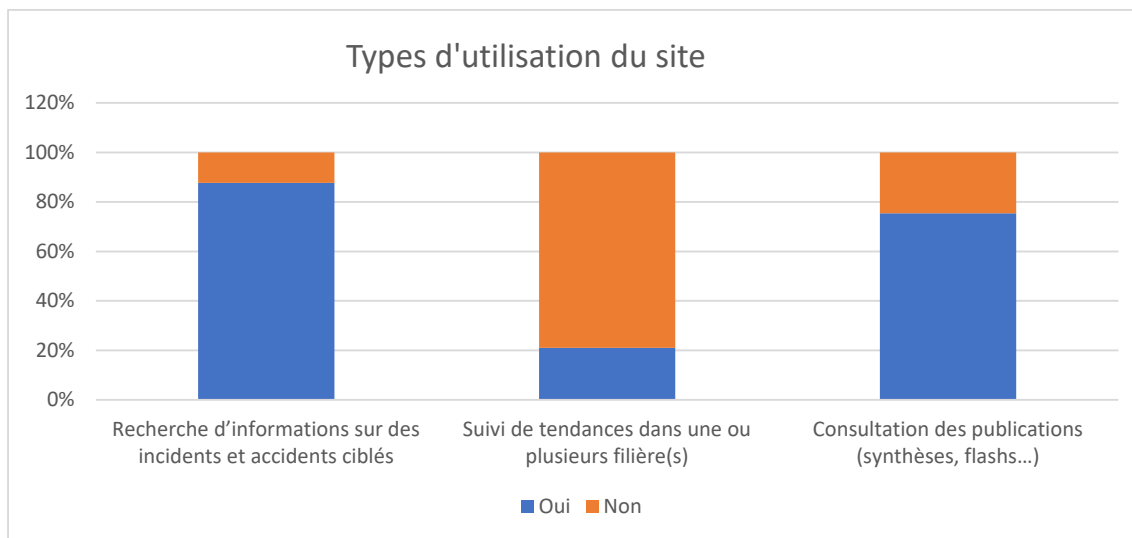
La faible utilisation des alertes par centres d'intérêt peut interroger sur l'ergonomie de la fonction et sur la communication à son sujet.

4. Utilisation de l'application

88 % des participants utilisent le site pour obtenir des informations sur des événements ciblés. Un inspecteur précise rencontrer des difficultés pour trouver les événements voulus.

21 % utilisent le site pour suivre des tendances.

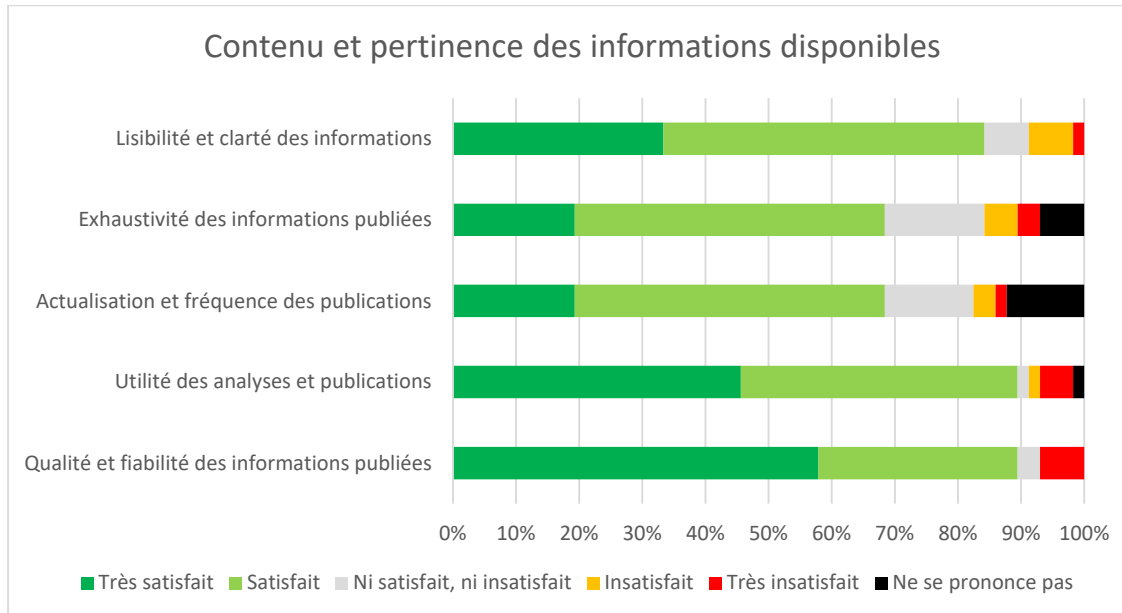
75 % consultent les publications.



Ces statistiques illustrent la pertinence de disposer de 2 principaux modes de communication :

- sur les événements pris individuellement ;
- par publications.

5. Contenu et pertinence des informations disponibles



Plusieurs précisions sont apportées par les participants :

- plusieurs participants trouvent les résumés qualitativement trop « limités » ;
- un industriel propose que soit mentionné, pour les résumés concernés, que le BARPI ne dispose que peu d'éléments ;
- un agent des services de secours encourage à produire plus de publications ;
- un inspecteur préconise de privilégier les publications sous format court, de type flash ;

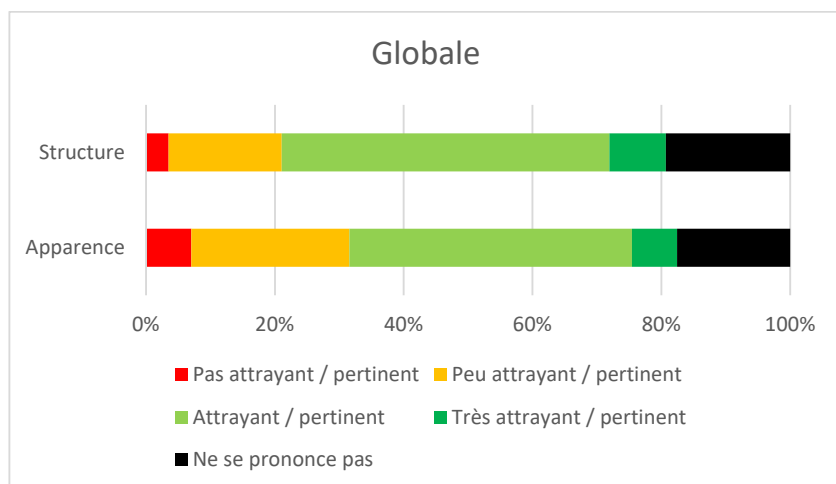
- un participant préconise de faire mieux ressortir les actualités phare avec des points clés sur la page d'accueil du site.

La majorité des participants expriment leur satisfaction sur les contenus diffusés (89 % de satisfaction sur la qualité et la fiabilité des informations publiées et sur l'utilité des analyses et des publications).

Cependant, il pourrait être nécessaire d'améliorer la communication sur la manière dont sont faits les résumés : charte de rédaction, maximum de caractères, réalisation à partir des éléments à disposition...

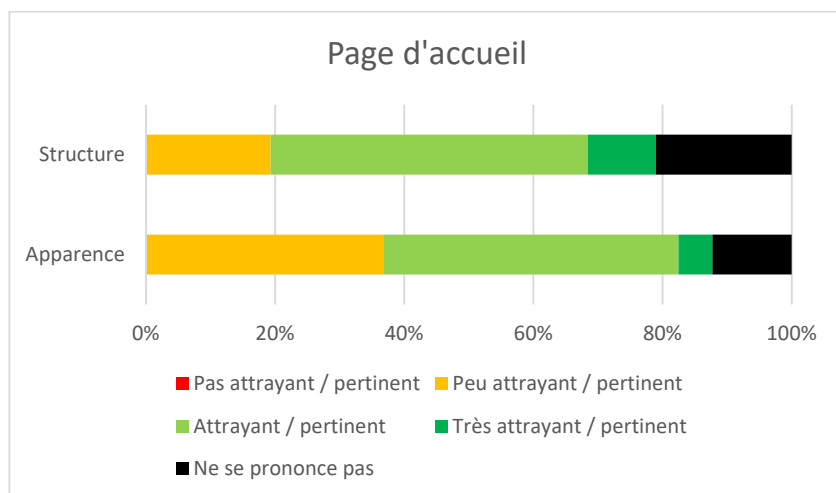
6. Ergonomie du site

- *Globale*

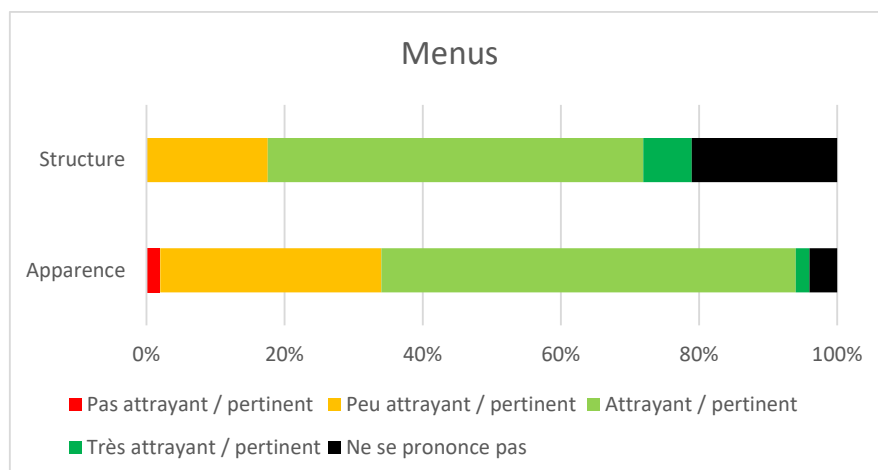


40 % des participants exprimant une insatisfaction sont des industriels.

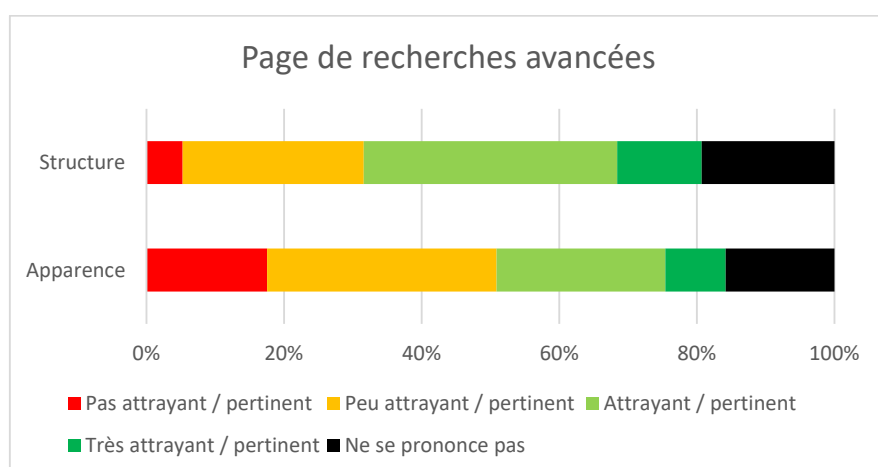
- *La page d'accueil*



- *Les menus*

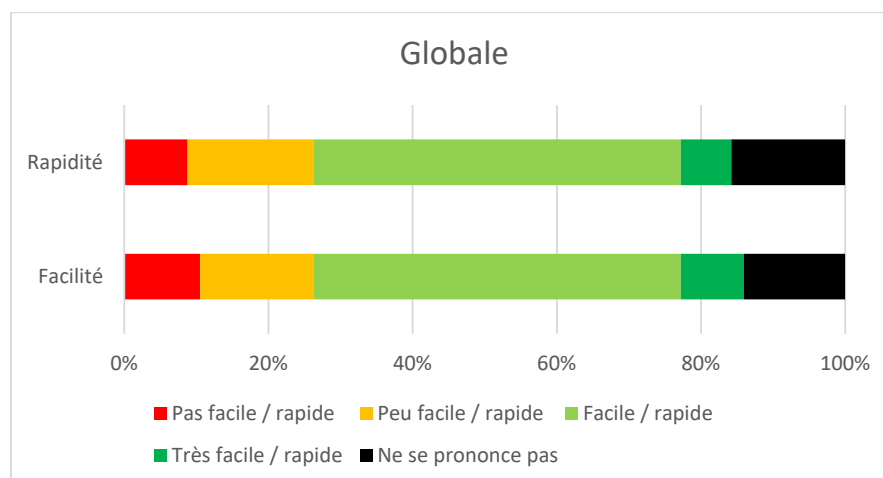


- *La page de recherches avancées (moteur de recherche)*

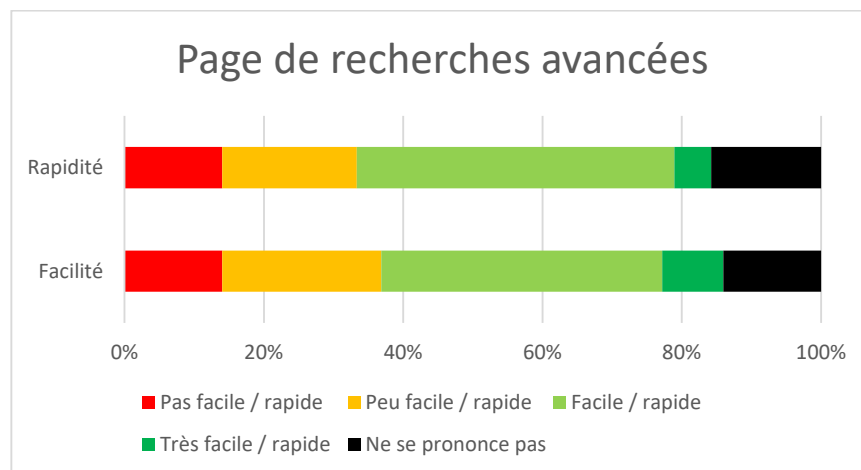


7. Navigation

- *Globale*



- La page de recherches avancées (moteur de recherche)



En comparaison avec le contenu du site, l'analyse sur l'ergonomie et la navigation permet d'identifier que le site, notamment le moteur de recherche, ne donne pas entière satisfaction, justifiant des évolutions de celui-ci.

Parmi les suggestions formulées par les participants, on retrouve principalement des difficultés d'utilisation du moteur de recherche : ergonomie, plantage, résultats aléatoires, délai de chargement des résultats, trop de critères de recherche (version simple/expert à envisager), manque de recherche par mots-clés et synonymes...