

Plumes d'excellence 2020

# Nouveau site Internet

Le site de la Ville de Brossard offre une toute nouvelle expérience à la population et s'inscrit parfaitement dans la vision numérique que nous mettons de l'avant et qui continuera de se développer au sein de notre ville au cours des prochaines années. Ergonomique, il permet à nos citoyens de naviguer de façon plus intuitive et d'obtenir les informations dont ils ont besoin plus facilement.

12 MARS 2020

Ville de Brossard  
Direction des communications

« LE SITE WEB DE MA VILLE  
EST PERSONNALISÉ SELON  
MES CHOIX D'ACTIVITÉS  
ET MES BESOINS.

JE N'AI JAMAIS VU ÇA AVANT! »

À CHACUN SON

**brossard.ca**

brossard.ca      

 brossard

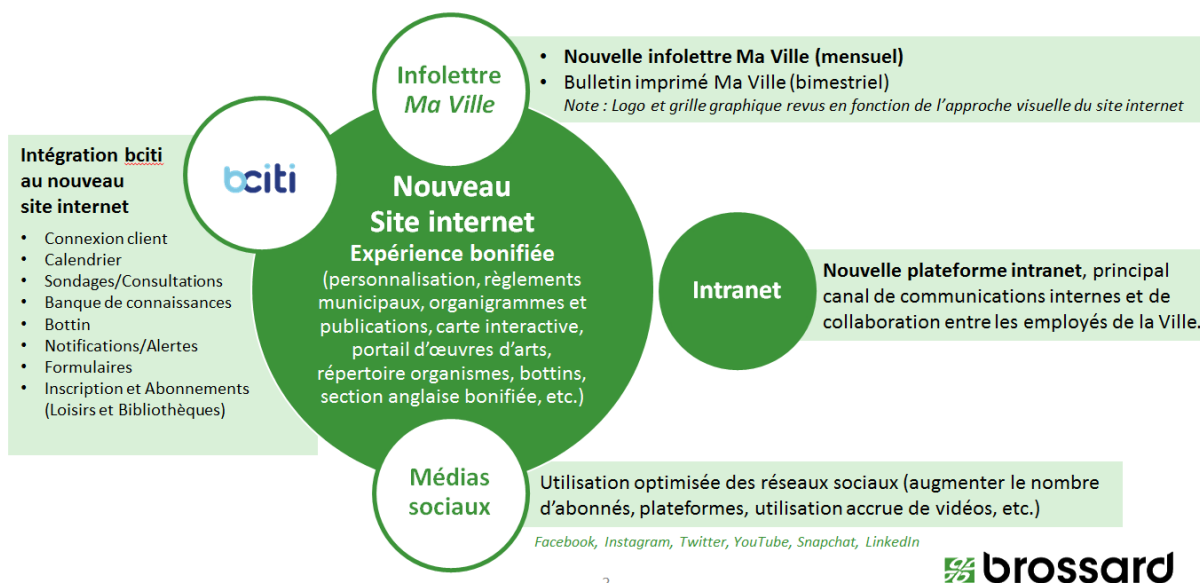
# Contexte

Alors que les organisations ne cessent de rejoindre leurs publics avec des plateformes numériques innovantes et personnalisées, la Ville de Brossard voyait son site Web plafonner. Désuet, limitatif et ne représentant pas la ville intelligente, numérique et innovante que Brossard devenait, la Direction des communications voulait transformer la pièce maîtresse de sa stratégie numérique.

## Le site Internet : la pierre angulaire de la stratégie numérique de Brossard

Ville intelligente, numérique et innovante, Brossard avait comme volonté de lancer un nouveau site Internet offrant une expérience bonifiée pour les citoyens. Projet phare du virage numérique de la Ville, Brossard souhaitait poursuivre sur sa lancée. Après sa forte présence sur les médias sociaux depuis 2012 et la création de la plateforme transactionnelle bciti, la Ville devait franchir une nouvelle étape : créer un site avec et pour le citoyen. Créer **À chacun son Brossard.ca**.

## Pièces maîtresses de la stratégie numérique



---

# Nos défis et objectifs

## **DÉFI 1 | LES BESOINS DE LA POPULATION BROSSARDOISE AVAIENT ÉVOLUÉ**

Avant de bâtir la plateforme, la Direction des communications avait le souci d'entendre toutes les parties prenantes. Nous voulions prendre le pouls des employés, des membres du Comité Technologie de l'information et innovation (CTII) composés d'élus et de cadres de la Ville, mais aussi, élément primordial, des citoyens constituant un échantillon sociodémographique représentatif de Brossard.

### **OBJECTIF 1 | COMPRENDRE LES BESOINS DES CITOYENS**

Permettre à tous les citoyens de s'exprimer sur les attentes et les besoins qu'ils ont face au futur site Internet de la Ville, et ce, grâce à des outils de communication disponible en ligne ou en personne.

## **DÉFI 2 | DES RESSOURCES FINANCIÈRES LIMITÉES**

Comme toutes villes, Brossard devait se prêter à un exercice d'appel d'offres rigoureux. Avec un budget limité étalé sur trois ans et une volonté d'innover, nous avons le défi d'user de créativité et de travailler avec des fournisseurs volontaires. Moins expérimentés dans le domaine des plateformes municipales, ils étaient néanmoins ouverts aux idées novatrices.

### **OBJECTIF 2 | INNOVER AVEC UN BUDGET RESTREINT**

Produire une plateforme personnalisée, interactive, agile et centrée sur les besoins du citoyen dans les délais avec un budget restreint et un fournisseur nouveau dans le domaine des sites municipaux.

## **DÉFI 3 | DES APPLICATIONS ET DES SERVICES DISPARATES**

La population remarque l'écart qui se creuse entre les services en ligne disponibles sur le Web en général et ceux offerts par les sites municipaux. Une des demandes citoyennes était de retrouver tous nos fournisseurs de services sous le même toit. Que ce soit la plateforme bciti, Ludik le fournisseur d'inscription au loisir, ou l'interface de paiement des taxes, le citoyen voulait tout retrouver au même endroit, sans se déplacer d'un site à l'autre.

### **OBJECTIF 3 | REGROUPER POUR MIEUX SERVIR**

La Direction des communications de la Ville de Brossard voulait se doter d'une plateforme qui allait permettre à la population :

- d'entrer dans le site avec son numéro d'abonné et mot de passe de bciti pour être automatiquement connecté à son compte bciti ;

- d'offrir tous les services et API (interface de programmation) de bciti sur le site Web pour éviter de passer de l'un à l'autre ;
- de créer des applications et des ponts entre les différents logiciels pour avoir tout au même endroit, dans le compte du citoyen ;
- accompagner les employés de la Ville vers la centralisation des plateformes de services en ligne.

#### **DÉFI 4 | LE RISQUE DE LA MULTIPLICATION DES MICROSITES**

Nous avons comme défi de revoir la pertinence des microsites créés dans le passé par des directions, dont celui de la bibliothèque. Riches en contenu et en activités, nous sommes arrivés au constat qu'il valait mieux maintenir un site indépendant pour la Bibliothèque de Brossard, et non le rapatrier sous une section dans le site de la Ville. Cependant, la Direction des communications devenait le porteur de dossier de la refonte du site de la bibliothèque.

##### **OBJECTIF 4 | PRODUIRE UN SITE INTERNET POUR LA BIBLIOTHÈQUE QUI S'INSCRIT DANS LES OBJECTIFS DE CELUI DE LA VILLE**

Convaincre et obtenir la collaboration de l'équipe de la bibliothèque de Brossard pour le développement et la mise en ligne de leur nouveau site Internet dans un but d'assurer une vision plus cohérente. Des lignes graphiques similaires, une arborescence commune et un calendrier d'activités présentés dans le site de la Ville, augmenteraient positivement l'expérience citoyen.

#### **DÉFI 5 | DIFFÉRENCIER LES BESOINS DES DIRECTIONS DE CEUX DES CITOYENS**

Une vision orientée vers les citoyens et non vers les besoins de chacune des directions, c'est un changement d'orientation qui devait être expliqué aux employés. La Direction des communications a privilégié une approche de partage de ses objectifs et d'implication des membres dans le projet et dans ses choix.

##### **OBJECTIF 5 | CHANGER LA PERCEPTION DES EMPLOYÉS CONCERNANT L'INFORMATION À PRIORISER SUR LE SITE INTERNET**

Comprendre pour changer les perceptions, c'est l'objectif que la Direction des communications a poursuivi auprès des membres du personnel. Elle a créé un comité « site Internet » où chaque direction était représentée par un employé. Ainsi, l'implication des pairs dans la démarche s'est avérée bénéfique pour bien comprendre et transmettre le message que le citoyen se situait au cœur de notre démarche et que le site allait être pensé pour lui.

#### **DÉFI 6 | OPTIMISATION DES RESSOURCES NUMÉRIQUES**

La Direction des communications souhaitait décentraliser les mises à jour de contenu sur le site Internet dans un but d'optimiser la ressource numérique qu'elle avait à l'interne. Avec sa vision numérique, la Direction des communications devait trouver des solutions pour poursuivre l'innovation.

---

## **OBJECTIF 6 | LA DÉCENTRALISATION DE LA MISE À JOUR DU CONTENU VERS LES DIRECTIONS**

La décentralisation de la mise à jour du contenu vers les directions avait pour objectif de permettre à la Direction des communications de jouer un rôle plus stratégique et de maintenance de haut niveau (page d'accueil, problème majeur, etc.).

# Supports et plateformes

Loin de vouloir un site statique, la Direction des communications souhaitait se doter d'un site agile pour offrir une expérience citoyen bonifiée et unique, tout en demeurant à échelle humaine.

## SONDAGE EN LIGNE

En avril 2018, un appel à la collaboration a été lancé auprès de la population brossardoise pour mener à bien notre travail de refonte du site Internet.

Dans un souci d'informer les citoyens de notre démarche, la Ville a procédé à diverses actions :

- Communiqué de presse
- Relations médias
- Médias sociaux
- Information sur notre site Web
- Notifications

Grâce à un sondage en ligne de neuf questions lancé en avril 2018, 238 répondants ont indiqué leur niveau de satisfaction lié au site de la Ville, à celui de la bibliothèque ainsi qu'à la plateforme bciti. Le sondage en ligne, élaboré en collaboration avec un consultant en expérience utilisateur (UX), a permis de poser un premier diagnostic de la situation : À la question « De façon générale, êtes-vous satisfait de la qualité de l'information que vous trouvez sur le site de la Ville de Brossard (1 : pas du tout à 5 : très satisfait), le taux était de 3,62 sur 5.

Accueil » Refonte du site web de la Ville: les citoyens invités à collaborer

### Refonte du site web de la Ville: les citoyens invités à collaborer

Le mercredi 4 avril 2018, 14h06

Commentez Partager Facebook Twitter

Brossard invite les citoyens à participer à la refonte de son site web.

Grâce à un sondage en ligne, les résidents auront la possibilité d'indiquer leur niveau de satisfaction du site actuel et d'émettre leurs idées et commentaires pour le futur site.

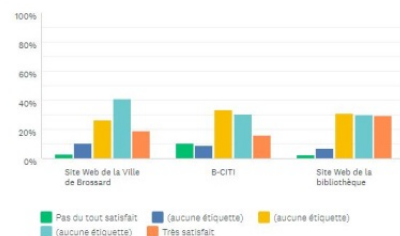
Pour les résidents qui souhaitent s'impliquer davantage dans le processus de refonte, il est également possible de poursuivre l'expérience dans le cadre d'une rencontre à l'hôtel de ville. Cette activité de 60 minutes permettra au responsable du projet de mieux comprendre l'expérience actuelle des utilisateurs. Un tirage au sort déterminera les personnes qui formeront le groupe de discussion. À noter que la Ville communiquera seulement avec les candidats retenus.

En répondant au questionnaire, les citoyens de courent la chance de gagner l'une des deux cartes-cadeaux d'une valeur de 50\$ échangeable dans la majorité des détaillants du Mall Champlain et du Quartier DIX30.

Les citoyens ont jusqu'au 18 avril pour participer au sondage via [www.brossard.ca/sondage](http://www.brossard.ca/sondage).

De façon générale, êtes-vous satisfait de la qualité de l'information que vous trouvez sur les sites de la Ville de Brossard?

Answered: 238 Skipped: 0



	PAS DU TOUT SATISFAIT	(AUCUNE ÉTIQUETTE)	(AUCUNE ÉTIQUETTE)	(AUCUNE ÉTIQUETTE)	TRÈS SATISFAIT	TOTAL	MOYENNE PONDERÉE
Site Web de la Ville de Brossard	2,95% 7	10,55% 25	26,58% 63	40,93% 97	18,99% 45	237	3,62
B-CITI	10,80% 23	9,22% 20	33,84% 73	30,41% 66	16,10% 35	217	3,32
Site Web de la bibliothèque	2,62% 6	6,99% 16	31,00% 71	30,13% 69	29,26% 67	229	3,76

Commentaires (46)

## CONSULTATION CITOYENNE

À la fin du sondage en ligne, la population était invitée à poursuivre la réflexion lors de consultations citoyennes. Plus d'une trentaine de citoyennes et de citoyens ont répondu à l'appel. Le consultant en expérience utilisateur a choisi 10 personnes au hasard.

D'une durée de 45 à 60 minutes, les invités s'exprimaient de façon libre sur leurs préoccupations et besoins en termes de site Internet municipal. En tout, trois rencontres ont eu lieu au cours de la réalisation et de la conception du site Internet.

- Rencontre # 1 : présentation du projet et questions sur le site actuel et besoins pour le futur site.
- Rencontre # 2 : présentation des personas\* (voir ci-dessous p.7) et navigation dans certaines maquettes du nouveau site pour connaître leur opinion et faire les modifications qui s'imposaient.
- Rencontre #3 : présentation du site Internet et niveau d'appréciation.

Ces consultations ont permis à la Direction des communications de mieux comprendre l'expérience des utilisateurs, ainsi que leur appréciation des maquettes, de l'arborescence ainsi que du résultat final.

**Au terme de la première rencontre, les principaux besoins citoyens étaient :**

- de retrouver les services de la plateforme bciti sur le site Web de la Ville ;
- avoir un accès unique et centralisé aux différents services des citoyens sur le site (taxes, loisirs, permis, médailles animaux, etc.) ;
- d'obtenir une mise à jour en temps réel de l'information en ligne ;
- d'avoir un site bilingue.

## PERSONAS\*

Les personas font partie du projet depuis le début. Créés à partir des commentaires recueillis lors des sondages, ces cinq personnages fictifs ont façonné notre site Internet et nos prises de décisions numériques pour répondre adéquatement aux désirs des citoyens.



**mère de famille active**

Nom: Julie Desrochers

Âge: 44

Niveau technique: avancé

Appareil de prédilection: téléphone Pixel2

Emploi: éducatrice spécialisée

Situation familiale: en couple, 2 enfants (8 et 11 ans)

Caractéristique: Manque de temps

*Entre les activités des enfants, sa vie professionnelle et ses activités de loisirs, Julie a toujours l'impression de manquer de temps. Lorsqu'elle doit interagir avec la ville pour payer ses taxes ou pour avoir de l'information sur ses futurs rénos, elle veut que cela se fasse de façon rapide et efficace. Julie se préoccupe beaucoup de l'environnement et tente d'adopter des habitudes de consommation responsable.*

Je veux avoir accès à des informations claires et mises à jour sur les installations sportives

Je veux pouvoir trouver de l'information facile à comprendre sur les travaux nécessitant des permis

Je veux pouvoir inscrire facilement mes enfants aux activités et camps de jour sans devoir entrer mes infos chaque année

Je veux pouvoir interagir avec des agents de la ville par clavardage, je n'aime pas appeler et être placée en attente

Je veux mieux comprendre les différentes collectes et savoir comment me débarrasser de différents appareils et résidus

Je veux pouvoir renouveler mon abonnement B-CITI et mon abonnement à la bibliothèque de façon simple et rapide pour moi et ma famille

Je veux centraliser mon compte de taxes dans B-CITI et recevoir des alertes des paiements dûs

Je veux être informée en temps réel des travaux dans mon secteur, par des notifications "push"

Je veux un site hautement visuel, je n'ai pas le temps de lire

Je veux voir mon utilisation d'eau en temps réel et ainsi gérer la consommation de ma famille

## CAMPAGNE DE LANCEMENT

La campagne de lancement s'est déroulée en mai 2019, tant à l'interne qu'à l'externe, et mettait en avant-plan les différents personas.

---

Que ce soit par de l'affichage, une stratégie de médias sociaux et divers outils imprimés, toutes les plateformes de communications de la Ville étaient mises à contribution. Nous avons voulu ainsi faire rayonner le projet, tout d'abord pour informer les citoyens de l'arrivée de cette nouvelle plateforme web et, par la suite, pour l'inviter à la visiter et à vivre une nouvelle expérience.

**Résultat des campagnes Facebook :**

- Campagne pré-lancement du site Web (16 mai 2019) : 6 155 personnes atteintes
- Campagne lancement officiel du site Web (24 mai 2019) : 4 957 personnes atteintes
- Campagne Promotion des services en ligne (5 juin 2019) : 3549 personnes atteintes

Du point de vue de l'interne, l'objectif était d'inviter les employés à découvrir les nouvelles catégories et sections du site et de partager le travail de leurs pairs qui avaient joué un rôle primordial dans sa refonte. De 8 h 30 à 9 h 30, plus de 200 employés se sont présentés, cellulaires à la main, afin de se connecter et de vivre l'expérience de navigation comme un citoyen. En entrant dans la salle, ils découvraient des kiosques animés par les membres du comité « Site Web », expliquant les principales sections du nouveau site. Les employés ont terminé leur parcours avec un smoothie et un verre réutilisable à l'effigie de la campagne *À chacun son [brossard.ca](http://brossard.ca)*.



# Résultat

## À CHACUN SON BROSSARD.CA

Ergonomique, personnalisable, interactif et créé pour être en constante évolution, le site Internet de la Ville de Brossard en offre plus et l'offre mieux.

### Plus personnalisé

La plus innovante des nouveautés est sans aucun doute la personnalisation du site selon les besoins d'information et les intérêts des citoyens. Loin d'être un site statique, le nouveau [brossard.ca](http://brossard.ca) s'adapte aux besoins et aux intérêts que chacun peut définir une fois connectés. Ainsi, chaque visiteur vivra une expérience différente et unique, avec du contenu personnalisé, par exemple :

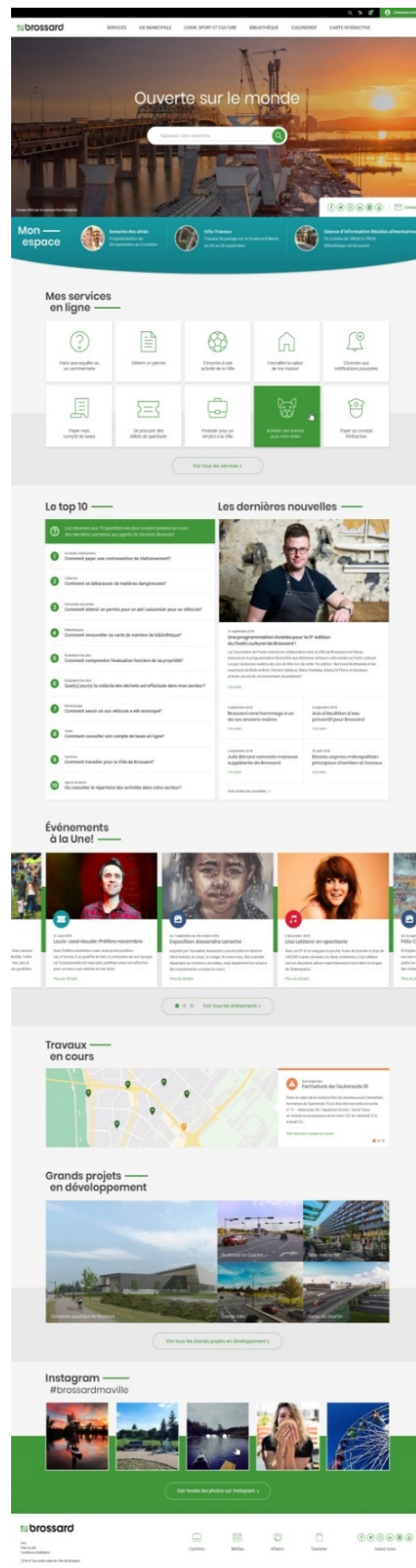
- une connexion au site pour avoir accès à son compte bciti :
  - o 3<sup>e</sup> page la plus consultée avec 33 983 visites entre le 24 mai 2019 et le 10 mars 2020
- de l'information en page d'accueil selon ses besoins
  - o page du site la plus consultée avec 310 226 visites entre le 24 mai 2019 et le 10 mars 2020
- l'horaire des collectes liées à son secteur.
  - o la page personnalisée est la page la plus aimée selon le sondage en bas de page du site Internet et la 2<sup>e</sup> page la plus consultée avec 38 084 visites entre le 24 mai 2019 et le 10 mars 2020

C'est d'ailleurs cet aspect innovant de personnalisation du contenu en fonction de chaque utilisateur qui a orienté la campagne de communication : « À chacun son [brossard.ca](http://brossard.ca) ».

### Plus facile d'utilisation

Dès le départ, le développement de la nouvelle plateforme numérique de Brossard se devait d'être ergonomique et de permettre au citoyen d'accéder rapidement et efficacement à l'information recherchée. Entre autres, un moteur de recherche plus performant accompagne le visiteur tout au long de sa navigation.

L'organisation de la page d'accueil et l'arborescence des menus ont aussi été revues. Elles permettent désormais, en un seul clic,



---

d'atteindre les pages les plus recherchées ou de répondre aux questions les plus fréquemment posées. Par exemple, nous sommes passés d'un menu Services de 34 sections à 7 sections ce qui a passablement simplifié la navigation et la recherche.

### **Plus interactif**

Plus besoin de naviguer entre la plateforme bciti et le site de la Ville. Dorénavant, tout se retrouve au même endroit, au bout des doigts! Les citoyens se connectent à leur compte bciti sur le site [brossard.ca](http://brossard.ca) et ils accèdent maintenant à tous les services en ligne de la Ville :

- requête transmise avec ou sans photos ;
- prise de rendez-vous au comptoir de Services Brossard ;
- formulaires en ligne ;
- avis et notifications ;
- inscription aux activités ;
- deux cartes interactives permettant aux citoyens de localiser tous les attraits, services et points d'intérêts de la Ville (parcs, pistes cyclables, terrains sportifs, etc.) ou de visualiser tous les chantiers de la Ville en temps réels.
- etc.

### **Plus complet**

Avec le nouveau **brossard.ca**, l'offre de services en ligne est surtout plus complète. Le citoyen peut désormais

- obtenir en ligne un permis pour l'installation de son cabanon ou l'abattage d'un arbre ;
- acheter la médaille de Fido ;
- consulter le rôle d'évaluation de sa maison ;
- entrer le relevé de son compteur d'eau ;
- réserver un livre à la bibliothèque ou encore une place à une activité.

**Brossard.ca** fait gagner du temps et facilite la vie!

*« Le caractère unique du site Web de Brossard réside dans sa personnalisation. En s'identifiant et en sélectionnant quelques critères, le citoyen entre dans un site qui lui présente, entre autres, l'information qu'il souhaite voir en premier, par exemple, sa prochaine journée de collecte ou le prochain cours de natation de sa plus jeune. »*

*Marie-Eve Poudrette  
Chargée du projet de refonte  
Conseillère communication numérique  
Ville de Brossard*