

N° 21/11.09

RAPPORT-PREAVIS COMPLEMENTAIRE 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"

Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs,

La commission chargée d'étudier cet objet, composée de MM. Frédéric AMBRESIN, Eric BAUER, Richard BOUVIER, Rémy DELALANDE, Stéphane DEWARRAT, Vincent JAQUES, Joan MERINO, Vincent TETAZ et de la présidente-rapporteur soussignée, Mme Dominique-Anne KIRCHHOFER, s'est réunie à trois reprises, les 20 août, 17 septembre et 28 septembre 2009.

La commission remercie Mme la Syndique Nuria GORRITE, MM. les Municipaux Denis PITTET et Frédéric JOMINI, ainsi que M. Olivier RAPPAZ, directeur de la Société Cadence Conseils à Lausanne, pour leur présentation et explications fournies lors de la première séance du 20 août 2009, ainsi que pour leurs réponses complémentaires aux questions ultérieures de la commission.

1 PREAMBULE

Le rapport-préavis envoyé au Conseil communal le 17 juin 2009 et soumis à la présente commission expose en détails la nouvelle stratégie sur la politique de communication que la Municipalité se propose de mettre en place. On rappellera ici qu'elle est fondée sur quatre axes :

- *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.*

La Municipalité a ainsi intégré à sa politique de communication l'aspect cyberadministration et site Internet en tant que supports permettant davantage d'échanges avec les citoyens.

2 UNE PROCEDURE INHABITUELLE

En mai 2008, le Conseil communal avait accepté d'accorder jusqu'à fin 2011 un poste de travail supplémentaire dans le cadre de l'amélioration et du développement de l'offre Internet et notamment les aspects prioritaires liés à la cyberadministration. L'intention de la Municipalité était alors d'engager une personne ayant des compétences techniques à l'interne de l'administration pour "*internaliser*" le fond et d'externaliser la présentation graphique.

La Municipalité a cependant préféré reprendre le débat compte tenu des doutes exprimés par la commission sur les difficultés à trouver l'"oiseau rare" (v. rapport de la commission au Conseil communal N° 7/5.08, ch. 3.1), d'une part, et, d'autre part, du postulat déposé le 3 octobre 2007 par M. le Conseiller communal Vincent JAKUES lui demandant comment elle entendait développer harmonieusement sa communication de services publics avec la population qu'elle servait. Elle est arrivée à la conclusion qu'une politique globale de communication devenait nécessaire.

La Municipalité, respectivement une délégation municipale, a donc procédé à des appels d'offres auprès de bureaux de communication (y compris de la place morgienne) et a retenu la Société Cadence Conseils à Lausanne pour le volet communication. Elle s'est également approchée d'une entreprise privée pour la plate-forme web, constatant qu'elle bénéficierait de plus de prestations et d'un meilleur rapport qualité-coût avec une société pluridisciplinaire.

3 ANALYSE DE LA SITUATION PAR CADENCE CONSEILS

Cadence Conseils se propose de fixer les grandes lignes de la communication pour les deux à trois ans à venir (le court terme, par exemple six mois, n'étant pas profitable). La stratégie de communication repose sur :

- (a) un cadre,
- (b) des objectifs généraux et par groupe cible,
- (c) des actions.

a) Le cadre :

Le constat global fait par Cadence Conseils au terme de son analyse de la communication actuelle à Morges n'est pas mauvais. Dans les atouts, sont relevés une bonne circulation de la communication dans l'administration et une bonne communication transversale. Les points faibles résident dans le fait que l'approche n'est pas la même pour tous et qu'il est nécessaire de fixer des lignes directrices et des limites. Une amélioration est également indispensable sur le fond (il faut soigner l'argumentation) et sur l'aspect tactique (il faut choisir le bon moment).

b) Les objectifs et les publics cible :

Cadence Conseils distingue des objectifs généraux pour la ville (ch. 4.1 du rapport-préavis) et des objectifs en fonction des publics cible soit le personnel de l'administration (ch. 4.2 du rapport-préavis), du Conseil communal (ch. 4.3 du rapport-préavis), des Morgiens et des habitants de la région (ch. 4.4 du rapport-préavis), des médias (ch. 4.5 du rapport-préavis) et d'autres cibles comme des communes voisines, le Canton, la Confédération, des sociétés locales, des associations ou des partenaires entreprises (ch. 4.6 du rapport-préavis). Les objectifs généraux et les objectifs définis pour les publics cible précités ayant été clairement énumérés dans le rapport-préavis, on y renvoie.

c) Les actions :

Cadence Conseils a défini un plan d'actions à l'interne (ch. 5.1 du rapport-préavis), envers les médias (ch. 5.2 du rapport-préavis), auprès d'un public de proximité (ch. 5.3 du rapport-préavis) et auprès du monde politique (ch. 5.4 du rapport-préavis). En complément à ce plan d'actions détaillé dans le rapport-préavis et auquel on renvoie également, Cadence Conseils a exposé qu'à l'interne, la motivation des collaborateurs(trices) était liée au degré d'information des gens. La création d'un journal communal visait à mieux maîtriser l'information pour présenter des projets (avantages/inconvénients), des numéros spéciaux pouvant être consacrés aux projets importants (par exemple le vignoble, Morges Gare-Sud, etc.), et à toucher l'ensemble de la population, des plus jeunes aux plus âgés. Des encarts seraient possibles à l'exception de publicités. Le but consistant à créer une plus-value par rapport au *Morges Info* actuel, lequel sera soit modifié soit supprimé. Le journal communal serait élaboré par un comité de rédaction comprenant des personnes internes à l'administration.

A la question d'un commissaire, il a été répondu que le journal communal serait objectivement neutre, qu'il s'agirait d'un outil journalistique et non de propagande, et qu'il permettrait d'assurer un équilibre entre les dicastères.

4 COÛTS DE LA POLITIQUE DE COMMUNICATION ET REFLEXIONS DE LA COMMISSION

La commission s'est penchée avec beaucoup d'attention sur le résumé des coûts de la politique de communication, présenté sous forme de tableau sous chiffre 6 du rapport-préavis. Elle a passé au crible les différentes actions visées et ses réflexions, fondées sur des compléments d'informations demandés à la Municipalité, sont les suivantes :

4.1 Communication interne

Les actions prévues pour la communication interne sont une e-newsletter (6 à 8 fois par an), une charte graphique, un document modus operandi fixant les règles de la communication communale, la gestion de crise, le pilotage global de la communication et veille stratégique.

La commission a ramené les coûts planifiés par la Municipalité à CHF 51'000.00 en 2010 à la somme de CHF 49'500.00. La différence concerne principalement l'e-newsletter : pour les membres de la commission, le concept (plaquette) peut-être défini en une fois sans avoir à être remodelé par la suite. Le rewriting confié à un consultant externe pour un coût planifié de CHF 12'000.00 en 2010 a été jugé trop cher par la commission qui considère que ces frais doivent être inclus dans le pilotage global de la communication et veille stratégique avec l'appui d'un consultant pour lequel la Municipalité a déjà devisé un montant de CHF 30'000.00 en 2010.

4.2 Communication aux politiques

Les actions prévues sont la création d'un rapport d'activité institutionnel, l'élaboration d'un concept graphique pour "Municipalité en Bref".

La commission s'est interrogée sur la pertinence de l'élaboration d'un rapport d'activité institutionnelle qui serait créé en plus du rapport de gestion que nous connaissons actuellement. Considérant que la Municipalité bénéficiera déjà d'un journal communal qui paraîtra six fois par an (on y revient ci-dessous), la commission estime qu'une édition spéciale de ce journal pourrait être consacrée à la gestion (par exemple en juin), ce qui diminuerait les coûts liés à l'élaboration d'un concept graphique uniquement pour la gestion. La commission propose en conséquence de renoncer à la somme de CHF 28'000.00 planifiée en 2010, mais de conserver dans la planification des coûts 2010 la somme de CHF 1'500.00 planifiée en 2009 pour la communication de "Municipalité en Bref".

4.3 Communication aux médias

Les actions prévues sont une journée training médias, points presse, partenariat avec le Journal de Morges.

La commission considère que la Ville de Morges, en tant que chef-lieu de district, doit bénéficier d'un espace pour communiquer sur la région. Les projets que la Ville de Morges défend ne sont pas uniquement morgiens, et il importe donc de pouvoir communiquer aux autres communes la position du chef-lieu du district.

En revanche, la commission considère que la rédaction d'articles en partenariat avec le Journal de Morges doit être faite par le chargé de communication que la Municipalité propose d'engager (on y revient ci-dessous) et que la rémunération planifiée à CHF 1'200.00 par numéro par la Municipalité, d'un consultant, ne doit pas être comptabilisée en plus mais faire partie de l'enveloppe de CHF 30'000.00 planifiée pour le pilotage global de la communication et veille stratégique avec l'appui d'un consultant, figurant dans les coûts de la communication interne, sous chiffre 4.1 ci-dessus.

Compte tenu du poste de chargé de communication proposé, la commission ne s'est pas ralliée non plus à la nécessité de bénéficier de journées training médias et aux autres coûts liés aux points presse planifiés à hauteur de CHF 26'500.00 en 2009 et 2010.

En définitive, la commission a ramené les coûts planifiés en 2010 par la Municipalité de CHF 44'500.00 à CHF 14'40.00.

4.4 Communication de proximité

Les actions prévoient la création d'un journal communal (4 à 6 numéros par an).

Les membres de la commission souscrivent au principe de la création d'un journal communal paraissant six fois par an et aux coûts liés à sa conception et parution de même qu'à la conservation du *Morges Info* dans sa forme actuelle jusqu'à la réalisation dudit journal communal.

Considérant que les coûts planifiés en 2009 pour la conception du journal communal doivent être reportés sur 2010 dès lors qu'il ne sera pas possible, faute de temps, de procéder au lancement du journal communal avant 2010, les membres de la commission ont accepté de porter les coûts planifiés par la Municipalité de CHF 90'000.00 en 2010 à la somme de CHF 106'00.00.

La commission considère qu'il est préférable que la Municipalité prenne le temps de bien réfléchir au concept du journal communal à créer, et que celui-ci soit lancé en 2010 plutôt que d'agir dans la précipitation.

4.5 Résumé des coûts calculés par la commission

Comme indiqué ci-dessus, la commission estime qu'il est nécessaire de prendre le temps de la réflexion pour la conception du journal communal et la création d'une e-newsletter à l'interne. Compte tenu des quelques mois nous séparant de la fin de l'année 2009, les membres de la commission ne se sont pas ralliés aux chiffres planifiés par la Municipalité pour 2009 à hauteur de CHF 71'000.00. Dans ces calculs, la commission a reporté sur 2010 des coûts uniques, planifiés par la Municipalité en 2009, et qui ne pourront en revanche être effectifs qu'en 2010, faute de temps.

En définitive la commission souscrit aux coûts planifiés pour 2010 de la façon suivante :

Communication interne	49'500.00
Communication aux politiques	1'500.00
Communication aux médias	14'400.00
Communication de proximité	<u>106'000.00</u>
	171'400.00

Le montant de CHF 171'400.00 a été arrondi par la commission à CHF 175'000.00.

5 REFONTE DU SITE INTERNET

La refonte complète du site Internet vise une meilleure interactivité.

Les objectifs présentés sous chiffres 7.1 à 7.3 du rapport-préavis et la description technique figurant sous chiffres 8.1 à 8.4 du rapport-préavis ont plongé les membres de la commission dans une grande perplexité. La commission reconnaît la nécessité de créer un nouveau site Internet, le site actuel étant dépassé, peu convivial et compliqué. En revanche les coûts de la refonte du site Internet figurant sous chiffre 10 du rapport-préavis ont plongé les membres de la Commission dans l'embarras. Interpellée, la Municipalité a répondu, d'une manière complémentaire par la voie de sa Syndique, qu'elle avait demandé à une société spécialisée dans le développement de sites Internet et de fonctions sur mesures, de chiffrer le concept. Cette société s'est basée sur le rapport de pré-étude de la cyberadministration et sur le contenu du premier préavis (N° 7/2.08), pré-étude à laquelle la Municipalité a participé lors de plusieurs réunions de travail. A la question de la commission de savoir comment les chiffres figurant sous chiffre 10 du rapport-préavis avaient été calculés, il a été répondu que les montants étaient des estimations, calculées en prenant en compte divers éléments comme :

- Consulting pour la mise en place d'un Intranet en rapport avec le nouveau design du site.
- Spécifications et architecture de l'information, en tenant compte de l'accès aux personnes handicapées (<http://www.w3.org/TR/WCAG20>).
- Maquettes statiques des pages principales incluant un nouveau graphisme et 10 à 15 modèles graphiques.
- Mise en place d'un nouveau CMS (Content Management System) : outil de gestion de contenu incluant l'arborescence de pages, un éditeur de texte simple et une gestion des images (galerie et autres).
- Gestion des utilisateurs, multi-rédacteurs, système de workflow, gestion des droits.
- Gestion des formulaires.
- Annuaire.
- Digital Assets Management : gérer des documents (pdf) dans un annuaire spécifique avec métas données (titres, description, tag, catégories, etc.).
- Module d'aide: gestion des questions fréquentes.

- Gestion d'actualités (catégories, tags, archives) : outils de news avec publication différée et "dépublication" programmée.
- Gestion d'événements (catégories) : créer du contenu en lien avec une date et affiché dans un calendrier.
- Flux RSS et newsletter : suivre l'actualité du site (syndication de contenu).
- Moteur de recherche : rechercher un terme dans le site.
- Outil de traduction : pouvoir traduire les contenus et la structure du site en plusieurs langues
- Google Calendar/Maps : formation et intégration de l'outil Google Calendar/maps pour toutes les besoins en calendrier/cartographie simple (carte des points de récolte des déchets).
- Extranet : des zones du sites pourront être transformées en Extranet basic accessibles seulement avec un login et un mot de passe.
- Solution de paiement sécurisée pour la partie e-commerce.
- Hébergement et maintenance.

Egalement interpellée par la commission, la Municipalité n'a pas pu donner plus de détails au niveau des montants que ceux figurant sous chiffre 10 du rapport-préavis.

Face à ces données, les membres de la commission se sont rendus à l'évidence qu'ils ne disposaient d'aucun moyen pour contrôler les chiffres présentés, ni à fortiori pour déterminer si certains d'entre eux étaient trop élevés. La commission a jugé qu'il serait inopportun, en termes de coûts, de solliciter un crédit d'étude pour mieux cerner les besoins et les coûts de la refonte du site internet. Elle s'est résolue à accepter les montants d'investissement à hauteur de CHF 249'901.00 et le coût annuel de maintenance pour CHF 11'000.00, tels que proposés par la Municipalité, en se fondant sur le principe de la confiance. Toutefois, la commission émet à ce stade deux vœux :

1. Que les logiciels libres soient pris en considération dans la procédure d'évaluation préalable à la mise en place ou au renouvellement des logiciels, conformément au vœu N° 2 de la Commission de gestion 2008.
2. Qu'il soit procédé à un appel d'offres de plusieurs entreprises et que soit choisie l'entreprise offrant le meilleur rapport qualité-prix.

Il appartiendra également à la Commission de gestion de veiller à vérifier que le montant voté a bien été étudié et n'a pas été surévalué. Elle s'assurera aussi de la bonne mise en œuvre de la politique de communication dans le respect des concepts établis par la Municipalité.

6 CONSEILLER EXTERNE ET POSTE DE CHARGE DE COMMUNICATION

Comme cela ressort du rapport-préavis (ch. 11), il est prévu de travailler en deux phases soit d'abord une phase de lancement au cours de laquelle il sera tissé des liens avec un consultant externe, puis une fois la démarche lancée, de réaliser le travail à l'interne par le biais d'un poste de chargé de communication à 60 %, l'idée étant que plus la personne engagée entrera dans sa mission sur le plan opérationnel, plus le conseiller externe se retirera. La Municipalité justifie la nécessité d'un poste à l'interne par le fait que le chargé de communication doit être au courant de ce qui se passe dans la Commune et à la disposition rapide de la Municipalité. Le volume de travail de ce qui est prévu, impose un poste à 60 %. En dessous d'un tel pourcentage, il serait par ailleurs difficile de trouver une personne motivée sous l'angle de la participation au façonnage de l'image de la Municipalité, pour reprendre les termes exposés aux membres de la commission. Le chargé de communication sera choisi par la Municipalité et la Société Cadence Conseils.

La commission souscrit à la création d'un poste de chargé de communication à 60 %.

Dans ses réflexions, la commission a en effet considéré que le poste devait avant tout servir à la Communication, qu'au vu des objectifs élevés, la personne devait disposer du temps nécessaire à la rédaction et à la réflexion, et qu'il n'appartenait pas au Secrétaire municipal de se charger de ces tâches.

Le poste de travail accordé en 2008 dans le cadre du rapport sur la cyberadministration (N° 7/5.08) portait sur un 100 %, alors que le poste proposé est de 60 %, ce qui paraît plus adéquat.

7 REPONSE AU POSTULAT VINCENT JAQUES ET A LA MOTION ERIC BAUER

MM. Vincent JAQUES et Eric BAUER, tous deux membres de la commission, ont considéré que le rapport-préavis N° 21/6.09 répondait pour le premier à son postulat, pour le second à sa motion.

8 DETERMINATIONS DE LA COFIN

La Commission des finances s'est déterminée. Son rapport est joint en annexe au présent rapport de la commission.

9 CONCLUSION

La Communication revêt une grande importance de nos jours, c'est une évidence. Il importe que la Ville de Morges puisse se doter d'un outil de communication performant à l'interne comme à l'externe pour permettre aux personnes concernées d'être informées en toute transparence et objectivité. La refonte du site Internet se justifie également en raison de la vétusté du site actuel et de la nécessité de permettre aux citoyens et autres internautes d'être en lien avec leur administration communale de manière plus rapide et efficace. Cependant, les coûts de ces nouveaux outils de communication doivent être mesurés. La commission s'est attachée à examiner, en toute objectivité, les coûts de la politique de communication, sur la base d'informations complémentaires communiquées par la Municipalité. C'est à la majorité de huit oui et une abstention que les membres de la commission ont accepté les chiffres 1 à 4 du présent rapport.

La commission a dû se fonder sur le principe de la confiance en ce qui concerne le coût de la refonte du site Internet, pour les motifs évoqués dans le présent rapport. C'est à une majorité de six oui et trois abstentions que la commission a voté les conclusions 5 à 8 du présent rapport.

C'est à l'unanimité enfin que la commission a voté les conclusions 9 et 10 du présent rapport.

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 première 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 175'000.00 pour le développement de la politique de communication de la Ville;
4. de dire que ce montant sera amorti, en règle générale, en trois ans, à raison de CHF 58'300.00 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 trois 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 informatiques et de dire que le montant sera porté aux comptes 2010;
9. de dire qu'il est ainsi répondu au postulat Vincent JAKUES;
10. de dire qu'il est ainsi répondu à la motion Eric BAUER et consorts.

au nom de la commission
La présidente-rapporteur

Dominique-Anne Kirchhofer