

**N° 21/6.09**

**POLITIQUE DE COMMUNICATION DE LA VILLE : REFLEXIONS STRATEGIQUES, PLANS D'ACTION, NOUVELLE STRATEGIE EN MATIERE DE CYBERADMINISTRATION ET REFONTE DU SITE WEB – REPONSE AU POSTULAT VINCENT JAQUES INTITULE "DEVELOPPER LA COMMUNICATION ENTRE LA MUNICIPALITE ET LA POPULATION"**

---

**Municipalité en corps**

**Préavis envoyé au Conseil communal le 17 juin 2009**

**Première séance de la commission : jeudi 23 juillet 2009, à 18 h30, en salle des Pas perdus, 1<sup>er</sup> étage de l'Hôtel de Ville**

## TABLE DES MATIERES

<b>1</b>	<b>PREAMBULE .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>NOUVELLE STRATEGIE : POUR UNE VERITABLE POLITIQUE DE COMMUNICATION .....</b>	<b>4</b>
	2.1 Stratégies de communication dédiées aux nouveaux médias .....	5
	2.2 Stratégies de communications interne et externe .....	5
<b>3</b>	<b>ANALYSE DE LA SITUATION .....</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>OBJECTIFS ET CIBLES DE COMMUNICATION.....</b>	<b>6</b>
	4.1 Objectifs généraux pour la Ville .....	6
	4.2 Objectifs d'ordre interne vis-à-vis du personnel de l'administration .....	6
	4.3 Objectifs vis-à-vis du Conseil communal.....	6
	4.4 Objectifs vis-à-vis des habitants (ville et région) .....	6
	4.5 Objectifs vis-à-vis des médias.....	7
	4.6 Objectifs vis-à-vis d'autres cibles identifiées .....	7
<b>5</b>	<b>PLAN D' ACTIONS .....</b>	<b>7</b>
	5.1 A l'interne.....	7
	5.2 En direction des médias.....	8
	5.3 Auprès d'un public de proximité .....	8
	5.4 Auprès du monde politique.....	8
<b>6</b>	<b>COÛT DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION .....</b>	<b>9</b>
	résumé des coûts de la politique de communication .....	9
<b>7</b>	<b>DESCRIPTION DU PROJET "REFONTE DU SITE INTERNET" .....</b>	<b>9</b>
	7.1 Un nouveau site <a href="http://www.morges.ch">www.morges.ch</a> pour qui ?.....	10
	7.2 Points forts du contenu de <a href="http://www.morges.ch">www.morges.ch</a> .....	10
	7.2.1 Ton, style .....	10
	7.2.2 Informations / Actualité.....	10
	7.2.3 Interactivité .....	10
	7.2.4 Guichet virtuel.....	11
	7.2.5 Agenda / Calendrier des manifestations .....	11
	7.2.6 Cartographie.....	11
	7.2.7 Module e-commerce.....	12
	7.2.8 Module Gestion des ressources.....	12
	7.3 Volet "communication citoyenne".....	12
	7.4 Les besoins non retenus dans cette demande de crédit .....	12
<b>8</b>	<b>DESCRIPTION TECHNIQUE .....</b>	<b>13</b>
	8.1 Outils informatiques .....	13
	8.2 Structure du site / Ergonomie.....	13

8.3	Accessibilité .....	13
8.4	Sécurité .....	13
9	CALENDRIER POUR LA REFONTE DU SITE INTERNET .....	14
10	COUTS DE LA REFONTE DU SITE INTERNET .....	14
10.1	Coûts de la refonte du site Internet.....	14
10.2	Coûts de maintenance.....	14
11	CONSEILLER EXTERNE & POSTE DE CHARGE DE COMMUNICATION.....	15
11.1	Consultant externe.....	15
11.2	Chargé de communication : cahier des charges .....	15
11.2.1	Taux d'activité à 60% et coût du poste.....	16
12	COMPARAISON AVEC LES AUTRES COMMUNES.....	16
13	REPONSE AU POSTULAT VINCENT JAQUES ET A LA MOTION ERIC BAUER.....	16
14	CONCLUSION .....	17

## 1 PREAMBULE

Ce rapport-préavis donne à la Municipalité l'occasion d'informer le Conseil communal sur les réflexions qu'elle a conduites depuis l'acceptation du crédit par le législatif en mai 2008, qui a décidé *"d'accorder jusqu'à la fin de 2011 un poste de travail supplémentaire tel que présenté dans le préavis, dans le cadre de l'amélioration et du développement de l'offre Internet et notamment des aspects prioritaires liés à la cyberadministration, et de dire que le montant du salaire, charges sociales comprises, sera porté aux comptes dès l'année 2008"*.

La Municipalité avait alors défendu la solution d'engager une personne ayant des compétences techniques à l'interne de l'administration et d'externaliser les prestations graphiques, de communication (cf. préavis N° 7/2.08), solution dont les désavantages avaient été mis en évidence par la commission, dont le principal était de trouver *"la perle rare"* ayant des compétences en informatique de gestion, en architecture de système et en gestion de consultant pour les tâches qui seraient inévitablement déléguées à l'extérieur.

Nous rappelons ici que la stratégie d'implanter une démarche de cyberadministration vise une plus grande efficacité de l'administration, une plus grande visibilité des prestations publiques, une présentation interactive de la commune, de même qu'une refonte profonde du site Internet qui doit tendre vers une plus grande convivialité, un accès plus direct, plus interactif.

## 2 NOUVELLE STRATEGIE : POUR UNE VERITABLE POLITIQUE DE COMMUNICATION

Avant d'engager le processus de recrutement (à ce jour rien n'a été dépensé), la Municipalité, sensibilisée aux recommandations de la commission, a décidé de vérifier quelle aide elle pouvait trouver chez des fournisseurs privés spécialisés, quelle était la voie qui offrait le plus de prestations pour le même coût. Dans le même temps, elle a en outre développé ses réflexions sur la politique de communication, conformément au postulat Vincent Jacques et consorts, déposé le 3 octobre 2007, dont un des aspects est la communication via Internet.

La Municipalité a, à ce stade, souhaité une nouvelle orientation de sa stratégie : la politique de communication intègre désormais l'aspect cyberadministration et site Internet qui est un des supports de la politique de communication. En effet, cette nouvelle orientation permet d'intégrer dans notre réflexion les 4 axes suivants qui sont à la base de notre politique de communication :

- Ouvrir le flux d'information vers plus de supports et de vecteurs afin de toucher tous les profils de citoyens
- Enrichir l'information diffusée
- Améliorer l'accès à l'information sur la visibilité et la cohérence graphique
- Fédérer l'ensemble des supports et moyens de communication dont dispose actuellement la Municipalité pour renforcer la fréquence du dialogue avec les citoyens.

En résumé, la valeur de l'information ne se situe pas (ou plus) uniquement dans le message diffusé, mais dans l'impact d'un véritable échange via une conversation avec les citoyens.

Cette nouvelle orientation a pu être confirmée par deux éléments prépondérants :

- Rencontre avec une société privée spécialisée dans le domaine du développement de stratégies de communication dédiées aux nouveaux médias;
- Mandat donné à une société spécialisée en communication, mandat qui avait pour but de fixer les axes stratégiques prioritaires de la communication qui permettent à la Municipalité d'atteindre ses objectifs.

## **2.1 Stratégies de communication dédiées aux nouveaux médias**

Nous avons donc pris l'option de rencontrer une société privée à Lausanne, spécialisée dans le domaine du développement de stratégies de communication dédiées aux nouveaux médias, au développement de plates-formes interactives, de sites d'entreprises pour ouvrir notre réflexion et élargir nos connaissances et vérifier quel type de prestations elle peut offrir.

## **2.2 Stratégies de communications interne et externe**

Nous avons également pris l'option de donner un mandat à une société spécialisée en communication, mandat qui avait pour but de :

- apprécier au plus près de la réalité la situation actuelle dans sa composante communication;
- fixer les axes stratégiques prioritaires de la communication qui permettent à la Municipalité d'atteindre ses objectifs;
- définir les lignes directrices de la communication interne et externe de la Ville de Morges ;
- adapter et compléter un plan d'actions de communication structuré, logique et cohérent pour les deux prochaines années.

Ce travail a permis de fixer un fil rouge et une ligne de conduite pour la Municipalité.

## **3 ANALYSE DE LA SITUATION**

Un société de communication liée aux nouveaux médias, grâce à ses compétences pluridisciplinaires, est à même de traiter rapidement aussi bien les aspects techniques de la cyberadministration que la mise en place d'outils liés à un concept de communication. Cela modifie légèrement notre approche, car on peut envisager de déléguer les aspects techniques à l'externe et imaginer que le contenu du site, qui est l'essence même de la communication de la Ville, soit géré en interne. Cette manière de procéder est conforme à des pratiques actuelles utilisées par d'autres administrations publiques.

L'option d'orienter une ressource interne sur l'alimentation du site et de déléguer le développement de la partie technique à une société externe nous apparaît à ce stade être une meilleure solution par rapport aux coûts à consentir en ce qui concerne le volet cyberadministration.

Sur le plan plus général de la communication, le consultant spécialisé en communication précise dans son rapport que, globalement, la situation de départ dans l'optique de poser un cadre structuré, cohérent et stratégiquement efficace en communication est positive. La Municipalité de Morges dispose d'atouts importants pour une administration de cette taille, qu'il s'agit de maintenir et cultiver.

Les points faibles répertoriés peuvent être corrigés aisément et ne nécessitent pas d'investissement majeur, à part la refonte du site Web et le projet de cyberadministration.

La Ville de Morges vit une époque clé de son développement, avec de nombreux projets d'envergure, sensibles politiquement et émotionnellement forts. A ce titre, cette réflexion stratégique en communication tombe à point nommé ; car la composante image de ses projets, en marge du jeu politique, joue un rôle essentiel dans leur réussite.

Le consultant relève que la Municipalité, d'une manière ou d'une autre, est en contact avec tous les publics cibles (interne, Conseil communal, habitants, médias, régions, monde économique, société locale) avec lesquels elle estime devoir communiquer. Il y a donc un travail sur le contenu mais la toile est tissée.

S'il n'y avait qu'un point à retenir sur le plan stratégique, le consultant soulignerait qu'il faut travailler l'aspect tactique de la communication, soit mieux anticiper les actions planifiées afin de choisir le bon moment pour transmettre les informations pertinentes et sélectionnées en fonction des objectifs arrêtés.

## 4 OBJECTIFS ET CIBLES DE COMMUNICATION

Savoir où l'on veut aller, c'est définir clairement la perspective vers laquelle tous les intervenants tendent d'un commun accord ! Voici les objectifs de la Municipalité, à savoir...

### 4.1 Objectifs généraux pour la Ville

- renforcer la confiance des citoyens envers la Commune;
- améliorer le niveau de connaissances du personnel de l'administration sur les enjeux et les projets majeurs de la Ville et parallèlement de renforcer les liens à l'interne;
- faciliter l'activité des Autorités et assurer le bon fonctionnement de la démocratie;
- augmenter globalement la crédibilité de l'action publique;
- améliorer la cohérence de la communication à l'interne et à l'externe;
- mieux gérer le facteur temps lié aux devoirs d'informer;
- utiliser de manière plus performante les plates-formes de communication actuelles, à l'image du Web 2.0 par exemple.

En fonction des publics cibles, nous avons décliné nos objectifs :

### 4.2 Objectifs d'ordre interne vis-à-vis du personnel de l'administration

- valoriser l'ensemble des postes au sein de l'administration;
- réduire de manière générale le décalage perçu entre la vision politique et la vision administrative du travail à effectuer (connaissance des enjeux, des projets liés, des mécanismes institutionnels, des attentes externes);
- améliorer la gestion des informations sous l'angle tri, hiérarchie des infos et ciblage des destinataires;
- renforcer l'adhésion générale à l'identité et aux valeurs d'image défendues par les dirigeants;
- faciliter l'intégration des nouveaux collaborateurs-trices ;

### 4.3 Objectifs vis-à-vis du Conseil communal

- mieux identifier les moments clés de la communication;
- améliorer la compréhension élargie par les conseillers communaux des enjeux politiques et leurs incidences à long terme;
- resserrer les liens de confiance et la collaboration.

### 4.4 Objectifs vis-à-vis des habitants (ville et région)

- donner une image positive des projets de développement de la Ville pour les habitants de la commune et de la région (valoriser);
- démontrer que la Ville a de l'ambition pour ses habitants et doit assumer un rôle de ville phare pour le district et la région, une responsabilité assumée et prise en charge par ses dirigeants;

- rendre l'information plus simple, attractive et en améliorer l'accessibilité et la transparence;
- diffuser une information toujours plus qualitative, interactive et multi-canaux dans la mesure du possible;
- faciliter l'accès aux services :
  - 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.
  - Amélioration de la qualité de services (processus de traitement standardisé).

#### 4.5 Objectifs vis-à-vis des médias

- préparer professionnellement le terrain de l'information aux médias (anticiper les aspects positifs et négatifs d'une information à la presse, évaluer);
- mettre sur pied une stratégie de communication avec les médias (une systématique);
- renforcer les compétences des personnes exposées aux médias sur la façon de communiquer avec les représentants de la presse;
- clarifier la procédure aux yeux des personnes susceptibles d'être en contact avec les représentants des médias, surtout dans les situations d'urgence ou sur des dossiers politiques ou émotionnellement sensibles.

#### 4.6 Objectifs vis-à-vis d'autres cibles identifiées

- vis-à-vis des communes voisines : améliorer la connaissance des enjeux liés aux projets régionaux dans le cadre des plates-formes existantes (Séance des Syndics – UCV – AdCV).
- vis-à-vis du Canton et de la Confédération : approche identique privilégiant le développement des contacts et resserrement des liens.
- vis-à-vis des sociétés locales, associations : valoriser la plate-forme des commissions consultatives (transparence en amont) et poursuivre le développement du réseau.
- vis-à-vis des partenaires entreprises : démontrer que la Municipalité accorde la considération qu'il faut à ce public cible et connaît ses préoccupations, donc qu'elle est capable de les intégrer à son programme. Traitement accéléré des demandes des entreprises et des partenaires.

## 5 PLAN D'ACTIONS

En fonction de ce qui précède, nous avons établi pour les deux à trois ans à venir un plan d'actions pertinent en matière de communication, réparties sur les champs d'intervention arrêtés dans la stratégie.

### 5.1 A l'interne

- **Lignes directrices et règles de base d'une bonne communication.** L'idée est de constituer un document écrit de référence à usage interne intitulé "Une vision de la communication. Les bons réflexes, guide pratique pour se faciliter la vie".
- **Identité visuelle.** Il s'agit d'une charte (corporate identity) à élaborer en améliorant et complétant les règles existantes.

- **Création d'une e-newsletter interne, 6 à 8 fois l'an en fonction de la matière à traiter.** Un journal interne en version électronique. L'objectif vise ici à informer régulièrement l'ensemble des collaborateurs-trices sur l'état d'avancement des grands projets, les activités des services, les personnes, la vie de l'administration au sens large..
- **Pilotage de la communication et veille stratégique.** Il s'agit avec cette mesure d'institutionnaliser, dans un 1<sup>er</sup> temps, les règles de fonctionnement avec notre conseiller externe et d'intégrer de manière systématique la dimension communication dans la gestion publique.
- **Gestion de crise :** former une cellule de crise et élaborer un concept à partir des scénarios de crise probable.
- **Site Intranet :** à intégrer au projet de nouveau site Internet (cyberadministration).

## 5.2 En direction des médias

Comme c'est le cas aujourd'hui, la Municipalité entend poursuivre sa politique de communication active, en informant la presse de certaines situations, décisions, orientations par différents moyens :

- **Points de presse :** ils sont destinés à rencontrer la presse rapidement et "sans décorum". Cet outil devrait à l'avenir être plus souvent sollicité, ces rencontres de "vive voix" permettant de tisser et de consolider des relations avec les journalistes qui seront ensuite les vecteurs de la communication municipale.
- **Conférences de presse :** événement plus considérable, ayant pour objet des projets politiques sensibles.
- **Partenariat avec le Journal de Morges (publireportage) :** asseoir un partenariat avec le Journal de Morges. Le support permet une diffusion à large échelle (district - distribution : environ 40'000 exemplaires) de l'information donnée par la Ville, sans intervention et donc orientation journalistique. Maîtrise totale du contenu par la Ville.

## 5.3 Auprès d'un public de proximité

- **La création d'un Journal communal.** C'est l'un des projets les plus conséquents que nous proposons dans ce rapport-préavis stratégique, mais il est, à nos yeux, un outil indispensable et en ligne avec de nombreux objectifs internes et externes. Cette publication doit viser à mieux informer la population sur le sens et les actions menées par l'administration communale sous la houlette de la Municipalité. Il s'agit d'améliorer les connaissances globales sur les projets porteurs (angles techniques et enjeux politiques) et de mieux cibler les messages clefs. Cette publication doit toucher toutes les couches de la population ; elle doit paraître à intervalles réguliers (4 à 6 numéros par an).
- **Morges info.** Cette publication est nouvelle et les habitants s'y sont à peine accoutumés. Il peut servir comme information d'appel destinée à aiguiller les habitants sur telle ou telle information nouvelle placée sur le site Internet de la Ville.
- Mise en place **d'une demi-journée "Rencontres"**. Un rendez-vous des partenaires économiques et leaders d'opinion de la région avec les leaders politiques et chefs de service de la Ville

## 5.4 Auprès du monde politique

- Le document "**La Municipalité en bref**" doit faire l'objet d'une nouvelle présentation en lien avec l'identité visuelle et le contenu doit être restructuré. Nouvelle ligne à définir.



- **Un rapport d'activités institutionnel.** Le rapport de gestion ne constitue pas un outil d'image institutionnelle, alors même qu'il devrait remplir ce rôle. A partir des comptes-rendus des différents services, la Municipalité souhaite éditer un document succinct, graphiquement plaisant, disant l'essentiel de ce qu'il faut retenir de l'exercice mené par les différents services. La sortie de ce rapport offre un potentiel de valorisation en termes d'image et d'échos médiatiques.

## 6 COUT DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION

Voici le coût des mesures en fonction des publics homogènes en termes de communication :

### *résumé des coûts de la politique de communication*

Actions	coût planifié 2009	coût planifié 2010
<b>communication interne</b> e-newsletter (6 à 8 fois par an), charte graphique, document modus operandi fixant les règles de la communication communale, gestion de crise, pilotage globale de la communication et veille stratégique	SFr. 27'000	SFr. 51'000
<b>communication aux politiques</b> rapport d'activité institutionnelle, élaboration concept graphique "Municipalité en Bref"	SFr. 1'500	SFr. 28'000
<b>communication aux médias</b> Journée training médias, points presse, partenariat avec le Journal de Morges	SFr. 26'500	SFr. 44'500
<b>communication de proximité</b> Journal communal (4 à 6 numéros par an)	SFr. 16'000	SFr. 90'000
<b>total</b>	<b>SFr. 71'000</b>	<b>SFr. 213'500</b>

## 7 DESCRIPTION DU PROJET "REFONTE DU SITE INTERNET"

Dans cette nouvelle réflexion, nous proposons de déléguer toute l'implantation technique de la mise en place d'un nouveau site.

Site "vitrine", *morges.ch* appartient à la première génération de sites Web (appelée Web 1.0) : il ne diffuse que de l'information. Ses fonctionnalités limitées, sa structure compliquée, son manque d'ergonomie et d'interactivité, la présentation sans hiérarchisation de ses contenus et son inaccessibilité aux personnes handicapées sont ses principales faiblesses.

Avec l'arrivée du Web 2.0<sup>1</sup> (des nouveaux services en ligne qui favorisent l'interaction entre utilisateurs), et les exigences toujours plus élevées des internautes, il est temps que la Ville de Morges redéfinisse son offre Internet. Son site Web doit devenir un véritable outil d'information, de communication et de transaction (services en ligne) axé sur les besoins des utilisateurs.

La nécessaire évolution de *morges.ch* passe non seulement par une refonte complète du site (structure, fonctionnalités, contenus, design), mais aussi par l'acquisition d'un nouveau système de gestion de contenus Web (CMS)<sup>2</sup>. La refonte du site de la ville de Morges comprend un nouveau design, un CMS adapté aux besoins spécifiques de Morges, une révision de l'architecture de l'information et un outil de gestion des différents rédacteurs. Il remplace le CMS actuellement utilisé en offrant une plus grande flexibilité dans la création et la gestion du contenu.

<sup>1</sup> Transition importante qu'effectue actuellement Internet. Le web 2.0 est un concept d'utilisation d'Internet qui a pour but de valoriser l'utilisateur et ses relations avec les autres

<sup>2</sup> CMS (Content Management System) : Logiciel permettant le traitement rédactionnel et administratif de sites web au moyen d'un navigateur (Explorer, par exemple).

## 7.1 Un nouveau site *www.morges.ch* pour qui ?

Le futur site de la Ville de Morges s'adresse :

- aux particuliers (enfants, adultes, seniors),
- aux entreprises,
- aux autorités (Conseil communal, Municipalité),
- aux sociétés et organisations locales,

quels que soient leur équipement informatique et leurs connaissances d'Internet.

## 7.2 Points forts du contenu de *www.morges.ch*

Le futur *morges.ch* ne se contente pas de diffuser des informations relatives aux autorités, ainsi qu'à tous les services et offices de l'administration. Il en est le prolongement sur le Web. En plus des services en ligne, il conseille, sensibilise, rappelle, aide à comprendre, oriente, rassemble.

### 7.2.1 Ton, style

Le nouveau site se veut convivial, professionnel, proche de la population et de la clientèle. Les contenus seront pertinents, de qualité et faciles à trouver. Les contenus sont accessibles à tous les utilisateurs en un minimum de clics (usabilité) sans qu'il leur soit nécessaire de connaître l'organigramme de l'administration (reproche que l'on entend souvent).

### 7.2.2 Informations / Actualité

Le futur site couvre l'actualité municipale dans sa grande diversité. Avec son nombre illimité de pages *morges.ch* offre des compléments d'information, une base de données documentaire (avis, communiqués, préavis, rapports de commissions, motions, interpellations, postulats, etc.), des services pratiques détaillés et mis à jour en permanence (pharmacies de garde, activités culturelles, sportives et de loisirs, perturbations de la circulation, activités pour les enfants, pour les seniors, météo locale, etc.).

Le site *morges.ch* représente également un moyen rapide et efficace pour alerter en cas d'événements particuliers (intempéries, pics de pollution, pandémies, approvisionnement en cas de catastrophe, par exemple). Pour être informés des mises à jour du site en temps réel, les utilisateurs ont la possibilité de s'abonner à des flux RSS<sup>3</sup>, ainsi qu'à des lettres d'information. Ses utilisateurs bénéficient aussi de la complémentarité des contenus des pages de l'Office du tourisme et du Journal de Morges, accessibles depuis *morges.ch* et réciproquement.

### 7.2.3 Interactivité

Cette notion essentielle (Internet est le seul média vraiment interactif) permet aux utilisateurs d'agir sur les contenus. Ils peuvent se déplacer virtuellement en ville, visiter les musées, les infrastructures sportives, ou encore se promener au bord du lac et dans les parcs.

Ces contenus, les utilisateurs peuvent aussi les compléter (en annonçant une manifestation, par exemple). Ils peuvent donner leur avis, participer à des débats, poser des questions, demander des renseignements ou des conseils (forums, sondages, concours).

---

<sup>3</sup> Flux RSS (Really Simple Syndication ou Rich Site Summary) : Format de syndication de contenus qui permet à l'internaute d'être averti en temps réel des dernières mises à jour d'un site sans qu'il ait besoin de se rendre sur ce dernier (gain de temps).

#### 7.2.4 Guichet virtuel

Elément du site nécessitant des développements informatiques complexes, le guichet virtuel permet aux particuliers, aux sociétés locales et aux professionnels de réaliser au niveau communal toutes les démarches administratives en ligne 24h/24 et 7j/7 avec facilité, rapidité et sécurité (possibilité de se renseigner, de s'inscrire, de remplir un formulaire prédéfini, de commander ou de télécharger un document officiel, de procéder à une réservation ou encore d'effectuer un paiement).

Le guichet virtuel oriente également les utilisateurs vers les démarches administratives à effectuer au niveau cantonal.

Avantages du guichet virtuel pour les utilisateurs :

- Pas de déplacement, pas d'attente au guichet, pas de contraintes horaires;
- Facilité et rapidité d'accès aux informations et aux procédures;
- Communication aisée avec l'administration et les autorités;
- Services et suivis personnalisés;
- Potentiel de réduction des coûts grâce à la rationalisation des procédures administratives.

Avantages du guichet virtuel pour la Ville de Morges :

- Amélioration de l'image extérieure: administration moderne, efficace, proche de ses administrés;
- Rationalisation/allègement du travail des employés communaux au profit d'un travail de conseil et de support aux administrés;
- Potentiel de réduction des coûts grâce à la rationalisation des procédures administratives.

#### 7.2.5 Agenda / Calendrier des manifestations

Complet, facile à utiliser, l'agenda du futur *morges.ch* est autant une base de données de référence présentant tous les événements de la vie culturelle, sociale, sportive, économique et politique de Morges, qu'un outil de planification à l'usage de la Ville et de tout autre organisateur de manifestation.

L'agenda doit être un outil de planification à l'usage de la Ville Morges et de l'Office du tourisme et de tous les organisateurs de manifestations (associations, institutions, services publics, agences, etc.), qui doivent pouvoir choisir une date en connaissant préalablement celles déjà retenues par d'autres organisateurs et susceptibles de réunir un public important ou particulier (notamment sur le site de Beausobre)..

Pour les habitants et les touristes, l'agenda doit être une base de données de référence présentant tous les événements de la vie culturelle, sociale, sportive, économique et politique de Morges et de sa région.

#### 7.2.6 Cartographie

Toutes les adresses et tous les points d'intérêts (bâtiments communaux, services administratifs, installations sportives et de loisirs, musées, salles de spectacles, écoles, crèches et jardins d'enfants, places de jeux, éco-points, etc.) mentionnés sur le site sont systématiquement localisés sur une carte (cartes avec points d'intérêts).

A cet effet, des synergies sont développées avec le Système d'information du territoire de la Ville de Morges (SITECOM). Les outils utilisés doivent être en adéquation avec notre base de donnée (TOPOBASE). Une mise à jour de l'infrastructure serveur du SITECOM est nécessaire au préalable. Cette partie guichet cartographique sera donc gérée dans le cadre du projet SITECOM et du renouvellement du parc informatique.

### 7.2.7 Module e-commerce

Outil de e-commerce simple avec panier d'achat, gestion de stock, paiement sur facture ou Paypal (paiement sur site marchand : simple, sécurisée et complet). Ce système permet l'achat en ligne de certaines prestations :

- Cartes journalières CFF
- Abonnements saison et location cabines à la piscine
- Places d'amarrage
- Vins du vignoble
- Bois de chauffage de nos alpages
- Eau et gaz

### 7.2.8 Module Gestion des ressources

Permettre de consulter les disponibilités d'une salle et de la réserver, conformément au vœu N° 17 de la Commission de gestion 2008. Pas d'interface d'administration pour la gestion des réponses (uniquement envoyées par email).

Par exemple, sur la page de description de la Taupinière, le visiteur peut consulter un calendrier qui indique quand cette salle est libre. Il peut cliquer sur le jour où il désire la réserver et un formulaire lui permet d'envoyer sa demande à la personne responsable de la salle. Le responsable mettra ensuite à jour le calendrier des disponibilités sur la page de la Taupinière.

## 7.3 Volet "*communication citoyenne*"

La refonte du site actuel en changeant l'outil de gestion de contenu (CMS) permettra de couvrir 85% des besoins mentionnés dans le préavis N° 7/2.08. La grande nouveauté du *morges.ch* consiste en un développement d'un volet de notre site orienté Web 2.0 permettant de développer la partie communication, collaboration.

Ce volet va être le pilier central de la politique de communication avec comme clé de voûte, la mise en valeur du tissu social via des principes de micro-soutien. Il exploitera le côté Web 2.0 et permettra aux habitants de Morges:

- de partager entre eux des ressources (wifi, voitures, outils, etc.),
- de favoriser la collaboration entre les personnes (jardinage, nettoyage, fête des voisins, etc.),
- de s'entraider (arrosage de plantes, sport, pédibus, garde d'enfants, etc.)
- et enfin de communiquer (emplois, appartement de vacances)

Il ne faudra pas minimiser l'administration de ce volet qui devrait être dévolu à la personne s'occupant de la communication.

## 7.4 Les besoins non retenus dans cette demande de crédit

Sur la base des besoins définis dans le cadre du préavis 2008, certains besoins soulevés n'ont pas été retenus car considérés comme soit trop spécifiques à un service/personne ou trop complexes, c'est-à-dire nécessitant un développement à part entière. Nous y renonçons pour l'instant. Cela concerne :

- **Configurator**, permettant à une personne de calculer/évaluer ce qu'il a droit ou ce qu'il doit payer. Ce besoin est exprimé par le Centre de vie infantine (demande caduque, car les parents peuvent déjà le faire depuis le site de l'AJEMA) et le Théâtre de Beausobre. Le besoin de ce dernier pourrait à terme être intégré dans le guichet cartographique.

- **la mise sur Internet de la bibliothèque** : ce projet est déjà réalisé à l'aide du programme PMB acquis à fin 2007 pour remplacer le logiciel OPSYS. Ce site est disponible sur un serveur séparé. Des liens peuvent être faits depuis le site *morges.ch*.

## 8 DESCRIPTION TECHNIQUE

### 8.1 Outils informatiques

Le nouveau site doit être construit et géré à partir d'un CMS performant, facile d'utilisation et évolutif permettant une gestion multisite, multimédia et multilingue. A terme, cet outil doit en outre rendre possible – entre autres développements – l'intégration complète des services en ligne (guichet virtuel) dans les applications métiers de la Ville de Morges, ainsi que l'introduction de la signature électronique. Or, le CMS dont dispose actuellement la Ville de Morges ne répond pas à ces critères.

L'acquisition d'un nouvel outil informatique tel que décrit ci-dessus est par conséquent primordiale et conditionne l'entier du projet *morges.ch*. Il pourrait s'agir d'un CMS open source.

### 8.2 Structure du site / Ergonomie

Le futur *morges.ch* applique les règles les plus actuelles en matière d'ergonomie et dispose d'un moteur de recherche interne performant. Sa structure est de type thématique. Elle oriente efficacement les différents groupes d'utilisateurs et prend en compte leurs besoins spécifiques. Les contenus sont accessibles à tous les utilisateurs en un minimum de clics (usabilité) sans qu'il leur soit nécessaire de connaître l'organigramme de l'administration.

### 8.3 Accessibilité

Le futur *morges.ch* applique les standards du Web (normes W3C<sup>4</sup>), ainsi que les normes de la fondation Accès pour tous, l'organisme indépendant – reconnu par la Confédération – qui est chargé d'évaluer et de certifier l'accessibilité des sites Web aux personnes handicapées et aux personnes âgées. Son label pour sites Web sans barrières certifie que le site en question est accessible aux handicapés et aux personnes âgées.

Les contenus du site doivent par exemple être lisibles par les logiciels d'assistance utilisés par les non-voyants, un système de traduction des pages en langage parlé (vocalisation) doit être proposé, ainsi qu'une fonctionnalité - utile aux malvoyants et aux personnes âgées – permettant l'agrandissement des caractères.

### 8.4 Sécurité

Le futur *morges.ch* applique les normes eCH<sup>5</sup> édictées par la Confédération en matière de sécurité de l'information dans la cyberadministration :

- Protection de la personnalité (protection des données);
- Protection de l'information (confidentialité);
- Intégrité (exclusion de toute modification des données lors des transmissions);
- Authenticité (identification sûre du partenaire de la communication).

---

<sup>4</sup> W3C : Le World-Wide-Web-Consortium est l'organisme de standardisation de toutes les techniques concernant le World-Wide-Web. Son principal objectif est la mise au point de normes et de protocoles ouverts et libres, dans un souci d'interopérabilité maximale.

<sup>5</sup> Organisation suisse de standardisation en matière de cyberadministration  
page 13/20

Aucun compromis n'est fait en matière de sécurité.

## 9 CALENDRIER POUR LA REFONTE DU SITE INTERNET

Une fois l'offre adjugée, voici ce qui est possible d'obtenir en échelonnant les différentes phases sur une période donnée :

- 3 mois après l'adjudication : Intranet, finalisation volet "communication citoyenne" et lancement du développement du site *morges.ch*.
- 15 mois après l'adjudication : Finalisation du site *morges.ch*, formation des rédacteurs, développement des modules supplémentaires (e-commerce & gestion des ressources)

## 10 COUTS DE LA REFONTE DU SITE INTERNET

### 10.1 Coûts de la refonte du site Internet

Libellé		CHF
<b>Site morges.ch</b>		<b>228'500.00</b>
- spécification et interface	42'000.00	
- outil de base (CMS, arborescence,..)	76'000.00	
- copywriting	28'000.00	
- consulting pour intranet	2'500.00	
- e-commerce	14'000.00	
- gestion des ressources	24'000.00	
- volet communication citoyenne	42'000.00	
<b>Formation</b>		<b>3'750.00</b>
TVA 7.6%		17'651.00
<b>TOTAL Investissement</b>		<b>249'901.00</b>
<b>coût annuel de maintenance</b>		<b>11'000.00</b>

Dans le cas de délégation du développement à l'externe, nous pouvons distinguer les coûts suivants :

- développement site *morges.ch* (incluant les spécifications, l'interface et les outils de base) ainsi que l'e-commerce, pour CHF 186'500 HT;
- le volet communication citoyenne, pour CHF 42'000 HT.

Nous arrivons donc à un total de CHF 249'901, formation et TVA comprise.

Les coûts d'interfaçage entre les données envoyées à l'aide de formulaires et nos applications internes afin d'optimiser les processus, ne sont pas prévus dans l'offre. Ils seront évalués de cas en cas et intégrés dans le budget de fonctionnement.

Globalement les coûts de cette solution seront donc plus élevés que ce qui est demandé actuellement, mais le résultat sera également de meilleure qualité.

### 10.2 Coûts de maintenance

Au niveau des coûts de maintenance fonctionnelle du site, nous sommes sensiblement moins chers que ce que nous payons actuellement, puisque elle nous serait facturée CHF 11'000 HT par rapport au CHF 18'500 HT aujourd'hui.

Il n'y a pas de coût de licence.

## 11 CONSEILLER EXTERNE & POSTE DE CHARGE DE COMMUNICATION

Nous avons prévu de travailler en différentes phases sur cette politique primordiale :

- 2009 : phase de mise en place
- 2010 : en plein régime avec un consultant externe
- 2<sup>e</sup> semestre 2010 : engagement d'un chargé de communication.

Les tâches actuelles d'information sont fragmentées et dispersées, et surtout, elles ne peuvent être qu'exceptionnelles, puisque non prévues dans les planifications d'occupation, lesquelles n'offrent plus de marge de manœuvre. De ce fait, ce sont les inspirateurs de la communication qui rédigent directement les textes, les mettent en forme et les remontent sur le site Internet ou les expédient aux organes de presse. Nous proposons d'abord de tisser des liens avec un consultant externe puis, une fois la démarche lancée, d'intégrer un poste à un taux d'activité à 60% au sein de l'administration.

### 11.1 Consultant externe

C'est pourquoi, en 2009 et 2010, nous souhaitons nous associer avec un consultant externe pour le pilotage global de la communication et veille stratégique, soit les activités suivantes :

- Séances bimensuelles avec le comité de pilotage communication de la Ville
- Monitoring médias
- Appui / rewriting éventuel de certains préavis du Conseil Communal
- Soutien à l'organisation d'une journée Rencontre avec les entreprises et leaders de la Région
- Soutien au recrutement du chargé de communication
- Disponibilité permanente
- Appréciations et conseils ponctuels non planifiés
- Appréciations sur le projet de cyberadministration.

### 11.2 Chargé de communication : cahier des charges

Dès le 2<sup>e</sup> semestre 2010, nous pensons que ce travail peut être repris au sein de l'administration. Vu les tâches à réaliser, il apparaît nécessaire de prévoir une force de travail spécialisée et supplémentaire, directement rattachée au secrétaire municipal, afin de prendre en charge les tâches suivantes :

- Politique de communication : développer et appliquer le plan de communication interne et externe, définir la politique de communication sur les objets importants présentés par la Municipalité, garantir la cohérence et la pertinence des contenus et supports de communication, élaborer des thèmes spécifiques issus des priorités du programme de législature
- Développement de supports et actions de communication sur le site Internet : assurer la mise à jour active et passive ainsi que l'évolution des présentations des informations sur le site Internet, développer l'éditorial de certaines rubriques de la plate-forme Web (recherche, récolte, analyse et traitement des contenus d'information), former les utilisateurs sur l'outil de gestion de contenu (CMS), administrer le site "*communication citoyenne*".



### 11.2.1 Taux d'activité à 60% et coût du poste

La Municipalité vous propose l'engagement d'une personne avec un taux d'activité à 60% . En effet, comme nous exigeons de la flexibilité, soit une présence lors des moments clés, il nous faut une personne présente pendant au moins 3 jours. Le salaire dépendant de l'âge, des compétences et de l'expérience, la fourchette estimée se situe entre CHF 60'000 (brut) et CHF 70'000 (brut) à l'engagement pour un taux d'activité de 60%. Par ailleurs, il faut également compter le matériel informatique et les licences, soit une somme de CHF 6'000.00.

## 12 COMPARAISON AVEC LES AUTRES COMMUNES

Villes	Part du budget consacré à la communication	Remarques	Présence d'un chargé de communication	Taux d'activité du chargé de communication
Vevey	SFr. 10'000	+ budget communication directement au sein des services	oui	50%
Pully		les actions se font sur le budget à disposition au sein des différents services et dicastères	oui	60%
Nyon	SFr. 132'000	Frais d'information pour la communication de la Ville: Cahier pratique, 6 x Lettre d'info, + diverses opérations de comm ponctuelle.	oui mais avec cumul d'autres fonctions: manifestations et remplacement de la Secrétaire municipale	100%
Bernex /Genève	SFr. 84'500	Vit essentiellement sur le budget des autres services. Le budget couvre : gestion du journal communal (4 N° de 24 à 28 pages), gestion du site, relations presse, les tous ménages, la plaquette d'information de la commune	oui	40%
Aigle	SFr. 23'000	Budget communication directement au sein des services Budget du site Internet : CHF 23'000	oui	40%
Montreux	SFr. 138'000	comprenant 5 éditions du journal communal, un nouveau concept pour l'accueil des nouveaux habitants, un manuel du collaborateur + mise au point d'une procédure d'accueil et d'information interne, des actions ponctuelles (communiqués de presse, conférences de presse, etc.). Le montant ne comprend pas le site Internet ni les actions de communication qui accompagnent les grands projets.	oui	50%
Yverdon-les-Bains	SFr. 329'000	auquel s'ajoute CHF 50'000 de crédit complémentaire pour divers projets. Une précision : la culture, le service des travaux et de l'environnement, l'Agenda 21 gèrent leur propre budget de communication	oui	70% + assistante à 40% dès le 1.09.

## 13 REPONSE AU POSTULAT VINCENT JAQUES ET A LA MOTION ERIC BAUER

M. le Conseiller communal Vincent Jaques a déposé le 3 octobre 2007 un postulat demandant à la Municipalité comment elle entend développer harmonieusement sa communication de services publics avec la population qu'elle sert.

Afin d'illustrer son propos, il citait quelques exemples de villes voisines :

- "A Nyon, la Municipalité s'offre quatre fois par an une page complète d'informations dans le journal "La Côte".
- A Vevey, la commune vient de décider de confier sa communication à un employé dont le cahier des charges a été spécialement défini.



- *A Renens, la commune édite une publication tous ménages et dispose également de ses propres caissettes de distribution".*

L'engagement significatif de la Municipalité en faveur du principe d'une politique de communication plus transparente et moins bureaucratique l'a incité à se saisir du postulat de Vincent Jaques pour envisager un effort supplémentaire en matière de communication. En effet, la Municipalité estime que sa mission est de faire en sorte que l'information soit comprise et mémorisée de façon durable par le plus grand nombre de ses citoyens. Par conséquent, elle doit adapter son contenu, sa mise en forme en fonction des comportements des destinataires.

Dès lors, le présent rapport-préavis répond à cette exigence et a pour but de :

- Repenser et renforcer l'accès à l'information en réfléchissant sur les supports d'information à disposition
- Tirer un meilleur parti des ressources en place
- Fédérer un visuel de reconnaissance de l'information via tous les supports
- Faire évoluer certains supports vers plus de convivialité
- Faciliter le flux d'information à l'interne.

Il est ainsi répondu au postulat Vincent Jaques.

Par ailleurs, le 2 mars 2005, M. le Conseiller communal Eric Bauer et consorts déposait une motion intitulée "Pour une stratégie de la commune en matière de cyberadministration". Elle a été développée le 11 mai 2005. Les motionnaires prient la Municipalité de définir une stratégie indiquant comment utiliser les moyens et ressources disponibles pour contribuer par des prestations de cyberadministration aux objectifs de la Commune pour ceux qui y habitent, y travaillent ou la visitent. Le présent préavis précise notamment : l'objectif poursuivi, les limitations connues et prévisibles, le public cible, les acteurs, les moyens et ressources mis en œuvre, le cadre de temps, ainsi que les sources de comparaison ou de partage d'expérience (communes, cantons, Confédération, autres).

Il est ainsi répondu à la motion Eric Bauer et consorts.

## 14 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. de prendre acte de la volonté de la Municipalité de renoncer à sa 1<sup>ère</sup> stratégie telle que figurant dans le préavis N° 7/2.08;
2. de prendre acte des nouvelles intentions de la Municipalité de développer sa nouvelle stratégie en matière de politique de communication et de cyberadministration ;
3. d'accorder un crédit de CHF 285'000 pour le développement de la politique de communication de la Ville;
4. de dire que ce montant sera amorti, en règle générale, en 3 ans, à raison de CHF 95'000.00 par année, à porter en compte dès le budget 2010;

5. d'accorder un crédit de CHF 250'000.00 pour le développement du site *morges.ch* (incluant les spécifications, l'interface et les outils de base) ainsi que l'e-commerce et la gestion des ressources, et le volet communication citoyenne;
6. de dire que ce montant sera amorti, en règle générale, en 3 ans, à raison de CHF 83'400.00 par année, à porter en compte dès le budget 2010;
7. d'accorder dès 2010 un poste de travail chargé de communication (taux d'occupation à 60%) supplémentaire dans le cadre de la politique de communication de la Municipalité telle que présentée dans ce préavis, et de dire que le montant du salaire, charges sociales comprises, sera porté aux comptes dès l'année 2010;
8. d'accorder la somme de CHF 6'000.00 pour couvrir les frais de matériel et de logiciels informatique et de dire que le montant sera porté aux comptes 2010;
9. de dire qu'il est ainsi répondu au postulat Vincent Jaques;
10. de dire qu'il est ainsi répondu à la motion Eric Bauer et consorts.

Annexes :

1. Description de fonction du poste de chargé de communication

**Adopté par la Municipalité dans sa séance du 15 juin 2009.**

la syndique

le secrétaire

N. Gorrite

G. Stella

**DESCRIPTION DE FONCTION**

<b>Direction :</b> AGCT	<b>Service/secteur :</b> Greffe municipal
<b>Titre du poste :</b> Chargé de communication	<b>Taux occupation :</b> 60%
<b>Titulaire :</b>	<b>Classification :</b> XX
<b>Subordonné à :</b> Secrétaire municipal	<b>Remplace :</b> <b>Remplacé :</b>
<b>Etabli le :</b> 09.06.2009	<b>Approbation titulaire :</b>
<b>Date mise à jour :</b>	<b>Approbation chef de service :</b>

**Raison d'être du poste :**

- Coordonner les différents acteurs contribuant à l'évolution du contenu du site Internet
- Assister la Municipalité et le secrétaire municipal dans le développement de la politique de communication de la ville
- Veiller à la cohérence et à la pertinence des contenus et supports de communication

**Dimension et limite de fonction :**

- Compétence : signature et budget aucune
- Contrainte : flexibilité dans l'organisation du 60% pour pouvoir répondre aux urgences éventuelles

**Formation et expérience requises :**

- Formation reconnue de spécialiste en communication (licence en communication ou diplôme SAWI-SPRI de chargé de communication) ou formation jugée équivalente
- Expérience de 1 à 2 ans en matière de communication institutionnelle
- Bonne compréhension du fonctionnement des institutions politiques
- A l'aise dans la gestion de projets et la coordination de ressources
- Bonnes connaissances en allemand et en anglais, parlé et écrit
- Intérêt pour la vie locale et ses institutions

**Aptitudes et attitudes requises :**

- Capacité à travailler de manière autonome
- Capacités d'analyse et esprit de synthèse
- Aptitude à convaincre et à motiver
- Esprit d'équipe et entregent
- Souplesse
- Sens des relations humaines
- Capacité à établir des contacts et constituer un réseau
- Approche systématique et organisée dans le travail

## TACHES PRINCIPALES

### Politique de communication

- Appliquer le plan de communication (forme et fond) interne et externe
- Proposer des thèmes de communication en fonction des priorités de la législature
- Assister la Municipalité dans sa manière de communiquer
- Mettre en pratique les supports de communication et veiller au bon déroulement des projets de communication
- Coordonner et organiser les opérations presse en lien avec le secrétaire municipal

### Direction de projet

- Contrôler le contenu du site Internet
- Administrer le volet "communication citoyenne"
- Superviser l'évolution éditoriale du site Internet

### Rédaction/contribution

- Développer l'éditorial de certaines rubriques de la plate-forme Web : recherche, récolte, analyse et traitement des contenus d'information
- Assurer la veille éditoriale, proposer des sujets
- Participer à la rédaction et à la mise à jour de la charte graphique et éditoriale
- Garantir la ligne éditoriale

### Contrôle/validation site Internet

- Contrôler la qualité en aval du contenu produit par les contributeurs: relecture et retouche(s) tant au niveau du fond que de la forme
- Insérer, mettre à jour et retoucher les contenus moyennant l'outil de gestion de contenu (CMS)

### Support

- Former les utilisateurs sur l'outil CMS
- Assurer le support aux utilisateurs du CMS ainsi qu'aux internautes/intranauts

### Analyse

- Analyser les statistiques de fréquentation et proposer des mesures d'amélioration si nécessaire

### Liaison externe

- Renforcer les relations avec la presse
- Renforcer le partenariat avec d'autres administrations (Confédération, Canton, Communes)