



SITE WEB MUNICIPAL GUIDE PRATIQUE

À l'intention des élus et des gestionnaires
des municipalités du Québec

Réalisé par le CEFRIO avec
la collaboration du ministère
des Affaires municipales et des
Régions du Québec

cefrío
votre lien avec l'avenir

Québec 

Le **CEFRIO** (Centre francophone d'informatisation des organisations) est un centre de liaison et transfère qui regroupe près de 160 membres universitaires, industriels et gouvernementaux ainsi que 46 chercheurs associés. Sa mission : aider les organisations à être plus productives et à contribuer au bien-être des citoyens en utilisant les technologies de l'information (TI) comme levier de transformation et d'innovation. En partenariat, le **CEFRIO** réalise partout au Québec des projets de recherche et de veille stratégique sur l'appropriation des TI. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie québécoise, tant privé que public. Les activités du **CEFRIO** sont financées en majeure partie par ses membres et par le gouvernement du Québec, son principal partenaire financier.

Site Web municipal : guide pratique à l'intention des élus et des gestionnaires des municipalités du Québec

www.cefrio.qc.ca/pdf/Guide_Web_municipal.pdf

Ce guide a été réalisé par le CEFRIO en collaboration avec l'Université de Sherbrooke, l'organisme Bromont, collectivité ingénieuse, le ministère des Affaires municipales et des Régions (MAMR) et le ministère des Services gouvernementaux (MSG).

RECHERCHE ET RÉDACTION

Catherine Lamy, directrice adjointe, Enquêtes et Veille stratégique, CEFRIO

COMITÉ DE RÉDACTION

Jean-Yves Beaudoin, chargé de projet, Bromont, collectivité ingénieuse

Benoît Carrier, chargé de projet, ministère des Services gouvernementaux

Louis Dussault, conseiller, ministère des Affaires municipales et des Régions

Eric Lacroix, directeur, Enquêtes et Veille stratégique, CEFRIO

Christian La Verdière, directeur, Direction de l'infrastructure municipale et de la géomatique, ministère des Affaires municipales et des Régions

Louis Lessard, agent de recherche, ministère des Affaires municipales et des Régions

Paul Prévost, professeur titulaire, Faculté d'administration, Université de Sherbrooke

Bernard Sévigny, chercheur, Université de Sherbrooke

COORDINATION DE LA PUBLICATION

Catherine Roy, agente de liaison et service aux membres, Direction secrétariat général et service aux membres, CEFRIO

COLLABORATION À LA RECHERCHE

Isabelle Poulin, documentaliste, Enquêtes et Veille stratégique, CEFRIO

COMITÉ CONSULTATIF

Dany Coudé, trésorier, Saint-Félicien

Monique Fortin, directrice générale, Sainte-Cécile-de-Milton

Johanne Gaouette, directrice générale, MRC de La Haute-Yamaska

Serge Gendron, conseiller municipal, Saint-Césaire

Fernand Heppell, directeur général, MRC Les Etchemins

Céline Ouimet, directrice générale, Saint-Chrysostome

Gilles Potvin, maire, Saint-Félicien

Daniel Théroix, directeur général, Ormstown

Martin Villeneuve, directeur Loisirs, Tourisme et Culture, Saint-Félicien

RÉVISION LINGUISTIQUE

Marie-Andrée L'Allier

CONCEPTION GRAPHIQUE ET INFOGRAPHIE

BCI Bissonnette Communications Impact

Pour tout renseignement additionnel, communiquez avec le CEFRIO.

Bureau à Québec

888, rue Saint-Jean, bureau 575

Québec (Québec) G1R 5H6 Canada

Téléphone : (418) 523-3746

Télécopieur : (418) 523-2329

Bureau à Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest, Tour Ouest, bureau 350

Montréal (Québec) H3A 1B9 Canada

Téléphone : (514) 840-1245

Télécopieur : (514) 840-1275

Courriel : info@cefrio.qc.ca

Site Internet : www.cefrio.qc.ca

Dépôt légal : 2^e trimestre 2006

Bibliothèque nationale du Québec

Bibliothèque nationale du Canada

ISBN : 2-923278-28-3



AVANT-PROPOS



Municipalités branchées, villes numériques, cités intelligentes : autant d'expressions pour désigner un concept qui fait couler beaucoup d'encre et dont on parlera encore beaucoup. À l'instar des entreprises et des autres paliers de gouvernement, les administrations municipales font ainsi peu à peu le saut dans l'ère numérique... et elles ont bien raison!

Les technologies de l'information représentent en effet un formidable levier pour favoriser le développement économique et social des municipalités, bonifier leur performance organisationnelle, susciter l'implication sociale de leurs citoyens et enfin, favoriser leur ouverture sur le monde. La mise en ligne d'un site Web qui répond aux objectifs fixés par la municipalité paraît en ce sens tout à fait incontournable.

Pour de nombreux citoyens, le site Web municipal représente par ailleurs le premier point d'entrée vers la prestation de services publics en ligne. Il est donc essentiel qu'un tel site soit de haute qualité, à la fois facile et rapide à utiliser; il doit en outre être conçu en fonction des besoins et des attentes des clientèles ciblées. Évidemment, une municipalité de 400 habitants n'abordera pas la question d'une présence sur le Web de la même façon qu'une ville de 20 000 citoyens.

Ce guide s'adresse principalement aux élus et aux gestionnaires des petites et moyennes municipalités du Québec qui souhaitent en savoir davantage sur les tenants et aboutissants du processus de conception ou de refonte d'un site Web. Il se veut un outil commode et simple à utiliser, offrant des conseils pratiques, des grilles diagnostiques, des liens vers des ressources à consulter ainsi que plusieurs exemples tirés de l'expérience de municipalités québécoises. Les dirigeants des municipalités qui n'ont pas encore de site et qui songent à s'établir sur la toile pourront l'utiliser comme instrument d'accompagnement tout au long du projet; tandis que les autres pourront plutôt s'en inspirer pour bonifier leur présence en ligne et maximiser les bénéfices que pourront en retirer les citoyens.

Bonne lecture!

Monique Charbonneau

Présidente-directrice générale
CEFRIO



TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	3	Chapitre 4 Le marketing, la maintenance et la pérennité du site	49
Introduction	6	4.1 Le marketing du site	50
Chapitre 1 Les constats préalables	7	4.2 La maintenance du site	51
1.1 Pourquoi un site Web municipal?	8	4.3 La pérennité et l'évolution du site	51
1.2 Les différents degrés de maturité technologique d'une municipalité	11	Conclusion	53
Chapitre 2 La conception et la mise en forme du projet	17	Glossaire et webographie	55
2.1 L'analyse du contexte particulier de la municipalité	18	Glossaire	56
2.2 La définition du projet	20	Webographie	59
2.3 La structure du projet et sa gouvernance	30	Pochette	
Chapitre 3 La création du site	33	• Appel d'offres type	
3.1 La réalisation du site	34		
3.2 Les contraintes juridiques	37		
3.3 Le design et la présentation du site	40		
3.4 Le contenu du site	43		

INTRODUCTION



Quelle que soit leur taille et bien qu'il n'existe pas de formule de succès unique, toutes les municipalités peuvent gagner à adopter les technologies de l'information. Il faut cependant se rappeler que les plus grands défis associés à l'administration municipale en ligne demeurent d'offrir un accès équitable à Internet à tous les membres de la collectivité, de maintenir de hauts standards de sécurité informatique et enfin, d'établir un juste équilibre entre le droit à l'information et la protection de la vie privée.

- Catherine Lamy

« Quand les municipalités font le saut »,
Desjardins Entreprises.

Le processus qui mène à la mise en ligne d'un site Web municipal peut paraître intimidant, notamment dans le cas des municipalités de petite taille. Comment donc en effet une collectivité de 2 000 ou 3 000 habitants, aux moyens limités, peut-elle se tailler une place enviable sur la Toile et parvenir à répondre à l'adage *small is beautiful*? Comment peut-elle résister à la tentation de se comporter telle la grenouille de la fable et éviter d'imiter les mégapoles de ce monde?

Par ailleurs, si les meilleures pratiques du domaine et les mesures couronnées de succès font la manchette, les moins bons coups aussi sont publicisés. Et les questions qui se posent au départ d'un tel projet, ou encore lors du constat d'un éventuel déraillement, peuvent rapidement donner le tournis : Par où commencer? Comment voir plus clair dans toutes les solutions technologiques disponibles? Où trouver l'argent et les ressources pour mener à terme un tel projet? Comment donc corriger le tir et remettre en selle un site qui ne répond pas aux objectifs de la municipalité? Et Pourquoi? Pourquoi diable se lancer ou s'entêter dans une telle aventure?

C'est précisément pour répondre à toutes ces interrogations, et plus encore, que ce guide tout à fait unique au Québec a été conçu. Il se veut un outil concret pour aider à l'élaboration d'un site Web municipal. Étape par étape, il conduira ainsi ses lecteurs de l'étude du contexte particulier de leur municipalité jusqu'à la phase ultime de la démarche : le marketing et l'évaluation du site. Il s'adresse tant aux dirigeants des petites et moyennes municipalités du Québec qui planifient une première présence sur le Web qu'à ceux dont la collectivité bénéficie déjà d'un site, mais qui souhaitent le faire évoluer pour mieux servir leurs clientèles et mieux en tirer profit.

Pour ce faire, le guide se compose de quatre chapitres qui correspondent aux grandes phases du processus de déploiement d'un site Web municipal. Le premier, plus théorique, établit des **constats préalables** à la réalisation d'un tel projet et comprend deux sections. La première répond à la question capitale du **pourquoi?** et présente les avantages associés à la mise en ligne d'un site municipal pour chacun des acteurs concernés (administration municipale, citoyens, entreprises, touristes, etc.). Pour que le lecteur puisse se situer dès le départ, la seconde section s'arrête sur les différents degrés de maturité technologique que peut atteindre une municipalité.

Le deuxième chapitre met au jour les différents éléments à considérer lors de la **conception** et de la **mise en forme** du projet. Il présente d'abord la phase préliminaire d'analyse du contexte particulier de la municipalité et s'intéresse ensuite à la définition du projet lui-même (objectifs, politique éditoriale retenue, etc.) ainsi qu'à sa structure et à sa gouvernance.

Le troisième chapitre présente ensuite divers éléments associés à la **création** du site tandis que le quatrième est consacré à sa **valorisation**, qui se traduit par le marketing et l'évolution du site dans le but d'en assurer la pérennité.

Trois annexes complètent ce guide : un **glossaire** de certains termes du domaine¹, la liste des sources consultées ou **webographie** et un **appel d'offres type** pour le choix d'un fournisseur.



¹ Les mots et expressions figurant dans ce lexique seront précédés d'un astérisque dans le texte.



CHAPITRE

LES CONSTATS PRÉALABLES ?



Dans un contexte en évolution constante, l'innovation municipale est essentielle, puisqu'elle engendre des stratégies porteuses d'un développement durable, à l'intérieur duquel les dimensions sociale, économique et environnementale sont promues de manière harmonieuse. Des consensus de plus en plus nombreux se forment pour reconnaître l'innovation comme étant la démarche par excellence, peut-être la seule à entreprendre pour relever adéquatement ces défis.

- Hélène P. Tremblay
Présidente du Conseil de la science et de la technologie [CST]
L'innovation dans les municipalités : perceptions des acteurs et défis

1.1 POURQUOI UN SITE WEB MUNICIPAL ?

1.1.1 LES BÉNÉFICES POUR LA MUNICIPALITÉ

Si les motivations qui incitent une municipalité à innover par la mise en ligne d'un site Web sont nombreuses, la première demeure certainement le désir d'améliorer la qualité des services offerts à ses diverses clientèles. En se dotant d'une porte d'entrée sur le Web, les gouvernements locaux mettent un nouveau canal de prestation de services à la disposition des citoyens et des entreprises de leur territoire. Or, comme en témoignent plusieurs statistiques récentes, les municipalités qui ont osé ou qui oseront prochainement ont fait le bon choix : la majorité des citoyens et des entreprises du Québec sont prêts à prendre le virage Internet.

INTERNET ET SERVICES MUNICIPAUX : LES CITOYENS ET LES ENTREPRISES DU QUÉBEC SONT PRÊTS...

En 2005, plus de six adultes québécois sur dix (**63,5 %**) utilisaient Internet sur une base régulière, soit près de **4 millions de personnes!**

La majorité des adultes (**64,8 %**) habitaient en 2005 un ménage branché, et près de la moitié des Québécois (**49,3 %**) bénéficiaient d'un accès à la haute vitesse à la maison.

Parmi les quelque 40 000 entreprises québécoises de cinq employés et plus qui faisaient affaire avec le gouvernement en 2004, **85,9 %** étaient branchées à Internet et **67,9 %** de l'ensemble de ces entreprises bénéficiaient d'une connexion haute vitesse.

Pour la grande majorité des services offerts par les municipalités, Internet était **dès 2003** en voie de devenir le moyen le plus apprécié des citoyens internautes.

Toujours **en 2003**, les entreprises branchées du Québec étaient prêtes à utiliser Internet pour avoir recours aux services de leur municipalité, notamment en ce qui concerne la recherche d'information et de renseignements pratiques.

... mais qu'en est-il des municipalités

En 2006, parmi les 1 117 municipalités du Québec, 506 (**45,3 %**) avaient un site Web actif, 16 (**1,4 %**) un site inactif, tandis que 595 (**53,3 %**) **n'en avaient pas!**

Les plus grandes villes ayant une propension plus importante à être branchées que les toutes petites, **87,8 %** de l'ensemble de la population du Québec habitait cependant dans une municipalité possédant un site Internet.

Sources : CEFRIO, *NETendances 2005*, *NetGouv 2003 et 2004* et *Le Web municipal au Québec, portrait de la situation en 2006*, <http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/enquetes/enquetes.asp>



Outre ce tout premier facteur de motivation, soit « mieux servir ses clientèles », d'autres éléments peuvent motiver une municipalité à faire le saut vers le numérique. Parmi ceux-ci, mentionnons par exemple la volonté de transformer le fonctionnement d'un service ou d'un processus organisationnel, de favoriser la participation des citoyens à la vie démocratique, ou encore d'optimiser les ressources financières.

Ces arguments peuvent être divisés en deux grandes catégories : ceux qui sont associés à l'amélioration du fonctionnement interne de la collectivité et ceux qui sont plutôt reliés à la révision - lire à la bonification bien sûr - de ses façons de traiter avec les différents acteurs du milieu.

Les bénéfices « internes »

- Une transformation du fonctionnement interne de la municipalité : l'implantation des technologies associées à la création du site peut agir comme tremplin et provoquer une certaine réorganisation interne. Elle peut ainsi inciter à une plus grande collaboration entre les employés et les services qui travaillent trop souvent de façon isolée;
- Une rationalisation des différents processus d'affaires : l'implantation des nouveaux systèmes et l'intégration de l'information augmentent la productivité de l'administration municipale en rendant les processus internes plus efficaces et en évitant les multiples duplications dans les dédales bureaucratiques de la prestation de services;
- Une meilleure gestion des coûts et des services;
- Une augmentation de la transparence des processus;
- Un meilleur partage de l'information et des connaissances au sein de l'administration municipale;
- Une amélioration des communications internes par la mise en ligne, par exemple, d'un *intranet.

La création d'un site Web et le recours aux technologies de l'information (TI) conduisent enfin les municipalités à s'inscrire dans différents réseaux (villes branchées du Québec, du Canada, etc.). Comme on le verra à la section suivante, cette initiative peut aussi être le premier pas vers une démarche d'innovation plus profonde, qui pourrait par exemple toucher les dimensions économique, sociale, communautaire ou environnementale de la collectivité.

Les bénéfices « externes »

- Une amélioration de la prestation de services aux citoyens, aux entreprises, aux touristes ainsi qu'aux investisseurs intéressés par la municipalité : grâce au site Web, les personnes qui ont besoin d'information ou d'avoir recours à certains services municipaux pourront y avoir accès dans des délais plus courts, parfois même 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7;
- Une augmentation du dynamisme des échanges entre ces différents acteurs et la municipalité;
- Une augmentation de la participation de tous les membres de la communauté aux processus de prise de décision municipaux et, partant, une amélioration de la démocratie locale;
- Un renforcement du sentiment d'appartenance à la municipalité et de la sensibilisation des citoyens aux enjeux municipaux;
- Une plus grande valorisation du territoire et des actifs socioéconomiques de la municipalité : le site peut, par exemple, mettre en réseaux les entreprises, les ressources professionnelles, associatives et individuelles du territoire et constituer un espace de découverte mutuelle pour tous ces acteurs;



- Une meilleure promotion des attraits culturels et touristiques de la municipalité : un site Web constitue une véritable vitrine sur le monde et permet de bénéficier d'une plus grande visibilité sur les scènes provinciale, nationale et, pourquoi pas, internationale;
- Une augmentation du dynamisme de la vie communautaire;
- Une contribution directe à la diminution de la *fracture numérique par la mise sur pied, par exemple, d'activités d'initiation à Internet pour les citoyens.

1.1.2 QU'EN EST-T-IL DES PERSONNES ET DES REGROUPEMENTS AYANT À INTERAGIR AVEC UNE MUNICIPALITÉ?

Les différents groupes de personnes - citoyens, entreprises, visiteurs, investisseurs, etc. - qui doivent entrer en relation avec une municipalité tireront eux aussi bien sûr avantage de la mise en ligne d'un site Web.

Les bénéfices pour les citoyens

- Un accès facilité à des services de plus grande qualité, et ce, dans de meilleurs délais : grâce au déploiement d'un site Web municipal, les citoyens peuvent s'informer, consulter les services administratifs de leur municipalité et obtenir certains documents administratifs de manière plus simple, plus intégrée et plus rapide, sans avoir à se déplacer;
- Une augmentation de leur participation à la démocratie locale;
- Une simplification des communications et des interactions avec l'administration municipale;
- Le renforcement du sentiment d'inclusion sociale.

Les bénéfices pour les entreprises et les organismes sociocommunautaires

Si les entreprises et les organismes du milieu retireront d'un tel projet des bénéfices similaires à ceux des citoyens (meilleurs services, communications plus faciles, etc.), ils y gagneront aussi :

- Une possibilité de tisser un réseau entre eux et de développer des alliances pour ainsi mieux répondre aux besoins des clientèles à desservir;
- Une plus grande visibilité au niveau local, national, voire international;
- Un incitatif à faire eux-mêmes le saut dans l'univers numérique.

Un site Web municipal peut enfin constituer une porte d'entrée privilégiée pour d'éventuels visiteurs, touristes et investisseurs. En quelques clics, ceux-ci auront accès à une foule de renseignements pratiques (cartes géographiques, attraits touristiques, modalités d'accès au parc industriel, etc.) qu'ils auraient mis, autrement, plusieurs heures à rassembler.



À RETENIR

Bien que les bénéfices associés à la mise en ligne d'un site Web municipal soient principalement de nature qualitative, il est important de tenter de quantifier ces avantages avec précision. Le calcul de la valeur ajoutée d'un tel projet est en effet extrêmement important.

1.2 LES DIFFÉRENTS DEGRÉS DE MATURITÉ TECHNOLOGIQUE D'UNE MUNICIPALITÉ

Avant d'entreprendre la conception du projet, il importe de déterminer le degré de maturité technologique de la municipalité. Au nombre de six, ces degrés sont établis selon le niveau de complexité des applications déployées et selon leur intégration aux dimensions sociales et économiques de la municipalité.

DEGRÉ 0

La municipalité n'a pas de site Web et son usage des applications informatiques est très limité.

DEGRÉ 1

La municipalité dispose d'un site « vitrine » informationnel qui n'est pas en lien avec les autres applications informatiques qu'elle utilise.

Très faciles à mettre en ligne, les applications retenues ici sont destinées à présenter la municipalité (équipe, composition du conseil municipal, etc.) ainsi que les activités qu'elle propose (services des loisirs, cadastre, etc.) et à diffuser de l'information pratique. Grâce à cette vitrine Web, les internautes peuvent avoir accès 24 heures sur 24 à l'information et aux services municipaux dont ils ont besoin.

Les objectifs poursuivis à ce stade

- Présenter la municipalité et ses activités;
- Fournir des renseignements pratiques relatifs aux services municipaux et aux procédures administratives;
- Offrir de l'information aux personnes intéressées sur le fonctionnement du conseil municipal et la vie politique locale.

EXEMPLE DE DEGRÉ 1

DISRAËLI www.villededisraeli.com/

Bienvenue sur le site web de Disraeli

Ville de Disraeli

Une ville, un lac et plus...

Cliquez-ici Diaporama photo

Accueil | Journal Le Cantonnier | Les Activités | Hôtel de Ville | Cartes/Accès

Touristique
 Sports & Loisirs
 Culturel
 URGENCE 911

Hôtel de Ville
 Administration

Membres du conseil
 Maire : Yvon Jolicoeur
 Conseillers, conseillères
 1- Danielle Perron
 2- Normand Boutin
 3- Germain Martin
 4- Pauline T. Poirier
 5- Rock Rousseau
 6- Gilles Jean

Prochaine élection à la mairie : 2009 - 11 - 01
 MRC de : L'Amiante
 Gentilé : Disraélois, oise
 Région administrative : Chaudière-Appalaches
 Division de recensement-Canada : L'Amiante
 Circonscription électorale-Québec : Frontenac

Francyne, Yvon, Maryse
 (418) 449-2771
 info@villededisraeli.com

L'eau à Disraeli
 Berges Neuves
 Site d'enfouissement/compostage/recyclage

Une Ville, un lac et plus... DISRAELI

DEGRÉ 2

La municipalité a déployé un *site interactionnel* qui lui permet d'échanger et de collaborer avec les citoyens, les entreprises, etc.

Le site devient ici un outil de communication et d'échanges avec les différentes clientèles de la municipalité (citoyens, entreprises, investisseurs, etc.). Les applications choisies (courrier électronique, *forums de discussion, *listes de diffusion, etc.) sont destinées à susciter et à supporter ces interactions. En facilitant les échanges entre l'administration et les différents intervenants locaux, le site contribue à favoriser la participation des citoyens à la vie municipale. C'est aussi à ce stade que sont posées les assises de l'administration en ligne.

Les objectifs poursuivis à ce stade

- Développer les échanges avec les citoyens et les usagers des services publics, et, partant, favoriser la démocratie locale;
- Associer tous les acteurs de la municipalité à l'enrichissement du site;
- Proposer aux internautes de l'information qui correspond à leurs centres d'intérêt spécifiques.

EXEMPLE DE DEGRÉ 2

BROMONT

www.bromont.net/

un mode de vie nous habite
Bromont
VILLE
branchée

Voyez les projets domiciliaires à Bromont !
Contactez les promoteurs en consultant leurs fiches descriptives ...

VILLE DE BROMONT CITOYENS HABITATION AFFAIRES TOURISME BROMONT BRANCHÉE

Forum de discussion
Il y a 26 discussions et 29 messages sur le forum !

Sujet	Réponses	Initiateur	Lu	dernière réponse
destruction des espaces verts	0	Thérèse Leclerc	30	-
balnea spa	0	Vincent	74	-
recherche d'un partenaire de ski/raquette	0	Marjorie	55	-
entretien jacques cartier	0	verzier Gérard	68	-
feux de circulation	2	Pat Hebert	77	le 03.04.2006 à 20h30 par kusdenice
entretien jacques cartier	0	verzier gerard	72	-
Pour se rendre à Bromont	0	Cbot	125	-
Réfection de Croissant de la rue Deux Montagnes	0	Jean Lafrance	105	-
garderie familiale	0	Sandy	111	-
hockey	0	ghislain auger	132	-
Rencontre mémorable...	3	noha	203	le 07.12.2005 à 00h41 par Un client
Recherche personne	0	Dave	178	-
Gardiennage!!!	0	Annie Adam	134	-
Bromont sur le Lac - Mont Gale	2	Gaston Ménard	514	le 02.09.2005 à 15h58 par Josée Boly
Stationnement incitatif	2	Daniel	429	le 30.10.2004 à 10h01 par Jean-Yves

un mode de vie nous habite
Bromont
VILLE
branchée

Soyez vigilants! une période de collisions avec d

VILLE DE BROMONT CITOYENS HABITATION AFFAIRES

EVÉNEMENTS
FORUM
SORDAGE
ESPACES VERTS

DEGRÉ 3

La municipalité dispose d'un *site transactionnel*, intégré avec les autres composantes technologiques qu'elle utilise.

Le site permet ici aux usagers de réaliser certaines transactions en ligne. Parvenir à un tel degré d'avancement et d'intégration technologique constitue un enjeu majeur pour les municipalités qui ont un véritable souci d'améliorer la qualité du service aux citoyens.

Les objectifs poursuivis à ce stade

- Permettre aux citoyens et aux entreprises de traiter par voie électronique avec leur municipalité (demande de permis de construire, paiement de taxes, réservation de livres de bibliothèque, etc.);
- Améliorer l'efficacité de la prestation de services municipaux par la mise en place d'un nouveau canal de service.

EXEMPLE DE DEGRÉ 3 **MATANE** www.ville.matane.qc.ca/

The screenshot displays the Matane municipal website interface. At the top, there is a navigation bar with the Matane logo and the text 'PASSION ET SAVOIR-FAIRE'. Below this, a search bar is visible. The main content area is divided into several sections: 'Services en ligne' with a list of online services, 'Formulaires en ligne' with a list of online forms, and 'Arts et culture' with a list of cultural activities. The website is designed with a clean, professional layout and includes a footer with the text 'Retour en haut de page'.

DEGRÉ 4

Le site municipal est ici un véritable *portail local*, porte d'entrée unique vers l'ensemble de l'information et des services de la collectivité, y compris le milieu sociocommunautaire.

À ce stade avancé de déploiement, le site franchit les limites de la municipalité pour devenir un véritable portail local. Nettement plus complexe à mettre en œuvre, ce type d'initiative signifie l'intégration, dans un même lieu virtuel, des services administratifs associés à un même palier ou à différents paliers de gouvernement (intégration des niveaux local, régional, provincial et fédéral).

Les objectifs poursuivis à ce stade

- Offrir aux citoyens et aux entreprises une porte d'entrée unique vers les services dont ils ont besoin, au niveau municipal bien sûr, mais aussi à l'échelle locale (organismes de développement économique, sociocommunautaires, etc.);
- Aider les usagers à se retrouver dans les diverses procédures et fonctionnalités administratives.

EXEMPLE DE DEGRÉ 4

BÉCANCOUR www.becancour.net/

The screenshot displays the Bécancour municipal website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Recherche' and a 'Go' button. Below the search bar is a navigation menu with categories: 'Le portail', 'Renseignements', 'Cartothèque', and 'Nous joindre'. The main content area is divided into several sections:

- Header:** 'Bécancour net' logo with the tagline 'Le portail de Bécancour'.
- Navigation:** A horizontal menu with links for 'Informations touristiques', 'Renseignements', 'Entreprises', 'Organismes', 'Ville de Bécancour', 'Règlements municipaux', 'Le Diffusion', and 'Nos membres'.
- Calendar:** A section titled 'Calendrier d'événements' showing a calendar for April 2006. The date '10' is highlighted in orange.
- Actualités:** A section titled 'Actualités' with several news items:
 - Nouveau site de renseignements touristiques:** '2006-04-10 | Tourisme'. Text: 'Le Centre Local de Développement de la MRC de Bécancour est heureuse de dévoiler son nouveau site Internet de renseignements touristiques. Cliquez ici'.
 - Travaux sur le pont du 10 au 13 avril:** '2006-04-07 | Info-route'.
 - Travaux sur le pont du 7 au 9 avril:** '2006-04-07 | Info-route'.
 - PAJ-Dernière fin de semaine:** '2006-04-05 | Emploi'.
- Événements à venir:** A section titled 'Événements à venir' with a table of upcoming events:

Date	Événements	App
Du: 2006-04-22 Au: 2006-04-23	Journée de quilles au profit de la Société canadienne du cancer	App
Du: 2006-05-06 Au: 2006-05-07	La chorale Coeurs Amis en concert	Spe

DEGRÉ 5

Au-delà du déploiement d'un site Web, la municipalité s'est approprié les technologies jusqu'à être à l'origine d'une véritable *collectivité apprenante*.

La transformation de la collectivité locale par les technologies va ici bien au-delà de la création du site Web lui-même. Axée sur la communication, la mise en place de collectivités apprenantes est une des stratégies possibles de développement local qui tire grand avantage de l'usage des TI. Elle vise à renforcer les capacités de réseautage des membres de la collectivité, l'esprit civique de ses résidents, et enfin leur participation aux enjeux démocratiques et aux prises de décision locales. Cette stratégie permet de répondre aux besoins des populations locales en créant des conditions propices à l'émergence d'un milieu innovateur, solidaire et

autonome. Comme le notent les chercheurs Paul Prévost et Bernard Sévigny, « le développement d'une collectivité apprenante c'est donc plus qu'un projet technologique, c'est aussi un projet éducatif et social qui vise à transformer ultimement tous les acteurs d'une collectivité en acteurs de leur propre développement »².

Les objectifs poursuivis à ce stade

- Mettre en œuvre, grâce au recours aux TI, un projet de développement local et régional;
- Favoriser l'innovation dans la collectivité;
- Conduire la collectivité à se transformer pour instaurer de nouveaux usages des technologies.

EXEMPLE DE DEGRÉ 5 **BROMONT** www.bromont.net/



² Les personnes intéressées à en connaître davantage sur le concept de collectivités apprenantes peuvent consulter le site du CEFRIO à l'adresse http://www.cefrio.qc.ca/projets/proj_29.cfm. À noter que le gouvernement fédéral utilise plutôt l'expression « collectivité ingénieuse » pour décrire la même réalité (voir Industrie Canada (2002). *Guide de création d'une communauté ingénieuse* [En ligne], 98 p. http://198.103.246.211/documents/guide_f.asp)



Cette séquence des différents niveaux de maturité technologique d'une municipalité ne prescrit pas le passage obligé d'un stade à l'autre. Elle vise plutôt à illustrer le caractère évolutif que peut prendre la réalisation d'un tel projet. En passant d'un degré à l'autre, le site s'enrichit de fonctionnalités additionnelles correspondant à de nouveaux objectifs.

Une véritable transformation de la conception même de l'appropriation des technologies par une municipalité s'observe entre les niveaux 3 (site transactionnel) et 4 (portail local) de la séquence. Si, aux premiers degrés (1 à 3), le déploiement du site Web constitue ainsi une fin en soi, aux degrés subséquents (4 et 5) par contre, l'intégration des TI dépasse à la fois le site et les frontières municipales, pour constituer plutôt les assises d'une stratégie de développement local et régional.

Bien au-delà du seul plan technologique, l'enchaînement présenté ici porte donc en lui-même une rupture entre, d'une part, l'utilisation du Web par une municipalité à différentes fins (administrative, promotion touristique, etc.) et, d'autre part, l'intégration des TI comme moteur de l'innovation locale. Lors de la conception du projet, il importe qu'une réflexion soit menée autour de cette distinction pratiquement « philosophique » et que la position de la municipalité soit établie clairement.

Dans tous les cas cependant, l'objectif visé par une municipalité qui décide de se doter d'un site Web ne doit pas être d'offrir des applications informatiques de plus en plus complexes aux utilisateurs du site, mais bien de mieux satisfaire leurs besoins et attentes. Le client, en l'occurrence ici le citoyen et l'entreprise, doit être au cœur du processus de conception du site.

➤ À RETENIR

Le site Web idéal n'est pas un site de type publication, interaction, transaction ou autre. Il est celui qui regroupe l'ensemble de l'information et des fonctionnalités recherchées par les citoyens, que ces dernières soient évoluées ou non sur le plan technique.

Source : CEFRIO (2006), *Guide sur le gouvernement électronique*, p.18,
http://www.cefrio.qc.ca/pdf/Guide_Gouvernement_en_ligne.pdf

Rappelons enfin que le présent guide, qui constitue en quelque sorte une initiation au déploiement d'un site Web municipal, s'adresse avant tout aux élus et aux gestionnaires dont les municipalités en sont aux premiers échelons de la séquence présentée ici, soit au degré 0, 1 ou 2. Cependant, les intervenants qui auront plutôt situé leur municipalité à l'un des degrés suivants pourront certainement aussi y trouver de l'information susceptible d'enrichir encore leur action.

LA CONCEPTION ET LA MISE EN FORME DU PROJET



2.1 L'ANALYSE DU CONTEXTE PARTICULIER DE LA MUNICIPALITÉ

La toute première phase de la conception du projet consiste en l'analyse préliminaire du contexte spécifique de la municipalité. Cet exercice permet d'évaluer les forces et les faiblesses de la municipalité dans le contexte de la création d'un site Web municipal. Grâce à lui, on pourra tracer un portrait juste de la situation et les gestionnaires municipaux seront en mesure d'évaluer les actions à entreprendre pour corriger certaines lacunes, et ce, avant de procéder à la conception du site elle-même. Il faut donc se pencher ici sur la capacité et les caractéristiques de la municipalité ainsi que sur les besoins et attentes des clientèles visées.

2.1.1 LA CAPACITÉ ET LES CARACTÉRISTIQUES DE LA MUNICIPALITÉ

Il s'agit ici d'établir le potentiel de développement de la municipalité en lien avec l'élaboration d'un site Web. Ce potentiel est fortement tributaire des actifs collectifs dont la municipalité dispose : ressources humaines et financières, équipement informatique actuel, temps pouvant être consenti au projet, etc. Une liste des ressources qui pourraient éventuellement être mises au service du projet doit donc être dressée. À noter que, plus globalement, il est aussi important de tenir compte dans ce diagnostic des environnements **socioéconomique** (revenu moyen des ménages, niveau de scolarité des citoyens, secteurs industriels des entreprises implantées sur le territoire, etc.), **géographique** (dynamisme en la matière de la MRC ou des municipalités voisines, liens de coopération actuels avec elles, etc.)

et **technologique** de la municipalité (infrastructure de télécommunication disponible, quotient Internet de la région administrative³, etc.).

Enfin, peut-être plus important encore, la capacité de la municipalité à se transformer doit être évaluée. Les élus, gestionnaires et employés municipaux sont-ils prêts à faire le saut vers l'administration en ligne? La municipalité a-t-elle déjà une culture de communication développée (édition d'un journal municipal, de brochures, etc.)? Au-delà d'un simple projet technologique, la mise en ligne d'un site Web requiert une véritable transformation des façons de faire. Une telle initiative implique ainsi souvent le passage d'une logique de fonctionnement traditionnellement axée sur la structure organisationnelle de la municipalité, vers une logique plutôt centrée sur les besoins des citoyens. Le changement de mentalité qui est nécessaire à la mise en œuvre du projet peut donc devenir un obstacle majeur.



CONSEIL PRATIQUE

Dans tous les cas, mais surtout si vous constatez que la résistance au changement risque d'être importante, vous pourriez entreprendre une démarche pour sensibiliser les différents acteurs concernés au potentiel d'Internet en tant qu'outil de développement local. Puisqu'une image vaut mille mots, vous pouvez recourir à des exemples concrets de municipalités québécoises ayant déjà implanté un site Web avec succès pour étayer votre propos. Pour plus d'efficacité encore, choisissez un de vos pairs, converti à votre cause et parmi les plus dynamiques, et invitez-le à venir témoigner de la réussite de son projet municipal.

³ Voir le fascicule *Portrait de l'usage d'Internet et du commerce électronique dans les régions du Québec*, produit par le CEFRIO à partir des résultats de *NETendances 2005*. Vous pouvez commander ce document en version papier ou électronique en vous adressant au CEFRIO.



2.1.2 LES BESOINS ET ATTENTES DES CLIENTÈLES VISÉES

Malgré le virage « citoyen » entrepris par de nombreuses administrations publiques dans leurs projets de gouvernement en ligne, plusieurs initiatives sont toujours mises en place sans que les besoins des clientèles à desservir soient véritablement pris en compte. Or, pour concevoir un site qui réponde aux attentes des citoyens, il faut d'abord bien définir leurs besoins. Avant de faire des choix quant aux éléments et fonctionnalités proposés par le

site, il importe ainsi de valider ceux-ci auprès des principaux intéressés. Pour ce faire, une enquête peut être menée sur le terrain, et prendre par exemple la forme d'un sondage ou de la tenue de groupes de discussion réunissant des individus ou les regroupements concernés.



UN CAS CONCRET : L'ENQUÊTE MENÉE PAR LA VILLE DE BROMONT AUPRÈS DE SES CITOYENS

En mars 2002, la Ville de Bromont effectuait un sondage sur les besoins et les habitudes de sa population en matière d'Internet. Cette enquête a non seulement tracé le profil de l'internaute bromontois, mais elle a aussi permis de mieux comprendre l'évolution de l'utilisation d'Internet sur le territoire de la ville. Le sondage s'est aussi intéressé aux répercussions d'Internet sur la vie professionnelle des Bromontois et à son utilisation à des fins communautaires et municipales.

Pour plus d'information sur ce sondage ou pour en consulter les résultats détaillés :

http://www.bromont.net/documents/PDF/communiqu_040402.pdf
http://www.bromont.net/documents/PDF/resultats_sondage_bromont_branchee.pdf

La réflexion entourant le projet doit s'inscrire dans le moyen et le long terme. Le site doit ainsi de façon idéale se transformer au fil du temps pour s'adapter aux besoins changeants des clientèles ainsi qu'à ceux de l'administration municipale. Dans cette optique, il peut être judicieux d'opter pour une approche de développement

« modulaire » (ou par phase), de nouveaux blocs d'information et de services s'ajoutant peu à peu au noyau initialement mis en ligne. Toujours dans le but de minimiser les erreurs de création, le développement d'un prototype paraît aussi une approche gagnante.



2.2 LA DÉFINITION DU PROJET

Au-delà de l'analyse du contexte particulier de la municipalité, la création du site doit être précédée d'une réflexion plus précise destinée, entre autres, à établir les objectifs poursuivis par le projet, la politique éditoriale retenue ainsi que l'évaluation des coûts associés au projet.

2.2.1 LES OBJECTIFS POURSUIVIS

De façon générale, trois objectifs sont à la base de la création d'un site Web par une municipalité⁴ :

- Améliorer la qualité des services municipaux : le but est ici d'augmenter l'efficacité de la prestation de services ainsi que d'en faciliter l'accès aux citoyens;
- Assurer une meilleure diffusion de l'information municipale : il s'agit ici plutôt de mieux présenter la municipalité, ses services, ses activités, etc., et donc de mieux renseigner les citoyens;
- Augmenter la « compétitivité » de la municipalité : le site est destiné à promouvoir la municipalité en la dotant d'un pignon sur le Web.

QUELLES VOCATIONS POUR UN SITE MUNICIPAL?

De façon plus spécifique, chaque municipalité doit aussi, en fonction de ses propres besoins et de ses caractéristiques particulières (taille, situation géographique, etc.), déterminer les axes de développement prioritaires - ou les vocations à privilégier - dans l'élaboration de son site. Ces vocations peuvent être de nature administrative, touristique et culturelle, économique,

sociale, etc. Et conformément aux vocations retenues comme prioritaires, la portée du site - ses publics cibles - doit aussi être clairement définie.

Le choix des vocations privilégiées sur le site témoigne des priorités gouvernementales de l'administration municipale. En mettant à l'avant-plan les thèmes associés à ces missions prioritaires, le site attirera des clientèles prédéfinies, particulièrement intéressées par les thématiques retenues.



CONSEIL PRATIQUE

À cette étape-ci, il est important que vous répondiez aux questions suivantes :

- Quelle image la municipalité veut-elle avant tout donner d'elle-même (votre municipalité est-elle par exemple reconnue comme disposant d'un patrimoine religieux exceptionnel)?
- Quels besoins cherche-t-elle à combler de façon prioritaire?
- Quelles problématiques veut-elle traiter avant tout (par exemple, attirer de nouveaux résidents sur son territoire, faire la promotion de ses attraits touristiques, etc.)?
- Quels publics veut-elle atteindre en tout premier lieu grâce à la création du site?

⁴ Adapté de : Agence pour le développement de l'administration électronique (ADAE) (2003). *Aide à la création et à la gestion du site Internet de votre commune*, p. 7, http://www.adae.pm.gouv.fr/spip/IMG/pdf/guide_site_de_votre_commune.pdf



La mission administrative

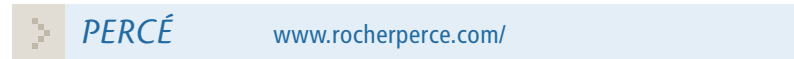
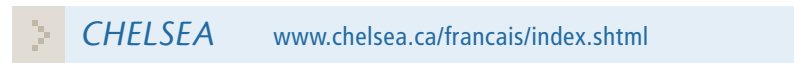
Il s'agit de la reproduction, en version numérique, de l'hôtel de ville. Ce sont donc essentiellement l'information et les services municipaux qui sont mis de l'avant sur un site privilégiant une telle mission : heures d'ouverture et adresse des bureaux municipaux, nom du maire et des conseillers, horaires des séances du conseil, règlements municipaux, etc.

L'objectif premier : informer les résidents sur l'organisation municipale

Le développement touristique et culturel

Si une municipalité peut se targuer de compter sur son territoire le plus haut sommet du Québec ou encore l'une des plus belles églises de notre histoire, il pourrait être judicieux de faire de son site un outil de promotion de ces attraits touristiques et culturels.

L'objectif premier : promouvoir et valoriser les atouts touristiques et culturels de la municipalité





Le développement économique

Une municipalité dont le parc industriel est en pleine expansion peut chercher avant tout par son site à attirer de nouvelles entreprises et de nouveaux investisseurs. Pour répondre à cet objectif, elle pourrait par exemple y présenter des statistiques économiques à propos du secteur manufacturier et du marché du travail, des données démographiques, des renseignements immobiliers, etc.

L'objectif premier : développer le secteur industriel de la municipalité

BAIE-COMEAU

www.ville.baie-comeau.qc.ca/industries/html/bienvenue.html

The screenshot shows the website for the Ville de Baie-Comeau. The page is titled 'Mot de bienvenue' and 'Bienvenue à Baie-Comeau'. It features a navigation menu on the left with options like 'Accueil', 'Bienvenue', 'La ville', 'Le parc régional', 'Sites industriels', 'Les industries', 'Les services', and 'Nos coordonnées'. The main content area includes a heading 'Le parc industriel régional de Baie-Comeau est maintenant une réalité.' followed by a paragraph describing the industrial park's location and infrastructure. There is also a small image of the industrial park and a section titled 'Plus que jamais la Ville de Baie-Comeau est un carrefour d'avenir.' with a sub-section 'Ivo Di Piazza Maire'.

Le marketing territorial auprès des familles

Si une municipalité souffre d'une diminution de population, ses gestionnaires souhaitent peut-être avant tout faire la promotion de son territoire auprès de résidents éventuels. Il s'agit ici de présenter la municipalité parée de ses plus beaux atours dans le but de convaincre de nouvelles familles de s'y installer.

L'objectif premier : attirer de nouveaux résidents sur le territoire de la municipalité

SAINT-PIERRE-DE-BROUGHTON

<http://ville.st-pierre-de-broughton.qc.ca/documents/Municipale/accueilMun.html>

The screenshot shows the website for the Ville de Saint-Pierre-de-Broughton. The page is titled 'Bienvenue' and features a navigation menu on the left with options like 'Accueil', 'Description', 'Le conseil municipal', 'Pour s'y rendre', 'Avantages', and 'Aide financière'. The main content area includes a heading 'Bienvenue' followed by a paragraph describing the municipality's location and population. There is also a small image of the town and a section titled 'Ce site a été conçu dans le but, d'une part, d'informer les jeunes familles des avantages à venir s'installer à Saint-Pierre-de-Broughton et, d'autre part, de donner à ces familles cherchant une maison ou un logement, toutes les informations sur ce qu'il y a de disponible dans la municipalité.' and another section titled 'Vous désirez acheter ou louer une maison, un logement ou une terre, communiquez par téléphone au numéro (418) 424-3572 ou par courriel à l'adresse suivante: muni.stpierre@info.net pour obtenir la liste des propriétés disponibles. Vous préférez construire une maison dans notre municipalité, communiquez avec son personnel car plusieurs terrains sont disponibles autour du village. De plus, venez fêter nos 150 ans avec nous en 2006. Pour en savoir plus sur les activités des fêtes, cliquez sur le logo ci-contre.'

Le développement sociocommunautaire

Le site Web peut aussi constituer l'une des premières étapes vers la mise sur pied d'activités de formation à Internet ou la création d'un parc informatique disponible dans un espace public déterminé et devenir ainsi un instrument actif de politique sociale et de lutte contre l'exclusion et la *fracture numérique.

L'objectif premier : contrer la *fracture numérique et l'exclusion sociale

La mission politique

La création du site peut aussi contribuer à favoriser la participation des citoyens à la vie démocratique de la municipalité. Divers éléments et fonctionnalités peuvent en effet être offerts sur le Web aux résidents dans le but de susciter leur contribution. Parmi ces moyens, mentionnons la diffusion des procès-verbaux des réunions du conseil municipal ainsi que la tenue de sondages ou de consultations publiques en ligne.

L'objectif premier : susciter la participation des citoyens

BROMONT www.bromont.net/index_ie_new1.htm

La liste des réalisations du projet Bromont, ville branchée! est particulièrement éloquent en matière de développement social. Parmi les résultats du projet, mentionnons ainsi la mise en place d'un centre d'accès communautaire et café Internet, le développement d'activités de formation à Internet et de cours de création de pages Web pour les organismes et les commerces, l'installation de bornes d'information interactives, l'instauration d'un programme d'achat d'ordinateurs par les citoyens et enfin l'installation de postes d'accès gratuits pour les citoyens à l'hôtel de ville, à la bibliothèque ainsi qu'au Club d'âge d'or d'Adamsville.

LANORAIE www.municipalite.lanoraie.qc.ca/home.php

Accueil | Revue de presse | Liens | Livre d'or | Contactez-nous | Recherche

Vivre à Lanoraie | Découvrir Lanoraie | Investir à Lanoraie

Bienvenue dans la Municipalité de Lanoraie
BABILLARD

Comme vous pouvez le constater tout au long de votre navigation sur le site, nous avons complètement changé le design graphique de toutes les pages. Nous avons de plus effectué une mise à jour complète du site. De nouvelles sections ont été ajoutées dans le but de faciliter votre recherche d'information. N'hésitez pas à nous faire part de vos commentaires !

VEUILLEZ PRENDRE NOTE QUE L'HÔTEL DE VILLE SERA FERMÉE LE VENDREDI 14 AVRIL AINSI QUE LE LUNDI 17 AVRIL EN RAISON DU CONGÉ DE PAQUES.

OFFRE D'EMPLOI
INSPECTEUR (TRICE) BÂTIMENT ET ENVIRONNEMENT
CLIQUEZ ICI POUR VOIR LES DÉTAILS DE L'OFFRE

Sondage
La promotion "Soyez gagnant, achetez local !" aura-t-elle une influence sur l'endroit où vous ferez vos achats ?

Oui
 Non
 Peut-être

Répondre



Le créneau environnemental ou le développement durable

Un site Web municipal peut enfin faire de la préservation de l'environnement ou du développement durable l'un de ses principaux créneaux.

L'objectif premier : contribuer à la protection de l'environnement et la promouvoir



CONSEIL PRATIQUE

Pour vous aider à garder le cap en cours de route, vous pouvez opter pour la rédaction de l'énoncé de la vision de votre projet. Il s'agit en fait d'une courte phrase, d'un slogan en quelque sorte, destinée à vous rappeler - ainsi qu'aux collaborateurs du projet - l'objectif ultimement poursuivi par la mise en ligne de votre site. Par exemple : Mon site municipal : pour des services accessibles à tous et en tout temps !

À cette étape de définition du projet, les objectifs poursuivis doivent être clairement déterminés et hiérarchisés de façon à établir la séquence de leur réalisation. Dans l'optique où il est recommandé de privilégier une stratégie de déploiement modulaire ou par phase, cette opération permet d'établir un calendrier des actions à entreprendre au fil du temps, selon la priorité accordée à chacune d'entre elles.

BOISBRIAND

www.ville.boisbriand.qc.ca/pages/environnement.aspx



OUTIL 1 : GRILLE DIAGNOSTIQUE DES VOCATIONS À PRIORISER

Cet aide-mémoire propose des exemples d'axes de développement prioritaires ou de vocations à privilégier correspondant à certaines caractéristiques d'une municipalité ou à des besoins qu'on souhaite combler.

Vos moyens de transmission de l'information municipale aux citoyens et aux entreprises de votre territoire sont désuets.	Vocation administrative
Vous souhaitez mieux diffuser les bons coups de votre administration municipale.	Vocation administrative
Votre municipalité est une destination vacances reconnue.	Développement touristique et culturel
Votre municipalité possède des attraits historiques et culturels exceptionnels.	Développement touristique et culturel
Vous désirez voir votre municipalité prospérer et y attirer de nouvelles entreprises.	Développement économique
Votre municipalité souhaite étendre son parc industriel et vous voulez promouvoir ses atouts.	Développement économique
Vous souhaitez faire de votre municipalité l'un des premiers choix des familles de la région.	Marketing territorial
Vous avez fait du développement communautaire l'une des missions premières de votre administration municipale.	Développement sociocommunautaire
Vous souhaitez faire de votre municipalité l'une des plus branchées du Québec en luttant contre la *fracture numérique.	Développement sociocommunautaire
Les citoyens de votre municipalité ne s'impliquent pratiquement pas dans le quotidien de votre municipalité et vous souhaitez renverser la vapeur.	Mission politique
Vous avez reçu des plaintes des citoyens qui souhaitent que votre municipalité fasse preuve de plus de transparence dans son processus décisionnel. Vous voulez donc qu'ils aient accès aux procès-verbaux des réunions du conseil et qu'ils puissent donner leur avis facilement lors de consultations publique.	Mission politique
Pour vous et votre conseil municipal, l'environnement est une priorité numéro un.	Créneau environnemental

Vous trouverez aussi, au chapitre 3, une autre grille-outil destinée à vous aider dans l'exercice de sélection des contenus et fonctionnalités à présenter sur votre site.



2.2.2 LA POLITIQUE ÉDITORIALE RETENUE

Le site Web constitue en quelque sorte la « carte de visite » virtuelle de la municipalité qui le met en place. Pour qu'il reflète bien la vision du projet ainsi que les objectifs fixés au départ, il convient d'établir une politique de publication et d'édition. De façon générale, ce genre de politique délimite ce qui sera diffusé sur le Web et peut traiter tant de l'image d'elle-même que la municipalité choisit de présenter que des publics visés ou des différents types de contenus qui seront mis en ligne.

Fortement tributaire des objectifs généraux et plus spécifiques du projet ainsi que des besoins exprimés par les futurs utilisateurs du site, cette politique « [...] aura un impact important sur la suite du projet. Elle influencera notamment le choix des acteurs qui seront appelés à participer à l'élaboration du contenu (informations et services proposés) et de la présentation (architecture et accessibilité) du site » (ADAE, 2003 : 9). Il s'agit donc d'un document stratégique auquel les différents intervenants du projet pourront - et devront - se référer en cours de route.

POUR EN SAVOIR PLUS

Trudel, Pierre, et France Abran (2004). *Guide pour un usage responsable d'Internet : à l'intention des responsables des lieux d'accès publics à Internet et des utilisateurs*, version corrigée, Université de Montréal, Centre de recherche en droit public, 10 sept., 120 p. <http://www.droitsurinternet.ca/nonscol.pdf>

2.2.3 LES COÛTS⁵

Certaines variables peuvent avoir une influence sur les coûts de création d'un site Web municipal. Parmi celles-ci, mentionnons par exemple l'ampleur du budget de la municipalité, le sous-traitant sélectionné, la complexité des fonctionnalités implantées, etc. Cependant, les principales dépenses reliées à un tel projet peuvent être catégorisées en trois grands postes : les investissements à court terme, reliés à l'implantation du site; les dépenses à long terme, nettement plus importantes et plutôt associées à son fonctionnement et à sa gestion; les coûts, souvent très importants et observés tant à court qu'à plus long termes, relatifs au développement de contenus.

Au cours de l'élaboration du budget du projet, il faut donc tenir compte à la fois des coûts fixes, qui ne seront engagés qu'une seule fois, et des coûts variables récurrents.

Les coûts d'implantation

- Équipement informatique (ordinateurs, périphériques, logiciels, licences etc.);
- Matériel de télécommunication (connexion Internet, etc.);
- Saisie initiale ou conversion des données;
- Mise à niveau des installations (aménagement et rénovation des bureaux, achat d'ameublement et d'articles connexes, etc.);
- Conception et réalisation du site;
- Formation initiale des utilisateurs à la gestion du site;
- Coûts de transition et d'intégration de la solution, en raison par exemple de l'exploitation de systèmes parallèles ou de la conversion des systèmes en place;
- Gestion du changement et communication;
- Assurance qualité et examen après la mise en œuvre.



⁵ Cette section est inspirée et adaptée du document réalisé par l'Agence pour le développement de l'administration électronique (ADAE) (2003), p. 10-12.

Les coûts de fonctionnement

- Rémunération du personnel (soutien informatique, etc.);
- Entretien et mise à jour informatiques (corrections, adaptations, évolution des systèmes et logiciels);
- Achat de fourniture informatique;
- Formation continue (au personnel de la municipalité, aux élus, aux citoyens, etc.);
- Télécommunications (abonnement auprès d'un *fournisseur de services Internet [FSI], etc.);
- *Hébergement et gestion des *noms de domaine;
- Marketing (*référencement, publicité, etc.);
- Examens, vérifications et réajustements (évaluation du site par les citoyens, etc.).

Les coûts relatifs au développement de contenus, à la mise à jour et à la promotion du site

- Rémunération du personnel associé à la gestion et à la publication des contenus sur le Web;
- Transformation des contenus disponibles en vue de leur publication sur le Web;
- Élaboration de nouveaux contenus;
- Mise à jour de ces contenus.

Outre ces coûts directement associés au site lui-même, la municipalité devra sans doute aussi composer avec certains frais indirects et cachés entraînés par la mise en œuvre du projet (baisse de productivité durant l'apprentissage des nouveaux outils, activités d'administration ou de gestion de ressources humaines supplémentaires, etc.).



CONSEIL PRATIQUE

Pour réaliser votre projet, vous pouvez tenter d'obtenir des fonds de différentes sources de financement extérieures à votre municipalité. Celles-ci peuvent être d'origine locale, régionale, provinciale ou fédérale. Au niveau provincial par exemple, le programme *Villages branchés du Québec* a permis à plusieurs régions du Québec de bénéficier d'une infrastructure de télécommunication à large bande; tandis qu'au niveau canadien, le programme *Collectivités ingénieuses* a conduit plusieurs villes et villages du pays à se doter d'une stratégie pour mettre les technologies de l'information (TI) au service de leur population, de leurs institutions et de leur région d'une façon novatrice⁶.



⁶ La Collectivité ingénieuse de la Péninsule acadienne (CIPA, <http://www.cipanb.ca/>) au Nouveau-Brunswick représente certainement l'une des initiatives les plus dynamiques issues de ce programme.



2.2.4 LE PARTENARIAT, UNE OPTION À ENVISAGER

Dans le but d'épargner les ressources nécessaires à la mise en ligne d'un site Web, on peut songer à former un partenariat avec d'autres collectivités. Grâce au partage d'information, de ressources et d'infrastructures technologiques qu'elle permet, la collaboration entre pairs représente en effet un moyen efficace de répartir les coûts et les tâches associés à la création et au fonctionnement du site entre les différents partenaires concernés. Cette collaboration peut prendre diverses formes et susciter différents niveaux d'entraide.

Une municipalité peut par exemple choisir de ne pas créer son propre site indépendant et opter plutôt pour le partage d'un espace Web collectif avec d'autres municipalités, tel que le site de sa municipalité régionale de comté (MRC). Si cette option impose des limites à la présence sur le Web qui, dans la plupart des cas, est restreinte à la présentation de certains renseignements essentiels (population, équipe municipale, coordonnées de la municipalité, attraits principaux, etc.) dans un cadre déterminé - souvent des fiches descriptives standardisées -, elle a par contre le mérite de s'avérer économique en matière de ressources financières, humaines et temporelles.

Portail de la région de Portneuf

DESCHAMBAULT-GRONDINES

<http://mrc.portneuf.com/fr/site.asp?page=element&nIDElement=746>

CAP-SANTÉ

<http://mrc.portneuf.com/site.asp?page=element&nIDElement=745>

Une autre option consiste à établir des partenariats avec d'autres acteurs locaux pour la réalisation du site ou pour son développement. Une municipalité peut ainsi choisir de mobiliser autour de son projet des entreprises privées (des fournisseurs de matériel informatique par exemple), des associations (chambres de commerce, regroupement de gens d'affaires, etc.) et des organisations communautaires (maisons de jeunes, etc.) de son territoire et même songer à s'associer à certaines institutions en place, telles que la bibliothèque municipale ou une école de quartier. Quelle que soit la forme qu'elle puisse prendre, une telle collaboration témoigne de l'intérêt des partenaires envers le site municipal et contribue ainsi au renforcement de sa légitimité.

Au-delà de ces partenariats locaux, d'autres partenaires publics peuvent aussi participer à votre projet. Dans le cadre du second volet de son programme *Municipalités bien branchées* « Un site Internet pour votre municipalité », l'organisme Québec municipal offre par exemple aux municipalités la possibilité d'« acheter » l'un des trois forfaits standards qu'il a développés en la matière : (1) Présence dans Internet, (2) Munimédian et (3) Municipalité virtuelle (<http://www.quebecmunicipal.qc.ca/mbb/>).



CONSEIL PRATIQUE ALLONS DONC VOIR AILLEURS...

Puisqu'une image vaut souvent mille mots, vous ne devez pas hésiter à visiter les sites Web de certaines municipalités qui s'apparentent à la vôtre (taille, vocation retenue, etc.), voire ceux de petites entreprises privées, qui pourraient vous inspirer. Vous y découvrirez sans doute des usages novateurs des TI, adaptables au contexte particulier de votre municipalité.

Voici quelques questions que vous pouvez vous poser lorsque vous visiterez ces sites :

- La municipalité semble-t-elle avoir bien ciblé les usagers du site?
- Le site fournit-il l'information nécessaire pour qu'un citoyen puisse contacter facilement la municipalité ou lui acheminer une simple demande d'information?
- La navigation sur le site est-elle facile?
- Le visiteur perd-il son temps sur les différentes pages du site?
- Les services proposés sont-ils utiles?
- Le site donne-t-il envie à l'internaute d'y revenir?



2.3 LA STRUCTURE DU PROJET ET SA GOUVERNANCE

2.3.1 LE LEADER DU PROJET ET LA SENSIBILISATION DES ACTEURS CONCERNÉS

Pour qu'il connaisse le succès escompté par la municipalité qui le met en place, le projet de déploiement d'un site Web doit être porté par un leader crédible et rassembleur. Ce champion doit faire preuve de dynamisme et savoir sensibiliser les différentes personnes concernées (élus, dirigeants et employés municipaux, citoyens, entreprises, etc.) au potentiel de développement offert par un site Web municipal. L'un des objectifs premiers de cette démarche consiste à partager et à transmettre la *vision* du projet (voir encadré p. 24), en insistant sur le fait qu'il s'agit davantage d'une initiative sociale et collective que d'un projet technologique.



CONSEILS PRATIQUES

Voici un aide-mémoire constitué de quelques conseils à suivre au départ par le leader du projet pour en assurer le succès⁷ :

- Faites de vous l'apôtre du projet et diffusez la bonne nouvelle au plus grand nombre;
- Gagnez à votre cause le soutien de l'ensemble de la direction de la municipalité et du conseil municipal avant de vous lancer dans cette aventure;
- N'hésitez pas à faire appel à un dirigeant convaincu d'une autre municipalité pour vous soutenir dans cet exercice;
- Susciter et encourager la participation de tous les acteurs municipaux au projet (élus, gestionnaires, employés, etc.);
- Mettez cartes sur table et présentez clairement les objectifs poursuivis par la création du site;
- Faites ensuite preuve de transparence tout au long du développement du projet;
- Tenez compte du contexte particulier de la municipalité ainsi que de la culture organisationnelle de l'administration publique dans la conception du projet;
- Rappelez-vous que le déploiement d'un site Internet est un processus évolutif et qu'il vaut mieux viser moins grand mais plus juste au départ;
- Ne cherchez pas à tout faire vous-même : entourez-vous de collaborateurs qui disposent de l'expertise nécessaire en matière de gestion de projet, de service à la clientèle, de promotion et marketing, etc.;
- Développez une culture Internet sur le territoire de la municipalité et faites-en la promotion.



⁷ Inspiré de Mark LaVigne et autres (2001), *Untangle the Web Delivering Municipal Services Through the Internet*, http://www.ctg.albany.edu/publications/guides/untangle_the_web/untangle_the_web.pdf.

2.3.2 LE CHEF DE PROJET⁸

La municipalité doit aussi désigner un chef de projet, qui sera le responsable de l'exploitation du site, et définir clairement la mission et les rôles qu'il sera appelé à jouer. Cet acteur-clé doit en outre posséder certaines compétences et qualités particulières, notamment :

- **des compétences de généraliste** : avoir suffisamment de recul pour adopter un point de vue d'ensemble sur le projet; disposer d'une certaine culture de la communication, d'Internet, et de l'innovation en général; être soucieux de la qualité d'un service public efficace et à l'écoute des usagers, etc.;
- **un sens des relations humaines et professionnelles** : être diplomate, mais aussi être capable de trancher des conflits potentiels; être reconnu et accepté par les autres membres du personnel; savoir susciter la confiance du personnel des services municipaux ainsi que leur participation au projet; favoriser le travail de groupe; avoir la capacité de déléguer, etc.

Le responsable de projet peut bien sûr s'entourer d'une ou de plusieurs personnes dans le cadre de la réalisation des différentes activités qui lui incombent. Il y a d'ailleurs fort à parier que des compétences particulières soient détenues par certains membres de l'administration municipale : habiletés technologiques ou pédagogiques, talents en matière d'organisation, de communication, etc.



LA MISSION DU CHEF DE PROJET

- Le leader retenu a pour mission de superviser les grandes actions suivantes :
- La définition du cadre général du projet;
- La recherche du financement et des partenaires, s'il y a lieu;
- La rédaction du cahier des charges et de l'appel d'offres pour le sous-traitant technique;
- La préparation du personnel au changement;
- L'organisation des services;
- Le développement du contenu du site;



⁸ À noter que cette section est pratiquement extraite telle quelle du document réalisé par l'Agence pour le développement de l'administration électronique (ADAE) (2003), p. 13-14.



2.3.3 L'ADHÉSION DU PERSONNEL MUNICIPAL AU PROJET

L'adhésion du personnel de la municipalité au projet de site Web représente l'une des conditions essentielles de son succès. **Les employés municipaux doivent ainsi être encouragés à s'impliquer dans le projet dès les toutes premières phases de son élaboration.** Une telle participation permet de limiter la résistance au changement ainsi que les inquiétudes relatives aux impacts de la mise en ligne du site sur le travail quotidien. Elle comporte aussi d'autres bénéfices, puisqu'elle peut mener par exemple à la constitution d'un réseau de compétences complémentaires autour du chef de projet et contribuer à l'enrichissement de la réflexion sur l'adaptation des différents processus de la municipalité à l'usage d'Internet.

Dès le départ, les objectifs généraux et plus spécifiques du projet doivent ainsi être clairement présentés aux employés de la municipalité. Il importe d'insister ici sur le fait que c'est avant tout **la volonté de mieux répondre aux besoins et attentes des citoyens** qui est à l'origine et au cœur cette initiative. Cette communication doit se poursuivre de façon régulière au long du déroulement du projet et peut prendre diverses formes, de la traditionnelle réunion d'information jusqu'aux nouvelles brèves diffusées sur l'intranet de la municipalité, en passant par les notes de service et les articles sur support papier ou transmis par voie électronique. À noter aussi qu'il vaut mieux privilégier le dialogue au monologue, l'interaction avec les employés gagnant à s'effectuer de manière à favoriser l'interaction. Si la municipalité doit tenir ses troupes informées des développements du projet, elle doit aussi en retour être prête à recevoir leurs rétroactions et, surtout, à tenir compte de leurs suggestions dans la mesure du possible.



LA FORMATION DU PERSONNEL, UN INCONTOURNABLE !

La résistance au changement ainsi que les barrières qu'elle peut instaurer étant souvent issues de craintes plus ou moins fondées face à l'inconnu - ou au moins connu -, il faut aussi organiser des sessions de formation adaptées au personnel en place.

Ces périodes d'apprentissage permettront aux employés de se familiariser avec Internet, s'il y a lieu, et de véritablement s'approprier les nouveaux outils technologiques déployés pour en tirer par la suite le meilleur avantage dans le cadre de leurs fonctions.



DES OUTILS DE FORMATION À INTERNET GRATUITS

- CEGEP@distance, Trousse de recherche d'information dans Internet, <http://ccfd.crosemont.qc.ca/cours/trousse/introduction/index.html>
- CREPUQ, GIRI - Guide d'initiation à la recherche dans Internet, <http://www.bibl.ulaval.ca/vitrine/giri/>
- Étudiants bien branchés (HEC Montréal), Les secrets de la recherche sur Internet, <http://www.rechercheinternet.ca/>

LA CRÉATION DU SITE

3.1 LA RÉALISATION DU SITE

3.1.1 LE CAHIER DES CHARGES

Le cahier des charges constitue un support de l'appel d'offres ou de la consultation. Il s'agit du « document par lequel un demandeur exprime son besoin (ou celui qu'il est chargé de traduire) en termes de fonctions et de contraintes. Pour chacune d'elles, sont définis des critères d'appréciation et les niveaux attendus » (ADAE, 2003 : 19). Ce document doit donc présenter clairement et de façon détaillée les principaux éléments suivants⁹ :

- Le contexte du projet et les objectifs poursuivis;
- Les besoins à satisfaire;
- Les hypothèses et les contraintes devant être prises en compte;
- Les définitions des services en ligne à mettre en place;
- Les fonctions et les contraintes associées à ces services (niveaux de performance attendus, flexibilité, etc.).

3.1.2 LA SÉLECTION D'UN SOUS-TRAITANT TECHNIQUE

Puisque la majorité des petites organisations ne bénéficient pas à l'interne de l'expertise nécessaire à la réalisation d'un site Web, la municipalité devra sans doute confier cette tâche à une entreprise spécialisée en la matière, **tout en veillant à conserver le contrôle du projet**. Elle devra ainsi procéder à un appel d'offres¹⁰ dans lequel ses attentes sont établies de façon claire et évaluer par la suite la qualité des propositions reçues. En

s'assurant de la rigueur et de la transparence du processus de sélection du sous-traitant, la municipalité se prémunit par ailleurs contre d'éventuelles pressions qui pourraient être exercées sur elle par des entreprises locales. Elle peut bien sûr se faire assister dans cet exercice par une organisation neutre.

⁹ L'Agence régionale des technologies et de la société de l'information (ARTESI) de l'Île-de-France a d'ailleurs publié en 2004 la seconde version d'un *Cahier des charges type pour la réalisation d'un site Internet de ville*, disponible gratuitement à l'adresse <http://www.artesi.artesi-idf.com/public/article.tpl?id=6799>.

¹⁰ Veuillez noter qu'un appel d'offres type est inclus dans la pochette à la fin de ce guide.

OUTIL 2 : GRILLE DE SÉLECTION D'UN FOURNISSEUR DE SERVICES EN TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION (TI)

La grille suivante pourra vous aider à bien choisir votre fournisseur de services en TI. Dans le cas de critères importants à vos yeux, allez-y d'une note maximale élevée (une notation sur 50 points par exemple). Dans le cas de critères mineurs, donnez une note maximale plus basse (une notation sur 10 points, par exemple). Pour les critères qui ne s'appliquent pas, utilisez la mention « s. o. » (sans objet).

		Fournisseur 1	Fournisseur 2	Fournisseur 3
Critère	Note max.			
Professionnalisme de la proposition du fournisseur				
Expertise du fournisseur dans la réalisation de mandats similaires				
Qualité des expériences passées et références du fournisseur				
Compréhension des enjeux démontrée par le fournisseur				
Qualité de la réponse donnée aux besoins énoncés par la municipalité				
Qualité et quantité des ressources proposées pour réaliser le projet				
Expertise et implication du chargé de projet délégué par le fournisseur				
Qualité des garanties de performance offertes à la municipalité				
Qualité de la description du projet et de la méthodologie proposée				
	TOTAL PARTIEL			
Ajoutez à ce total partiel un certain nombre de points pour chaque projet semblable déjà réalisé par le fournisseur	Nombre de points multiplié par nombre de projets			
	TOTAL			
	RANG			

Adapté de : CEFRIO (2006). *Guide sur le gouvernement électronique*, p. 57, http://www.cefrio.qc.ca/pdf/Guide_Gouvernement_en_ligne.pdf



3.1.3 LES CHOIX TECHNOLOGIQUES

Puisqu'il est un spécialiste du domaine, le fournisseur retenu doit savoir traduire les exigences et les besoins de la municipalité en langage technique et lui proposer des choix technologiques appropriés. Le sous-traitant doit en outre assurer à la municipalité un accompagnement et un support adéquats pour chacun des systèmes adoptés.

Si les gestionnaires municipaux peuvent s'appuyer sur son expertise lors de la sélection du bon outil, ils doivent par contre aussi effectuer de leur côté une certaine réflexion préalable à cette opération. Il est ainsi primordial qu'ils aient établi les objectifs que la municipalité cherche à atteindre grâce à la technologie et dressé la liste des attributs du produit ou du service recherché. Il faut également déterminer si les nouveaux outils doivent être compatibles avec les anciennes technologies et jusqu'à quel point l'organisation tient à ne pas être « esclave » d'un fournisseur ou standard donné. L'une des principales difficultés consiste enfin à trouver un équilibre entre d'une part la « permanence » des outils dans le temps, cette permanence favorisant leur appropriation par les usagers, et d'autre part le rythme accéléré du développement technologique.

Il n'existe enfin pas de modèle unique et plusieurs choix pourront être proposés, tant sur le plan des outils eux-mêmes (matériel, logiciels, etc.) que des services (*hébergement du site, nombre de boîtes de courriel mises à la disposition de la municipalité, design de l'interface, etc.). Le fournisseur retenu devra bien sûr être en mesure d'exposer le pour et le contre de chacune des options présentées.

Or, l'une des grandes décisions que la municipalité aura certainement à prendre du point de vue technologique est certainement le fait d'opter - ou de ne pas opter - pour un programme en *code source libre. Voici donc quelques éléments destinés à nourrir la réflexion à cet égard.

Logiciel libre ou propriétaire? Là est la question

Le débat autour de Linux est hautement émotif. Or, il n'y a rien de pire pour une organisation que de prendre une décision en se fondant sur des passions. Le choix des outils informatiques doit se faire sur une base rationnelle.

- Patrice-Guy Martin
Direction informatique

Si le *logiciel libre n'est pas une panacée, il représente une option crédible et productive. Parmi ses principaux avantages, mentionnons une plus grande *interopérabilité entre les systèmes, un renforcement de la sécurité et surtout un meilleur équilibre coûts/efficacité. Bien qu'ils aient leurs détracteurs, les logiciels libres sont riches de promesses et représentent, pour des gestionnaires publics de plus en plus nombreux, une voie à explorer. Au gouvernement du Québec par exemple, plusieurs initiatives s'articulent autour du logiciel libre dont la plus connue est certainement le projet MILLE (Modèle d'infrastructure de logiciel libre en éducation, <http://www.mille.ca/mille/index.do>). Au niveau municipal, plusieurs villes européennes ont déjà opté pour ces logiciels, la France étant l'une des nations pionnières en la matière. Du côté du Québec, quelques municipalités ont aussi fait le saut vers le logiciel libre, notamment la ville de Laval qui a effectué la migration de certaines applications vers Linux (<http://www.ville.laval.qc.ca/>) ainsi que les municipalités de Saint-Théodore-d'Acton (<http://www.st-theodore.com/>) et de Val-Morin (<http://www.val-morin.ca/lutece/jsp/site/Portal.jsp>), cette dernière ayant appuyé la structure même de son portail Internet sur Lutèce, une technologie élaborée par la Mairie de Paris et distribuée sur le Web en *code source libre.

Avant d'envisager une migration complète vers les logiciels libres, il est également possible de passer partiellement à ce type de logiciels. La meilleure option réside ainsi pour plusieurs municipalités dans la cohabitation des applications libres et des *logiciels propriétaires.

C'est d'ailleurs la solution retenue par la municipalité de Saint-Théodore-d'Acton, qui utilise un logiciel libre pour gérer le contenu de son site Internet dynamique, mais emploie toujours un système d'exploitation et une suite bureautique propriétaire.

Au-delà de toutes les options disponibles, une municipalité gagnera certainement à privilégier une solution qui lui conférera la plus grande autonomie possible en matière de gestion des contenus. Le meilleur choix technologique - et certainement le plus économique à long terme - sera ainsi celui qui lui permettra d'assurer la maintenance (modification d'information, création ou suppression de rubriques, etc.) et la gestion du site sans l'intervention du sous-traitant spécialisé. Il est ainsi préférable d'investir davantage au départ pour disposer d'un outil facile à utiliser. Cet investissement supplémentaire initial sera rentabilisé au fil du temps par les économies réalisées dans tout ce qui concerne le fonctionnement.

POUR EN SAVOIR PLUS

ARTESI (2004a). *Enquête sur l'utilisation des logiciels libres dans les collectivités territoriales*, <http://www.artesi.artesi-idf.com/repository/362/362970476/498629140.pdf>

Association des développeurs et des utilisateurs de logiciels libres pour l'Administration et les collectivités territoriales (ADULLACT), <http://www.adullact.org/>

Champagne, Patrick (2004). *Quand les villes optent pour le logiciel libre*, 28 septembre, http://www.mamsl.gouv.qc.ca/publications/obse_muni/libre_web.pdf

Conférence sur les logiciels libres et les administrations publiques (CLLAP) (2005). Québec, 16 et 17 mai, <http://www.cllap.qc.ca/>

Gouvernement du Québec, ministère des Services gouvernementaux en collaboration avec le CEFRIO (2005). *e-Veille, à la rencontre des gouvernements en ligne du globe*, janvier, <http://www.services.gouv.qc.ca/fr/enligne/connaissance/e-veille/2005/janvier.asp#5>

3.2 LES CONTRAINTES JURIDIQUES

3.2.1 LE CHOIX ET L'ENREGISTREMENT D'UN NOM DE DOMAINE

Le choix d'un *nom de domaine est très important puisqu'il permet d'identifier de façon spécifique un site sur Internet. Il s'agit en clair de l'adresse de la municipalité sur la Toile. Bien qu'elle puisse paraître intimidante, cette opération est à la fois peu dispendieuse et très facile à réaliser. Une municipalité québécoise devra en effet déboursier un peu moins de 50 \$ par année pour l'enregistrement de son nom de domaine.

Au Canada, pour enregistrer un nom de domaine comportant la terminaison .ca ou des terminaisons régionales telles que .qc.ca, la demande doit être présentée à l'**ACEI** (Autorité canadienne pour les enregistrements Internet, <http://www.cira.ca/>). Pour obtenir un nom de domaine comportant une terminaison générique telles que .com, .net et .org, il faut plutôt contacter l'**ICANN** (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, <http://www.icann.org/>) ou faire appel à un *registraire qui constituera un relais entre cet organisme et la municipalité.



CONSEIL PRATIQUE

Bien qu'il y ait des exceptions, la tendance actuelle veut que plusieurs municipalités du Québec optent pour un nom du type « www.ville.nom-de-votre-ville.qc.ca », par exemple, dans le cas de la ville Québec, www.ville.quebec.qc.ca/.

À noter enfin que, dans le but de protéger le nom de la municipalité et d'éviter son utilisation abusive par d'autres organismes, on a grand avantage à enregistrer le nom retenu sous les différents domaines .qc.ca, .ca, .com, .net et .org.

POUR EN SAVOIR PLUS

Réseau juridique du Québec, *La propriété intellectuelle sur Internet : conflits et solutions*,
<http://www.avocat.qc.ca/affaires/iiinterprop.htm#Les%20noms%20de%20domaine%20dans%20Internet>

3.2.2 LA MENTION DE L'INFORMATION LÉGALE

De façon idéale et dans le but d'assurer la protection de la municipalité en cas de litige, certaines mentions légales devraient apparaître sur le site : politique relative aux droits d'auteur, limites de responsabilité de la municipalité, politique en matière de sécurité et de protection des renseignements personnels. Ces mentions doivent répondre aux diverses lois et réglementations en vigueur au Québec et au Canada, soit la Loi sur le droit d'auteur, la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels et la Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information.

Par exemple, comme le précisent Pierre Trudel et France Abran¹¹, pour être conforme à la législation québécoise en matière de protection des renseignements personnels, la politique de protection de la vie privée affichée sur le site doit :

- Garantir que les seules informations collectées et détenues sont celles qui sont nécessaires par les exigences de la fourniture du service tel qu'il est décrit et proposé;

- Assurer la confidentialité des renseignements personnels;
- Informer des pratiques de la municipalité au sujet de la confection et de la circulation des listes nominatives;
- Informer à l'égard des situations dans lesquelles il peut y avoir communication de renseignements personnels sans le consentement de l'utilisateur;
- Contenir toute autre information permettant à l'utilisateur de porter un jugement éclairé et d'exprimer un consentement éclairé lorsqu'il adhère au service.

De façon générale, ces renseignements figurent au bas de chacune des pages du site sous différentes rubriques du type : « © 2005 Ville de La Prairie - Tous droits réservés », « Avis légal », « Sécurité et confidentialité ».

¹¹ Pierre Trudel et France Abran (2004). *Guide pour un usage responsable d'Internet : à l'intention des responsables des lieux d'accès publics à Internet et des utilisateurs*, version corrigée, Université de Montréal, Centre de recherche en droit public, 10 sept., p. 94-95, <http://www.droitsurinternet.ca/nonscol.pdf>.



LES MENTIONS LÉGALES DU SITE DE LA VILLE DE BROMONT

http://www.bromont.net/index_ie_new1.htm

Copyright© 2006 Ville de Bromont. Tous droits réservés.

Sauf indication contraire spécifiée dans l'une ou l'autre des sections du portail de Bromont ville branchée, aucun élément du portail ne peut être copié, reproduit, distribué, publié, traduit, téléchargé, affiché ou transmis de quelque façon que ce soit, sans la permission préalable écrite de la Ville de Bromont ou du titulaire du droit d'auteur.

Il vous est permis d'afficher ou de télécharger les éléments du portail uniquement à des fins non commerciales et en autant que vous ne modifiez pas ces éléments et que vous conserviez tous les avis de propriété intellectuelle qu'ils contiennent.

Avis légal

Les informations contenues sur ce site sont en version administrative et ne constituent pas la version officielle. Nous ne pouvons être tenus

responsables de dommages pouvant découler d'éventuelles divergences entre l'information présentée et les documents officiels.

Politique de confidentialité

La Ville de Bromont s'engage à respecter les renseignements personnels des individus qui visitent notre site. Cette note résume la politique de confidentialité en matière de protection des renseignements personnels sur le portail de Bromont, ville branchée.

ces renseignements seulement lorsque vous nous les fournissez de façon volontaire, soit en communiquant avec nous par courriel ou en vous enregistrant dans une section sûre du site.

La Ville de Bromont ne recueille pas systématiquement vos renseignements personnels, comme votre nom, numéro de téléphone, courriel ou adresse postale lorsque vous visitez notre portail. Nous obtenons

Tous les renseignements personnels fournis sont protégés par la loi sur l'Accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels. Ainsi, au moment de la cueillette, vous serez informé que vos renseignements personnels sont recueillis.

Liens vers d'autres sites

Notre portail propose des liens vers d'autres sites, et, par conséquent les renseignements échangés à l'extérieur du portail de Bromont ne

sont plus assujettis à la politique de confidentialité de la Ville de Bromont mais à celle du site externe, le cas échéant.

POUR EN SAVOIR PLUS

Assemblée nationale du Québec (2005). *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*,
<http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/home.php>

Assemblée nationale du Québec (2005). *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*,
<http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/home.php>

Guide des droits sur Internet : un site d'information afin d'approivoiser Internet en toute confiance, <http://www.droitsurinternet.ca/>

Ministère de la Justice du Canada (2005). *Loi sur le droit d'auteur*,
<http://lois.justice.gc.ca/fr/C-42/index.html>

Trudel, Pierre, et France Abran (2004). *Guide pour un usage responsable d'Internet : à l'intention des responsables des lieux d'accès publics à Internet et des utilisateurs*, version corrigée, Université de Montréal, Centre de recherche en droit public, 10 sept., 120 p.
<http://www.droitsurinternet.ca/nonscol.pdf>

3.3 LE DESIGN ET LA PRÉSENTATION DU SITE

Une fois le sous-traitant, les systèmes technologiques et le nom de domaine choisis, il est temps de s'attaquer au design du site lui-même. Bien que les possibilités soient pratiquement infinies, l'application de certaines règles, des incontournables du domaine en quelque sorte, se révèle par contre essentielle à la réalisation d'un site qui soit à la fois efficace et agréable pour le citoyen, l'entreprise ou le visiteur qui le fréquentera.



CONSEIL PRATIQUE

Le site Web constitue une véritable carte de visite virtuelle pour l'organisme qui le met en ligne. Avant tout, et bien au-delà de la simple copie du logo de la municipalité sur les différentes pages du site, vous devez donc vous assurer que le design retenu (dispositions des menus, couleurs, etc.) reflète bien la vision et les valeurs de votre collectivité.

3.3.1 LA CONVIVIALITÉ ET L'ERGONOMIE

De grands principes liés à la *convivialité du site ainsi qu'à l'*ergonomie Web, soit au fait que le site doit être « facile et agréable à utiliser et à comprendre, même par quelqu'un qui a peu de connaissances en informatique » et « conduire le visiteur le plus rapidement vers l'information recherchée » (OQLF, <http://w3.olf.gouv.qc.ca/terminologie/fiches/8872856.htm> et <http://w3.olf.gouv.qc.ca/terminologie/fiches/8358886.htm>), doivent être respectés au cours de l'élaboration d'un site municipal.

De façon à maximiser l'utilisation de son site, une municipalité doit ainsi par exemple :

- Privilégier un langage simple et explicite, conforme aux termes employés par les internautes (éviter les termes trop techniques et le jargon administratif);
- Opter pour une structure de contenus claire et surtout conforme à la logique des utilisateurs. Rappelons en effet que ce sont les besoins des internautes qui doivent guider la réflexion et non, par exemple, l'organisation administrative de la municipalité;
- Proposer une interface agréable, notamment en soignant le choix des couleurs, en utilisant des icônes explicites, en favorisant la présentation de l'information sous forme graphique ou cartographique, etc.;
- Décrire les tâches à accomplir de façon claire et employer de préférence le mode impératif : l'intitulé « Découvrez les attraits de notre municipalité » est ainsi nettement plus accrocheur que « Vous pouvez découvrir les attraits de notre municipalité ici »;
- Limiter le nombre de clics nécessaires pour qu'un utilisateur ait accès à l'information ou au service qu'il recherche;
- Proposer diverses formes d'aide à la navigation pour faciliter les recherches des internautes : moteur de recherche, *foire aux questions, index, plan du site, rubrique d'aide.

Pour évaluer la convivialité et l'ergonomie de leur site municipal, les gestionnaires de la municipalité peuvent recourir à diverses méthodes et procéder par exemple à des tests d'utilisabilité. Dans le cadre d'un tel exercice, des utilisateurs représentatifs des clientèles visées par le site sont conviés à exécuter certaines tâches, elles aussi représentatives de celles prévues lorsqu'on a conçu le site. Ces tests permettent notamment de mesurer la rapidité avec laquelle les internautes accèdent à l'information ou au service recherché ainsi que de repérer les culs-de-sac qu'ils ont rencontrés en accomplissant une tâche particulière, etc.

POUR EN SAVOIR PLUS

Alsacreation (2005). *Principes à suivre pour un site Web de qualité : Ergonomie, Compatibilité, Accessibilité*,

<http://css.alsacreation.com/Tutoriels-et-articles-divers/Principes-a-suivre-pour-un-site-web-de-qualite-Ergonomie-Compatibilite-Accessibilite>

Millerand, Florence, et Odile Martial (2001). *Guide pratique de conception et d'évaluation ergonomique de sites Web*, CRIM, 77 p.

<http://www.crim.ca/files/documents/services/rd/GuideErgonomie.PDF>

Royaume-Uni. Office of the e-Envoy (2003). *Quality Framework for UK Government Website Design : Usability issues for government websites*, 55 p.

<http://www.cabinetoffice.gov.uk/e-government/docs/qualityframework/pdf/quality.pdf>

Utilisabilité Québec, <http://www.utilisabilitequebec.org/>

3.3.2 L'ACCESSIBILITÉ¹²

Bien qu'elle demande un effort important, l'accessibilité d'un site Web aux déficients auditifs et visuels ainsi qu'aux personnes à mobilité réduite est l'un des enjeux de la mise en ligne des services publics. L'utilisation d'Internet et, notamment, de l'administration électronique donne en effet à ces clientèles la possibilité d'augmenter leur autonomie en leur permettant d'accéder à l'information directement et de réaliser elles-mêmes certaines démarches administratives.

De plus, les efforts consentis à rendre un site accessible et donc à en augmenter la simplicité et la qualité ne bénéficient pas qu'aux seules personnes handicapées, mais bien à tous ses éventuels utilisateurs. Trop souvent, les producteurs de sites Web ne tiennent pas compte de ce que le niveau de compétences des citoyens en



¹² Le contenu de cette section est adapté de : ADAE (2003) et de CEFRIO (2006a).

matière de lecture varie grandement d'une personne à une autre. Ainsi, selon les résultats de l'*Enquête internationale sur l'alphabétisation et les compétences des adultes* menée en 2003¹³, au Québec, 22 % des personnes de 16 à 65 ans ont de la difficulté à lire et à comprendre des textes suivis¹⁴ et seulement 13 % d'entre elles peuvent être considérées comme de bons lecteurs¹⁵.

Il faut donc garder en tête qu'il est difficile pour une grande partie de la population de bien comprendre l'information écrite et encore plus ardu pour ces personnes de comprendre l'information Web. Comme l'a relevé Jakob Nielsen, le principal expert américain des questions d'accessibilité, « les gens lisent rarement une page Web mot à mot¹⁶ ». En fait, ils y jettent rapidement un regard pour y repérer ce qui est important.

Selon Nielsen, pour tenir compte des difficultés de lecture d'une forte partie de la population et des problèmes qui se posent lorsqu'un texte est lu à l'écran, tout organisme devrait s'assurer que les pages Web qu'il met en ligne soient facilement *balayables* et contiennent les éléments suivants :

- Des mots-clés sur lesquels on attire l'attention en faisant varier les couleurs, la police, etc.;
- Des titres et sous-titres hautement significatifs (plutôt que subtils);
- Des listes numérotées ou non.

Nielsen conseille en outre de respecter les caractéristiques suivantes :

- La structure est simple; par exemple, un résumé qui fait état des principaux points figure tout au début;

- Les paragraphes sont courts : une seule idée est développée dans chaque paragraphe;
- Le texte est concis : il contient deux fois moins de mots qu'un document sur format papier¹⁷.

POUR EN SAVOIR PLUS

Nielsen, Jakob. useit.com : *Jakob Nielsen's Web Site*, <http://www.useit.com/>

Office des personnes handicapées du Québec (2005). *Guide d'accessibilité et d'adaptation des services gouvernementaux : les services de l'État, c'est aussi pour les personnes handicapées*, http://www.ophq.gouv.qc.ca/Publications/D_Guide.htm



DES NORMES POUR VOUS APPUYER

La problématique de l'accessibilité du Web pour les personnes handicapées présente de multiples facettes, notamment en raison du type de handicaps à accommoder. Plusieurs organismes s'y sont attaqués dont le principal est probablement le W3C (World Wide Web Consortium), par le biais de son projet WAI (Web Accessibility Initiative). Le W3C propose ainsi un ensemble de normes et de recommandations ainsi que de lignes directrices pour faciliter l'accessibilité des sites Web aux gens souffrant de divers types de handicaps. L'Organisation internationale de normalisation (ISO) a elle aussi élaboré des normes pour encadrer le processus de conception des sites Web.

¹³ Voir Institut de la statistique du Québec (2005). *La littératie au Québec : faits saillants*, http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2005/fs_Eiaca2003.pdf.

¹⁴ La personne se situe au niveau 1 sur une échelle de 1 à 5.

¹⁵ Les bons lecteurs se situent aux niveaux 4 et 5 de l'échelle de l'OCDE.

¹⁶ Jakob Nielsen (1997). « How Users Read on the Web », *AlertBox*, octobre, www.useit.com/alertbox/9710a.html.

¹⁷ Nielsen (1997).

Organisation internationale de normalisation (2004). ISO 13407 : *Processus de conception centrée sur l'opérateur humain pour les systèmes interactifs*

<http://www.iso.org/iso/fr/CatalogueDetailPage.CatalogueDetail?CNUMBER=21197&ICS1=13&ICS2=180&ICS3>

Organisation internationale de normalisation (2004). ISO 18529 : *Ergonomie de l'interaction homme/système - Description des processus cycle de vie centrés sur l'opérateur humain*

<http://www.iso.org/iso/fr/CatalogueDetailPage.CatalogueDetail?CNUMBER=33499&ICS1=13&ICS2=180&ICS3>

W3C Québec, <http://www.w3qc.org/>

3.4 LE CONTENU DU SITE

3.4.1 L'ARCHITECTURE DE L'INFORMATION

Comme on l'a vu précédemment (voir section 2.2 « La définition du projet »), selon les objectifs spécifiques retenus et les vocations privilégiées par une administration publique lors du déploiement de son site, les contenus diffusés sur le Web peuvent être de plusieurs ordres : information administrative (description des différents services, coordonnées des personnes responsables, horaires divers, etc.), de nature politique (constitution du conseil municipal, procès-verbaux des séances du conseil, etc.), touristique (attraits locaux et régionaux, hébergement et restauration, etc.), etc.

Or, pour que les citoyens s'y retrouvent facilement, ces contenus doivent être organisés selon une certaine structure ou architecture de l'information qui constitue en quelque sorte la colonne vertébrale du site. Si plusieurs options sont envisageables, un grand mot d'ordre doit cependant être respecté : l'architecture retenue doit s'arrimer à la logique et aux intuitions des utilisateurs,

plutôt qu'aux besoins de la municipalité elle-même.

Lors de la conception de l'arborescence¹⁸, c'est-à-dire de la structuration des contenus, il importe ainsi de se poser la question suivante : « Comment les utilisateurs du site rechercheront-ils l'information et les services dont ils auront besoin? » Les internautes étant différents les uns des autres, il y a fort à parier que les stratégies de recherche adoptées varieront elles aussi d'un individu à l'autre. Dans cette optique, il faut leur proposer différents accès à l'information et aux services disponibles sur le site : classification thématique (environnement, sports et loisirs, etc.), par clientèle (citoyen, entreprise, touriste, etc.), par événement de vie (j'emménage, j'agrandis ma maison, etc.), ou par date (actualité, agenda, etc.).

À noter enfin que plusieurs sites, tant au Québec qu'ailleurs dans le monde, choisissent de présenter leurs contenus selon les types de visiteurs possibles (citoyen, entreprise, investisseur, touriste, etc.).

3.4.2 LES CONTENUS ET

BAIE-SAINT-PAUL www.baiestpaul.com



¹⁸ Selon l'Office québécois de la langue française (OQLF), l'arborescence est définie comme la « représentation organisationnelle selon une structure arborescente, qui établit la stricte hiérarchie entre les divers composants, de façon que toute information, sauf la première, procède d'une seule autre, mais peut en engendrer plusieurs ». (OQLF, <http://w3.olf.gouv.qc.ca/terminologie/fiches/8369503.htm>)

LES FONCTIONNALITÉS

Comme il existe une grande variété de contenus et de fonctionnalités qui peuvent figurer sur un site Web, la municipalité devra bien sûr faire des choix. Le travail accompli jusqu'à présent, notamment l'étape de définition du projet (établissement des objectifs globaux et plus spécifiques, vocations privilégiées, etc.), la guidera cependant dans cet exercice. Si, par exemple, elle souhaite favoriser avant tout son développement économique, elle devrait d'abord valoriser sur le Web l'information relative à son dynamisme économique, à son parc industriel ainsi qu'au nombre et aux types d'entreprises établies sur son territoire, etc.

Il pourrait enfin être opportun de faire du site municipal une porte d'entrée vers les services en ligne offerts par les gouvernements du Québec et du Canada. Dans cette optique, des liens pourraient conduire directement les citoyens et les entreprises vers les portails « citoyens » et « entreprises » de ces administrations publiques :

Gouvernement du Québec, *Services aux citoyens*,
<http://www.gouv.qc.ca/wps/portal/pgs/citoyens?lang=fr>

Gouvernement du Québec, *Services aux entreprises*,
<http://www.entreprises.gouv.qc.ca/wps/portal?lang=fr>

Gouvernement du Canada, *Service Canada*,
<http://servicecanada.gc.ca/fr/accueil.html>

Gouvernement du Canada, *Entreprises Canada : services aux entrepreneurs*,
<http://entreprisescanada.gc.ca/gol/cbec/site.nsf/fr/index.html>



LES INCONTOURNABLES

- Coordonnées complètes de la municipalité
- Contact par courriel
- Plan du site
- Mentions légales
- Date de mise à jour de l'information

(liste non exhaustive)



CONSEIL PRATIQUE

Application chérie des internautes, le courrier électronique constitue le moyen de communication électronique le plus fréquemment utilisé par les citoyens pour interagir avec leur municipalité et vice-versa. Le courriel représente ainsi une voie de communication rapide et efficace qui permet par exemple à un citoyen d'adresser directement une requête d'information à un service municipal ou de s'informer de l'état d'avancement d'un dossier. Pour éviter que l'utilisation du courriel ne se retourne contre vous, assurez-vous cependant de mettre tout en œuvre pour répondre rapidement aux demandes¹⁹. Il en va du succès même de votre site!

¹⁹ Selon les résultats de la dernière édition du *Web municipal au Québec* menée par le CEFRIQ, en 2006, 1061 municipalités (95 %) disposent d'une adresse de courriel, mais parmi celles-ci, 24,2 % n'ont jamais donné suite à une demande d'information pourtant simple - nombre d'habitants de la municipalité - transmise par courrier électronique.

OUTIL 3 : GRILLE D'AIDE À LA DÉCISION DES CONTENUS ET DES FONCTIONNALITÉS À PRIORISER

Constituée de 48 différents éléments, la grille suivante est destinée à vous aider dans l'exercice de sélection des contenus à présenter. Pour ce faire, elle est subdivisée en cinq grandes sections : (1) Contenu général du site, (2) Contenus reliés à la vie démocratique, (3) Contenus associés aux services municipaux, (4) Aspects transactionnels et (5) Autres fonctionnalités.

1- Contenu général du site

	Prioritaire	Pertinent	Non pertinent
1. Information sur l'historique de la municipalité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Cartes géographiques en ligne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Météo, nouvelles locales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Plan du site	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Indication de la date de mise à jour du site	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. *Foire aux questions (FAQ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Information économique (parc industriel, nombre d'entreprises, secteur économique, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Hyperliens vers des organismes de nature économique (CLD, SADC, CLE, chambre de commerce)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Hyperliens vers des organismes de nature sociale, culturelle et communautaire (CLSC, club optimiste, associations communautaires, commissions scolaires, musées, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Liens vers des ministères et organismes gouvernementaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Hyperliens vers des organisations privées (entreprises et commerces divers)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Information sur l'organigramme de la municipalité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Information sur le budget de la municipalité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Liste des membres du conseil municipal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Agenda, événements, nouveautés, actualités	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Politique de protection des renseignements personnels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Opportunités de carrière	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Rubrique de petites annonces	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Courriel d'employés municipaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Heures d'ouverture des bureaux municipaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2- Contenus reliés à la vie démocratique

	Prioritaire	Pertinent	Non pertinent
21. Ordre du jour des réunions du conseil municipal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Procès-verbaux des réunions du conseil municipal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Publications et rapports téléchargeables	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Diffusion des réunions du conseil municipal (simultanée ou extraits vidéo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Consultation publique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Sondage en ligne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Débat en direct	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Procédure à suivre pour effectuer une plainte ou une réclamation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3- Contenus associés aux services municipaux

	Prioritaire	Pertinent	Non pertinent
29. Services culturels et récréatifs (terrains de jeux, équipements et installations sportives, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Services touristiques (information sur les attraits et les activités touristiques, hébergement, restauration, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Services et règlements municipaux (urbanisme et autres)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Évaluation foncière	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. Services en sécurité publique et incendies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Coordonnées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Renseignements aux citoyens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. Services en transport collectif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Coordonnées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Horaire des trajets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. Services en traitement des eaux usées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. Services en protection de l'environnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. Services en traitement de l'eau potable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. Services en collecte des déchets (horaire)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4- Aspects transactionnels

	Prioritaire	Pertinent	Non pertinent
39. Inscription en ligne à des activités	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Socioculturelles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Sportives	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Autres _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. Possibilité de commander un permis ou une licence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Urbanisme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Chien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Alcool	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Manifestation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Permis pour système d'alarme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Autres _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. Paiement en ligne (comptes de taxes et autres)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Référence aux sites en ligne des institutions financières	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Paiement direct avec carte de crédit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Facturation et paiement en ligne (<i>Postel</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Formulaire en ligne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Statique (à imprimer, remplir sur papier et envoyer par courrier traditionnel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Dynamique (à remplir en ligne, imprimer et envoyer par courrier traditionnel)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Interactif (à remplir et à envoyer en ligne)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. Abonnement par courriel à une liste de diffusion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. Abonnement par courriel à un bulletin électronique municipal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5- Autres fonctionnalités

	Prioritaire	Pertinent	Non pertinent
45. Adresse générale de courrier électronique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. *Forum de discussion, *blogue, *bavardoir (<i>chat</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. Possibilité d'accéder au site avec un mot de passe pour établir un profil personnalisé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48. Moteur de recherche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LE MARKETING, LA MAINTENANCE ET LA PÉRENNITÉ DU SITE



4.1 LE MARKETING DU SITE

Pour qu'un site Web connaisse le succès escompté, il est essentiel d'en assurer la promotion. Différentes actions doivent ainsi être mises de l'avant pour faire connaître le site municipal, et ce, dès son lancement sur la Toile. Pour ce faire, la municipalité peut organiser une inauguration officielle, à laquelle seront conviés différents acteurs locaux et régionaux, et planifier une conférence de presse qui couvrira l'événement.

Par ailleurs, l'adresse (URL) du site et son contenu doivent bénéficier d'une publicité permanente. Il faut ainsi²⁰ :

- Imprimer des dépliants reprenant l'adresse du site et résumant son contenu et les distribuer dans les principaux lieux publics locaux (bureaux municipaux, banques, bureaux de poste, bibliothèques, écoles, etc.);
- Afficher l'adresse du site et l'adresse électronique de la municipalité sur tous les documents édités par la municipalité (papier à en-tête, brochures, affiches, etc.);
- Inscrire l'adresse du site et l'adresse électronique de la municipalité et, le cas échéant, celle des différents services sur les cartes de visite des responsables municipaux et des élus;
- Demander aux membres du personnel en contact avec le public de signaler systématiquement ce nouvel accès aux services publics;
- Organiser des séances d'information sur le site à différents moments et dans différents lieux.

Une autre option consiste à faire connaître le site grâce à la copromotion :

- Inscrire le site dans les guides spécialisés (guides touristiques par exemple) ainsi que dans les annuaires papier et Web existants tant au niveau régional que provincial et national;
- Contacter les municipalités voisines, la MRC ou certaines organisations locales et régionales et leur demander, en échange du même service, d'afficher sur leur propre site un lien direct vers le site de la municipalité.
- Assurer le *référencement du site dans les différents répertoires et moteurs de recherche. Par un système de mots-clés, ceux-ci orientent les internautes vers les sites susceptibles de les intéresser. Dans ce contexte, une attention toute particulière doit être portée aux mots-clés attribués au site;
- Utiliser les fils *RSS : de plus en plus populaire, cette technologie, qui constitue en fait une manière de décrire le contenu d'un site Web (articles, événements, etc.), permet aux internautes qui s'intéressent à la municipalité de s'abonner au site pour être tenus au courant de toute nouvelle publication. Les fils RSS rendent ainsi l'information diffusée sur le site mobile, c'est-à-dire visible ailleurs sur le Web²¹.

²⁰ Adapté du document réalisé par l'ADAE (2003), p. 50.

²¹ À noter que l'utilisation des fils RSS et du langage *XML qui les supportent doit être planifiée avec le sous-traitant retenu lors de la conception technologique du site.



4.2 LA MAINTENANCE DU SITE

Pour éviter que les visiteurs du site ne se heurtent à des renseignements erronés ou simplement dépassés, des mises à jour régulières de l'information présentée doivent être effectuées. La fréquence de cette opération doit être établie en fonction des différents types d'information. Par exemple, les nouvelles ou les activités diffusées ont souvent une durée de vie très courte, tandis que les renseignements sur les différents services municipaux sont certainement moins sujets aux changements réguliers. La même rigueur doit bien sûr s'appliquer à l'information provenant d'acteurs extérieurs à l'administration municipale, fournie par certains organismes locaux (associations, clubs sportifs, etc.), et qui pourrait figurer sur le site municipal.

La procédure de mise à jour doit pouvoir être effectuée à l'interne, de façon simple et rapide. La meilleure option consiste à désigner un responsable unique du site (mise à jour centralisée) ou des responsables par service (mise à jour décentralisée), choisis parmi les employés de la municipalité. Ces personnes-clés s'assureront de la cohérence de l'information mise en ligne et garantiront le respect de la politique éditoriale retenue (voir sous-section 2.2.2). Enfin, pour que les utilisateurs aient un point de repère temporel auquel se référer, il est important de préciser sur le site la date de la dernière mise à jour.



CONSEIL PRATIQUE

Pour renforcer encore le contrôle de l'information diffusée, vous pouvez aussi choisir de donner aux visiteurs la possibilité de signaler, par courriel par exemple, la présence de renseignements périmés. Une telle décision implique cependant que soit mis en place un système de réponse automatique qui les remercie de leur contribution.

4.3 LA PÉRENNITÉ ET L'ÉVOLUTION DU SITE

Le déploiement d'un site Web est un processus évolutif. Une fois mis en ligne, le site sera ainsi appelé à se transformer au fil des mois pour refléter la réalité et les besoins changeants de la municipalité bien sûr, mais aussi et surtout des clientèles (citoyens, entreprises, touristes, etc.) auxquelles il est destiné.

Pour tenir compte de cette évolution et s'assurer que l'orientation choisie est bien la bonne, la municipalité doit procéder régulièrement - une fois par année par exemple - à l'évaluation de son site. Il importe ainsi que les gestionnaires soient en mesure de répondre à différentes questions, notamment :

- Les objectifs généraux et plus spécifiques du projet original sont-ils remplis?
- Les divers frais engagés sont-ils conformes aux prévisions?
- Combien de personnes ont visité le site depuis son lancement?
- Les clientèles prioritaires - citoyens, entreprises, touristes, etc. - sont-elles bien au rendez-vous?
- Quelles sont les principales motivations des internautes à consulter le site (recherche d'information, obtention d'un permis, etc.)?
- Quelles sont les pages les plus populaires?
- Les visiteurs éprouvent-ils différents problèmes (culs-de-sac, impossibilité de trouver l'information recherchée, etc.) qui les poussent à abandonner leur navigation?



Différents outils peuvent contribuer à l'évaluation d'un site Web. En plus de munir son site d'un *logiciel de mesure d'audience²², une municipalité peut ainsi par exemple réaliser un sondage ou organiser des groupes de discussion pour permettre aux utilisateurs de faire part de leurs opinions. Une autre option, adoptée notamment par la municipalité de Lac-Etchemin²³, consiste à présenter un formulaire d'appréciation du site pouvant être rempli et transmis directement en ligne.

Les enseignements issus du processus d'évaluation ne doivent enfin pas rester lettre morte. Ils sont essentiels pour réajuster au besoin tant l'architecture de l'information adoptée que l'offre d'information et de services proposée.

CONCLUSION



Quelle que soit leur taille et bien qu'il n'existe pas de formule de succès unique, toutes les municipalités peuvent gagner à adopter les technologies de l'information (TI) et à se faire une place sur le Web. En plus de leur permettre de bonifier les services qu'elles offrent aux citoyens, l'appropriation des TI peut ainsi grandement contribuer au développement socioéconomique des municipalités et, partant, favoriser l'innovation locale et régionale.

Pour boucler la boucle et synthétiser rapidement les mots d'ordre à tirer du présent guide, voici les principaux conseils à retenir lors de l'élaboration ou de la transformation d'un site Web municipal²⁴ :

1. Placez les besoins des clientèles à desservir (citoyens, entreprises, investisseurs, touristes, etc.) au cœur de la conception de votre site;
2. Prévoyez l'évolution du site dès sa création et bâtissez-le de façon graduelle, étape par étape;
3. Choisissez avec soin le sous-traitant qui vous accompagnera dans le processus;
4. Assurez la formation du personnel de la municipalité aux technologies adoptées;
5. Adoptez un vocabulaire simple et significatif;
6. Facilitez les démarches administratives des citoyens et des entreprises en privilégiant leur logique plutôt que celle de votre administration;
7. Diffusez de l'information précise et à jour;
8. Gérez vous-mêmes les contenus mis en ligne et répondez rapidement à tous les courriels reçus;
9. Faites la promotion de votre site par tous les moyens possibles;
10. Évaluez régulièrement votre site et réajustez le tir au besoin.

Pour que cette appropriation et les projets qui en découlent connaissent le succès escompté, deux facteurs se révèlent tout à fait déterminants : le leadership et la vision des acteurs locaux. L'un des plus importants défis à relever est ainsi de sensibiliser les élus et les gestionnaires municipaux au potentiel des technologies de l'information en tant qu'outil de transformation organisationnelle et de prestation de services aux citoyens.

Enfin, au-delà de la mise en ligne d'un site Web, les municipalités peuvent aller plus loin et se faire les porteurs d'un projet de collectivité apprenante²⁵. Rappelons que, bien au-delà d'un projet technologique, le développement d'une telle collectivité vise à répondre aux besoins des populations locales en créant des conditions propices à l'émergence d'un milieu innovateur, solidaire et autonome.

En plus de contribuer au renforcement de l'esprit civique, une telle appropriation des TI par les collectivités constitue un puissant levier pour accroître le dynamisme des différentes régions du Québec et, au bout du compte, pour assurer l'occupation du territoire québécois. Le développement de collectivités apprenantes représente ainsi l'une des voies par lesquelles les municipalités peuvent se faire une place en tant qu'acteurs-clés du développement social et économique du Québec.



²⁴ Inspiré et adapté du document réalisé par l'ARTESI [2005], p. 31.

²⁵ Pour plus de détails sur le concept de collectivité apprenante, voir le degré 5 de l'échelle de maturité technologique d'une municipalité à la sous-section 1.2 du présent guide.



GLOSSAIRE ET WEBOGRAPHIE

GLOSSAIRE

Source : Office québécois de la langue française, *Le grand dictionnaire terminologique*,
http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index1024_1.asp

Bavardoir

Lieu de rencontre virtuel, accessible à partir d'un site de bavardage, que l'internaute peut choisir, selon le sujet proposé ou l'intérêt du moment, afin de converser en temps réel et par clavier interposé, avec un nombre relativement restreint de participants.

Blogue

Site Web ayant la forme d'un journal personnel, daté, au contenu antéchronologique et régulièrement mis à jour, où l'internaute auteur peut communiquer ses idées et ses impressions sur une multitude de sujets, en y publiant, à sa guise, des textes, informatifs ou intimistes, généralement courts, parfois enrichis d'hyperliens, qui appellent les commentaires du lecteur.

Charte graphique

Ensemble des règles de présentation relatives aux éléments visuels qui composent un site Web, visant à lui donner une cohérence graphique et à définir son identité visuelle, et ayant pour but de faciliter la navigation et la lisibilité de ses pages.

Code source libre

Code source que l'on rend disponible gratuitement pour qu'il puisse être modifié et redistribué, dans un contexte de développement communautaire.

Communauté de pratique

Communauté de praticiens qui utilisent les technologies de l'information pour partager leurs connaissances.

Convivialité

Qualité d'un matériel ou d'un logiciel qui est facile et agréable à utiliser et à comprendre, même par quelqu'un qui a peu de connaissances en informatique.

Ergonomie

Ergonomie qui se caractérise par l'adaptation ou la création des contenus et des fonctionnalités d'un site Web, en vue d'en faciliter l'utilisation par ses visiteurs.

Foire aux questions (FAQ)

Fichier constitué des questions les plus fréquemment posées par les internautes novices ainsi que des réponses correspondantes.

Forum de discussion

Service offert par un serveur d'information ou un babillard électronique dans un réseau comme Internet et qui permet à un groupe de personnes d'échanger leurs opinions, leurs idées sur un sujet particulier, en direct ou en différé, selon des formules variées (liste de diffusion, canal IRC, etc.).

Fournisseur de services Internet

Entreprise reliée en permanence au réseau Internet, et qui met à la disposition de particuliers ou d'entreprises des connexions leur permettant d'accéder aux différents services disponibles dans Internet.



Fracture numérique

Écart existant entre les pays développés et les pays en voie de développement, en matière d'accès aux technologies de l'information.

Hébergement

Action d'héberger un site Web ou une page personnelle sur un serveur, afin de les rendre accessibles sur Internet.

HTML

Langage de balisage de texte qui permet la création de documents hypertextes affichables par un navigateur Web.

Interopérabilité

Capacité que possèdent des systèmes informatiques hétérogènes à fonctionner conjointement, grâce à l'utilisation de langages et de protocoles communs, et à donner accès à leurs ressources de façon réciproque.

Intranet

Réseau informatique privé, à l'intérieur d'une organisation, qui utilise les protocoles de communication et les technologies du réseau Internet.

Java

Langage de programmation orientée objet, dérivé du langage C mais plus facile à manier, qui permet de construire des applications destinées à circuler dans le réseau Internet, indépendamment du système d'exploitation utilisé.

Liste de diffusion

Liste d'adresses électroniques identifiée par un pseudonyme et à laquelle on a attribué une adresse de courrier électronique en propre, de telle sorte qu'un message expédié à cette adresse sera automatiquement réexpédié à toutes les autres.

Logiciel de mesure d'audience

Logiciel permettant de mesurer le taux de fréquentation d'un site Web, notamment d'un site de commerce électronique. Le logiciel de mesure d'audience analyse les fichiers journaux générés par le serveur Web et permet d'identifier les pages les plus fréquentées et les chemins les plus utilisés dans le site Web.

Logiciel libre

Logiciel livré avec son code source de manière qu'il puisse être copié, modifié et redistribué, évoluant ainsi de façon continue vers une version plus perfectionnée, dans un contexte de développement coopératif et communautaire.

Logiciel propriétaire

Logiciel qui est spécifique à un développeur donné, ce qui veut dire qu'il n'est pas nécessairement conforme à une norme ou un standard, qu'il n'est pas toujours compatible avec d'autres logiciels, qu'il est protégé par le droit d'auteur et qu'il faut l'acheter ou acquérir une licence pour pouvoir l'utiliser.

Nom de domaine

Partie d'un nom Internet qui identifie spécifiquement le site Internet d'une organisation donnée.

Référencement

Enregistrement d'un site Web dans les moteurs et répertoires de recherche, afin de le faire connaître aux internautes, d'en accroître la visibilité et d'en augmenter ainsi le nombre de visiteurs.

RSS (fils ou format)

Format de syndication de contenu Web, basé sur le XML, qui permet d'indexer de façon automatisée le contenu d'un site Web et de le mettre instantanément à disposition d'autres sites.

Registraire de nom de domaine

Organisme autorisé servant d'intermédiaire entre l'opérateur de domaine de tête et les détenteurs d'un nom de site Web, et qui se charge de l'enregistrement et de la modification des noms de sites dans les répertoires touchant les domaines de second niveau utilisés par ses clients.

Téléprocédure

Tout échange relatif à une formalité administrative, réalisé à distance, principalement par Internet, à l'aide de formulaires électroniques, entre les autorités publiques (ministères et organismes) et leurs partenaires et usagers.

XML (langage)

Évolution du langage SGML permettant aux concepteurs de documents HTML de définir leurs propres marqueurs, dans le but de personnaliser la structure des données qu'ils comptent présenter.

WEBOGRAPHIE

Note : Tous les sites et documents électroniques présentés ici ont été consultés pour la dernière fois le 24 février 2006.

Agence pour le développement de l'administration électronique (ADAE) (2003). *Aide à la création et à la gestion du site Internet de votre commune*. [En ligne], 52 p.

http://www.adae.gouv.fr/IMG/pdf/guide_site_de_votre_commune.pdf

Alsacreation (2005). *Principes à suivre pour un site Web de qualité : Ergonomie, Compatibilité, Accessibilité*. [En ligne], <http://css.alsacreation.com/Tutoriels-et-articles-divers/Principes-a-suivre-pour-un-site-web-de-qualite-Ergonomie-Compatibilite-Accessibilite>

ARTESI Île-de-France [2005]. *Votre site Internet : le créer, le développer, l'améliorer*. [En ligne], 32 p.

<http://www.artesi.artesi-idf.com/public/article.tpl?id=8715>

ARTESI Île-de-France (2004a). *Enquête sur l'utilisation des logiciels libres dans les collectivités territoriales*. [En ligne],

<http://www.artesi.artesiidf.com/repository/362/362970476/498629140.pdf>

ARTESI Île-de-France (2004b). *Portail Internet citoyen : cahier des charges type pour un site Internet de ville*. [En ligne], version 2, 22 p.

<http://www.artesi.artesi-idf.com/public/article.tpl?id=6799>

Assemblée nationale du Québec (2005a). *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*. [En ligne],

<http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/home.php>

Assemblée nationale du Québec (2005b). *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*. [En ligne],

<http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/home.php>

Association des développeurs et des utilisateurs de logiciels libres pour l'Administration et les collectivités territoriales (ADULLACT). [En ligne],

<http://www.adullact.org/>

CEFRIO (2006a). *Guide sur le gouvernement électronique*. [En ligne], 85 p.,

<http://www.cefrio.qc.ca/pdf/>

[Guide_sur_le_gouvernement_en_ligne_VF.pdf](#)

CEFRIO (2006b). *NETendances 2005 : utilisation d'Internet au Québec*. [En ligne],

<http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/enquetes/netendances2005.asp>

CEFRIO (2005). *Le Web municipal au Québec, portrait de la situation en 2004*. [En ligne],

<http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/enquetes/webmuni.asp>

CEFRIO (2004). « *Projet de recherche : développement des collectivités locales et régionales par les TI* ». [En ligne],

http://www.cefrio.qc.ca/projets/proj_29.cfm

CEFRIO (2003 et 2004). *NetGouv 2003 et 2004*. [En ligne],

http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/enquetes/netgouv_intro.asp

CEFRIO (2001). *Réseau CEFRIO, La cité de demain : le développement des collectivités locales par les TI*. [En ligne], Québec, CEFRIO, vol. 3,

no 1, avril,

<http://www.cefrio.qc.ca/pdf/reseaucefriovol3no1.pdf>

CEGEP@distance. *Trousse de recherche d'information dans Internet*. [En ligne],

<http://ccfd.crosemont.qc.ca/cours/trousse/introduction/index.html>

Champagne, Patrick (2004). *Quand les villes optent pour le logiciel libre*, 28 septembre, [En ligne],
http://www.mamsl.gouv.qc.ca/publications/obse_muni/libre_web.pdf

Conférence sur les logiciels libres et les administrations publiques (CLLAP) (2005). [En ligne], Québec, 16 et 17 mai,
<http://www.cllap.qc.ca/>

CREPUQ. GIRI - *Guide d'initiation à la recherche dans Internet*. [En ligne],
<http://www.bibl.ulaval.ca/vitrine/giri/>

Étudiants bien branchés (HEC Montréal). *Les secrets de la recherche sur Internet*. [En ligne],
<http://www.rechercheinternet.ca/>

Gouvernement du Québec, ministère des Services gouvernementaux en collaboration avec le CEFRIO, *e-Veille, à la rencontre des gouvernements en ligne du globe*. [En ligne],
<http://www.services.gouv.qc.ca/fr/enligne/connaissance/veille.asp>

Guide des droits sur Internet : un site d'information afin d'apprivoiser Internet en toute confiance. [En ligne],
<http://www.droitsurinternet.ca/>

Hamalian, Seti K., et Rosenstein Lapointe (1999). *La propriété intellectuelle sur Internet: conflits et solutions*. [En ligne], Montréal, Réseau juridique du Québec, 1er mai,
<http://www.avocat.qc.ca/affaires/iiinterprop.htm#Les%20noms%20de%20domaine%20dans%20Internet>

Industrie Canada (2002). *Guide de création d'une communauté ingénieuse*. [En ligne], 98 p.
http://198.103.246.211/documents/guide_f.asp

Institut de la statistique du Québec (2005). *La littératie au Québec : faits saillants*. [En ligne],
http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/pdf2005/fs_Eiaca2003.pdf.

International City/County Management Association (ICMA) (2004). *Electronic Government 2004*. [En ligne],
<http://icma.org/upload/bc/attach/{9BA2A963-DDCC-40B7-836D-F1CFC17DCD98}egov2004web.pdf>

Lamy, Catherine (2000). « Quand les municipalités font le saut », *Desjardins entreprises*, vol. 5, no 2, p. 21-22.

LaVigne, Mark, et autres (2001). *Untangle the Web Delivering Municipal Services Through the Internet*. [En ligne], Albany, NY, University at Albany. Center for Technology in Government, juin, 20 p.
http://www.ctg.albany.edu/publications/guides/untangle_the_web/untangle_the_web.pdf

Lessard, Catherine, et autres (2004). *Développement et gestion de la géomatique par les organismes municipaux : guide à l'intention des élus et des gestionnaires municipaux*. [En ligne], Québec (Province). Ministère des Affaires municipales, du Sport et du Loisir, octobre, 86 p.
http://www.mamr.gouv.qc.ca/publications/amenagement/guide_geomatique.pdf

Millerand, Florence, et Odile Martial (2001). *Guide pratique de conception et d'évaluation ergonomique de sites Web*. [En ligne], Montréal, CRIM, 3 août, 77 p.
<http://www.crim.ca/files/documents/services/rd/GuideErgonomique.PDF>

Ministère de la Justice du Canada (2005). *Loi sur le droit d'auteur*. [En ligne],
<http://lois.justice.gc.ca/fr/C-42/index.html>

« Municipalités et Internet : vitrines sur le monde » (2004), *Quorum*, vol. 29, no 1, p. 33-34.

Nantel, Jacques, et Abdelouahab Mekki-Berrada (2005). *Efficacité et navigabilité d'un site Web : rien ne sert de courir, il faut aller dans la bonne direction*. [En ligne], Montréal, CIRANO, avril, 20 p. (Rapport bourgogne ; 2005RB-02)

http://www.cirano.qc.ca/technologiesinformation/publication_detail.php?id=2005RB-02

Nielsen, Jakob (1997). « How Users Read on the Web », *AlertBox*, octobre. [En ligne], www.useit.com/alertbox/9710a.html

Nielsen, Jakob. *useit.com : Jakob Nielsen's Web Site*. [En ligne], <http://www.useit.com/>

Office des personnes handicapées du Québec (2005). *Guide d'accessibilité et d'adaptation des services gouvernementaux : les services de l'État, c'est aussi pour les personnes handicapées*. [En ligne],

http://www.ophq.gouv.qc.ca/Publications/D_Guide.htm

Opossum [2004]. *Dix questions et dix réponses... au sujet des fils xml-rss*. [En ligne], http://www.oopossum.ca/archives/dixdix_xmlrssi.pdf

Organisation internationale de normalisation (2004a). *ISO 13407 : Processus de conception centrée sur l'opérateur humain pour les systèmes interactifs*. [En ligne], <http://www.iso.org/iso/fr/CatalogueDetailPage.CatalogueDetail?CNUMBER=21197&ICS1=13&ICS2=180&ICS3>

Organisation internationale de normalisation (2004b). *ISO 18529 : Ergonomie de l'interaction homme/système – Description des processus cycle de vie centrés sur l'opérateur humain*. [En ligne], <http://www.iso.org/iso/fr/CatalogueDetailPage.CatalogueDetail?CNUMBER=33499&ICS1=13&ICS2=180&ICS3>

Prévost, Paul, et autres (2004). *La e-démocratie dans les municipalités et les villes du Québec*. [En ligne], Québec, CEFRIO, janv., 92 p.

http://www.cefrio.qc.ca/rapports/E-democratie_dans_mun_et_villes.pdf

Repères numériques de Picardie (2005). *Internet public pour ma collectivité, pour mes administrés : guide d'accompagnement à destination des communes et intercommunalités de la région de Picardie*. [En ligne], 30 p.

http://www.generationcyb.net/article.php3?id_article=363

Réseau juridique du Québec. *La propriété intellectuelle sur Internet : conflits et solutions*. [En ligne],

<http://www.avocat.qc.ca/affaires/iinterprop.htm#Les%20noms%20de%20domaine%20dans%20Internet>

Royaume-Uni. Office of the e-Envoy (2003a). *Guidelines for UK Government Web Sites : Framework for local government*. [En ligne], 36 p.

<http://www.cabinetoffice.gov.uk/e-government/docs/localgov/pdf/localgov.pdf>

Royaume-Uni. Office of the e-Envoy (2003b). *Quality Framework for UK Government Website Design : Usability issues for government websites*. [En ligne], 55 p.

<http://www.cabinetoffice.gov.uk/e-government/docs/qualityframework/pdf/quality.pdf>

Royaume-Uni. Office of the e-Envoy (2002). *Guidelines for UK Government Web Sites : Illustrated Handbook for Web Management Teams*. [En ligne],

<http://www.cabinetoffice.gov.uk/e-government/resources/handbook/pdf/pdfindex.asp>

Schuett, Trudy W. (2005). « Blogs for local governments ». [En ligne], *Government Technology*, 6 mai,

<http://www.govtech.net/news/news.php?id=93913>

Sévigny, Bernard, et Paul Prévost (2004). *La collectivité apprenante : guide d'implantation*. [En ligne], Québec, CEFRIO, avril, 28 p.
http://www.cefrio.qc.ca/rapports/Guide_implantation.pdf

Tremblay, Hélène P. (2004). *L'innovation dans les municipalités : perceptions des acteurs et défis*. [En ligne],
http://www.cst.gouv.qc.ca/ftp/Municipalite_2004.pdf

Trudel, Pierre. *Guide des droits sur Internet : un site d'information afin d'approvoiser Internet en toute confiance*. [En ligne].
<http://www.droitsurinternet.ca/>

Trudel, Pierre, et France Abran (2004). *Guide pour un usage responsable d'Internet : à l'intention des responsables des lieux d'accès publics à Internet et des utilisateurs*. [En ligne], version corrigée, Université de Montréal, Centre de recherche en droit public, 10 septembre, 120 p.
<http://www.droitsurinternet.ca/nonscol.pdf>

Utilisabilité Québec. [En ligne].
<http://www.utilisabilitequebec.org/>

Vachon, Isabelle, et Caroline Masson [2003]. *Collectivités locales et régionales : résultats des enquêtes menées auprès des citoyens, des entreprises et des travailleurs autonomes*. [En ligne], Québec, CEFRIO, août, 46 p.
http://www.cefrio.qc.ca/rapports/Rapport_stats_coll_0209031.pdf

W3C Québec. [En ligne],
<http://www.w3qc.org/>



APPEL D'OFFRES TYPE



Vous pouvez télécharger ce document en format Word à cette adresse : http://www.cefrio.qc.ca/appele_offres_type.doc



>

RÉALISATION DU SITE WEB DE «INSÉRER LE NOM DE LA MUNICIPALITÉ»

APPEL D'OFFRES POUR LE CHOIX D'UN FOURNISSEUR «INSÉRER LA DATE»



Veillez prendre note que le présent document constitue un modèle à adapter selon les besoins de chacune des municipalités, en conformité avec les lois municipales.



TABLE DES MATIÈRES

1. Information préliminaire	V	5. Instructions aux fournisseurs	VIII
1.1 Délai de présentation de l'appel d'offres et modalités de réception des offres	V	5.1 Élaboration et présentation de l'offre	VIII
1.2 Représentant de la municipalité	V	5.2 Format de la proposition	VIII
2. Contexte des travaux	V	5.3 Critères de sélection et grille d'évaluation	IX
2.1 Mission et les objectifs du site	V	5.4 Conditions d'admissibilité et conformité	X
2.2 Contribution attendue	V	5.5 Modalités relatives à l'évaluation des offres et attribution des notes	X
3. Objectifs et échéancier	VI	5.6 Choix de l'adjudicataire (rapport « qualité/prix »)	XI
3.1 Objectifs du mandat	VI	5.7 Réserve	XI
3.2 Échéancier	VI	6. Conditions générales	XI
4. Méthodologie	VII	6.1 Paiement	XI
4.1 Grille graphique et ergonomie	VII	6.2 Résiliation	XI
4.2 Architecture de l'information	VII	6.3 Propriété matérielle et droits d'auteur	XI
4.3 Système de gestion de contenus	VII	Propriété matérielle	XI
		Droits d'auteur	XII
		6.4 Autorisation de changement de ressources	XII
		6.5 Protection des renseignements personnels ou confidentiels	XII

1. INFORMATION PRÉLIMINAIRE

1.1 DÉLAI DE PRÉSENTATION DE L'APPEL D'OFFRES ET MODALITÉS DE RÉCEPTION DES OFFRES

Les propositions concernant le présent appel d'offres doivent être présentées par courriel avant **12 h**, le **«insérer la date»** à l'attention de **«insérer le nom de la personne responsable»**, **«insérer le titre de la personne responsable»**, à l'adresse suivante : **«insérer l'adresse électronique de la personne responsable»**. À noter que les offres de service doivent être transmises en deux fichiers séparés et bien identifiés, en format PDF de préférence, ou RTF (*Rich Text Format*), l'un étant constitué de la description des services en tant que telle (devis descriptif) et l'autre contenant l'évaluation des prix pour l'exécution du travail (devis estimatif). La municipalité s'engage à transmettre par courriel aux soumissionnaires une confirmation de la réception de leur appel d'offres.

1.2 REPRÉSENTANT DE LA MUNICIPALITÉ

Afin d'assurer une uniformité d'interprétation des documents d'appel d'offres et pour faciliter les échanges d'information, la municipalité de **«insérer le nom de la municipalité»** désigne la seule personne suivante pour la représenter : **«insérer les coordonnées complètes de la personne»**.

Les demandes d'information devront être adressées par courriel et une réponse sera envoyée à tous les soumissionnaires. Le cas échéant, les informations complémentaires transmises aux soumissionnaires seront considérées comme faisant partie de l'appel d'offres.

2. CONTEXTE DES TRAVAUX

2.1 MISSION ET LES OBJECTIFS DU SITE

La municipalité de **«insérer le nom de la municipalité»** souhaite se doter d'un site Web. Par la mise en ligne d'un tel site, elle entend **«insérer ici l'énoncé de la vision du projet (voir le Guide, p. xx)»**.

Grâce à son site Web, la municipalité poursuit les objectifs de ...

«insérer ici les réponses aux questions évoquées à la section 2.2.1 du Guide (p. xx)»

2.2 CONTRIBUTION ATTENDUE

Dans ce contexte, la municipalité de **«insérer le nom de la municipalité»** sollicite la collaboration d'une firme spécialisée pour concevoir son site Web. Ce site devra refléter la vision du projet énoncée au départ et respecter les objectifs fixés par la municipalité.



3. OBJECTIFS ET ÉCHÉANCIER

3.1 OBJECTIFS DU MANDAT

L'objectif principal du mandat est de réaliser le site Web de la municipalité de **insérer le nom de la municipalité**.

Les objectifs particuliers du mandat seront les suivants :

- La firme devra traduire les exigences de la municipalité en langage technique et lui proposer différents choix technologiques;
- La firme devra assurer à la municipalité un accompagnement adéquat pour chacune des décisions à prendre en matière de technologie (options d'hébergement, nombre de boîtes de courriel nécessaires, etc.), et ce, tout au long du projet;
- La firme devra aussi assurer un support adéquat pour tous les systèmes adoptés;
- La firme devra implanter un outil ou un **système de gestion du contenu informationnel** qui permettra de simplifier la gestion et la mise à jour des différentes sections du site. En fait, il faudra faire en sorte qu'avec une formation minimale, la très grande majorité des mises à jour puissent être effectuées par du personnel non spécialisé en la matière;
- La firme devra faire la formation des (**insérer le nombre de personnes**) employés qui alimenteront le site.

3.2 ÉCHÉANCIER

Réception des offres de service	insérer la date
Attribution du mandat par la municipalité	insérer la date
Élaboration de la grille graphique et de l'ergonomie du site	<à déterminer avec la firme>
Approbation de la grille graphique et du design	<à déterminer avec la firme >
Implantation du système de gestion de contenus et élaboration des fonctionnalités du nouveau site	<à déterminer avec la firme>
Récupération des contenus actuels qui doivent être conservés	<à déterminer avec la firme>
Test et validation du site	<à déterminer avec la firme>
Mise en ligne du nouveau site	insérer la date

Dans son offre de service, la firme devra proposer un échéancier de réalisation.

4. MÉTHODOLOGIE

Dans son offre de service, la firme doit exposer à la municipalité la méthodologie qu'elle entend utiliser pour atteindre les objectifs mentionnés plus haut.

4.1 GRILLE GRAPHIQUE ET ERGONOMIE

La firme devra démontrer son expertise en matière de conception d'une grille graphique et en ce qui concerne l'ergonomie du site. La municipalité de **insérer le nom de la municipalité** privilégie une méthodologie de développement itérative basée sur le modèle ISO 13407¹.

Dans son offre de service, la firme devra :

1. Décrire la méthodologie qu'elle entend utiliser pour réaliser la grille graphique et l'ergonomie du site;

2. Fournir une liste de ses réalisations dans des mandats semblables à celui-ci;

3. La municipalité doit choisir ici l'une des deux options selon l'ampleur de son projet. Dans le cas d'un projet complexe, le point 3 doit se lire comme suit :

3. Inclure un prototype de la page d'accueil du nouveau site de la municipalité;

«Dans le cas d'un projet de plus faible envergure, il faudrait plutôt opter pour la formulation suivante »

3. Inclure des exemples de sites qu'elle a réalisés par le passé pour des organisations d'envergure comparable.

4.2 ARCHITECTURE DE L'INFORMATION

La firme devra proposer une architecture de l'information basée sur les besoins de contenus de la municipalité et adaptée à

ceux-ci. L'architecture retenue doit en outre tenir compte de la logique et des intuitions des utilisateurs futurs du site. Les internautes étant différents les uns des autres, elle devra présenter une structure qui comprend différents modes d'accès à l'information et aux services disponibles sur le site.

4.3 SYSTÈME DE GESTION DE CONTENUS

Dans le cadre de son mandat, la firme devra implanter un progiciel de gestion de contenus (CMS [*Content Management System*]) qui devra permettre à du personnel non spécialisé d'assurer les mises à jour du site : ajouter de nouvelles pages ou de nouvelles sections, ajouter des rubriques dans les diverses pages, modifier le contenu des rubriques existantes, effacer les éléments périmés, etc. L'outil devra générer des pages dynamiques afin d'éviter que les responsables des mises à jour aient à entrer plusieurs fois la même information. Enfin, le progiciel proposé par la firme devra être souple et facile à utiliser.

La firme devra assurer la formation des **insérer le nombre de personnes**) personnes qui feront la mise à jour du site.

Dans son offre de service, la firme devra indiquer qu'elle comprend les besoins mentionnés par la municipalité et présenter toutes les spécifications technologiques de l'outil qu'elle propose. L'accès en ligne à une plate-forme de démonstration serait un atout qui permettrait aux évaluateurs de juger la simplicité d'utilisation.

La firme devra aussi accompagner la municipalité et lui proposer les meilleures options en ce qui concerne :

- L'hébergement du site;
- Le nombre de boîtes de courriel à prévoir;
- Les procédures à mettre en place relativement à la sécurité et à la protection des renseignements personnels;
- **insérer ici d'autres exigences s'il y a lieu.**



¹ <http://www.ucc.ie/hfrg/emmus/methods/iso.html>



5. INSTRUCTIONS AUX FOURNISSEURS

5.1 ÉLABORATION ET PRÉSENTATION DE L'OFFRE

Le fournisseur doit présenter **par courriel** une seule offre en se conformant aux exigences du présent document d'appel d'offres.

5.2 FORMAT DE LA PROPOSITION

La firme devra envoyer sa proposition en deux fichiers séparés. Le premier contient la description des services proprement dite (devis descriptif) et le second l'évaluation des prix (devis estimatif). La firme devra détailler les coûts selon les postes budgétaires suivants : **ajuster la liste suivante selon la situation particulière de la municipalité**

- Conception du site (graphisme et ergonomie, architecture de l'information, etc.);
- Coût d'acquisition du progiciel de gestion de contenus;
- Implantation du progiciel;
- Coûts de transition et d'intégration du système, en raison par exemple de l'exploitation de systèmes parallèles ou de la conversion des systèmes en place;
- Saisie initiale ou conversion des données;
- Formation des employés;
- Assurance qualité et examen après la mise en œuvre;
- Hébergement et gestion des noms de domaine;
- Examens, vérifications et réajustements (évaluation du site par les citoyens, etc.).

5.3 CRITÈRES DE SÉLECTION ET GRILLE D'ÉVALUATION

L'évaluation des soumissions portera principalement sur la **qualité technique et sur la qualité scientifique** des propositions et elle sera effectuée sur une échelle de 100 en fonction de la grille suivante :

Critères de sélection	Points accordés
1- Professionnalisme général de la proposition	10 points
2- Expertise de la firme dans la réalisation de mandats similaires	5 points
3- Qualité des expériences passées et références de la firme	5 points
4- Compréhension des enjeux démontrée par la firme	10 points
5- Qualité de la réponse donnée aux besoins de la municipalité	10 points
6- Qualité et quantité des ressources proposées pour réaliser le projet	10 points
7- Expertise et implication du chargé de projet	10 points
8- Qualité des garanties de performance offertes à la municipalité	5 points
9- Description du projet	
9.1 Méthodologie de conception de la grille graphique, de l'ergonomie et de l'architecture de l'information	10 points
9.2 Prototype de page d'accueil	15 points
9.3 Proposition de progiciel de gestion de contenus	10 points
Total	100 points

En cas d'égalité, les propositions seront départagées sur la base du prix et le contrat sera accordé au soumissionnaire ayant souscrit le prix le plus bas.

Pour faciliter l'évaluation de leur soumission, les firmes sont invitées à présenter leur offre de service selon les critères spécifiés dans cette section et dans la précédente.



5.4 CONDITIONS D'ADMISSIBILITÉ ET CONFORMITÉ

Toute offre ne satisfaisant pas à l'une ou à l'autre des conditions ci-après décrites sera jugée non conforme et automatiquement rejetée :

1. L'offre doit être présentée dans le délai prescrit;
2. L'offre ainsi que les documents afférents doivent être rédigés en français;
3. L'offre doit être transmise par courriel en deux fichiers séparés et bien identifiés, l'un étant constitué de la description des services et l'autre de l'évaluation des prix;
4. L'offre ne doit en aucune façon être conditionnelle ou restrictive.

5.5 MODALITÉS RELATIVES À L'ÉVALUATION DES OFFRES ET ATTRIBUTION DES NOTES

A. *Évaluation de la qualité* (60 % de la note finale)

1. Un comité de sélection procède à l'évaluation de toutes les offres de service conformes, et ce, à partir des critères définis à la section 5.3 du présent document et de la grille d'évaluation prévue à cet effet.

Le comité de sélection effectue l'évaluation de la qualité des offres de service sans avoir pris connaissance de l'évaluation des prix (devis estimatif).

2. Le comité de sélection détermine dans quelle mesure chaque offre de service répond aux exigences du document d'appel d'offres et évalue les offres de service à partir des seuls renseignements qu'elles contiennent.
3. S'il s'avérait nécessaire pour la municipalité d'obtenir des précisions sur l'un ou l'autre des renseignements fournis dans

l'offre de service, ces précisions en deviendraient partie intégrante. Toutefois, les précisions fournies ne doivent pas améliorer l'aspect qualitatif de l'offre de service ni ajouter de nouveaux éléments qui n'auraient pas été traités dans l'offre de service.

4. Chacune des offres de service est évaluée individuellement et, pour chaque critère, une note variant de 0 à 5 est attribuée et multipliée par le taux de pondération respectif à chacun des critères. Ce taux ne peut être supérieur à 6.

Un fournisseur qui, dans son offre de service, omet de fournir l'information sur un critère donné obtient la note 0 pour ce critère. D'autre part, la note 3 est allouée lorsque l'évaluation est considérée satisfaisante.

Pour chacune des offres de service, une fois tous les critères évalués, le comité additionne les points obtenus pour un total maximal de cent (100) points.

À noter que seules les offres de service ayant cumulé un minimum de 60 points à cette étape-ci du processus d'évaluation seront jugées acceptables et passeront à l'étape suivante.

B. *Évaluation du devis estimatif* (40 % de la note finale)

5. Le comité procède ensuite à l'examen des devis estimatifs présentés en regard des offres de service acceptables et le fournisseur qui a souscrit le prix le plus bas se voit attribuer cent (100) points pour le volet « prix ».
6. Le comité effectue, selon la formule inscrite à la grille d'évaluation, le calcul du pourcentage d'écart des offres de service avec le devis estimatif le plus bas.

Les fournisseurs dont l'offre de service est acceptable se voient retrancher du nombre maximal de cent (100) points, un nombre de points (y compris les décimales) correspondant au pourcentage d'écart entre leur prix et le plus bas prix soumis.

5.6 CHOIX DE L'ADJUDICATAIRE (RAPPORT « QUALITÉ/PRIX »)

Pour chacune des offres de service acceptables, le comité additionne la note obtenue d'une part pour l'évaluation de la qualité et d'autre part en fonction du devis estimatif et recommande que le contrat soit alloué au fournisseur qui obtient le total le plus élevé.

En cas d'égalité, le fournisseur sélectionné est celui qui présente le prix le moins élevé.

En cas de double égalité de l'offre de service et du prix, la sélection est effectuée par tirage au sort entre les fournisseurs *ex aequo*.

5.7 RÉSERVE

La municipalité de **insérer le nom de la municipalité** ne s'engage pas à accepter l'une ou l'autre des offres reçues.

6. CONDITIONS GÉNÉRALES

6.1 PAIEMENT

Après vérification, la municipalité de **insérer le nom de la municipalité** verse les sommes dues au fournisseur selon les modalités de paiements suivantes : 30 % à la signature du contrat, 30 % au milieu du mandat et 40 % à la livraison du site.

6.2 RÉSILIATION

La municipalité se réserve le droit de résilier le présent contrat pour l'un des motifs suivants :

1. Le fournisseur fait défaut de remplir l'un ou l'autre des termes, conditions ou obligations qui lui incombent en vertu du présent contrat;
2. Le fournisseur cesse ses opérations de quelque façon que ce soit, y compris en raison de la faillite, liquidation ou cession de ses biens.

Dans un tel contexte, le fournisseur sera payé pour les travaux réalisés jusqu'à la date de la résiliation du contrat.

6.3 PROPRIÉTÉ MATÉRIELLE ET DROITS D'AUTEUR

Propriété matérielle

Les travaux réalisés par le fournisseur en vertu du présent contrat, y compris tous les accessoires tels les rapports de recherche et autres, deviendront la propriété entière et exclusive de la municipalité de **insérer le nom de la municipalité** qui pourra en disposer à son gré.



Droits d'auteur

Le fournisseur cède et transfère à la municipalité de **insérer le nom de la municipalité**, qui accepte, tous les droits d'auteur sur tous les documents réalisés en vertu du présent contrat.

Cette cession de droits d'auteur est consentie sans limite de territoire ni de temps et sans limite de quelque nature que ce soit.

Toute considération pour la cession de droits d'auteur consentie en vertu du présent contrat est incluse dans la rémunération prévue.

6.4 AUTORISATION DE CHANGEMENT DE RESSOURCES

Le fournisseur doit obtenir l'autorisation de la municipalité de **insérer le nom de la municipalité** avant de procéder au remplacement d'une ressource stratégique identifiée dans l'offre.

Dans un tel cas, la municipalité peut :

Soit accepter le changement si la ressource proposée est équivalente à celle initialement identifiée et si le fournisseur assume le transfert des connaissances;

Soit refuser le changement, si elle juge que la ressource proposée n'est pas équivalente à celle initialement proposée, et obliger le fournisseur à poursuivre avec la ressource initiale, à défaut de quoi le contrat est résilié.

6.5 PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS OU CONFIDENTIELS

Le fournisseur s'engage à assurer la confidentialité des renseignements obtenus : ni lui ni aucun de ses employés ne doit divulguer les données, analyses ou résultats inclus dans les rapports réalisés en vertu du contrat ou, généralement, quoi que ce soit dont il aurait eu connaissance dans l'exécution du contrat.





APPEL D'OFFRES TYPE

Vous pouvez télécharger ce document en format Word à
cette adresse : www.cefrio.qc.ca/appele_offres_type.doc

Comment une petite ou une moyenne collectivité peut-elle se tailler une place de choix sur le Web avec des moyens limités?

Ce guide présente des pratiques exemplaires qui sauront sans aucun doute inspirer tous les intervenants municipaux désireux d'adopter les meilleures façons de faire pour la réalisation d'un site Web municipal ou encore, pour bonifier leur présence en ligne.

Facile à consulter, ce guide se divise en quatre chapitres correspondant aux grandes phases du processus de déploiement d'un site Web municipal ou de son amélioration : Les constats préalables, La conception et la mise en forme du projet, La création du site et La valorisation du site. Il offre des atouts essentiels qui favoriseront l'atteinte des objectifs fixés par la municipalité pour la mise en ligne de son site Web (conseils pratiques, grilles diagnostiques, exemples de sites, etc.), en plus de proposer un glossaire, une webographie et un exemple d'appel d'offres type pour le choix d'un fournisseur informatique.

À l'ère du numérique, cet ouvrage s'avère un véritable outil de référence pour les élus et les gestionnaires des petites et moyennes municipalités désireux d'améliorer leur prestation de services aux citoyens et aux entreprises de leur territoire.

www.cefrio.qc.ca/pdf/Guide_Web_municipal.pdf