

Le contexte de l'innovation

Chaque année, la ville publie son bilan d'activités pour l'année écoulée. Le bilan ou rapport d'activités mobilise l'ensemble des Directions générales, des directions, services et des établissements recevant du public (ERP) et est diffusé sous la forme d'un CD-Rom à l'ensemble des contributeurs et à nos partenaires institutionnels.

L'idée innovante

Renforcer l'accessibilité du bilan d'activités qui est le reflet de la diversité de nos services publics et en valoriser le contenu avec la création d'un site dédié :

www.bilan-activites-clichy.fr

(jusqu'à mi-octobre www.bilan-activites-clichy.fr/wordpress)

L'objectif recherché

Faire de l'accessibilité le point fort du site.

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

C'est un projet transversal mobilisant 40 directeurs et chefs de service.

Un chef de projet a travaillé sur les contenus avec le DGS pour fournir aux Directions un cadrage de leur travail qui soit adaptable au web.

Le chef de projet a défini un cahier des charges pour la création du site par l'agence. Il est l'interlocuteur unique de l'ensemble des parties prenantes du projet.

La création du site a démarré après la collecte des informations textuelles et iconographiques.

Le contenu de la réalisation

- Directions générales

 Missions, enjeux, priorités

- Directions, services et ERP

 Les missions principales, et en détails

 Ce qui a été fait en 2009, ce qui le sera en 2010.

- Contacts

- Repères chiffrés

- Accessibilité de l'information, d'un point de vue technique : deux difficultés :
 une arborescence respectant l'organisation hiérarchique,
 un contenu de 150 pages,

Objectifs :

- limiter le nombre de niveaux et de clics à 3 maximums pour arriver à l'information

- limiter le « scrolling », les ascenseurs pour rendre l'information essentielle toujours visible.

La solution : sans ouvrir une nouvelle page, on peut dans chaque direction :

- accéder à chacune des missions par un onglet,

- découvrir les missions en détails en cliquant sur leur titre.

- Accessibilité de l'information, d'un point de vue éditorial.

Face à la diversité d'un contenu provenant de 40 services, il faut appliquer les objectifs de la communication :

- un contenu cohérent,

- une mise en forme attractive,
- un message fort.

Les solutions :

- une feuille d'angle identique pour les 40 contributeurs retravaillée au besoin ;
- une page d'accueil conçue sur un message porteur de sens pour l'ensemble de l'action et transversal : « Clichy, le service public déclaré d'intérêt général ».

Les moyens humains et financiers

- Direction du projet : Direction de la Communication et des Relations publics, le responsable de la communication interne
- 7 Directions Générales
- 30 directions, services, ERP
- Services photo et vidéo de la Direction de la Communication

Un budget égal aux années précédentes : 12 000 €

Le passage du papier au web n'engendre aucun surcoût et engendrera des économies, car le site est réactualisable.

La dématérialisation permet de toucher un public plus large tout en éliminant le papier, associant économies, efficacité et développement durable.

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

- Évaluation : la mise en ligne officielle du site aura lieu courant octobre. Trafic prévu de 5000 visiteurs uniques mensuels.
- Projet d'évolution : le site peut être réactualisé.
En projet, la création d'une rubrique « Actualités / Perspectives » sur les grands dossiers de la Ville pour développer l'image des services et les échanges avec les partenaires institutionnels