

N° 19/6.18

CRÉATION D'UN POSTE DE WEBMASTER

Municipalité en corps

Préavis présenté au Conseil communal en séance du 6 juin 2018

Première séance de commission : le mercredi 27 juin 2018, à 18h30, à la salle des Pas perdus, 1^{er} étage de l'Hôtel de Ville

Détermination de la Commission des finances : OUI

TABLE DES MATIÈRES

1	OBJET DU PRÉAVIS	3
2	PRÉAMBULE	3
	2.1 Un webmaster c'est quoi ?	3
	2.2 Contexte	3
	2.3 La communication au sein de la Ville	4
	2.4 Smartphones, tablettes et réseaux sociaux	5
3	ASPECTS TECHNIQUES	5
	3.1 Les sites web de la Ville	5
	3.2 Contours du poste de webmaster	6
	3.2.1 Raison d'être du poste	6
	3.2.2 Schéma directeur des systèmes d'information	7
	3.2.3 Cyberadministration	7
	3.2.4 Etat des lieux dans les communes vaudoises	8
4	PROFIL	8
5	ASPECTS FINANCIERS	8
	5.1 Taux d'activité à 100%	8
	5.2 Coûts du poste	8
	5.2.1 Charges salariales	8
	5.2.2 Equipement	8
	5.2.3 Budget lié au poste	9
	5.2.4 Supérieur direct	9
	5.2.5 Lieu de travail	9
	5.3 Tableau financier	10
6	ASPECTS DU DEVELOPPEMENT DURABLE	10
	6.1 Dimension environnementale	10
	6.2 Dimension économique	11
	6.3 Dimension sociale	11
7	CONCLUSION	11

Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs,

1 OBJET DU PRÉAVIS

Le présent préavis a pour but de créer un poste de webmaster au sein de l'administration communale.

Concrètement, il s'agit de mettre en place un fonctionnement qui réponde à la charge grandissante découlant des nouveaux objectifs en termes de communication interactive (avec 2 sites web dès le 1^{er} novembre 2016), de réflexion sur les applicatifs mobiles et du dialogue avec la population via les médias sociaux.

2 PRÉAMBULE

2.1 *Un webmaster c'est quoi ?*

C'est un poste qui regroupe plusieurs fonctions :

- Gérer et administrer les sites web communaux et mobile, notamment les actualiser en continu et veiller à la qualité de l'information donnée,
- Assurer et développer la présence de la Commune sur les réseaux sociaux,
- Assurer un rôle de veille par rapport à l'évolution des outils techniques et coordonner les adaptations techniques avec le prestataire de service,
- Participer à la formation des contributeurs des services communaux aux supports numériques, puis les conseiller et coordonner leurs actions.

Ce poste demande des compétences à la fois liées à la communication et aux outils numériques (ni rédacteur, ni informaticien, mais au centre).

2.2 *Contexte*

Dans son programme de législature, la Municipalité a fixé comme objectif de développer une communication numérique interactive. Elle souhaite intensifier sa présence sur les réseaux sociaux. Elle vise aussi à permettre aux habitants de Morges de remplir ou d'obtenir la plupart des formulaires officiels depuis chez eux. Le site web de la Ville est en perpétuelle évolution pour suivre ces progrès. Ce nouveau poste s'inscrit clairement dans cette perspective.

En effet, la Municipalité a souhaité la mise en place d'une cyberadministration afin d'automatiser et d'augmenter la disponibilité des prestations de la commune. Il s'agit aussi de s'adapter au mode de vie de la société.

Les avantages suivants sont attendus :

- Accès facilité aux démarches administratives pour la population (accès aux formulaires et aux règlements).
- Indépendance du citoyen par rapport aux horaires d'accès.
- Traitement accéléré des demandes des citoyens, des entreprises et des partenaires.
- Amélioration de la qualité de services (processus de traitement standardisé)

Elle a fixé deux contraintes :

- Ne pas alourdir les procédures internes.
- Éviter une "fracture numérique" au sein de la population.

En résumé, la Municipalité souhaite mettre en place le projet de cyberadministration qui répond aux critères suivants :

- Efficacité (gain de temps, économies)
- Transparence (disponibilité de l'information, facilité d'accès)

- Echange (interactivité).

Avec l'évolution de la communication, le site internet officiel est désormais considéré comme une source sûre, officielle et vérifiée de l'information, au même titre que les documents officiels traditionnels. Sa mise à jour rigoureuse est une condition *sine qua non* qui permet de l'utiliser comme base et référence pour du contenu qui est ensuite partagé par les utilisateurs sur les médias sociaux, selon les nouveaux usages.

La nécessité de garantir un niveau de fiabilité élevé des prestations offertes par un site web implique la création d'un poste de webmaster. La fiabilité des informations mise en ligne par une commune revêt une importance stratégique

A l'heure des "fake news", "faits alternatifs" et autres rumeurs colportées par les réseaux sociaux, les sites des communes et de l'Etat sont considérés par les médias et le grand public comme La référence, La source sûre et vérifiée d'une information exacte.

2.3 La communication au sein de la Ville

Par rapport à sa création en 2010, le poste de chargée de communication prend un tournant : il garde toujours le volet institutionnel de la communication mais ce poste requiert de mettre désormais en œuvre une stratégie de communication sur les grands projets de développement urbanistique de la ville, identifiant les publics cibles et les objectifs des actions de communication qui leurs sont dédiées. Ces dernières années, la communication a énormément évolué avec la multiplication des supports informatiques, et des citoyennes et des citoyens qui demandent à leur commune d'être présente partout : sur le papier, sur le site web, sur les réseaux sociaux, sur PC, smartphone, tablettes et... dans la vraie vie sous la forme de rencontres et de manifestations.

Les objectifs stratégiques et les actions de communication qui en découlent sont ambitieux mais ils répondent à une demande.

La cellule "communication" est un service transversal; elle est composée de :

- une chargée de communication à 80% assurant la coordination générale de la communication de la Ville et la mise en œuvre d'une communication cohérente;
- une assistante en communication à 80% dont les missions sont d'assister la chargée de communication pour les questions de communication événementielle et institutionnelle et d'assurer une communication de qualité sur les réseaux sociaux (mise en ligne de contenu et modération). Ces dernières missions sont en grande partie assurées à bien plaisir;
- chaque année, un-e stagiaire acquiert de l'expérience en matière de communication auprès des deux collaboratrices.

Il incombe à la cellule communication de coordonner toutes actions, d'être à l'écoute des besoins et attentes des directions, de les conseiller et de leur fournir différentes prestations de communication. La demande de prestations par les directions est en hausse constante. Le «temps» de la communication est également multiple : il requiert une disponibilité pour les urgences tout en assurant le pilotage et la mise en œuvre de projets à moyen terme.

Ainsi, ce que la cellule communication ne couvre pas aujourd'hui ou incomplètement :

- la communication numérique qui requiert des compétences à l'intersection des métiers de la communication et de l'informatique. C'est un métier qui n'entre pas dans les cases traditionnellement connues dans les métiers de la communication. Les supports, les techniques et les méthodes de communication évoluent très vite et il importe de se tenir au courant et de rafraîchir constamment ses connaissances métier. De se tenir aussi au courant des stratégies des acteurs qui dominent le secteur, comme Google et Facebook. Le Webmaster est notamment garant de la bonne accessibilité du site sur toutes les interfaces et pour tous les usagers (mal voyants et non voyants inclus) et du bon référencement du site sur les moteurs de recherche.

2.4 Smartphones, tablettes et réseaux sociaux

La vitesse de la diffusion des nouvelles technologies dans la vie quotidienne est telle que « la connexion permanente et instantanée dicte désormais une part de nos comportements¹. »

Relevons quelques chiffres en matière des médias sociaux, qui vous donne le contexte (chiffres de l'enquête SSR 2012, ce qui veut dire qu'ils ont encore évolué à la hausse) :

- En Suisse, il y a en moyenne 6,4 écrans par foyer (et ces chiffres sont déjà dépassés) si on compte télévision, tablettes, PC, téléphones
- Le rectangle vertical (écran du smartphone) devient la norme pour toute publication
- 3,5 millions de Suisses sont sur Facebook, dont 3,3 ayant plus de 18 ans
- Vaud : 500'000 Vaudois sur Facebook, dont 470'000 de plus de 18 ans
- District de Morges : plus de 44'000 habitants sur Facebook
- Pour le seul site www.morges.ch, le nombre de visites via smartphones et tablettes augmente constamment : en 2017, 52,1% sessions ont été ouvertes à partir d'un ordinateur (65,2 en 2015) et 47,9 % à partir d'un mobile ou d'une tablette.

3 ASPECTS TECHNIQUES

3.1 Les sites web de la Ville

La Ville compte deux sites web distincts :

- le site institutionnel www.morges.ch, dont la dernière refonte date de 2014, y compris l'adaptation d'une partie du site pour mobile
- le site dédié aux grands projets www.morgesavenir.ch, entièrement adaptable aux mobiles et mis en ligne en novembre 2016

Ces deux sites sont gérés via le même CMS (Content Management System).

Actuellement, les pages sont gérées de manière décentralisées par chaque service qui comportent tous au moins un collaborateur chargé d'actualiser leurs pages. Le travail d'actualisation lié aux grands projets et aux travaux charge particulièrement les directions de l'Urbanisme et des Infrastructures. Quant au chef du service informatique et à la chargée de communication, ils font office de « *webmaster officieux* » : chacun s'adresse à eux en cas de problème, pour relire une page, en créer une ; pour un problème technique ou pour une demande de formation. Tous deux sont fortement sollicités pour des tâches qui ne sont pas les leurs à la base. Exemple pratique de cette collaboration : tous deux ont révisé le site de A à Z lors du changement de législature, adaptant les nouveaux noms des dicastères et effectuant les changements de personnes et d'adresse sur toutes les pages du site. Les plaintes telles que « ce lien ne fonctionne pas » arrivent en général chez ces deux cadres, au détriment de leurs tâches stratégiques.

Concernant les réseaux sociaux, une règle est observée par toutes les collectivités publiques (notamment le Bureau d'information du Canton, qui nous a partagé ce constat) : si vous n'y êtes pas, quelqu'un d'autre prendra votre place. Avec les risques que cela comporte en terme d'informations erronées et de rumeurs. Vu ses ressources limitées, la Ville a choisi pour le moment d'assurer une présence de qualité sur Facebook, le réseau préféré des adultes suisses. Cette présence permet également une communication de proximité avec les citoyennes et les citoyens.

¹ Editorial de *Patrons*, Publication du Centre Patronal, Avril 2017, n°4.

3.2 Contours du poste de webmaster

3.2.1 Raison d'être du poste

La raison d'être du poste sollicité consiste à :

- gérer et exploiter les deux sites web communaux, y compris la version mobile (responsive) de morges.ch, notamment veiller à leur actualisation en continu et veiller à la qualité de l'information donnée, par exemple :
 - la recherche, de la création et de la mise en ligne de contenus, notamment d'actualités, d'annonces de manifestations, d'invitations à des événements, ainsi que de toutes informations utiles ;
 - la rédaction et de la mise à jour des informations ;
 - sous la responsabilité du Bureau du Conseil communal, la mise en ligne de contenus pour les pages du Conseil communal (Internet & Extranet);
 - la recherche et de la création iconographique et vidéo ;
 - la coordination de l'information numérique des différents services.
- concevoir et à mettre en œuvre la vision stratégique de la ville sur le web
- assurer un rôle de veille par rapport à l'évolution des outils techniques et coordonner les adaptations techniques avec le prestataire de service
- contribuer à la formation des rédacteurs web au sein des services, puis les conseiller et coordonner leur action
- conduire et développer la présence de la ville sur les réseaux sociaux
- établir le concept d'applications mobiles répondant aux besoins et accompagner leur développement
- accompagner le développement de la cyberadministration et proposer les moyens adéquats, orientés clients, pour sa mise en œuvre.

En outre, un tel processus requiert une interaction forte entre tous les acteurs et qu'il y ait un pilote dans l'avion. Ce serait le rôle du webmaster, qui recouvre :

- des responsabilités de chef de projet, capable de collaborer de manière transversale avec plusieurs partenaires et types de partenaires de connaissances de multimédia (notamment la vidéo)
- de chef de projet
- de connaissances de multimédia (vidéo)
- d'excellentes aptitudes rédactionnelles
- de bonnes connaissances et d'expérience quant aux médias sociaux.

En résumé, la répartition des tâches dans le domaine du web serait la suivante :

Instance	Tâches /compétence
Webmaster	Conduit, pilote, planifie et coordonne les moyens de communication numérique
	Recrute et accompagne les rédacteurs, d'entente avec les chef-fes de service
	Porte la responsabilité du contenu de tous les chapitres n'ayant pas été attribués explicitement aux rédacteurs
	Conçoit et réalise la vision stratégique de la ville sur le web
	Recueille les suggestions ou critiques des rédacteurs et propose des solutions
	Traite les propositions ou réclamations des utilisateurs
	Assure le développement d'applications mobiles pertinentes
	Assure la veille éditoriale
	Assure la veille par rapport aux outils techniques
	Forme les utilisateurs sur l'outil CMS
Chef informatique	Gestion des droits
	Interlocuteur pour toute question technique
Chargée de communication	Interlocutrice pour la stratégie de communication et le planning de la communication
Rédacteurs des sites	Maintenance des informations spécifiques au service,
	Contrôle que seules les informations destinées au public soient publiées sur le web
	Contrôle des liens (Confédération, Canton, ...)

3.2.2 Schéma directeur des systèmes d'information

Les projets de webmaster seront intégrés dans le schéma directeur des systèmes d'information. Rappelons que le schéma directeur définit un cadre de référence pour une évolution cohérente des systèmes d'information métiers et, de ce fait, est amené à être révisé afin de prendre en compte l'évolution des orientations stratégiques des différents services de l'administration et de la Ville. Comme annoncé, sa mise à jour sera intégrée à la procédure annuelle des budgets et plan d'investissement.

3.2.3 Cyberadministration

Le développement de la cyberadministration vise à permettre aux habitants de Morges de remplir ou d'obtenir la plupart des formulaires officiels sur leur ordinateur, leur tablette ou leur téléphone mobile. Un projet-pilote est actuellement en phase de test avec l'Office de la population.

Il importe que la cyberadministration soit parfaitement intégrée et coordonnée avec l'évolution du site web, qu'elle réponde aux besoins des utilisateurs comme aux contraintes légales en matière de protection des données et de versement des émoluments.

Ces développements devront également être coordonnés avec la mise en place de la cyberadministration cantonale, plus spécifiquement en ce qui concerne l'identification forte des usagers. Grâce à cet identifiant unique pérenne (IUP), une personne pourra faire appel aussi bien à des prestations communales que cantonales. Un projet est en cours au niveau de la Confédération afin de fédérer ces identités au niveau Suisse.

La Municipalité a souhaité la mise en place d'une cyberadministration afin d'automatiser et d'augmenter la disponibilité des prestations de la commune.

Le poste de webmaster veillera au développement et à l'intégration du guichet virtuel avec les applications métiers en place, évitant ainsi à terme, une ressaisie d'information dans les systèmes communaux.

3.2.4 Etat des lieux dans les communes vaudoises

Dans les autres communes du Canton :

- Gland a un poste de webmaster à 0,8 ETP
- Nyon a 0,9 ETP pour le web
- Pully a un poste de webmaster à 1 équivalent temps plein (ETP) englobant les réseaux sociaux
- Montreux a 0,8 ETP pour le site web et Facebook
- Yverdon-les-Bains a un webmaster à 0.6 ETP
- La Tour-de-Peilz a confié ce poste à une agence

4 PROFIL

Les profils de ces nouveaux métiers sont multiples et plusieurs voies sont possibles, tant pour la formation que pour l'expérience professionnelle.

En plus d'une expérience dans la communication, il est demandé une formation et le profil suivants :

- diplôme de Manager de projet digital du Centre suisse d'enseignement du marketing, de la publicité et de la communication (SAWI) ou diplôme fédéral de web Project Manager ou formation d'ingénieur HES des médias (HEIG-VD) ou formation ou expérience jugée équivalente
- excellentes aptitudes rédactionnelles
- expérience des médias sociaux
- sens de la communication
- à l'aise dans la gestion de projets et la coordination de ressources
- intérêt pour la vie locale et ses institutions.

5 ASPECTS FINANCIERS

5.1 Taux d'activité à 100%

La Municipalité propose un taux d'activité de 100% englobant les responsabilités et tâches énoncées ci-dessus (chapitre 3.2.1). La description de fonction détaillée sera distribuée à la commission ad hoc en charge de l'examen du préavis.

5.2 Coûts du poste

5.2.1 Charges salariales

Le salaire dépendant de l'âge, des compétences et de l'expérience, la fourchette estimée se situe entre CHF 78'000 (brut) et CHF 101'000 (brut) à l'engagement.

5.2.2 Equipement

Le coût de l'équipement du poste est le suivant : matériel informatique (PC, 2 écrans 24"), soit une somme de CHF 2'500.00, les licences pour les logiciels de la suite Adobe Creative Suite 3 web Premium (Photoshop, Dreamweaver, Acrobat 8 Professional, Illustrator...) soit une somme de CHF 950.00/an ainsi qu'un bureau et une chaise pour une somme de CHF 4'000.00.

5.2.3 Budget lié au poste

Rappelons qu'aujourd'hui pour développer des projets liés aux nouvelles technologies, nous prélevons sur le fonds au bilan (fonds de réserve pour le développement des technologies d'information) qui est alimenté par une société par un montant annuel de CHF 100'000.00 jusqu'en 2018. Cette source de financement n'est pas extensible, il nous faut donc prévoir un financement de nos projets.

Il faut compter un budget de CHF 40'000.00 francs annuels comme base, comprenant :

- Développement des sites web, y compris lié à la cyber administration, y compris mandats extérieurs de développement et adaptation par les prestataires; adaptations des modules cartographiques (morgesavenir.ch); adaptation de l'interface graphique responsive; introduction de modules vidéos : CHF 25'000.00/an
- Développement et mises à jour de l'application mobile iOS (iPhone), android et iPad : CHF 10'000.00 (CHF 3'000.00/an de maintenance + CHF 7'000.00 pour les nouveaux développements).
- Réseaux sociaux : sponsoring, et budget multimédia, outil de gestion centralisée des réseaux sociaux : CHF 5'000.00 /an

5.2.4 Supérieur direct

La Municipalité souhaite rattacher cette nouvelle fonction de webmaster, qui est considérée sous l'angle du développement de la ligne éditoriale du site Internet comme outil de communication de la Ville, au sein de la Direction Administration générale sous la direction de la chargée de communication qui s'occupe de la politique de communication. Il est clair que la collaboration étroite avec le Service informatique se poursuivra.

5.2.5 Lieu de travail

Cette personne, qui occupera un poste transversal et sera en contact avec beaucoup de services, travaillera au sein de l'Hôtel de Ville.

5.3 Tableau financier

BUDGET D'INVESTISSEMENTS

Montant en CHF (TTC)	Total	2018	2019	2020	2021	2022
						et suivants
Dépenses	-	-	-	-	-	-
Subventions, participations ou autres	-	-	-	-	-	-
Utilisation fonds	-	-	-	-	-	-
Total investissements	-	-	-	-	-	-

BUDGET DE FONCTIONNEMENT

Durée d'amortissements	0
Année début de l'amortissement	0
Année bouclement du préavis	0
Taux d'intérêt au 31.12.2017	1.87%

2018	2019	2020	2021	2022
				et suivants

Charge d'intérêts	-	-	-	-	-
--------------------------	---	---	---	---	---

Charge d'amortissement	-	-	-	-	-
-------------------------------	---	---	---	---	---

Autres charges	Chapitre	2018	2019	2020	2021	2022
Développement des sites webs	0		25'000	25'000	25'000	25'000
Développement appli mobile			10'000	10'000	10'000	10'000
Réseaux sociaux - outil gestion			5'000	5'000	5'000	5'000
Budget équipement			7'500			

Recettes	Chapitre	2018	2019	2020	2021	2022
Total fonctionnement		-	47'500	40'000	40'000	40'000

6 ASPECTS DU DEVELOPPEMENT DURABLE

6.1 Dimension environnementale

Un regard neuf et expérimenté permettra d'améliorer sur le site web l'interface de communication en visant la transparence des :

- prestations fournies à la population (subventions et fonds d'encouragement) en matière d'environnement/manifestations durables etc. ;
- opérations de sensibilisation entreprises par la Ville de Morges en matière d'environnement (Nature en Ville, Opérations Energie, Semaine de la mobilité...) ;
- efforts entrepris par l'administration en matière d'exemplarité (compteur d'énergie photovoltaïque produite à Beausobre, Label Cité de l'énergie, Stratégie énergétique de l'administration etc.)

6.2 Dimension économique

L'engagement d'un webmaster réduira pour les contributeurs dans les services le temps consacré à la mise à jour et au développement des pages du site et rendra ainsi sa gestion plus efficace. Il permettra aussi de réaffecter les heures de travail ainsi dégagées pour la chargée de communication et le chef du service informatique.

A relever aussi que l'offre numérique de l'administration revêt une grande importance pour les entreprises en particulier pour lesquelles le site web est souvent le premier contact avec l'administration et la première source de renseignement.

Un site complet et à jour réduit le nombre de sollicitations par email ou par téléphone et de déplacements aux guichets de l'administration. Sur le plan des contenus, la section thématique consacrée à l'économie permet de promouvoir Morges à très large échelle.

6.3 Dimension sociale

En concevant un site accessible à tous, y compris aux personnes handicapées et aux personnes âgées, et en destinant ses contenus à tous les groupes de la population, la Ville de Morges ne créera pas de fracture numérique ou générationnelle. Le webmaster y veillera.

Comme sur le site actuel, des sections thématiques portant sur l'éducation, la formation, la santé, l'intégration, etc., seront autant de traits d'union avec la population suisse, mais aussi étrangère.. Enfin, une présence élargie sur les médias et réseaux sociaux permettra un rapprochement de la population avec l'administration et les autorités morgiennes et favorisera une nouvelle forme d'interaction entre la Ville de Morges et ses citoyens.

7 CONCLUSION

Vu ce qui précède, nous vous prions, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs, de bien vouloir voter les conclusions suivantes :

LE CONSEIL COMMUNAL DE MORGES

- vu le préavis de la Municipalité,
- après avoir pris connaissance du rapport de la commission chargée de l'étude de cet objet,
- considérant que cet objet a été porté à l'ordre du jour,

décide :

1. d'accepter la création d'un poste de webmaster (taux d'occupation à 100%) et de dire que le montant du salaire charges sociales comprises, sera porté aux comptes dès l'année 2019;
2. d'accorder la somme de CHF 7'500.00 pour couvrir les frais de matériel et de logiciels informatique et de bureau et de dire que le montant sera porté aux comptes 2019;
3. d'accorder un budget de CHF 40'000.00 annuel au poste multimédia et de dire que le montant sera porté au budget dès 2019.

Adopté par la Municipalité dans sa séance du 23 avril 2018.

le syndic

le secrétaire

Vincent Jaques

Giancarlo Stella

Annexe : Description de fonction sera distribuée à la commission ad hoc.