

LE WEB MUNICIPAL AU QUÉBEC

PORTRAIT DE LA SITUATION EN 2009



LE **WEB MUNICIPAL** AU **QUÉBEC**

PORTRAIT DE LA SITUATION EN 2009

Une étude réalisée par le



pour le ministère des Affaires municipales,
des Régions et de l'Occupation du territoire

Juin 2010

Le CEFRIO

Le CEFRIO est un centre de liaison et de transfert qui regroupe plus de 160 membres universitaires, industriels et gouvernementaux, ainsi qu'une soixantaine de chercheurs associés et invités. Sa mission : aider les organisations à être plus productives et à contribuer au bien-être des citoyens en utilisant les technologies de l'information comme leviers de transformation et d'innovation. Le CEFRIO réalise en partenariat des projets de recherche-expérimentation, d'enquête et de veille stratégique sur l'appropriation des TI partout au Québec. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie québécoise, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à près de 70 % par ses propres projets et à 30 % par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, son principal partenaire financier.

Développement
économique, Innovation
et Exportation



Principal partenaire financier

COLLABORATION

ÉQUIPE DE RÉALISATION – CEFRIO

Najoua Kooli	Directrice de projet <i>Supervision du projet</i>
Annie Couture	Chargée de projet <i>Coordination du projet, collecte et analyse des données, rédaction du rapport</i>
Annick Desforges	Chargée de projet <i>Collecte et analyse des données, rédaction du rapport</i>

ÉQUIPE D'ÉDITION

Liette D'Amours	Directrice des communications, CEFRIO <i>Supervision de l'édition</i>
Annie Lavoie	Conseillère en communication, CEFRIO <i>Coordination de l'édition</i>
Louise Letendre	<i>Révision linguistique</i>
Graphidée	<i>Graphisme</i>

Merci également à l'équipe de Léger Marketing pour sa collaboration à la collecte et aux traitements des données.

ÉQUIPE DE RÉALISATION – GRECUS

Groupe de recherche sur les collectivités en ligne – Université de Sherbrooke

Paul Prévost	Professeur associé Faculté d'administration Université de Sherbrooke	Benoît Jeanson	Doctorant en administration Département de systèmes d'information et méthodes quantitatives de gestion (SIMQG) Faculté d'administration Université de Sherbrooke
Bernard Sévigny	Professeur associé Département de systèmes d'information et méthodes quantitatives de gestion (SIMQG) Faculté d'administration Université de Sherbrooke		

Bureau de Québec
888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec)
G1R 5H6 Canada
Tél. : 418 523-3746

Bureau de Montréal
550, rue Sherbrooke Ouest
Tour Ouest, bureau 471
Montréal (Québec)
H3A 1B9 Canada
Tél. : 514 840-1245

Bureau de Rouyn
Abitibi-Témiscamingue
400, avenue Godbout
Rouyn-Noranda
(Québec) J9X 4E8
Tél. : 819 762-1021

info@cefrio.qc.ca ■ www.cefrio.qc.ca

Pour tout renseignement additionnel, communiquez avec le CEFRIO.

© CEFRIO 2010 – Tous droits réservés

L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite du CEFRIO.

Dépôt légal : 2^e trimestre 2010

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Bibliothèque et Archives Canada

ISBN 978-2-923278-96-4 (imprimé)

ISBN 978-2-923278-97-1 (PDF)

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	7
1. Introduction	9
1.1 Mise en contexte	9
1.2 L'importance d'un site Web pour les municipalités et les MRC	9
1.3 Objectifs de l'enquête	10
1.4 Structure du rapport	10
2. La méthodologie de recherche	11
2.1 Les outils d'évaluation	11
2.1.1 La grille d'évaluation des sites Web municipaux	11
2.1.2 La grille d'évaluation des sites Web des MRC	14
2.1.3 L'approche et ses limites	16
2.2 La collecte de données	16
3. Le Web municipal au Québec	17
3.1 Portrait général du Web municipal au Québec	17
3.2 Évaluation des sites Web municipaux du Québec	18
• L'indice « Fonctionnalités générales »	18
• L'indice « Services municipaux »	20
• Le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	22
• L'indice « Développement de la municipalité »	24
• Le sous-indice « Vie démocratique »	27
• Le sous-indice « Marketing territorial »	28
• Le sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	30
• L'indice « Général »	31
3.2.1 Le Web municipal selon la taille des municipalités	33
Présence sur le Web selon la taille des municipalités	33
Évaluation du Web municipal selon la taille des municipalités	34
3.3 Les meilleures pratiques	35
3.3.1 Les meilleures pratiques en matière de Web municipal	35
3.3.2 Synthèse des meilleures pratiques en matière de Web municipal	44
3.4 Conclusion	44
4. Le Web dans les municipalités régionales de comté (MRC)	45
4.1 Portrait général du Web dans les MRC du Québec	45
4.2 Évaluation des sites Web des MRC du Québec	45
Indice « Fonctionnalités générales »	46
Indice « Information MRC »	47
Sous-indice « Réseautage MRC »	50
Indice « Gouvernance »	51
Indice « Compétences MRC »	52
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	54
Indice « Général »	56
4.2.1 Les sites Web selon la taille des MRC	57
Présence des MRC sur le Web selon leur taille	57
Évaluation du Web selon la taille des MRC	58
4.3 Les meilleures pratiques en matière de Web dans les MRC	59
4.4 Conclusion	62

Annexe I: La grille d'analyse du Web municipal	63
Annexe II: La grille d'analyse du Web dans les MRC.	69
Bibliographie.	75
Webographie	83

SOMMAIRE

Introduction et méthodologie

- L'enquête de 2009 sur le Web municipal avait principalement pour but de dresser un portrait de la situation du Web municipal au Québec et d'en mesurer l'évolution en comparant les résultats avec ceux des années antérieures.
- L'enquête de 2009 a été l'occasion d'introduire un nouveau cadre conceptuel et une **nouvelle grille d'évaluation** des sites Web municipaux et des sites Web des municipalités régionales de comté (MRC) et des communautés métropolitaines (CM).
- La **collecte de données** s'est déroulée entre les 3 juillet et 25 août 2009 ; elle a couvert la totalité des sites Web actifs des municipalités du Québec (655 sites) ainsi que ceux des MRC et des CM (72 sites).

Le Web municipal au Québec	
Présence en ligne	• En 2009, 655 des 1 137 municipalités du Québec avaient un site Web actif. Cela représente 57,6 % de présence en ligne, comparativement à 45,6 % en 2006. • Parmi elles, 40,4 % des municipalités de 1 000 habitants et moins avaient un site Web actif, par rapport à 57,5 % de celles qui comptaient entre 1 001 et 3 000 habitants, à 87,3 % des municipalités de 3 001 à 10 000 habitants et à 97,9 % de celles de plus de 10 000 habitants. • Toutefois, comparativement aux années précédentes, les petites municipalités progressent plus rapidement que les grandes en ce qui a trait au taux de présence en ligne. Conséquemment, la fracture numérique tend à s'estomper.
Évaluation des contenus	• De manière générale, les municipalités du Québec utilisent principalement leur site Web pour promouvoir leur développement.
Les meilleures pratiques	• Les cas qui illustrent les meilleures pratiques ont été choisis de façon à être représentatifs de la situation de chacune des municipalités, qui diffère au chapitre de la taille, de la vocation économique et de l'accès à Internet. Les municipalités choisies sont : Gatineau, Saint-Hyacinthe, Plessisville, Lavaltrie, Shannon, Saint-Alexis-de-Matapédia, Sherbrooke, Shawinigan et Lac-Supérieur. • L'analyse des meilleures pratiques montre que les petites municipalités peuvent faire preuve de créativité et bien se positionner sur le Web, malgré les contraintes et les défis auxquels elles font face.
Le Web dans les municipalités régionales de comté (MRC)	
Présence en ligne	• En 2009, 72 des 88 MRC avaient un site Web actif, soit un taux de présence en ligne de 80 %, comparativement à 70,5 % en 2006. • Les MRC de petite taille sont aussi présentes sur le Web que les MRC de grande taille.
Évaluation des contenus	• De manière générale, il ressort que les MRC utilisent davantage leur site Web pour afficher de l'information à leur sujet.
Les meilleures pratiques	• Les MRC choisies pour illustrer les meilleures pratiques ont été sélectionnées pour témoigner de plusieurs situations différentes. Ces MRC sont les Pays-d'en-Haut, L'Érable et Les Etchemins.

1. INTRODUCTION

1.1 Mise en contexte

L'enquête sur le Web municipal au Québec en est déjà à sa quatrième édition. En effet, depuis 2002, le CEFRIO rassemble des données tant sur la présence en ligne des municipalités et des MRC que sur le contenu de leurs sites Web.

On observe une progression notable et constante de la présence en ligne des municipalités québécoises. Ainsi, alors qu'en 2002, seulement le quart d'entre elles (26,5%) avaient un site Web actif, cette proportion est passée à 36,1% en 2004 et à 45,3% en 2006, pour atteindre 57,6% en 2009. Cela représente une croissance totale de 117% en sept ans¹. Le taux de citoyens québécois qui ont accès à un site Web municipal actif était de 79,4% en 2002. Cette proportion est passée à 83,4% en 2004, à 87,8% en 2006 et à 92,2% en 2009, pour une croissance totale de 16,1%².

Ainsi, de plus en plus de municipalités du Québec choisissent d'avoir un site Web. C'est donc dire qu'elles y voient un outil utile, sinon nécessaire, à la communication, à la prestation de services et à une foule d'autres usages. D'ailleurs, au-delà du phénomène de mode, le Web peut aider les organisations municipales à remplir efficacement leur mission³.

1.2 L'importance d'un site Web pour les municipalités et les MRC

Les administrations municipales cumulent trois grandes fonctions. Elles doivent :

- Informer les citoyens sur les affaires municipales (gestion, orientation, activités, etc.) ;
- Rendre des services aux citoyens (urbanisme, voirie, aqueduc, etc.) ;
- Favoriser le développement de la collectivité, notamment en soutenant dans leur milieu les organismes économiques, récréatifs et culturels⁴.

Un site Web, par ses caractéristiques, peut considérablement aider une administration municipale à remplir chacune de ces fonctions. Utilisé comme outil de diffusion, il permet tout d'abord de rendre accessible aux citoyens toute l'information désirée et ce, de manière continue. Ensuite, en mettant à la disposition des citoyens des formulaires en ligne et des fonctionnalités transactionnelles variées, il permet à la municipalité de fournir plus rapidement et plus facilement toute une gamme de services aux citoyens. Enfin, utilisé comme outil promotionnel, le site Web permet à la municipalité de soutenir efficacement les organismes du milieu et le développement de la collectivité⁵.

¹ CEFRIO (2006). *Le Web municipal au Québec – Portrait de la situation en 2006*, rapport d'enquête, Montréal, éd. CEFRIO, p. 17.

² *Ibid.*, p. 18.

³ Cats-Baril et Thompson, 1995; Landsbergen et Wolken, 2001; Moon et deLeon, 2001; Musso, Weare et Hale, 2000; Nedovic-Budic et Godschalk, 1996; Norris et Kraemer, 1996; Samuel Nunn, 2001; Peled, 2001; Ventura, 1995; Weare, Musso et Hale, 1999.

⁴ Sévigny, Bernard et Benoît Jeanson (2009). *Rapport de recherche – Révision des grilles d'analyse du Web municipal 2009*, Montréal, GRECUS, rapport de recherche interne, p. 47.

⁵ Colbert, François, Robert Desormeaux, Marc Filion, René Gendreau et Jean-François Ouellet (2006). *Gestion du marketing*, Montréal, Gaétan Morin éditeur, p. 420-421.

Tout comme les municipalités, les MRC sont investies de diverses responsabilités, et à ce chapitre, un site Web peut jouer un rôle appréciable. Par exemple, les MRC sont tenues de favoriser le développement local⁶. Or, un site Web adapté à cette mission pourrait servir d'outil promotionnel⁷ de premier plan auprès des touristes et des investisseurs potentiels. En plus d'encourager les premiers à dépenser dans cette municipalité, il pourrait amener les seconds à y investir et à y faire des affaires. Ainsi, en exerçant ces différentes fonctions, le site Web peut aider les MRC à mieux assumer leurs responsabilités en matière de développement.

Le site Web est donc un instrument particulièrement intéressant pour les municipalités et pour les MRC, puisqu'il offre aux administrations publiques locales de nombreux moyens de jouer efficacement leur rôle auprès des citoyens et, de manière plus large, de l'ensemble de leurs clientèles (organismes, entreprises, touristes, etc.). Ceux-ci, en retour, peuvent être mieux informés et mieux servis.

Compte tenu de l'importance du soutien que peut fournir un site pour la diffusion de l'information, la prestation de services et la promotion, il est essentiel d'intégrer le Web dans les pratiques des administrations municipales et supra municipales du Québec. Toutefois, il importe d'abord de comprendre dans quelle mesure et de quelle manière elles se servent de cet outil. C'est précisément l'objectif de la présente enquête.

1.3 Objectifs de l'enquête

Pour être plus précis, soulignons que l'enquête de 2009 sur le Web municipal s'appuie sur une évaluation de l'ensemble des sites Web municipaux et supra municipaux québécois, afin de dresser un portrait de la situation dans la province. L'évolution de la situation est ensuite mesurée en comparant les résultats de 2009 à ceux de l'enquête menée en 2006.

1.4 Structure du rapport

Le présent rapport comporte trois grandes parties :

- La première partie est consacrée à la présentation de la méthodologie utilisée pour la recherche.
- La deuxième partie fait une analyse complète des sites Web municipaux québécois. Elle présente une analyse des municipalités par taille, ainsi qu'une sélection de celles qui affichent les meilleures pratiques.
- La dernière partie s'attarde plus particulièrement à l'analyse des sites Web des MRC. Les résultats y sont présentés de manière globale et par taille, pour enfin offrir un ensemble des meilleures pratiques.

⁶ Ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire (2009). *Municipalité régionale de comté (MRC)*, en ligne, <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/amenagement/outils/amen_outi_acte_mrc.asp>, consulté le 15 octobre 2009.

⁷ Colbert, François *et al.* (2006), *op. cit.*, p. 420-421.

2. LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

2.1 Les outils d'évaluation

Internet en général et plus particulièrement les pratiques en matière de développement de sites Web évoluent à un rythme tellement soutenu que pour mesurer l'ampleur des changements qui s'opèrent et des innovations que cela entraîne, il est nécessaire de revoir périodiquement les outils utilisés. Or, les moyens mis en œuvre pour évaluer le degré de maturité des sites Web municipaux n'échappent pas à cette logique. Voilà pourquoi le CEFRIO, en collaboration avec le Groupe de recherche sur les collectivités en ligne de l'Université de Sherbrooke (GRECUS), a revu pour son enquête de 2009 les grilles d'évaluation utilisées en 2002, 2004 et 2006. Nous vous présentons dans les pages qui suivent les grilles d'évaluation, ainsi que le cadre théorique dans lequel ces outils s'inscrivent.

2.1.1 La grille d'évaluation des sites Web municipaux

La grille d'évaluation utilisée dans les enquêtes précédentes sur le Web municipal a été entièrement revue en fonction d'un cadre théorique élaboré par les chercheurs du GRECUS⁸:

- Dans un premier temps, chacun des items a été réévalué. Pour établir les critères de sélection de ces

items, on a choisi de s'appuyer sur les trois grandes fonctions d'une administration municipale⁹. Ainsi, au total, un item¹⁰ a été retranché de l'ancienne grille et 17 nouveaux items ont été ajoutés. Le but de l'exercice était de conserver le plus grand nombre possible d'items de l'ancienne grille, tout en représentant au mieux les trois grandes fonctions municipales et les applications que l'on s'attend à trouver sur un site Web municipal.

- Dans un second temps, ces items ont été regroupés de manière à permettre une analyse approfondie par le biais de huit indices et sous-indices.

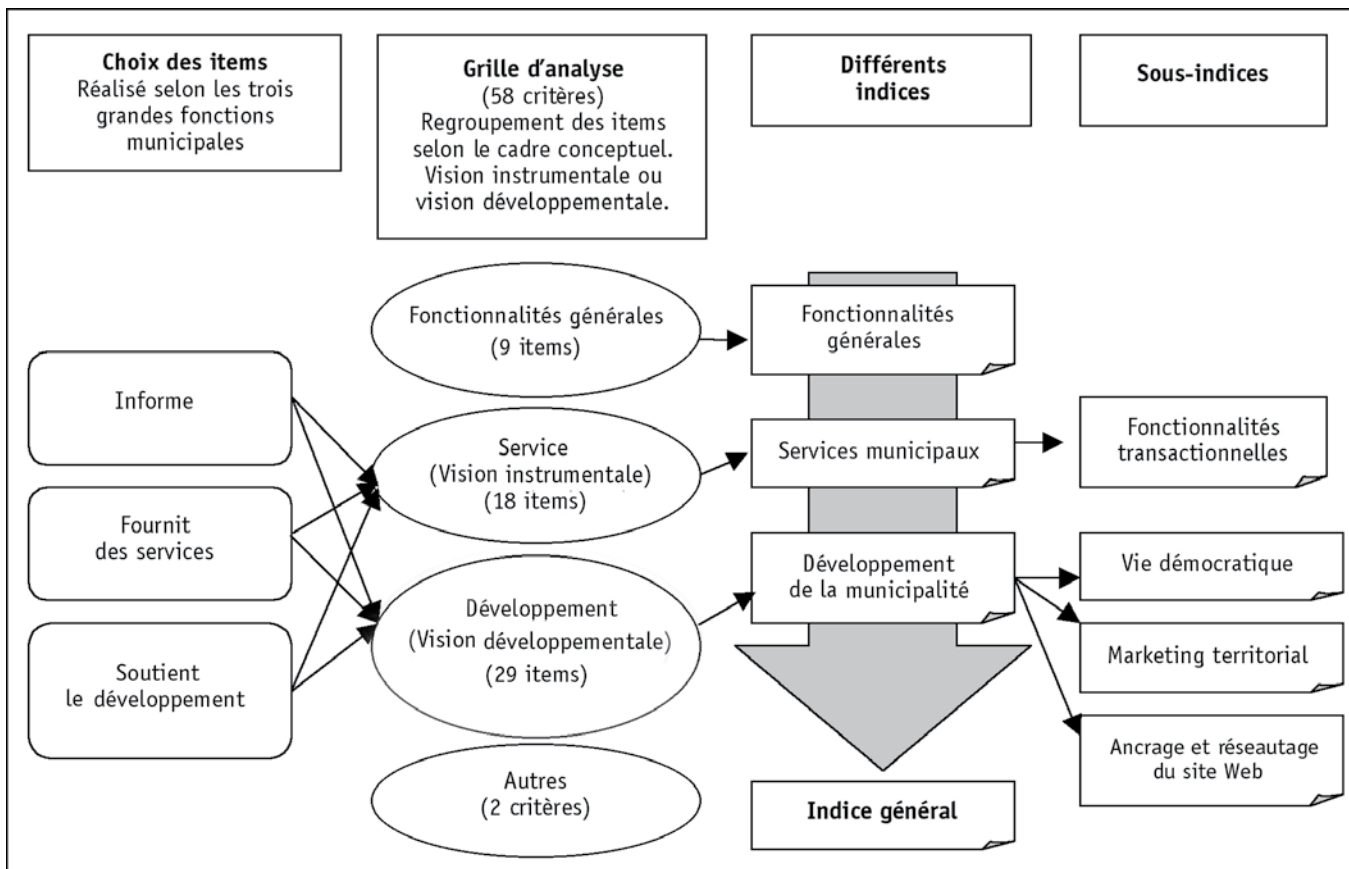
Le nouveau cadre théorique permet de positionner les sites Web municipaux selon deux grandes visions possibles de développement des sites Web : la vision instrumentale et la vision développementale (voir la structure de la grille à la Figure 1).

⁸ Sévigny, B., J. Ingham, P. Prévost, M. Lagacé, L. Lagrandeur, S. De Serres, M. Murray et D. Bourgeois (à paraître) : « Le Web municipal francophone au Canada : un développement axé sur le citoyen/client ou la collectivité? », *Organisations et Territoires*, Chicoutimi, Université du Québec.

⁹ Voir l'introduction. Les municipalités cumulent trois grandes fonctions : 1. informer les citoyens sur les affaires municipales (gestion, orientation, activités, etc.) ; 2. fournir des services aux citoyens (urbanisme, voirie, aqueduc, etc.) et 3. favoriser le développement de la collectivité, notamment en soutenant dans leur milieu les organismes économiques, récréatifs, culturels et autres.

¹⁰ L'item 45 (Indication de la date de mise à jour du site Web) a été retiré.

Figure 1
La structure de la grille d'analyse du Web municipal



Vision instrumentale : Les fonctionnalités des sites Web municipaux conçus selon cette vision visent, d'une part, la mise en ligne de contenus informationnels, statiques ou interactifs destinés au **fonctionnement de la municipalité** et, d'autre part, la **prestation de services publics**. Les utilisateurs de ces fonctionnalités liées aux responsabilités quotidiennes des municipalités sont perçus comme des **clients**. Ainsi, dans la vision instrumentale, le site Web est d'abord mis en place pour servir les citoyens en tant que « clients » de la municipalité¹¹.

Vision développementale : En contrepartie, les fonctionnalités des sites Web conçus selon cette vision sont davantage liées à une **perception citoyenne** des utilisateurs et renvoient à des interactions qui ont une portée sur le **développement local**, que ce soit sur le plan **économique** ou **démocratique**. Dans la vision développementale, le site Web est d'abord mis en place pour servir la collectivité et pour assurer le développement démocratique de la municipalité¹².

¹¹ Tiré de Lagrandeur, L. (2008). *Rapport du volet 2 – Ontario*, 38 pages, en ligne, <https://qp.admmt.usherbrooke.ca/QuickPlace/grecus/Main.nsf/h_17429295F35C5EE4852572D1000EAD17/3BC39613982C78AF852574F7006B8160/?OpenDocument>, consulté le 18 septembre 2009.

¹² *Ibid.*

À ces deux visions, un troisième volet a été ajouté. Celui-ci touche plus particulièrement les fonctionnalités générales d'un site Web qui servent à faciliter la navigation (par exemple: FAQ, plan du site Web, moteur de recherche, etc.).

La nouvelle grille permet donc de faire les lectures suivantes à partir du regroupement des items évalués:

■ **L'indice « Général » (56 items):** cet indice est la somme des trois autres indices et donne un résultat global pour l'ensemble du site Web.

• **L'indice « Fonctionnalités générales » (9 items):**

Cet indice valide la présence de fonctionnalités et les contenus que l'on trouve généralement dans un site Web dans le but de faciliter la navigation et la recherche d'information. Ces fonctionnalités ne sont pas offertes dans une perspective de prestation de services municipaux ou de développement de la municipalité; elles reflètent plutôt le troisième volet mentionné plus haut, qui a trait aux fonctionnalités générales d'un site Web.

• **L'indice « Services municipaux » (18 items):** Cet indice mesure les fonctionnalités d'un site Web qui sert le citoyen en tant que « client » de la municipalité et réfère donc à la **vision instrumentale** de développement du site. Il regroupe des fonctionnalités qui touchent davantage l'information et les transactions en ligne. Les contenus évalués portent surtout sur certains aspects pratiques liés aux services municipaux et aux moyens offerts en vue d'améliorer l'accès à ces services.

- **Le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles » (6 items):** Ce sous-indice regroupe six des 18 items contenus dans l'indice « Services municipaux », mais il se concentre uniquement sur la mesure des fonctionnalités transactionnelles destinées au « citoyen-client » de la municipalité.

• **L'indice « Développement de la municipalité » (29 items):** Cet indice se concentre sur les dimensions du site Web qui touchent au développement de la collectivité; il réfère donc à la **vision développementale**. Il mesure surtout les fonctionnalités liées au développement de la municipalité, tant sur le plan démocratique qu'économique.

○ **Le sous-indice « Vie démocratique » (13 items):** Ce sous-indice rassemble 13 des 29 items de l'indice « Développement de la municipalité ». Il évalue les items qui touchent directement ou indirectement l'exercice de la démocratie au sein de la municipalité. Il fait donc ressortir l'attention portée, dans le développement du site Web, à la vie démocratique et à la participation citoyenne.

○ **Le sous-indice « Marketing territorial » (5 items):** Ce sous-indice regroupe cinq des 29 items de l'indice « Développement de la municipalité ». Il rassemble ceux qui ont trait à la promotion de la municipalité auprès de visiteurs (attractions, festivals, etc.) dans un objectif de développement économique.

○ **Le sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web » (10 items):** Ce sous-indice rassemble 10 des 29 items de l'indice « Développement de la municipalité ». Il vise à évaluer dans quelle mesure le site Web favorise le réseautage virtuel entre la municipalité et les différents acteurs qui animent la collectivité (monde des affaires, milieu communautaire et associatif, organismes culturels, récréatifs ou sportifs, entreprises touristiques, etc.).

○ **Le sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web » (10 items):** Ce sous-indice rassemble 10 des 29 items de l'indice « Développement de la municipalité ». Il vise à évaluer dans quelle mesure le site Web favorise le réseautage virtuel entre la municipalité et les différents acteurs qui animent la collectivité (monde des affaires, milieu communautaire et associatif, organismes culturels, récréatifs ou sportifs, entreprises touristiques, etc.).

Fort de ses huit indices et sous-indices, la nouvelle grille permet une analyse très poussée des sites Web municipaux. Elle permet aussi d'atteindre les objectifs de recherche, puisqu'en plus de dresser un portrait global de l'état des sites Web, elle offre la possibilité de suggérer des pistes d'amélioration en faisant un lien entre les grandes fonctions des municipalités¹³ et les orientations possibles d'un site Web municipal.

¹³ Voir l'introduction. Les municipalités cumulent trois grandes fonctions: 1. informer les citoyens sur les affaires municipales (gestion, orientation, activités, etc.); 2. fournir des services aux citoyens (urbanisme, voirie, aqueduc, etc.) et 3. favoriser le développement de la collectivité, notamment en soutenant dans leur milieu les organismes économiques, récréatifs, culturels et autres.

2.1.2 La grille d'évaluation des sites Web des MRC

La grille d'analyse des sites Web des MRC tient compte du rôle que jouent les 88 municipalités régionales de comté du Québec¹⁴. Les MRC sont des instances de cohésion qui regroupent les maires de chacune des municipalités membres. Elles assument des responsabilités et exercent des compétences obligatoires (ex. : schéma d'aménagement et de développement), des compétences facultatives avec droit de retrait (ex. : voirie, enlèvement de la neige) et des compétences facultatives sans droit de retrait (ex. : gestion du logement social). Une MRC peut aussi exercer des compétences en fonction d'une autre loi (ex. : gestion des terres publiques intramunicipales). En conséquence, le contenu du portefeuille de responsabilités et de compétences varie d'une MRC à une autre. Or, l'objectif de l'enquête n'est pas de mesurer le volume de responsabilités et de compétences qu'exerce une MRC par rapport à une autre, mais bien d'illustrer dans quelle mesure les contenus (information, rapports, documents, cartes, etc.) liés aux responsabilités et aux compétences qu'exerce une MRC sont accessibles sur son site Web.

La grille d'analyse des MRC a été réorganisée de manière à conserver un maximum d'items de la grille de 2006, tout en reflétant au mieux les principales fonctions et responsabilités dévolues aux MRC (Figure 2). Au total, neuf items ont été retranchés de l'ancienne grille¹⁵ et 12 nouveaux items ont été ajoutés. Le nombre d'items est donc demeuré sensiblement le même (64 dans l'ancienne grille, comparativement à 67 dans la nouvelle).

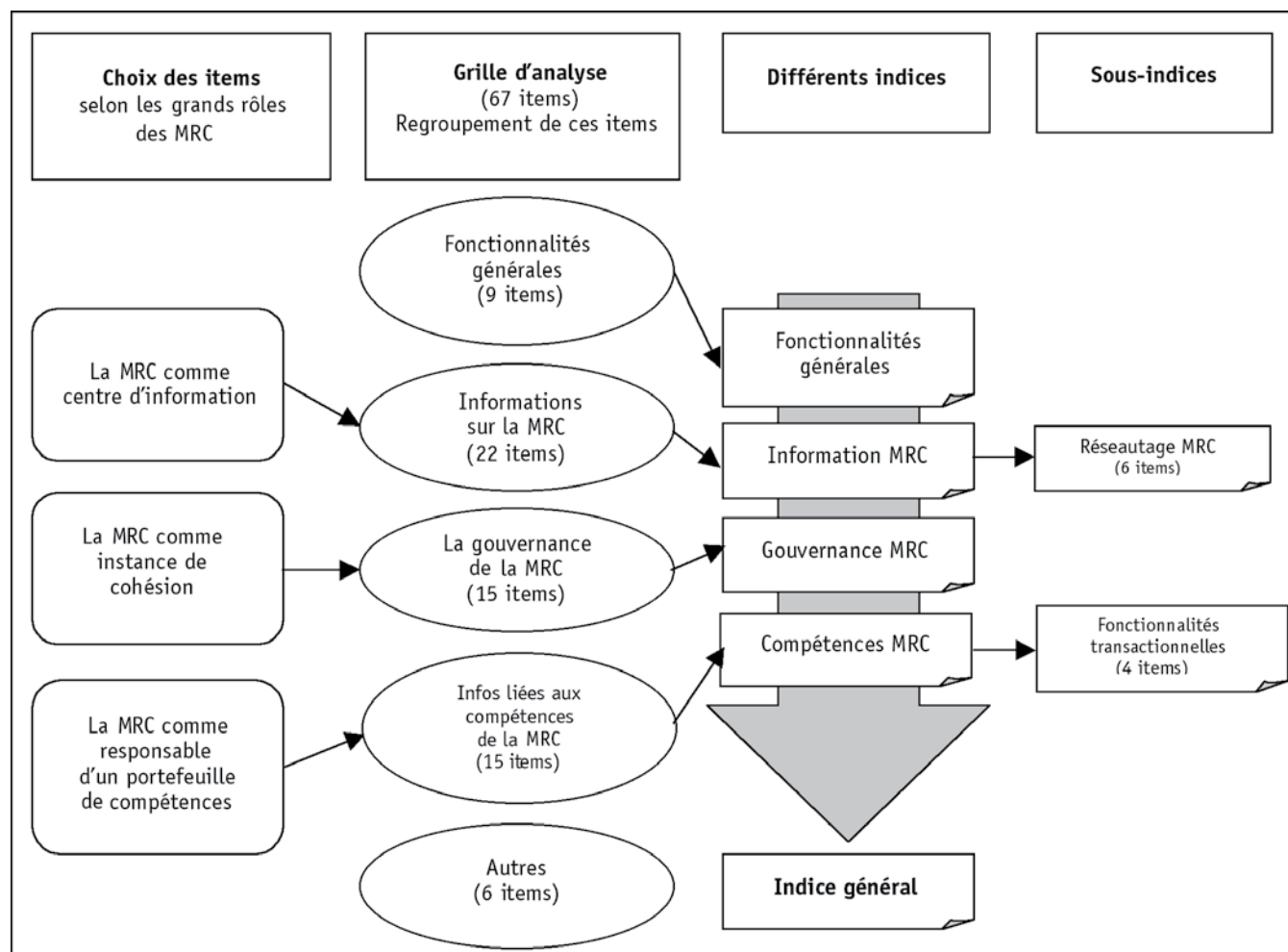
En ce qui concerne la structure :

- La première section de la nouvelle grille d'analyse des MRC porte sur les items généraux.
- Ensuite, comme le site Web d'une MRC se veut un centre d'information dédié à la fois aux municipalités membres, aux acteurs et aux organismes du milieu, et aux citoyens, il importe de bien traduire cette dimension Web dans la deuxième section de la grille d'analyse.
- La MRC est aussi une instance qui assure une certaine cohérence entre les municipalités membres au chapitre du développement du territoire. Dans la troisième section de la grille, il convient donc de parler davantage de gouvernance à ce palier de gouvernement que de démocratie locale ou de participation citoyenne. Ces dernières fonctions s'exercent plus directement sur le plan municipal que sur celui de la MRC : contrairement aux municipalités, les MRC offrent peu de services directs aux citoyens, sauf si elles se déclarent compétentes dans certains domaines qui relèvent de l'autorité des municipalités membres.
- La quatrième section porte sur les renseignements touchant les dossiers qui relèvent des compétences de la MRC.
- Enfin, quelques autres items complètent la grille d'analyse.

¹⁴ Ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire (2009). *Municipalité régionale de comté (MRC)*, en ligne, <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/amenagement/outils/amen_outi_acte_mrc.asp>, consulté le 15 octobre 2009.

¹⁵ Les items qui ont été retirés sont les suivants : Promotion d'un thème particulier de développement (item 11) ; Information sur le plan directeur stratégique de la MRC (22) ; Commentaires, suggestions et questions (30) ; Liste des réunions du conseil des maires (32) ; Plan de gestion des terres publiques (42) ; Rôle d'évaluation accessible en ligne, par unité (44) ; Informations spécifiques sur le CLD (47) ; Autres (51) ; Indication de la date de mise à jour du site Web (62).

Figure 2
Structure de la grille d'analyse des sites Web des MRC



À l'intérieur de la grille, les items ont donc été disposés en blocs distincts, de manière à permettre plusieurs lectures, par le biais de sept indices et sous-indices.

■ **L'indice général (61 items) :** Cet indice est la somme de quatre autres indices et donne un résultat global pour l'ensemble du site Web.

- **L'indice « Fonctionnalités générales » (9 items) :** Cet indice valide la présence de fonctionnalités et de contenus que l'on trouve généralement dans un site Web afin de faciliter la navigation et la recherche d'information. Les neuf items sont les mêmes que ceux que l'on trouve dans la grille du Web municipal.

- **L'indice « Information MRC » (22 items) :** Cet indice évalue les contenus informationnels de la MRC, plus spécifiquement ceux qui visent à saisir l'identité propre de chaque MRC en identifiant sur le site Web les contenus liés à son histoire, à sa situation géographique, à sa configuration, à sa composition, à son profil et au rôle qu'elle joue dans son milieu.

- **Le sous-indice « Réseautage MRC » (6 items) :** Ce sous-indice rassemble six des 22 items de l'indice « Information MRC ». Il évalue dans quelle mesure le site Web de la MRC favorise le réseautage virtuel entre les municipalités et les divers organismes qui se trouvent sur le territoire.

- **L'indice « Gouvernance » (15 items) :** Cet indice mesure les items portant sur la fonction de gouvernance de la MRC par les contenus et les fonctionnalités qui sont liés directement (ex. : accès aux procès-verbaux du conseil des maires) ou indirectement aux pratiques de gestion dans la MRC.
- **L'indice « Compétences MRC » (15 items) :** Cet indice reflète l'obligation qu'ont les MRC d'exercer certaines responsabilités et compétences. Il regroupe l'information sur les principales compétences obligatoires au sujet desquelles une MRC devrait rendre des contenus accessibles au public. Il évalue aussi les fonctionnalités qui facilitent les échanges entre la MRC et les municipalités membres.
 - **Le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles » (4 items) :** Ce sous-indice rassemble quatre des 15 items de l'indice « Compétences MRC ». Il évalue spécifiquement les fonctionnalités transactionnelles, même si, dans le cas d'une MRC, la relation avec le citoyen est beaucoup moins directe que dans celui d'une municipalité.

La nouvelle grille permet donc une analyse poussée des sites Web des MRC à l'aide d'un ensemble de sept indices et sous-indices. Elle permet également d'atteindre les objectifs de la recherche, car en plus de dresser un portrait global de l'état des sites Web municipaux, elle offre la possibilité de proposer des pistes d'amélioration qui sont toujours en lien avec les fonctions et les compétences des MRC.

2.1.3 L'approche et ses limites

L'évaluation des sites Web des municipalités et des MRC du Québec est donc réalisée à partir d'une grille qui mesure la présence ou l'absence de certaines fonctionnalités ou contenus Web. Moins complexe, cette méthode de collecte de données comporte un certain nombre de limites quant à l'interprétation des résultats. Ainsi, la présence d'une fonctionnalité sur un site Web municipal n'indique en rien si elle est utilisée ou non par les usagers, ni la fréquence de son utilisation, le cas échéant. Il importe donc de préciser que l'analyse fait uniquement état de l'offre de la municipalité ou de la MRC en matière de services en ligne.

Malgré les limites qu'impose la lecture « en ligne » du Web municipal, l'analyse permet néanmoins de dresser un portrait de l'offre Web dans les municipalités et les MRC du Québec, de suivre son évolution et de situer son niveau de maturité à partir d'un certain nombre de paramètres.

2.2 La collecte de données

Au total, 711 sites Web municipaux du Québec ont été visités et analysés sur une période de 31 jours allant du 3 juillet au 3 août 2009. De ce nombre, 655 sites étaient actifs, 22 étaient inactifs¹⁶ et 24 étaient incomplets¹⁷. Les sites Web des MRC ont été visités et analysés entre les 17 et 25 août 2009. Au total, 81 sites Web ont été visités, dont 72 étaient actifs et neuf étaient incomplets. Seuls les sites Web actifs ont été conservés pour fins d'analyse.

¹⁶ Par « site Web inactif », on entend un site Web dont l'adresse URL ne mène nulle part. La plupart du temps, on obtient un message d'erreur, ou encore l'adresse tapée mène vers une entité autre que celle de la municipalité.

¹⁷ Par « site Web incomplet », on entend un site Web dont l'adresse URL mène bien sur le site Web de la Ville, mais celui-ci est en construction ou n'est pas entièrement fonctionnel.

3. LE WEB MUNICIPAL AU QUÉBEC

3.1 Portrait général du Web municipal au Québec

Le Web municipal au Québec est en progression depuis 2006. En 2009, 655 municipalités sur un total de 1 137¹⁸ avaient un site Web actif. Cela représente un taux de présence en ligne de 57,6 %, comparativement à 45,6 % en 2006¹⁹.

La présence en ligne s'est améliorée pour les municipalités de toutes tailles, mais plus particulièrement pour celles qui comptent 3 000 habitants et moins. Le taux de présence en ligne des communautés de 1 000 habitants et moins est passé de 25,2 % en 2006 à 40,2 % en 2009, et celui des municipalités qui comptent entre 1 001 et 3 000 citoyens était de 45,4 % en 2006, comparativement

à 57,6 % en 2009. Les données montrent également une réduction de la « fracture numérique »²⁰ entre les petites et les grandes municipalités en ce qui a trait à l'existence d'un site Web.

Sur le plan du contenu, on note une amélioration pour presque tous les items mesurés en 2006. Les fonctionnalités transactionnelles demeurent peu présentes dans les sites Web, mais elles sont tout de même en nette progression depuis trois ans. Enfin, de plus en plus de municipalités ont leur propre adresse Web (97,7 % en 2009, par rapport à 88,9 % en 2006), et près de neuf sites Web sur 10 (89,5 %) affichent des contenus à jour²¹. Le Web municipal québécois a donc beaucoup progressé depuis 2006.

ENCADRÉ 1 – LES AVANTAGES DU WEB

Les municipalités du Québec sont de plus en plus nombreuses sur le Web. Les recherches montrent que plusieurs avantages sont liés à leur présence en ligne :

- Pour les municipalités, on note une réduction des coûts, une gestion plus efficace et une meilleure prestation des services publics à la population ; de plus, ce site répond aux attentes des citoyens et constitue un moyen efficace de communiquer avec eux.
- Pour les citoyens, le Web constitue l'outil privilégié pour satisfaire aux exigences de la vie moderne : meilleur accès à l'information et aux services municipaux, moyen plus direct de joindre les représentants locaux, économie de coûts et prestation de services plus efficace (à la fois non hiérarchique et disponible en tout temps).
- Le site Web permet également d'améliorer l'imputabilité et la transparence des gouvernements, en plus de faciliter l'apprentissage d'un comportement citoyen et l'engagement dans son milieu.

Sources partielles : Landsbergen et Wolken, 2001 ; Boyer, Hallowell et Roth, 2002 ; Marche et McNiven, 2003 ; Campagna et Deplano, 2004 ; Torpe et Nielsen, 2004 ; Archer, 2005 ; Torres, Pina, et Acerete, 2005 ; Yu-Chen Chen et Dimitrova, 2008.

¹⁸ Ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire (2009). *Répertoire des municipalités*, en ligne, <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/repertoire_mun/repertoire/repertoit.asp>, consulté le 5 octobre 2009.

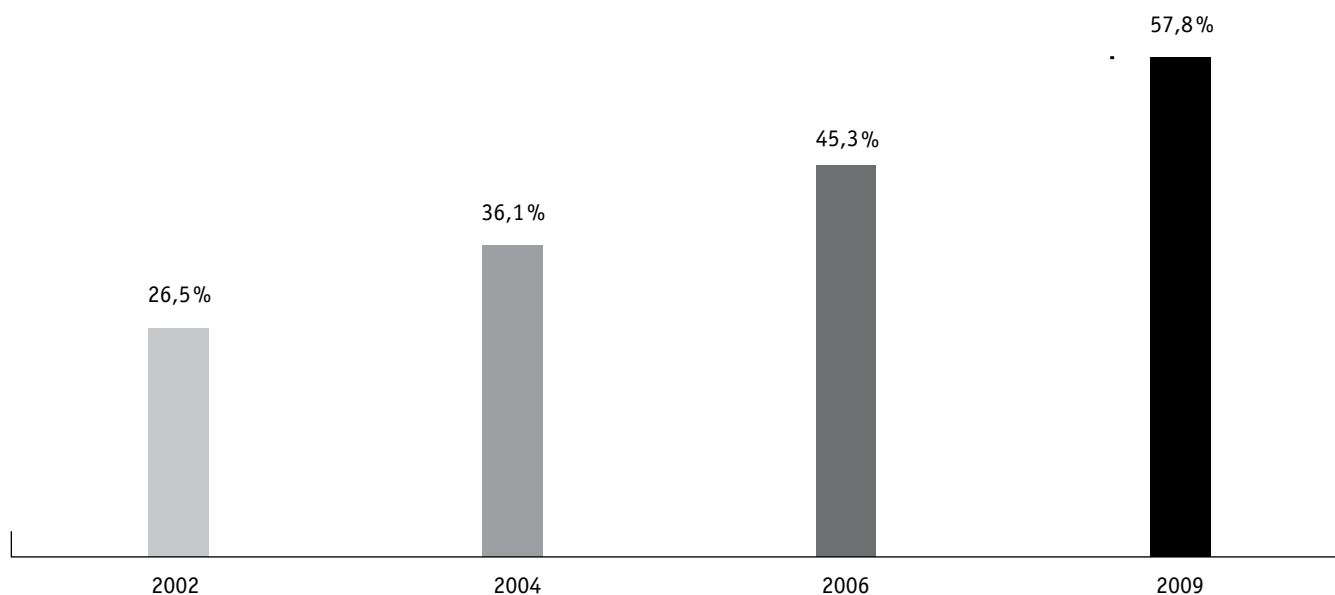
¹⁹ CEFRIQ (2006), *op. cit.*, p. 43.

²⁰ Selon l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), l'expression « fracture numérique » désigne les disparités qui peuvent exister entre citoyens, ménages, entreprises et régions géographiques en ce qui concerne l'accès aux technologies de l'information et de la communication (TIC) et l'utilisation d'Internet, mais elle englobe également les questions concernant le développement des compétences nécessaires pour utiliser ces technologies lorsqu'elles sont disponibles. La fracture numérique traduit des écarts entre des pays, mais également entre des classes sociales à l'intérieur d'une même économie. Source : OCDE (2001). *Rapport annuel 2001*, en ligne, <<http://www.oecd.org/dataoecd/49/34/1911915.pdf>>, consulté le 5 octobre 2009.

²¹ Il est impossible d'effectuer une comparaison avec les données de 2006, car dans la nouvelle grille d'évaluation, la méthode utilisée pour mesurer la mise à jour des sites Web a été modifiée. Ainsi, la grille de 2006 mesurait la date de mise à jour des sites Web, alors que celle de 2009 évalue si les contenus sont à jour, nonobstant le fait que le site Web publie ou non une date de mise à jour. En 2006, 32,8 % des sites Web avaient une date de mise à jour de moins d'un mois, 24,7 % affichaient une date de mise à jour de plus d'un mois, et 42,5 % ne mentionnaient aucune date de mise à jour.

Figure 3
État des sites Web actifs des municipalités du Québec

L'ensemble des sites Web actifs du Québec (n = 655 en 2009 et 506 en 2006)



Les prochaines parties du rapport d'évaluation approfondissent plus spécifiquement les sujets liés au contenu des sites Web et donnent les résultats obtenus par les sites Web municipaux selon la taille des municipalités.

ENCADRÉ 2 – SAVIEZ-VOUS QUE...

La facilité d'utilisation «perçue» d'une technologie, c'est-à-dire le fait que son usage soit jugé comme étant relativement facile, constitue l'un des principaux facteurs susceptibles de pousser les gens à s'en servir.

La facilité d'utilisation perçue d'une technologie augmente donc les chances que celle-ci soit implantée avec succès et, du coup, diminue le risque associé à sa mise en place.

Sources partielles : Davis, 1989 ; Akbulut, 2002.

3.2 Évaluation des sites Web municipaux du Québec

Cette section présente une évaluation globale des sites Web municipaux du Québec qui s'accompagne, lorsque c'est possible, d'une comparaison entre les résultats de 2009 et ceux de 2006. Le but de l'exercice est de dresser un portrait de la situation du Web municipal, mais aussi d'en montrer l'évolution depuis 2006. L'analyse des résultats se fera par indices et sous-indices. Cette façon de procéder permet une analyse fondée sur le cadre théorique proposé plus haut.

L'indice «Fonctionnalités générales»

Le premier indice, celui des fonctionnalités générales, réunit un ensemble de neuf fonctionnalités et contenus que l'on trouve généralement dans un site Web et qui servent à faciliter la navigation et la recherche d'information (Tableau 1). Il s'agit donc d'un indicateur de la facilité d'utilisation des sites Web.

Le résultat²² moyen pour cet indice est de 3,6 items sur 9. De plus, les deux tiers (66 %) des municipalités obtiennent un résultat qui se situe entre deux et quatre items sur neuf. Peu de municipalités (7 %) obtiennent entre sept et neuf items sur neuf.

²² Résultat moyen : 3,6 sur 9 ; résultat médian : 3 sur 9 ; mode : 2 sur 9 ; écart-type : 1,7 sur 9 ; minimum : 0 sur 9 ; maximum : 9 sur 9.

Tableau 1

Items évalués dans l'indice « Fonctionnalités générales »

Indice « Fonctionnalités générales » (9 items)	
1. Accueil (retour à la page d'accueil)	
2. Plan du site Web	
3. Météo	
4. Foire aux questions (FAQ)	
5. Politique de protection des renseignements personnels	
6. Opportunités de carrières, emplois	
7. Contact, nous joindre	
8. Présence de matériel ou d'information en langue anglaise sur le site Web	
9. Moteur de recherche	

À l'intérieur de l'indice, les fonctionnalités les plus souvent présentes sont les coordonnées « Contact, nous joindre » (94 % des municipalités) et « Accueil (retour à la page d'accueil) » (93,9 %). Celles qui sont les moins souvent présentes sont « Politique de protection des renseignements personnels » (8,9 %) et « Foire aux questions » (10,5 %). Le résultat obtenu pour la Politique de protection des renseignements personnels s'explique par le fait que cette information n'est nécessaire que dans la mesure où des renseignements personnels sont effectivement recueillis sur le site Web, ce qui n'est pas toujours le cas. Cependant, la Foire aux questions (FAQ) renferme

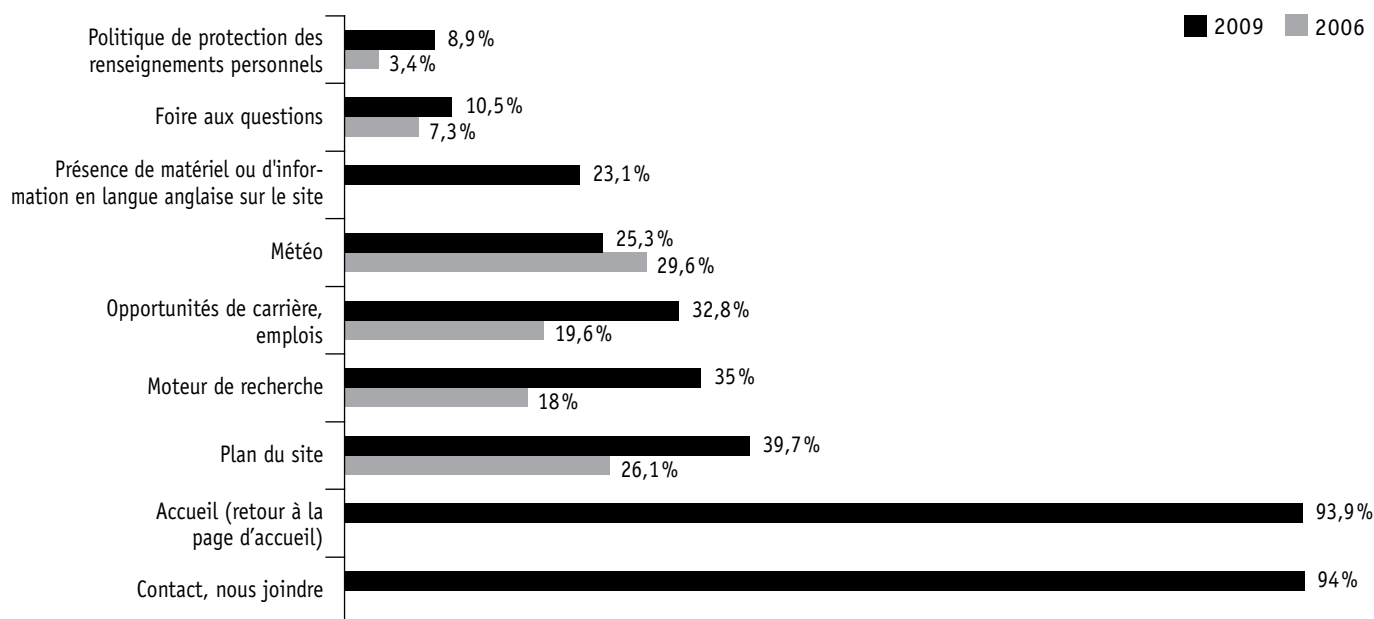
des renseignements faciles à publier qui peuvent être d'une aide considérable, tant pour l'utilisateur que pour l'administration municipale. En effet, le premier pourra y trouver des réponses rapides à ses questions, et la seconde passera moins de temps à y répondre.

La Figure 4 montre l'évolution tout à fait positive du taux d'utilisation des fonctionnalités générales entre 2006 et 2009, car la plupart des items mesurés alors ont connu de bons taux de croissance. Trois des neuf items de la nouvelle grille n'étaient pas évalués dans l'enquête de 2006²³. L'ensemble des fonctionnalités obtient un taux

Figure 4

Pourcentage des municipalités québécoises qui présentent les items évalués dans l'indice « Fonctionnalités générales »

Présentation par item ; n = 655 (2009) ; n = 506 (2006)



²³ Ces items sont : Contact, nous joindre, Accueil (retour à la page d'accueil) et Présence de matériel ou d'information en langue anglaise sur le site Web.

de présence plus élevé en 2009 qu'en 2006, à l'exception de l'item « Météo ». Cependant, même si le taux d'intégration de celui-ci était plus élevé en 2006, il est à noter qu'en nombre absolu, plus de sites Web l'offraient en 2009 (166 sites Web sur 655) qu'en 2006 (150 sites Web sur 506).

L'indice « Services municipaux »

L'indice « Services municipaux » est constitué de 18 items (Tableau 2) et comprend le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles ». Il permet d'évaluer les sites Web à partir des fonctionnalités mises en place pour rendre des services, ou encore de l'information donnée en vue d'améliorer l'accès à ces services. Cet indice est donc un bon indicateur de la propension de la municipalité à utiliser son site Web pour servir ses citoyens en tant que « clients » et réfère à la vision instrumentale du développement d'un site Web.

La majorité des municipalités (56,9 %) comptent entre deux et huit items sur 18. La moyenne obtenue pour l'ensemble des sites Web est de 5,6 items.

À l'intérieur de l'indice, les items les moins présents sont surtout liés aux fonctionnalités transactionnelles²⁴, pour lesquelles une analyse plus complète sera présentée un peu plus loin (avec le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »). L'item le plus présent a trait aux informations sur la bibliothèque (service culturel), offertes par 76,5 % des municipalités. Suivent les renseignements sur le Service de collecte des déchets (58,8 % des municipalités donnent cette information), les renseignements liés aux règlements municipaux – urbanisme et autres (58 %), et au Service de sécurité publique et incendies – Information et coordonnées (55 %), et enfin, l'information sur les Services sportifs et récréatifs – terrains de jeux, équipements et installations sportives (53,9 %).

Tableau 2

Items évalués dans l'indice « Services municipaux »

Indice « Services municipaux » (18 items)	
10.	Règlements municipaux (urbanisme et autres)
11.	Évaluation foncière
12.	Service de sécurité publique et incendie (information et coordonnées)
13.	Service de transport collectif (horaires et coordonnées)
14.	Service de protection de l'environnement
15.	Service de collecte des déchets
16.	Services sportifs et récréatifs (terrains de jeux, équipements et installations sportives)
17.	Courriels génériques des services municipaux
18.	Procédure de plaintes et de réclamations
19.	Diffusion d'avis publics (travaux, changement de zonage, avis d'ébullition de l'eau, etc.)
20.	Voirie (réfection, entretien, déneigement, etc.)
21.	Bibliothèque (service culturel)
22.	Inscription en ligne à des activités (culturelles, sportives, récréatives, etc.)
23.	Possibilité de commander un permis ou une licence (construction, piscine, chien, alcool, feu en plein air, système d'alarme, etc.)
24.	Facturation en ligne (taxes, droits, etc.)
25.	Païement en ligne (taxes, permis et licences)
26.	Accès à un formulaire (statique ou dynamique)
27.	Abonnement à une liste de diffusion

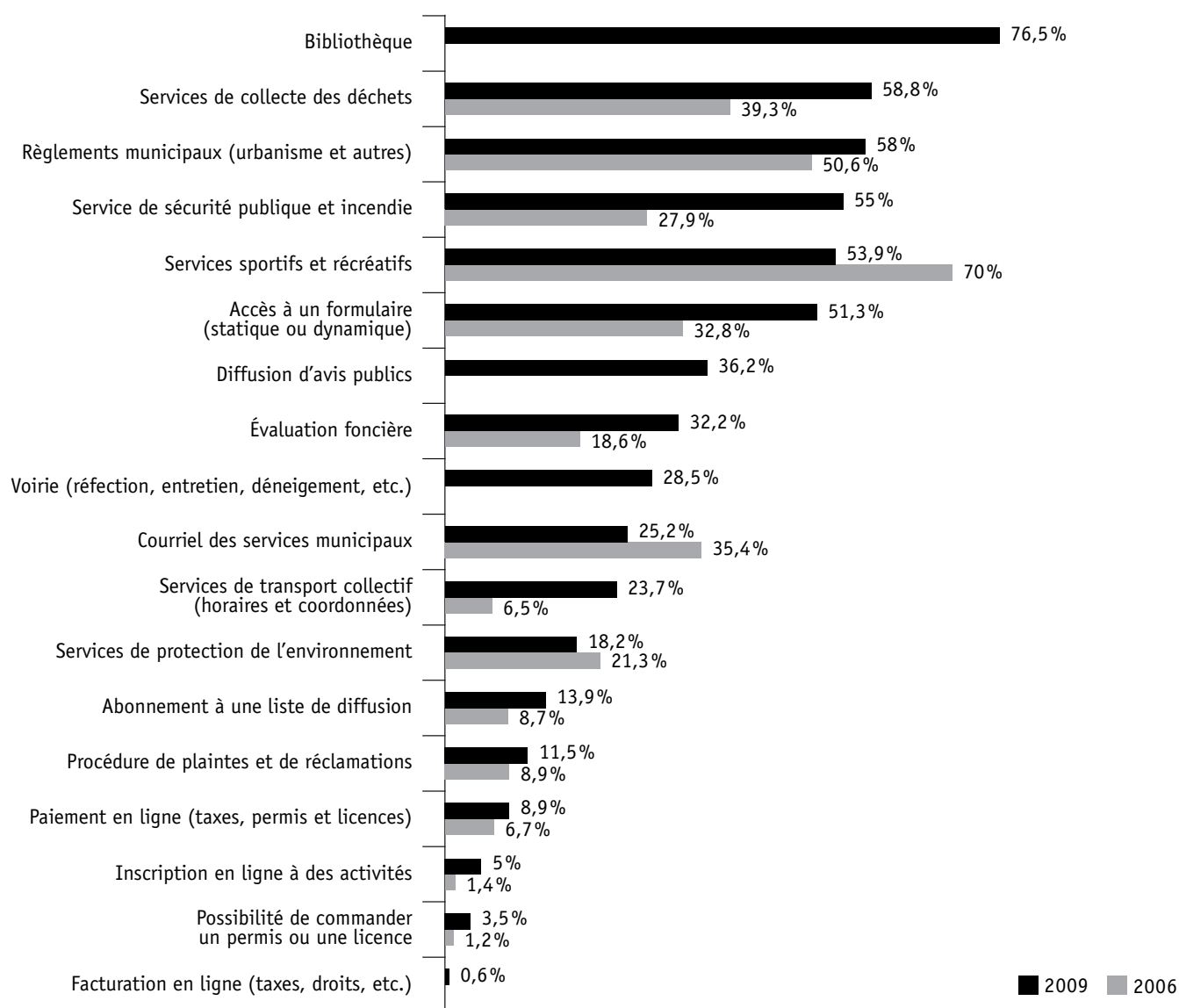
²⁴ L'item Facturation en ligne est offert par 0,6 % des municipalités; parmi les autres items, notons la Possibilité de commander un permis ou une licence en ligne (3,5 % des municipalités), l'Inscription en ligne à des activités (5 %) et l'item Paiement en ligne (8,9 %).

La Figure 5 montre l'évolution de la situation entre 2006 et 2009. Sur les 18 items de l'indice, quatre n'étaient pas mesurés en 2006²⁵. La plupart des fonctionnalités et des contenus évalués ont connu une augmentation considérable entre 2006 et 2009, allant de 15 % pour les « Règlements municipaux » à 264 % pour l'« Inscription à des activités en ligne ». Les items « Services sportifs et récréatifs (informations et coordonnées) » ainsi que « Courriels génériques des services municipaux » ont connu

une diminution substantielle (– 23 % et – 29 % respectivement). Il demeure cependant impossible d'interpréter cette diminution, puisque le libellé des items a été modifié entre les deux enquêtes²⁶. Enfin, l'item « Service de protection de l'environnement » a diminué de 15 % entre 2006 et 2009, mais le nombre absolu de sites Web offrant cette information a augmenté entre 2006 (108 sites sur 506) et 2009 (119 sites sur 655).

Figure 5
Évolution des proportions des municipalités québécoises qui présentent les items évalués dans l'indice « Services municipaux » (entre 2006 et 2009)

Présentation par item : n = 655 (2009) ; n = 506 (2006)



²⁵ Il s'agit de Bibliothèque, Diffusion d'avis publics, Voirie (réfection, entretien, déneigement, etc.) et Facturation en ligne.

²⁶ En 2006, l'item Services sportifs et récréatifs était libellé « Services culturels et récréatifs » et Courriel des services municipaux s'appelait « Courriel d'employés municipaux ».

De façon générale, on note une amélioration globale entre 2006 et 2009, ce qui signifie que les citoyens québécois ont de plus en plus accès à leurs services municipaux en ligne.

Le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »

Le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles » est une composante de l'indice « Services municipaux » (Tableau 3). Il comporte six items et couvre plus particulièrement les applications permettant aux citoyens de faire des transactions en ligne avec leur municipalité. Ces services en ligne, rendus aux « citoyens clients » de la municipalité, peuvent avoir une valeur ajoutée substantielle pour ces derniers en termes de gain de temps et d'efficacité pour la réalisation de leurs transactions.

Or, ces fonctionnalités ne sont pas souvent offertes par les sites Web municipaux²⁷. En effet, 80,3 % de ces sites ne présentent aucun ou alors seulement un des six items transactionnels mesurés, et 1,1 % en ont quatre, cinq ou six. Plusieurs facteurs peuvent expliquer ce phénomène, notamment le fait que les fonctions transactionnelles sont plus exigeantes sur le plan technologique. De plus, pour être fonctionnelles et utiles, ces applications doivent être intégrées dans les opérations et dans la gestion courante de l'administration municipale. Autrement dit, il faut que la structure organisationnelle de la municipalité permette la gestion et la réalisation de transactions en ligne²⁸. L'intégration de fonctionnalités transactionnelles sur les sites Web municipaux exige donc une réorganisation de la structure et du modèle d'affaires municipal²⁹. Ainsi, même si les applications transactionnelles présentent un intérêt certain pour le citoyen, l'ensemble des coûts (financiers ou autres) reliés à leur mise en place est souvent tel que leur intégration aux sites Web demeure assez peu courante³⁰.

Tableau 3

Items évalués dans le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »

Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles » (6 items)
22. Inscription en ligne à des activités (culturelles, sportives, récréatives, etc.)
23. Possibilité de commander un permis ou une licence (construction, piscine, chien, alcool, feu en plein air, système d'alarme, etc.)
24. Facturation en ligne (taxes, droits, etc.)
25. Paiement en ligne (taxes, permis et licences)
26. Accès à un formulaire (statique, dynamique ou interactif)
27. Abonnement à une liste de diffusion

²⁷ Résultat moyen : 0,8 sur 6 ; résultat médian : 1 sur 6 ; mode : 0 sur 6 ; écart-type : 0,9 sur 6 ; minimum : 0 sur 6 ; maximum : 6 sur 6.

²⁸ Yigitcanlar, T. (2003). *Bridging the gap between citizens and local authorities via e-government*. Communication présentée au Symposium on e-government : opportunities and challenges, Muscat, Sultanat d'Oman.

²⁹ Beynon-Davies, P. et S. Martin (2004). Electronic local government and the modernisation agenda : progress and prospects for public service improvement. *Local Government Studies*, 30(2), p. 214-229. Scholl, H. J. (2003). *E-government : a special case of ICT-enabled business process change*. Communication présentée dans le cadre du 36th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 03), Hawaï (États-Unis).

³⁰ Criado, J.I., O.E. Hughes et J. Teicher (2002). *E-government and managerialism : a second revolution on public management*. Communication présentée dans le cadre du 6th International Research Symposium on Public Management, Édimbourg (Écosse). McIvor, R., M. McHugh et C. Cadden (2002). « Internet technologies : supporting transparency in the public sector », *The International Journal of Public Sector Management*, 15(3), p. 170-187.

L'item transactionnel «Accès à un formulaire (statique ou dynamique)» est celui que l'on trouve le plus souvent (51,3 % des sites Web municipaux). En effet, l'offre de formulaires à télécharger exige une transformation beaucoup moins importante des pratiques de gestion que la facturation en ligne ou la commande de permis en ligne, par exemple.

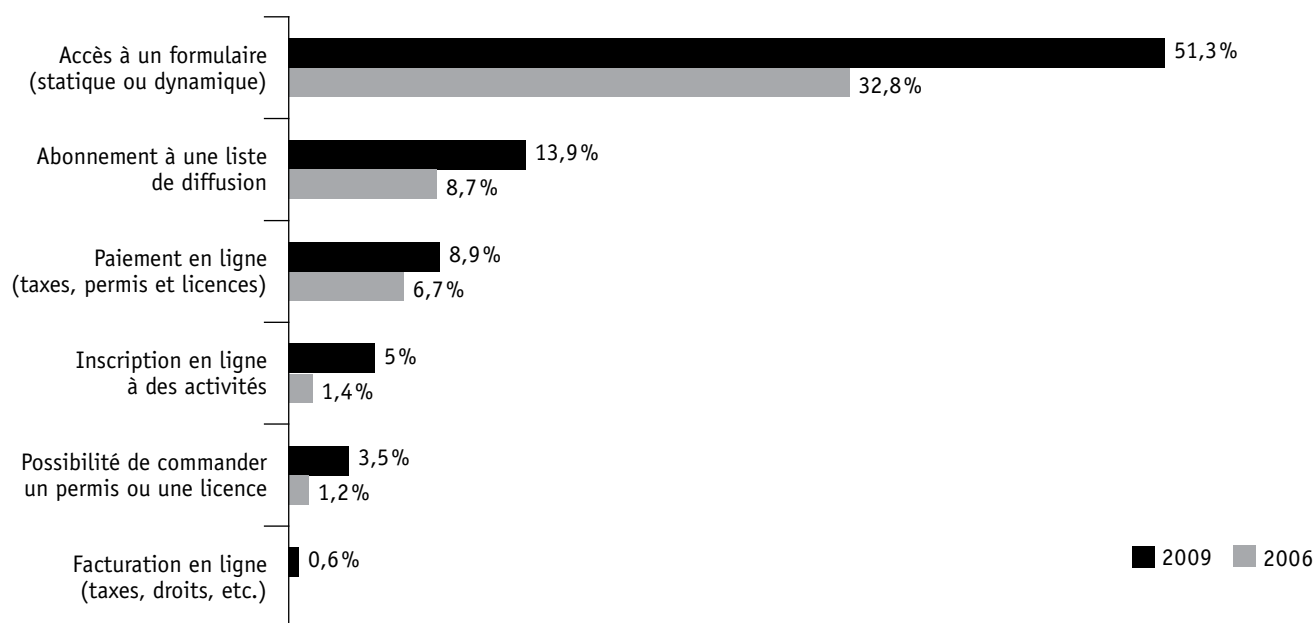
La Figure 6 montre l'évolution de la situation entre 2006 et 2009. Sur les six items du sous-indice, un seul n'était

pas mesuré en 2006³¹. Les items du sous-indice «Fonctionnalités transactionnelles» affichent d'excellents taux de croissance qui se situent entre 32 et 264 %.

Le constat est quand même positif pour les fonctionnalités transactionnelles, car elles connaissent une croissance significative. Les administrations québécoises semblent en effet faire un effort en ce sens et l'on constate la progression de ces items, ce qui est une bonne nouvelle pour les citoyens.

Figure 6
Évolution des proportions des municipalités québécoises qui présentent les items évalués dans le sous-indice «Fonctionnalités transactionnelles» (entre 2006 et 2009)

Présentation par item; n = 655 (2009); n = 506 (2006)



³¹ Il s'agit de Facturation en ligne (taxes, droits, etc.).

ENCADRÉ 3 – ÉVOLUTION DES SITES WEB GOUVERNEMENTAUX

Les sites Web municipaux se développent par étapes et chacune d'elles est rendue possible par la maîtrise technique des processus administratifs et des fonctionnalités Web sous-jacentes. Cette progression est modélisée par Siau et Long (2005), qui présentent en cinq phases le développement du gouvernement en ligne.

PHASE 1 – LA PRÉSENCE EN LIGNE : C'est la forme la plus simple de gouvernement en ligne, où une information simple, limitée et typiquement statique est mise sur le Web.

PHASE 2 – L'INTERACTION : Les possibilités d'interaction sont mises en place. On ajoute, par exemple, des fonctionnalités de recherche, de courriels et de téléchargement de formulaires.

PHASE 3 – LA TRANSACTION : Cette phase est caractérisée par l'ajout de fonctionnalités interactives qui permettent aux usagers de réaliser en ligne des transactions automatisées complètes.

PHASE 4 – LA TRANSFORMATION : Le passage à cette phase exige que l'on fasse un « saut culturel ». L'accent est mis ici sur la transformation de la manière même dont le gouvernement fournit ses services. Cela implique une intégration verticale et horizontale des processus administratifs.

PHASE 5 – LA PARTICIPATION CITOYENNE : Le passage à cette phase exige que l'on fasse un « saut politique » ; par l'entremise de fonctionnalités relationnelles, on vise ici une plus grande ouverture et une participation citoyenne.

L'indice « Développement de la municipalité »

L'indice « Développement de la municipalité » compte 29 items et comprend trois sous-indices (Tableau 4). Il réfère à la vision développementale de l'élaboration des sites Web et permet donc d'évaluer dans quelle mesure ceux-ci sont en mesure de répondre aux impératifs de développement démocratique et économique de la collectivité.

Le résultat³² moyen des municipalités est de 11,7 items sur 29, et la majorité des municipalités obtiennent un résultat qui s'approche de la moyenne. En effet, 52,2 % des municipalités ont entre neuf et 15 items sur 29, et aucune d'entre elles n'obtient un résultat supérieur à 25 sur 29.

De façon plus précise, on constate que les fonctions les moins courantes sont celles qui ont trait aux usages collaboratifs (Web 2.0), alors que les items les mieux intégrés sont les fonctionnalités et les contenus statiques (par exemple, la liste des membres du conseil municipal). Cette situation n'est probablement pas propre au Web municipal, car la mise en ligne et l'entretien de fonctions interactives exigent plus de temps, d'expertise et de moyens financiers que les fonctions et les contenus statiques.

Les applications du Web 2.0 peuvent jouer un rôle très intéressant dans le développement municipal : elles peuvent permettre aux élus et à l'administration de donner de l'information en temps réel (ex. : forums, blogues, fil RSS, diffusion de réunions), de sonder l'opinion des citoyens et des acteurs économiques et sociaux, et d'obtenir une rétroaction à très court terme de leur part (ex. : forums, blogues, sondages et consultations en ligne), ou encore de profiter d'une visibilité accrue, d'appuis politiques et d'une plus grande ouverture par des applications de réseautage (ex. : Facebook ou Twitter). Ce dernier exemple lié au réseautage est loin d'être irréaliste : il s'agit de l'une des stratégies utilisées par Barack Obama lors des élections présidentielles américaines de 2008.

Les fonctionnalités collaboratives présentent donc un intérêt certain, mais ces applications mobilisent temps et ressources. Il existe par ailleurs d'autres fonctionnalités qui sont assez peu utilisées et qui permettent d'informer les acteurs économiques et sociaux de la municipalité et d'interagir avec eux. On peut penser, par exemple, à la publication des courriels des membres du conseil municipal, présentée dans 19,7 % des sites Web municipaux, ou à la publication de bulletins municipaux, que l'on trouve dans 58,3 % des sites Web municipaux.

³² Résultat moyen : 11,7 sur 29 ; résultat médian : 12 sur 29 ; mode : 12 sur 29 ; écart-type : 4,5 sur 29 ; minimum : 0 sur 29 ; maximum : 25 sur 29.

Tableau 4

Items évalués dans l'indice « Développement de la municipalité »

Indice « Développement de la municipalité » (29 items)
28. Information économique (parcs industriels, nombre d'entreprises, secteur économique, etc.)
29. Hyperliens vers des organismes économiques (CLD, SADC, CLE, chambres de commerce)
30. Hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, clubs sociaux, associations communautaires, commissions scolaires, musées)
31. Hyperliens vers des organisations privées (entreprises et commerces divers)
32. Liens vers des ministères et des organismes gouvernementaux
33. Liens vers d'autres sites Web municipaux (MRC)
34. Informations sur le budget de la Ville
35. Agenda, événements, nouveautés, actualités municipales, nouvelles locales
36. Communiqués de presse
37. Bulletin municipal
38. Fil RSS
39. Liste des membres du conseil municipal
40. Courriel des membres du conseil municipal
41. Comités municipaux (urbanisme, sécurité publique, environnement, finances, etc.)
42. Ordre du jour des réunions du conseil municipal
43. Procès-verbaux des réunions du conseil municipal
44. Publications et rapports téléchargeables
45. Politiques spécifiques (culturelle, familiale, sportive, etc.), plans d'action
46. Diffusion des réunions du conseil municipal (simultanée, extraits vidéo)
47. Consultations publiques
48. Sondages en ligne
49. Forums, <i>chat</i> , groupes de discussion
50. Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.)
51. Blogues
52. Information sur l'histoire de la Ville
53. Cartes géographiques en ligne
54. Information sur les attraits, les activités ou les forfaits touristiques (guide)
55. Information ou bottin (hébergement, restaurants)
56. Information sur les activités culturelles ou calendrier

La Figure 7 montre l'évolution de la situation depuis 2006. Parmi les 29 items évalués en 2009, dix ne l'ont pas été en 2006³³. La plupart des items qui ont été mesurés ont progressé depuis trois ans; certains ont même enregistré une croissance substantielle, tandis que quatre items ont affiché une légère baisse en termes de pourcentage (en nombre absolu, tous les items ont obtenu de meilleurs résultats en 2009 qu'en 2006). Une analyse plus poussée

sera effectuée dans les prochaines sections, qui sont dédiées aux sous-indices.

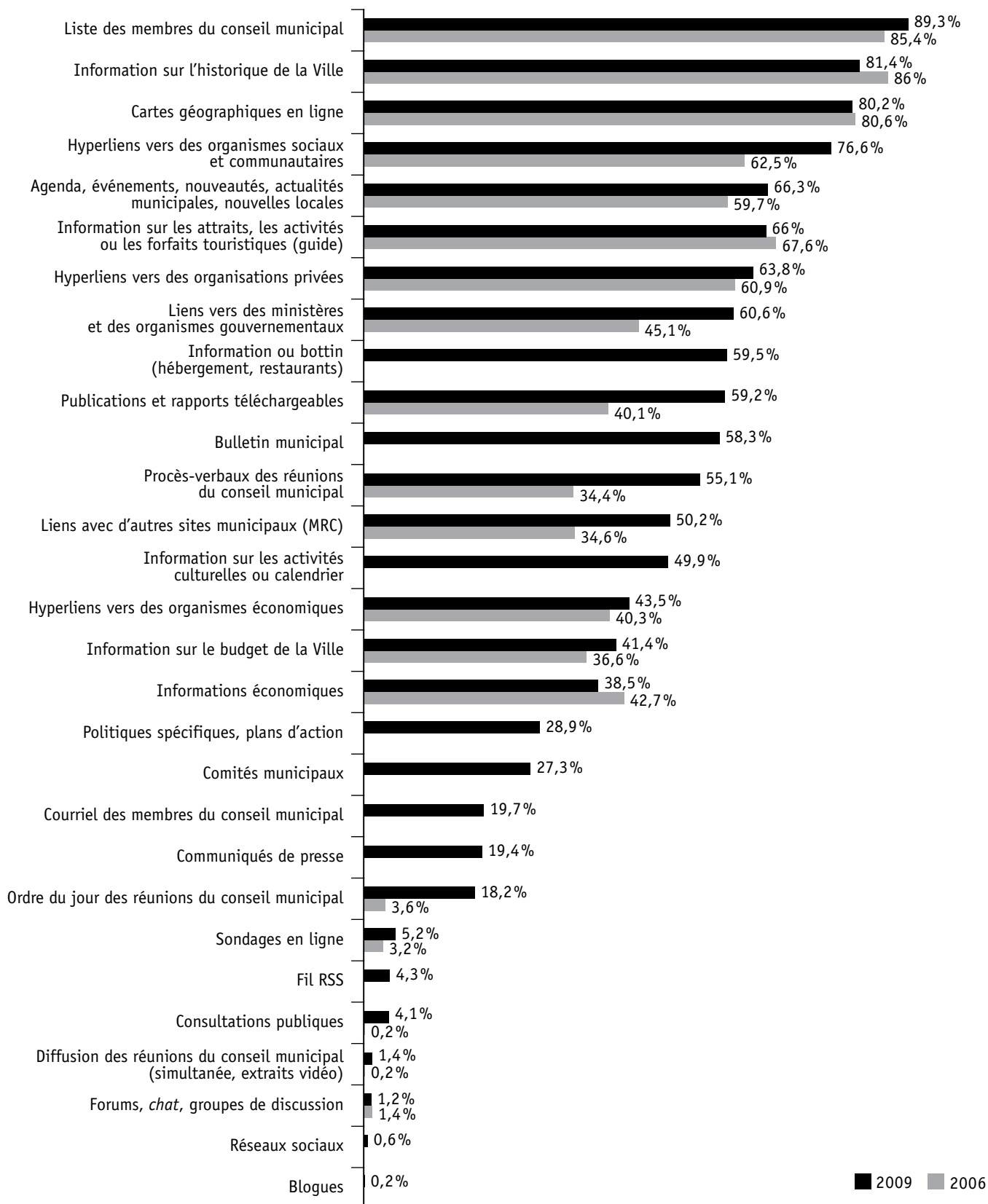
De façon générale, les items de l'indice « Développement de la municipalité » connaissent une croissance marquée, ce qui tend à montrer que les municipalités québécoises utilisent de plus en plus leur site Web pour stimuler leur développement, tant économique que démocratique.

³³ Ces items sont : Communiqués de presse, Bulletin municipal, Fil RSS, Courriel des membres du conseil municipal, Comités municipaux, Politiques spécifiques, Réseaux sociaux, Blogues, Information ou bottin (hébergement, restaurants), Information sur les activités culturelles ou calendrier.

Figure 7

Évolution des proportions des municipalités québécoises qui présentent les items évalués dans l'indice « Développement de la municipalité » (entre 2006 et 2009)

Présentation par item; n = 655 (2009); n = 506 (2006)



Le sous-indice « Vie démocratique »

Le sous-indice « Vie démocratique » fait partie de l'indice « Développement de la municipalité » (Tableau 5). Composé de 13 items, il évalue dans quelle mesure le site Web municipal est utilisé pour promouvoir la vie démocratique et la participation citoyenne.

Le résultat moyen pour les fonctions et les contenus liés à la vie démocratique est de 3 items sur 13, et la majorité des sites Web (60,6 %) ont entre 0 et 3 items, tandis que trois sites Web (0,5 %) ont un résultat qui se situe entre 9 et 13.

Pour être plus précis, on découvre que les items les moins présents du sous-indice sont les fonctions interactives, comme les blogues et les réseaux sociaux (Figure 8). À l'inverse, les items les plus courants sont des fonctions et des contenus plus simples sur le plan technologique, mais qui ont tout de même une grande importance dans la vie démocratique, comme les items « Publications et rapports téléchargeables » et « Procès-verbaux des réunions du conseil municipal ». Ainsi, tout en délaissant quelque peu l'interactivité virtuelle avec les citoyens, les sites Web municipaux servent tout de même à publier des renseignements sur la vie démocratique.

Comparativement à 2006, cinq nouveaux items ont été mesurés en 2009³⁴. La Figure 8 montre l'évolution de la situation. La quasi-totalité des items sont davantage présents dans les sites Web en 2009 qu'en 2006. Seul l'item « Forums, chat, groupes de discussion » a diminué de 11,7 %. Les autres fonctionnalités connaissent des taux de croissance parfois impressionnants, notamment la diffusion des réunions du conseil municipal (+ 595,3 %), la mise en ligne des ordres du jour des réunions du conseil municipal (+ 410,7 %), les sondages en ligne (+ 64,2 %), la publication des procès-verbaux des réunions du conseil municipal (+ 60,3 %) et la mise en ligne de publications et de rapports téléchargeables (+ 47,7 %).

En somme, on constate une croissance marquée de la plupart des items de l'indice entre 2006 et 2009, et cette croissance touche aussi des applications collaboratives (Web 2.0). Les sites Web municipaux sont donc de plus en plus utilisés pour communiquer des renseignements sur la vie démocratique.

Tableau 5

Items évalués dans le sous-indice « Vie démocratique »

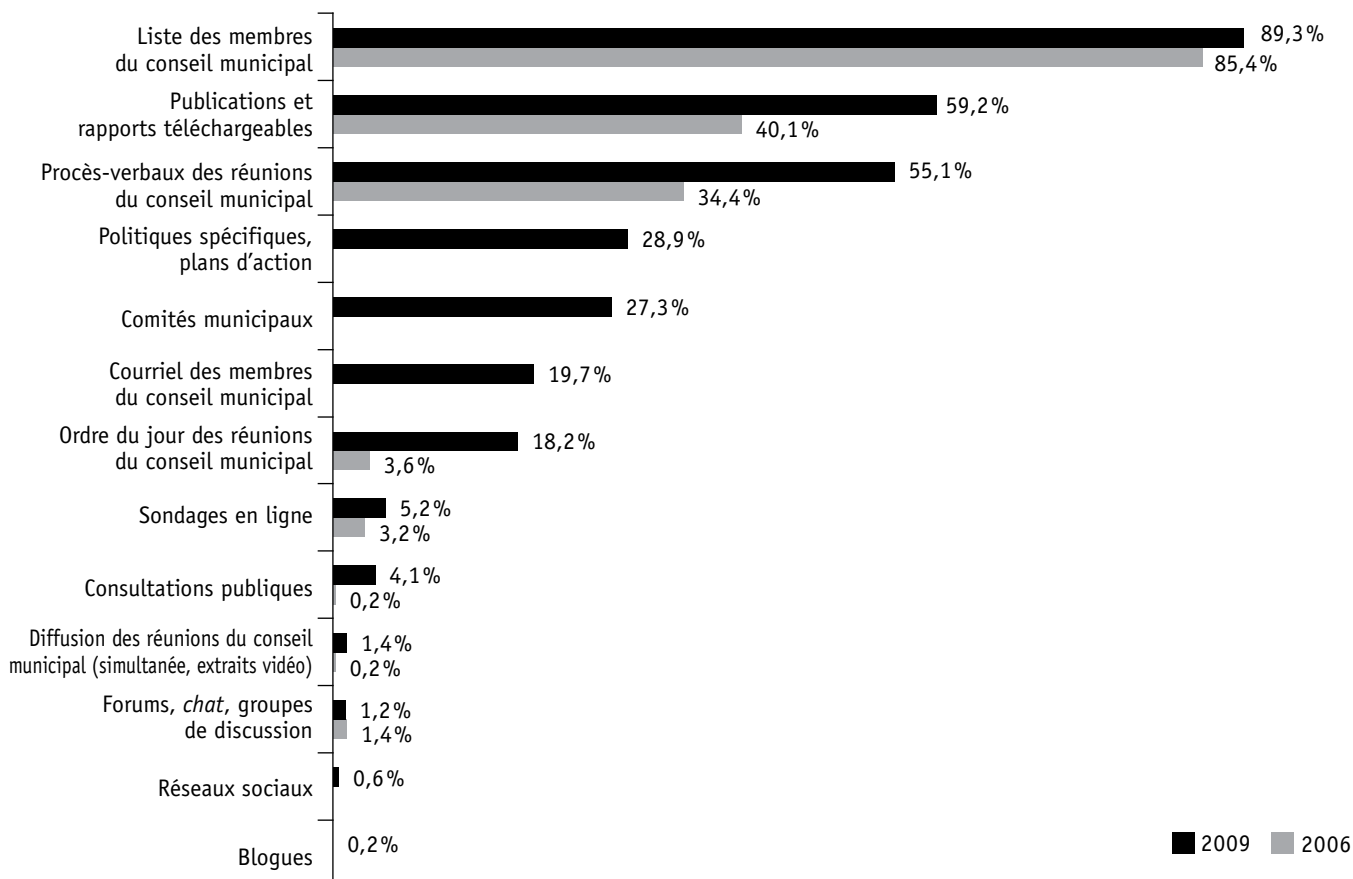
Sous-indice « Vie démocratique » (13 items)
39. Liste des membres du conseil municipal
40. Courriel des membres du conseil municipal
41. Comités municipaux (urbanisme, sécurité publique, environnement, finances, etc.)
42. Ordre du jour des réunions du conseil municipal
43. Procès-verbaux des réunions du conseil municipal
44. Publications et rapports téléchargeables
45. Politiques spécifiques (culturelle, famille, sportive, etc.), plans d'action
46. Diffusion des réunions du conseil municipal (simultanée, extraits vidéo)
47. Consultations publiques
48. Sondages en ligne
49. Forums, chat, groupes de discussion
50. Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.)
51. Blogues

³⁴ Ces items sont : Courriel des membres du conseil municipal, Comités municipaux, Politiques spécifiques et plans d'action, Réseaux sociaux, Blogues.

Figure 8

Évolution des proportions des municipalités québécoises qui présentent les items évalués dans le sous-indice « Vie démocratique » (entre 2006 et 2009)

Présentation par item; n = 655 (2009); n = 506 (2006)



Le sous-indice « Marketing territorial »

Le sous-indice « Marketing territorial » regroupe cinq des 29 mesures de l'indice « Développement de la municipalité » (Tableau 6). Il se concentre plus particulièrement sur les items du site Web qui font la promotion de la municipalité auprès des visiteurs dans un objectif de développement économique. Il montre donc, quoique de façon très succincte, dans quelle mesure l'administration municipale utilise son site Web comme outil de marketing pour encourager l'industrie touristique locale.

Les items du sous-indice « Marketing territorial³⁵ » sont très présents sur les sites Web. Le résultat moyen pour l'ensemble des municipalités est de 3,4 items sur cinq, et la majorité des sites Web (50,9 %) présentent quatre ou

cinq items. Seulement 9 % des sites Web n'affichent aucun item ou n'en présentent qu'un sur cinq. On note que les renseignements les plus souvent présentés (« Information sur l'histoire de la Ville » dans 81,5 % des cas et « Cartes géographiques en ligne » dans 80,3 % des cas) sont des données qui ne nécessitent pas de mises à jour périodiques. À l'inverse, les fonctions et les contenus les moins souvent disponibles sont ceux qui requièrent beaucoup d'entretien et de mises à jour, comme « Information sur les activités culturelles ou calendrier », présent dans 50 % des sites Web, et « Information ou bottin (hébergement, restaurants) », présent dans 59,6 % des cas. Pour les municipalités à vocation touristique, ces fonctionnalités ont leur importance, car elles sont de nature à stimuler les visites Web de l'extérieur. En effet, ces outils facilitent la planification d'un séjour et peuvent promouvoir les richesses culturelles et les attraits de la municipalité.

³⁵ Résultat moyen : 3,4 sur 5 ; résultat médian : 4 sur 5 ; mode : 4 sur 5 ; écart-type : 1,3 sur 5 ; minimum : 0 sur 5 ; maximum : 5 sur 5.

Tableau 6

Items évalués dans le sous-indice « Marketing territorial »

Sous-indice « Marketing territorial » (5 items)
52. Information sur l'historique de la Ville
53. Cartes géographiques en ligne
54. Information sur les attraits, les activités ou les forfaits touristiques (guide)
55. Information ou bottin (hébergement, restaurants)
56. Information sur les activités culturelles ou calendrier

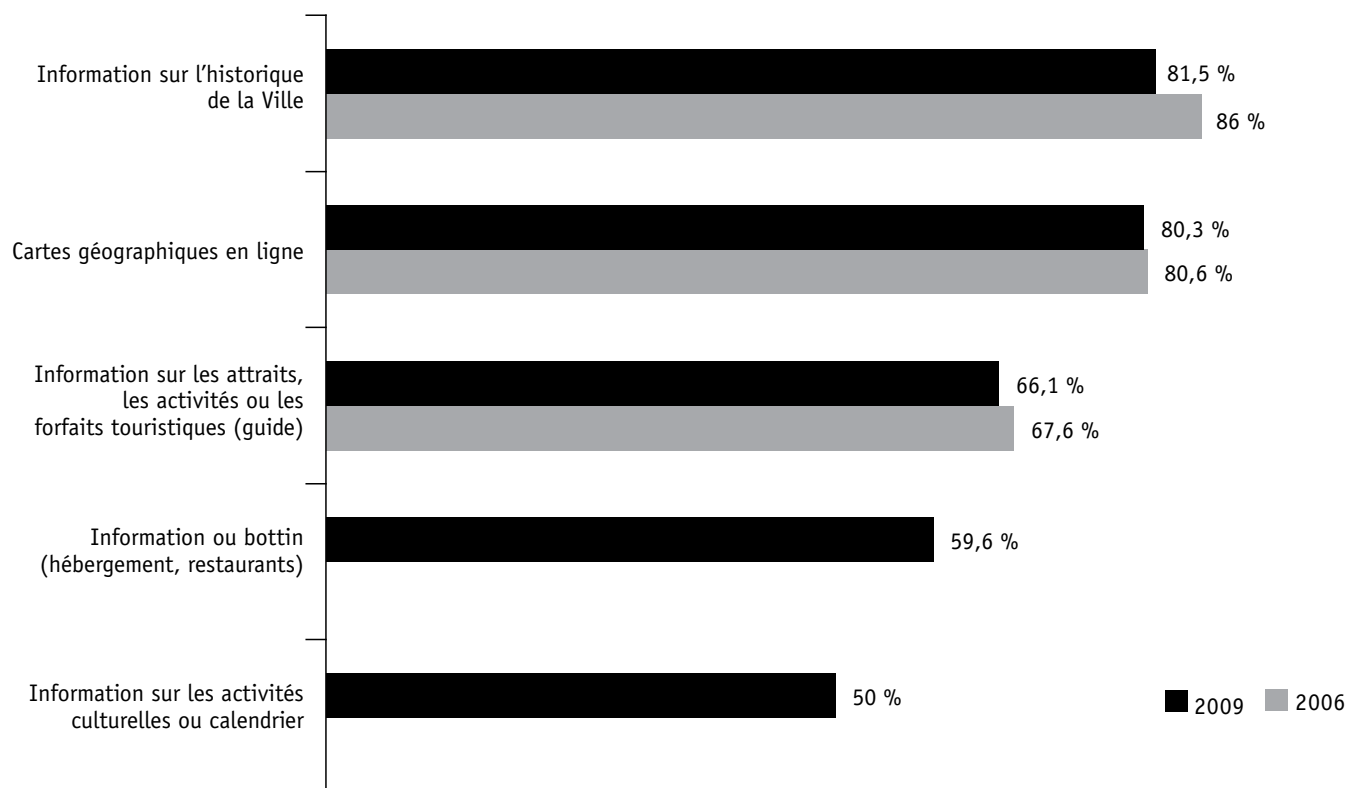
La Figure 9 montre l'évolution de la situation depuis 2006. Parmi les cinq items évalués en 2009, deux ne l'ont pas été en 2006³⁶. Les trois autres montrent une légère baisse entre 2006 et 2009, allant de - 0,4 à - 5,2 %.

Ainsi, le sous-indice « Marketing territorial » obtient de très bons résultats dans l'ensemble des municipalités du Québec (moyenne de 3,4 sur 5), qui semblent donc utiliser beaucoup leur site Web pour promouvoir le tourisme chez elles.

Figure 9

Évolution des proportions des municipalités québécoises qui présentent les items évalués dans le sous-indice « Marketing territorial » (entre 2006 et 2009)

Présentation par item; n = 655 (2009); n = 506 (2006)



³⁶ Ces items sont: Information ou bottin (hébergement, restaurants) et Information sur les activités culturelles ou calendrier.

Le sous-indice «Ancrage et réseautage du site Web»

Le sous-indice «Ancrage et réseautage du site Web» (Tableau 7) compte 10 des 29 items de l'indice «Développement de la municipalité». Il évalue plus particulièrement dans quelle mesure le site Web favorise le réseautage virtuel entre la municipalité et les différents acteurs qui animent la communauté, notamment le monde des affaires et le milieu communautaire et associatif.

Dans l'ensemble, les items du sous-indice sont très présents dans les sites Web municipaux³⁷. La moyenne se situe à 5,8 items sur 10, la majorité des sites Web (58,9 %) présentant entre cinq et huit items sur 10. On note également que 28 municipalités (4,3 %) obtiennent 10 sur 10. Les fonctionnalités les plus courantes sont les cartes géographiques en ligne (80,2 % des sites) et les hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, clubs sociaux, associations communautaires, commissions scolaires, musées, etc.), présents dans 76,6 % des sites Web.

Tableau 7

Items évalués dans le sous-indice «Ancrage et réseautage du site Web»

Sous-indice «Ancrage et réseautage du site Web» (10 items)
28. Information économique (parcs industriels, nombre d'entreprises, secteur économique, etc.)
29. Hyperliens vers des organismes économiques (CLD, SADC, CLE, chambres de commerce)
30. Hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, clubs sociaux, associations communautaires, commissions scolaires, musées, etc.)
31. Hyperliens vers des organisations privées (entreprises et commerces divers)
32. Liens vers des ministères et des organismes gouvernementaux
33. Liens avec d'autres sites Web municipaux (MRC)
35. Agenda, événements, nouveautés, actualités municipales, nouvelles locales
53. Cartes géographiques en ligne
54. Information sur les attraits, les activités ou les forfaits touristiques (guide)
55. Information ou bottin (hébergement, restaurants)

En 2006, un seul des 10 items n'était pas évalué³⁸. La Figure 10 montre l'évolution de la situation entre 2006 et 2009. Six items affichent une augmentation, qui va de 4,8 à 45,2 %. Les items montrant la plus forte croissance sont : Liens avec d'autres sites Web municipaux (MRC) (+ 45,2 %), Liens vers des ministères et des organismes gouvernementaux (+ 34,5 %) et Hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, SADC, CLE, chambres de commerce) (+ 22,7 %). En contrepartie, trois items sont en décroissance, dont l'item Information économique (parcs industriels, nombre d'entreprises, secteur économique, etc.), qui a baissé de 9,9 %.

Le sous-indice «Ancrage et réseautage du site Web» présente donc un résultat globalement élevé, ce qui semble indiquer que les municipalités du Québec utilisent beaucoup leur site pour favoriser le réseautage virtuel entre elles et les différents acteurs du milieu. La plupart des items sont assez bien intégrés et affichent une croissance par rapport à 2006.

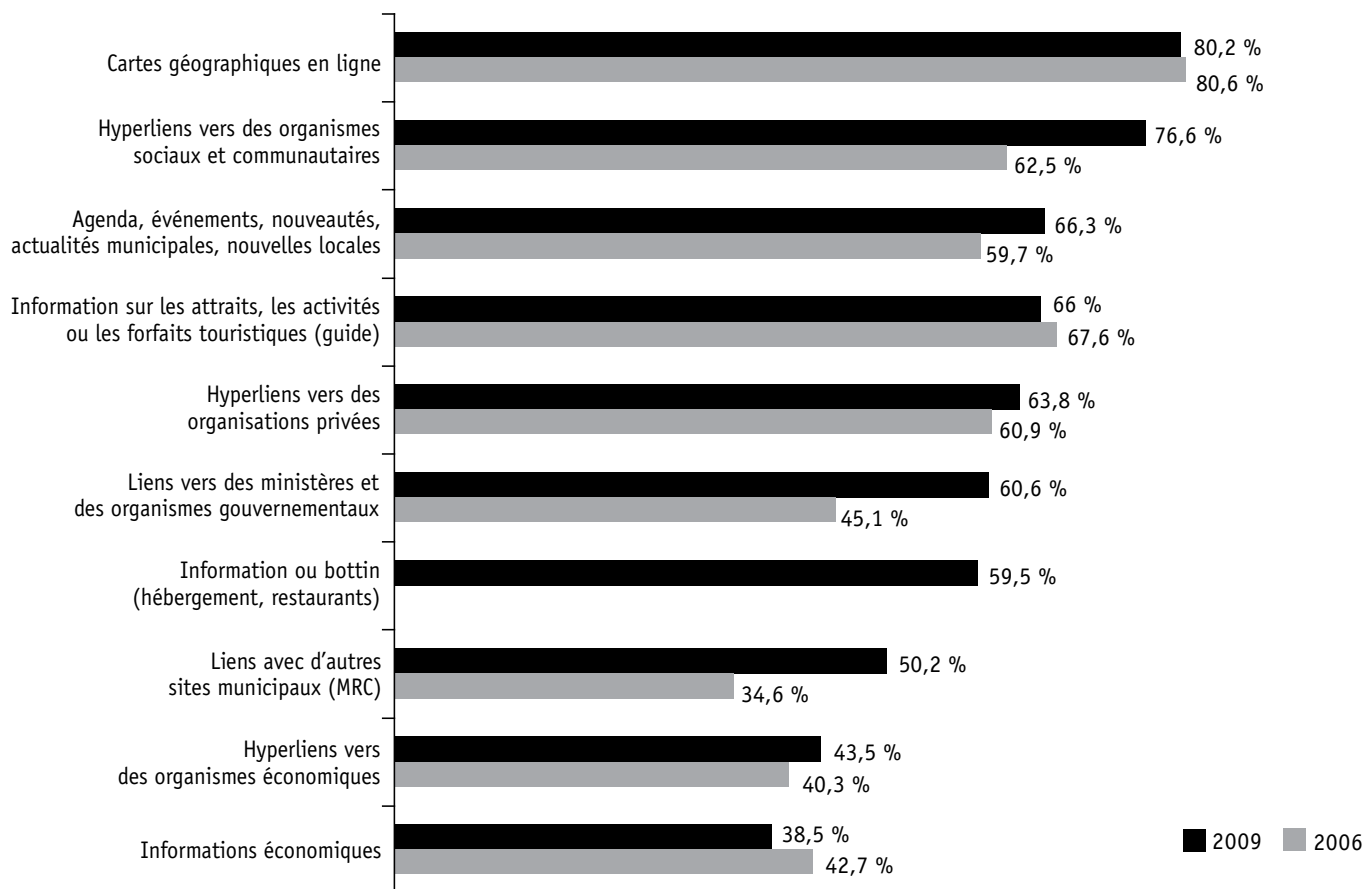
³⁷ Résultat moyen : 5,8 sur 10 ; résultat médian : 6 sur 10 ; mode : 7 sur 10 ; écart-type : 2,3 sur 10 ; minimum : 0 sur 10 ; maximum : 10 sur 10.

³⁸ Il s'agit de l'item Information ou bottin (hébergement, restaurants).

Figure 10

Évolution des proportions des municipalités québécoises qui présentent les items évalués dans le sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web » (entre 2006 et 2009)

Présentation par item; n = 655 (2009); n = 506 (2006)



L'indice « Général »

L'indice « Général », composé de 56 items, comprend la totalité des indices et des sous-indices qui ont été examinés tour à tour dans cette section (Tableau 8). Cet indice permet d'obtenir un résultat global pour l'ensemble du contenu d'un site Web municipal. On doit cependant recourir aux indices et aux sous-indices pour en obtenir une analyse plus fine.

La moyenne³⁹ pour l'ensemble des sites Web se situe à 23,1 items sur 56, et une majorité de sites Web (60,2 %) présentent entre 15 et 30 items. Aucun site n'obtient une note supérieure à 50 sur 56.

³⁹ Résultat moyen : 23,1 sur 58 ; résultat médian : 22 sur 58 ; mode : 18 sur 58 ; écart-type : 8,9 sur 58 ; minimum : 2 sur 58 ; maximum : 50 sur 58.

Tableau 8

Récapitulatif des résultats moyens pour l'ensemble des municipalités québécoises*(en nombre absolu et en pourcentage)*

INDICES	Résultats moyens		Résultats minimaux (%)	Résultats maximaux (%)
	Nombre d'items	(%)		
Indice « Fonctionnalités générales »	3,6/9	40,0	0,0	100,0
Indice « Services municipaux »	5,6/18	31,1	0,0	88,9
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	0,8/6	13,3	0,0	100,0
Indice « Développement de la municipalité »	11,7/29	40,3	0,0	86,2
Sous-indice « Vie démocratique »	3,1/13	23,8	0,0	100,0
Sous-indice « Marketing territorial »	3,4/5	68,0	0,0	100,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	5,8/10	58,0	0,0	100,0
Indice « Général »	23,1/56	39,8	3,4	86,2

La vision développementale est celle qui est la mieux déployée. Elle montre que les municipalités utilisent principalement leur site Web dans une optique de développement économique et démocratique. De plus, les différents sous-indices témoignent du fait que les sites Web sont fortement utilisés dans une perspective de marketing territorial et de réseautage.

On note également que les fonctionnalités générales sont utilisées autant que les fonctionnalités et les contenus liés au développement.

ENCADRÉ 4 – LA THÉORIE... ET LA PRATIQUE

Les meilleures pratiques suggèrent qu'un site Web devrait être développé selon une stratégie qui tienne compte à la fois des moyens de la municipalité et des demandes et des besoins de ses citoyens, que l'on aura consolidés dans une stratégie de technologies de l'information (TI). Ainsi, il pourrait être plus avantageux pour une municipalité de développer son site Web selon un axe stratégique clair, même si cela suppose qu'elle délaisse certains aspects.

Cependant, si, en théorie, les municipalités doivent bénéficier d'une telle stratégie lorsqu'elles souhaitent instaurer un gouvernement en ligne, la recherche sur le sujet montre que dans les faits, elles en profitent rarement, et que le développement des sites Web se fait plutôt de manière ad hoc.

Sources : Deakins et Dillon, 2002 ; Lenk et Traunmüller, 2002 ; Löfstedt, 2007.

3.2.1 Le Web municipal selon la taille des municipalités

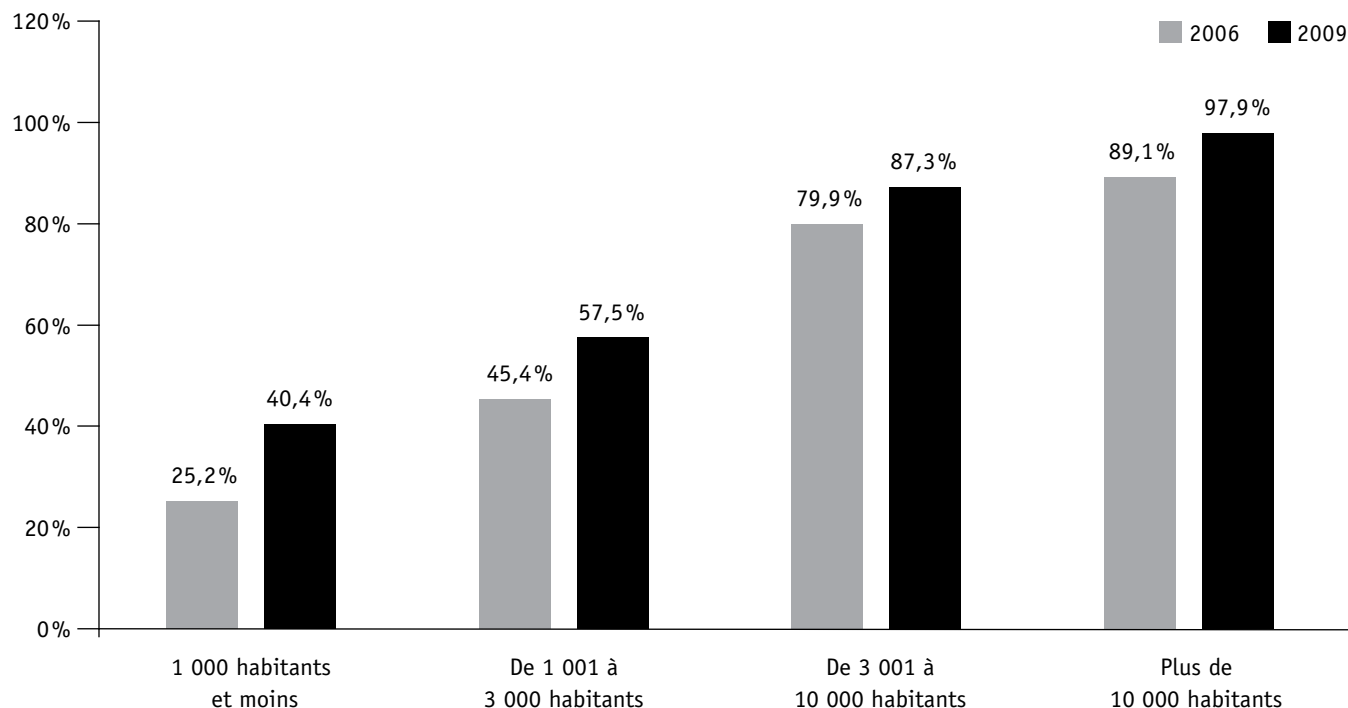
Après avoir exploré la présence en ligne des municipalités québécoises, observons maintenant les liens qui existent entre la taille des municipalités et leur présence sur le Web. Nous reverrons également l'évaluation des sites Web par indices et sous-indices, mais cette fois, selon la taille de la municipalité en termes de population.

Présence sur le Web selon la taille des municipalités

En comparant les résultats avec les données de 2006 (Figure 11), on constate que les groupes des plus petites municipalités sont ceux dont la présence en ligne a le plus fortement augmenté. Ainsi, alors que les municipalités de 1 000 habitants et moins connaissaient une hausse de 60,3% de leur taux de présence en ligne et que celles qui comptent entre 1 001 et 3 000 habitants affichaient une croissance de 26,7%, les villes de plus de 3 001 habitants enregistraient des augmentations de moins de 10%.

Figure 11

Municipalités dotées d'un site Web actif en 2006 et en 2009, selon leur taille



Évaluation du Web municipal selon la taille des municipalités

De façon générale, les éléments du Marketing territorial sont surreprésentés dans les sites des municipalités (68%), suivis des éléments du sous-indice Ancrage et réseautage (58%). Le Tableau 9 illustre également que, peu importe leur taille, les municipalités présentent sur leurs sites les mêmes types de fonctionnalités pour chacun des indices et sous-indices mesurés.

Les résultats font donc ressortir que les petites municipalités tendent à rattraper les grandes, du moins sur le plan de la présence en ligne. Ce sont d'ailleurs les petites municipalités qui ont connu une plus forte augmentation de leur présence en ligne au cours des trois dernières années. Les données disponibles semblent donc indiquer une certaine diminution de la fracture numérique entre les petites et les grandes municipalités, ce qui est tout à fait positif.

Tableau 9

Moyenne obtenue pour chaque indice et sous-indice par taille de municipalité

INDICES	1 000 et moins (n = 199)		De 1 001 à 3 000 (n = 218)		De 3 001 à 10 000 (n = 144)		Plus de 10 000 (n = 94)		Moyenne provinciale (n = 655)	
Indice « Fonctionnalités générales »	2,9	32,2 %	3,1	34,4 %	4,2	46,7 %	5,6	62,2 %	3,6	40,0 %
Indice « Services municipaux »	3,3	18,3 %	4,5	25,0 %	7,4	41,1 %	10,5	58,3 %	5,6	31,1 %
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	0,4	6,7 %	0,6	10,0 %	1,1	18,3 %	1,9	31,7 %	0,8	13,3 %
Indice « Développement de la municipalité »	9,0	31,0 %	10,8	37,2 %	13,4	46,2 %	16,8	57,9 %	11,7	40,3 %
Sous-indice « Vie démocratique »	1,9	15,8 %	2,5	20,8 %	4,1	34,2 %	5,5	45,8 %	3,1	25,8 %
Sous-indice « Marketing territorial »	3,1	62,0 %	3,3	66,0 %	3,6	72,0 %	3,8	76,0 %	3,4	68,0 %
Sous-indice « Ancrage et réseautage »	5,0	50,0 %	5,6	56,0 %	6,2	62,0 %	7,1	71,0 %	5,8	58,0 %
Indice « Général »	17,4	30,0 %	20,5	35,3 %	27,0	46,6 %	35,0	60,3 %	23,1	39,8 %

3.3 Les meilleures pratiques

3.3.1 Les meilleures pratiques en matière de Web municipal

Les sites Web des municipalités choisies pour illustrer les meilleures pratiques ont été sélectionnés en fonction de critères précis : la taille, la vocation économique et l'accès à Internet. Notons que les municipalités choisies pour l'analyse des meilleures pratiques ne sont pas nécessairement

celles dont les sites Web ont obtenu les meilleurs résultats lors de l'évaluation, mais bien celles qui, tout en ayant des sites Web complets, illustrent une variété de situations et de défis différents.

Les sites Web suivants ont été sélectionnés pour une analyse des meilleures pratiques : Gatineau, Saint-Hyacinthe, Plessisville, Lavaltrie, Shannon, Saint-Alexis-de-Matapé, Sherbrooke, Shawinigan et Lac-Supérieur.

Gatineau

Située dans la région administrative de l'Outaouais, Gatineau compte près d'un quart de million d'habitants, ce qui fait d'elle la quatrième municipalité la plus peuplée du Québec. Avec Ottawa, située en Ontario, sur l'autre rive de la rivière des Outaouais, elle fait partie de la quatrième agglomération métropolitaine en importance au Canada, après celles de Toronto, de Vancouver et de Montréal.

Cette proximité de la capitale du pays est un facteur important qui explique la vocation économique principalement tertiaire de Gatineau. Les gouvernements fédéral et provincial y sont les principaux employeurs, et les secteurs des soins de santé et de l'enseignement contribuent aussi substantiellement à l'économie locale. Gatineau compte 735 habitants par kilomètre carré et constitue un milieu urbain densément peuplé qui bénéficie de l'accès à Internet haute vitesse sur l'ensemble de son territoire⁴⁰.

Comme le montrent les résultats obtenus lors de l'évaluation (voir le tableau ci-dessous), le site Web de Gatineau est un bel exemple de ce qu'est un site Web municipal complet. La forte présence de fonctionnalités générales témoigne bien de l'importance accordée à une utilisation facile et efficace du site Web par les citoyens. La présence importante de fonctionnalités liées aux services municipaux, dont un vaste éventail de fonctionnalités transactionnelles, traduit aussi une volonté de permettre la prestation électronique de services aux citoyens, bien que ces fonctionnalités nécessitent l'ajout de ressources importantes de la part de la municipalité.

Le site Web de Gatineau a également obtenu de bons résultats au chapitre du développement de la municipalité. Cela lui confère une portée développementale qui favorise la participation des citoyens et la visibilité de son potentiel économique. L'orientation politique de l'économie de Gatineau n'est probablement pas étrangère

INDICES	Résultats de Gatineau	Résultats de Gatineau (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	8/9	88,9	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	16/18	88,9	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	6/6	100,0	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	24/29	82,8	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	10/13	76,9	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	5/5	100,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	8/10	80,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	50/58	86,2	23,1/58	39,8

⁴⁰ Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009). *Sondage sur le branchement Internet haute vitesse des municipalités régionales de comté (MRC) et des territoires équivalents du Québec, à l'exclusion des grands centres urbains : pour des territoires ruraux numériques, dynamiques et performants*, Montréal, éd. CEFRIQ, 108 p., en ligne, <<http://www.ruralitebranchee.org/fileadmin/documents/CRB-Sondage-Rapport-final-01-06-2009.pdf>>, consulté le 6 janvier 2010.

au résultat obtenu par le sous-indice lié à la vie démocratique, alors que le résultat obtenu pour le marketing territorial montre que le site Web de Gatineau bénéficie d'une vision stratégique visant à en faire un site qui couvre l'ensemble des possibilités. Enfin, comme le montrent les

résultats obtenus lors des enquêtes effectuées en 2004⁴¹ et 2006⁴², cette vision stratégique n'est pas nouvelle, puisque le site Web de la municipalité de Gatineau a aussi obtenu d'excellents résultats par le passé.

Saint-Hyacinthe

Saint-Hyacinthe est la ville-centre de la MRC des Maskoutains, dont le territoire se situe dans la portion nord-est de la région administrative de la Montérégie et dans la périphérie est de la région métropolitaine de Montréal. Dans cette municipalité, Internet haute vitesse est accessible partout⁴³. Située au cœur d'une région rurale décrite comme « le grenier du Québec » en raison de ses sols riches et de sa production agricole diversifiée, Saint-Hyacinthe possède une économie qui repose sur la présence de nombreuses entreprises du secteur des biotechnologies agroenvironnementales, agroalimentaires et vétérinaires. Cela explique en partie pourquoi les emplois sur le territoire de Saint-Hyacinthe appartiennent au secteur tertiaire dans une proportion de 71,1 %, bien que la proportion de ceux qui relèvent du secteur secondaire y demeure relativement importante (25,8 %).

Comme le montrent les résultats obtenus à l'évaluation et présentés dans le tableau ci-dessous, le site Web de Saint-Hyacinthe présente une offre assez complète. Les

fonctionnalités générales et celles liées aux services municipaux y sont nombreuses, ce qui rend l'utilisation de ce site facile et efficace. Les fonctionnalités liées au développement, qui permettent une participation active à la vie démocratique locale et assurent un rayonnement à la municipalité, sont aussi relativement nombreuses.

Comme plusieurs municipalités de taille semblable, Saint-Hyacinthe utilise son site Web pour favoriser son développement démocratique et économique. En effet, ce site offre de nombreux liens vers d'autres organismes publics et possède des sections complètes dédiées au rayonnement touristique et industriel de la municipalité. De plus, les sections dédiées au marketing territorial se trouvent dans le site Web de la municipalité, même si deux autres sites y sont spécifiquement consacrés⁴⁴, ce qui indiquerait une volonté forte de favoriser le développement économique municipal. Le site Web de la municipalité de Saint-Hyacinthe bénéficie donc de deux axes de développement : un premier touche la mise en valeur de la localité et un second a trait aux services aux citoyens.

INDICES	Résultats de Saint-Hyacinthe	Résultats de Saint-Hyacinthe (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	6/9	66,7	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	15/18	83,3	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	3/6	50,0	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	20/29	69,0	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	8/13	61,5	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	4/5	80,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	7/10	70,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	43/58	74,1	23,1/58	39,8

⁴¹ CEFRIQ (2004). *Le Web municipal au Québec – Portrait de la situation en 2004*, rapport d'enquête, Montréal, éd. CEFRIQ.

⁴² CEFRIQ (2006), *op. cit.*

⁴³ Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009), *op. cit.*

⁴⁴ Saint-Hyacinthe peut compter sur un site Web dédié au développement touristique, accessible au <http://www.tourismesainthyacinthe.qc.ca>, et sur deux sites Web consacrés au développement économique : <http://www.st-hyacinthetechnopole.qc.ca> et <http://www.commerces-st-hyacinthe.qc.ca>.

Plessisville

La municipalité de Plessisville est située en milieu rural dans la région administrative du Centre-du-Québec, au cœur de la MRC de L'Érable. Les foyers de cette MRC sont branchés à Internet dans une proportion de 53,1 %, et 26,1 % des foyers peuvent compter sur un accès à Internet haute vitesse. L'économie de Plessisville est à vocation tertiaire dans une proportion de 60,8 %, mais le secteur secondaire accapare 33,5 % des emplois.

Comme le montre le tableau ci-dessous, le site Web de la municipalité de Plessisville est relativement complet. Les fonctionnalités générales y sont très nombreuses, de même que les fonctionnalités des services municipaux et

celles liées au développement. Cela pourrait témoigner d'une volonté de bien renseigner les citoyens et de leur permettre d'interagir avec la municipalité. Le résultat du sous-indice «Marketing territorial» indique, quant à lui, que les utilisateurs ont accès à de nombreuses pages d'information sur les loisirs offerts par la municipalité.

Compte tenu de la taille de la municipalité et du niveau d'accès à Internet, le cas de Plessisville est notable. En effet, son site Web présente des fonctionnalités et des renseignements variés et utiles qui sont principalement destinés aux citoyens locaux.

INDICES	Résultats de Plessisville	Résultats de Plessisville (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	8/9	88,9	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	13/18	72,2	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	2/6	33,3	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	18/29	62,1	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	5/13	38,5	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	4/5	80,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	8/10	80,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	41/58	70,7	23,1/58	39,8

Lavaltrie

Lavaltrie est située dans la portion sud-est de la région administrative de Lanaudière et compte près de 13 000 habitants. Les foyers de la MRC D'Autray, dont fait partie la municipalité, sont branchés à Internet dans une proportion de 57,1 %, et le taux de branchement à Internet haute vitesse y est de 28,1 %. Le territoire de Lavaltrie est un milieu rural peu densément peuplé qui compte environ 180 habitants par kilomètre carré, et sa vocation est principalement résidentielle. Ainsi, près des deux tiers (64,2 %) des habitants de Lavaltrie occupent un emploi à l'extérieur de la municipalité. Ces emplois relèvent des secteurs secondaire (28,7 %) et tertiaire (67,5 %).

Comme le montrent les résultats obtenus lors de l'évaluation, le site Web de Lavaltrie met de l'avant des fonctions

développementales, principalement celles qui sont liées aux sous-indices « Marketing territorial » et « Ancrage et réseautage ».

Lavaltrie semble avoir choisi pour son site Web une orientation privilégiant un certain type de fonctionnalités de développement qui s'adressent davantage aux citoyens qu'aux touristes et qui mettent l'accent sur la nomenclature des divers types de services et de loisirs destinés à la communauté. La stratégie qui guide la mise en ligne du site Web de Lavaltrie semble donc placer la famille au centre des intérêts, ce qui n'est vraisemblablement pas étranger au fait que la population de cette ville est jeune et que Lavaltrie a une vocation résidentielle.

INDICES	Résultats de Lavaltrie	Résultats de Lavaltrie (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	3/9	33,3	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	10/18	55,6	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	2/6	33,3	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	19/29	65,5	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	6/13	46,2	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	5/5	100,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	9/10	90,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	34/58	58,6	23,1/58	39,8

Shannon

Shannon est une municipalité d'un peu plus de 4 000 habitants située dans la région administrative de la Capitale-Nationale, dans la MRC de la Jacques-Cartier. Elle compte près de 70 habitants par kilomètre carré et fait partie de la zone urbaine de cette MRC mixte, dans laquelle 75,2 % des foyers sont branchés à Internet et 54,8 % à Internet haute vitesse⁴⁵. La vocation du territoire de Shannon est surtout résidentielle, de sorte que 83,7 % de ses habitants travaillent dans une entreprise située à l'extérieur de la municipalité. Les emplois relèvent du secteur tertiaire dans une proportion de 92,2 %.

Comme le montre le tableau ci-dessous, le site Web de Shannon privilégie les fonctionnalités liées au développement local. Quelques fonctionnalités de marketing territorial s'adressent aux touristes, mais la plupart des fonctionnalités liées au développement ont trait aux services et aux loisirs familiaux.

Le site de Shannon semble avoir été construit d'abord comme un instrument de communication destiné aux citoyens. Il s'agirait là d'une stratégie de développement liée à la vocation de la municipalité, qui est principalement axée vers les habitants de la municipalité et moins vers les autres publics.

INDICES	Résultats de Shannon	Résultats de Shannon (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	6/9	66,7	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	8/18	44,4	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	2/6	33,3	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	14/29	48,3	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	4/13	30,8	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	3/5	60,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	8/10	80,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	30/58	51,7	23,1/58	39,8

⁴⁵ Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009), *op. cit.*

Saint-Alexis-de-Matapédia

Saint-Alexis-de-Matapédia est une municipalité rurale d'un peu plus de 600 habitants qui a une densité de population de huit habitants par kilomètre carré. Située dans la région administrative de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, elle fait partie de la MRC d'Avignon. Dans cette MRC, le taux de branchement à Internet est de 60 % et le taux de branchement à Internet haute vitesse est de 42,2 %. Près des deux tiers (62,9 %) des habitants de Saint-Alexis-de-Matapédia travaillent à l'extérieur la municipalité; 70,2 % de ces emplois relèvent du secteur tertiaire (industries de services) et 25,5 % du secteur primaire (industries d'exploitation des ressources, notamment l'agriculture et l'acériculture)⁴⁶.

Les résultats du tableau ci-dessous montrent que la vocation du site Web de Saint-Alexis-de-Matapédia est surtout liée au développement économique. Ainsi, on y trouve plusieurs fonctionnalités liées au développement, notamment des fonctionnalités de marketing territorial qui visent presque exclusivement le développement touristique de la région et son rayonnement dans le but d'attirer de nouveaux citoyens. Des pages du site Web font la promotion des attraits touristiques régionaux, souvent liés à l'ancienne vocation forestière de la municipalité ou à la forêt en général. La mention des entreprises locales s'adresse davantage aux touristes qu'aux habitants permanents et sert plus à mettre l'emphasis sur leur présence qu'à en attirer des nouvelles.

INDICES	Résultats de Saint-Alexis-de-Matapédia	Résultats de Saint-Alexis-de-Matapédia (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	4/9	44,4	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	5/18	27,8	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	1/6	16,7	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	17/29	58,6	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	3/13	23,1	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	5/5	100,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	10/10	100,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	29/58	50,0	23,1/58	39,8

⁴⁶ Statistique Canada (2006), *op. cit.*

Sherbrooke

Située dans la région administrative de l'Estrie, Sherbrooke compte environ 150 000 habitants. Sa densité de population est d'environ 420 habitants par kilomètre carré; le territoire urbain de Sherbrooke offre partout l'accès à Internet haute vitesse⁴⁷ et fournit près de 78,2 % des emplois occupés par ses citoyens⁴⁸. Dans cette ville, c'est le secteur des services qui domine, car 77,9 % des emplois relèvent du secteur tertiaire.

Le site Web de la municipalité de Sherbrooke offre de nombreuses fonctionnalités générales liées aux services et à la vie démocratique, ce qui permet une utilisation facile et l'accès à une information variée et à des fonctionnalités qui favorisent la participation citoyenne. Le site Web renferme également un bon nombre de fonc-

tionnalités liées au développement, dont le but est principalement d'informer les citoyens sur les activités qui leur sont offertes.

Le site Web est donc principalement orienté vers les services aux citoyens, ce qui peut être relié aux caractéristiques socioéconomiques de cette municipalité. Cependant, sur le plan du développement, la municipalité de Sherbrooke a choisi de ne pas dupliquer dans son site Web les informations disponibles dans les sites Web d'autres organisations municipales telles que Tourisme Sherbrooke⁴⁹, Centre-ville Sherbrooke⁵⁰ ou la Société de développement économique de Sherbrooke⁵¹. Ce choix a évidemment pour effet de diminuer les résultats obtenus au chapitre du développement et du marketing territorial.

INDICES	Résultats de Sherbrooke	Résultats de Sherbrooke (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	8/9	88,9	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	13/18	72,2	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	2/6	33,3	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	19/29	65,5	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	8/13	61,5	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	3/5	60,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	6/10	60,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	42/58	72,4	23,1/58	39,8

⁴⁷ Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009), *op. cit.*

⁴⁸ Statistique Canada (2006), *op. cit.*

⁴⁹ Ville de Sherbrooke (2009). *Destination Sherbrooke*, en ligne, <<http://www.tourismesherbrooke.com>>, consulté le 6 janvier 2010.

⁵⁰ Ville de Sherbrooke (2009). *Bienvenue au centre-ville de Sherbrooke!*, en ligne, <<http://www.centrevillesherbrooke.ca>>, consulté le 6 janvier 2010.

⁵¹ Ville de Sherbrooke (2009). Services aux entreprises, en ligne, <<http://www.sherbrooke-innopolis.com/entreprises.php?L=fr&S=3>>, consulté le 6 janvier 2010.

Shawinigan

Shawinigan est la deuxième municipalité en importance dans la région administrative de la Mauricie, avec une population d'un peu plus de 51 000 habitants. Son économie est dominée par des industries de services, mais son passé industriel a encore une influence, puisque les secteurs secondaire et tertiaire fournissent respectivement 54,7 et 24,9 % des emplois occupés par les Shawiniganais. Ceux-ci travaillent sur le territoire de la municipalité dans une proportion de 72,1 %. Internet haute vitesse est disponible sur l'ensemble du territoire de la municipalité⁵².

Le site Web de Shawinigan présente une offre relativement importante sur le plan des fonctionnalités générales et des fonctionnalités liées aux services. La présence de fonctionnalités transactionnelles y est également notable. Il est possible que cette manière de faire découle d'une stratégie de la municipalité visant à attirer chez elle de nouveaux citoyens afin de pallier à la décroissance de

sa population. En effet, Shawinigan rappelle dans son site Web sa détermination à vitaliser son économie par l'implantation de nouvelles entreprises et la création de nouveaux emplois.

Dans la même veine de revitalisation économique, la Ville utilise les capacités d'ancrage réseau de son site Web surtout pour les fonctionnalités liées au développement, limitant du même coup la redondance avec d'autres sites sur le plan du contenu, ce qui explique aussi les résultats qu'elle obtient au chapitre du développement. La Société de développement de Shawinigan occupe une place restreinte dans le site Web, mais les visiteurs, tant les promoteurs que les touristes, peuvent être redirigés vers le site d'un grand nombre d'organismes voués au développement industriel, commercial, économique et touristique de la Ville, notamment le CLD de Shawinigan, l'Association touristique régionale ainsi que d'autres organismes à vocation économique de la région de la Mauricie.

INDICES	Résultats de Shawinigan	Résultats de Shawinigan (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	6/9	66,7	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	13/18	72,2	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	3/6	50,0	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	16/29	55,2	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	5/13	38,5	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	2/5	40,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	6/10	60,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	37/58	63,8	23,1/58	39,8

⁵² Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009), *op. cit.*

Lac-Supérieur

Lac-Supérieur est située dans la région administrative des Laurentides, dans la MRC des Laurentides, où le taux de branchement des foyers à Internet est de 62,2 %⁵³. Cette municipalité rurale mise beaucoup sur le pouvoir d'attraction de son territoire, où se trouvent la station touristique Mont-Tremblant et de nombreux lacs. La villégiature est donc le moteur économique de cette ville, ce qui explique en partie que le secteur tertiaire y cumule 83,5 % des emplois. Ce pouvoir d'attraction semble également influencer sur le nombre de résidents permanents de la municipalité, puisque la population de Lac-Supérieur est en hausse constante depuis quelques années : elle est passée de 1 200 habitants en 1996 à un peu moins de 1 800 actuellement, soit une augmentation de près de 50 % en un peu plus d'une décennie.

Le tableau ci-dessous illustre les résultats obtenus par le site Web de Lac-Supérieur lors de l'évaluation. Les fonctionnalités générales et celles des services y sont assez nombreuses. Parmi les fonctionnalités liées au développement, ce sont celles qui touchent la vie démocratique qui se démarquent le plus. Ces fonctionnalités ont pour but

de fournir de l'information aux citoyens sur leur municipalité, de leur permettre d'entrer en contact avec les agents municipaux et de leur faciliter la vie en général.

Comme sa page d'accueil l'indique, la municipalité utilise son site comme outil de communication, afin que les usagers y trouvent toute l'information sur les services et les activités offerts. Cette approche fait donc partie de la stratégie mise en place par Lac-Supérieur sur son site Web, laquelle consiste à en faire un instrument qui montre aux visiteurs que la municipalité possède les atouts géographiques, les loisirs et les services nécessaires pour satisfaire tant ses résidents permanents que les vacanciers, les touristes et les personnes qui pourraient être intéressées à s'y établir. Le site Web a d'ailleurs une page dédiée aux nouveaux arrivants. En choisissant cette stratégie plutôt que celle, plus directe, du marketing territorial, Lac-Supérieur limite ses coûts et satisfait les besoins de ses citoyens en matière de services et d'information, ce qui peut, au final, contribuer à accroître son rayonnement auprès des vacanciers et des résidents potentiels.

INDICES	Résultats de Lac-Supérieur	Résultats de Lac-Supérieur (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	5/9	55,6	3,6/9	40,0
Indice « Services municipaux »	9/18	50,0	5,6/18	31,1
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	2/6	33,3	0,8/6	13,3
Indice « Développement de la municipalité »	16/29	55,2	11,7/29	40,3
Sous-indice « Vie démocratique »	7/13	53,8	3,1/13	23,8
Sous-indice « Marketing territorial »	2/5	40,0	3,4/5	68,0
Sous-indice « Ancrage et réseautage du site Web »	4/10	40,0	5,8/10	58,0
Indice « Général »	32/58	55,2	23,1/58	39,8

⁵³ Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009), *op. cit.*

3.3.2 Synthèse des meilleures pratiques en matière de Web municipal

Bien qu'elle ne se limite qu'à quelques cas, l'étude des meilleures pratiques fait ressortir certains items généraux. Selon les résultats de recherche disponibles, cela proviendrait principalement de considérations liées à la plus grande disponibilité des ressources et aux économies d'échelle possibles. Les cas de meilleures pratiques montrent également que la vocation de ces municipalités peut avoir une influence sur le type de fonctionnalités que l'on trouve dans les sites Web. Enfin, l'étude des meilleures pratiques montre que ces municipalités utilisent leur site Web pour faire la promotion de leurs atouts afin d'améliorer leur situation, et ce, en fonction de leurs contraintes budgétaires.

En 2009, à la différence de ce qui a été fait lors des autres enquêtes du CEFRIO sur le Web municipal en 2002, 2004 et 2006, les meilleures pratiques ont été choisies de manière à faire ressortir des sites Web qui, sans être les meilleurs dans l'absolu, obtiennent de très bons résultats, compte tenu des contraintes auxquelles font face les municipalités. Cette manière de procéder a permis de rapporter des cas où de petites municipalités rurales ont trouvé des solutions intéressantes pour relever les défis auxquels elles devaient faire face.

Par exemple, la municipalité de Saint-Alexis-de-Matapédia s'est associée à quatre autres municipalités afin de promouvoir son développement économique et touristique à moindres coûts. Un autre cas notable, celui de Plessisville, montre une municipalité rurale d'assez petite taille où le branchement à la haute vitesse est significativement moins répandu que dans le reste de la province, mais dont le site Web offre beaucoup d'informations et de fonctionnalités pertinentes aux utilisateurs. Enfin, la municipalité de Lac-Supérieur est un autre exemple

d'une petite municipalité rurale qui a choisi de mettre en ligne un site Web simple dans lequel elle met l'accent sur les services aux citoyens, probablement dans le but de soutenir son développement rapide.

Ces cas montrent que la taille des municipalités, la ruralité et même un faible taux de branchement à Internet ne sont pas nécessairement des obstacles à la construction de bons sites Web pour répondre aux besoins des municipalités et des citoyens.

3.4 Conclusion

L'enquête de 2009 sur le Web municipal montre que les municipalités du Québec continuent de progresser au chapitre de leur présence en ligne. La province compte maintenant 655 municipalités dotées d'un site Web actif, comparativement à 506 en 2006, ce qui porte son taux de présence en ligne à 57,6 %.

L'enquête de 2009 a aussi été l'occasion d'introduire une nouvelle grille d'évaluation et une nouvelle méthode d'analyse qui repose sur un ensemble d'indices et de sous-indices. Cette nouvelle façon de faire nous a permis de montrer que les sites Web municipaux du Québec sont plus souvent utilisés dans une optique de développement économique et démocratique que dans le but de fournir des services aux citoyens.

Enfin, une analyse des meilleurs cas montre que des petites municipalités qui faisaient face à de multiples contraintes ont malgré tout réussi elles aussi à construire des sites Web complets qui répondent bien à leurs besoins et à ceux de leurs citoyens. Les administrations municipales comme celles de Plessisville et de Saint-Alexis-de-Matapédia se sont montrées capables de solutions créatives et innovantes afin de bien se positionner sur le Web.

4. LE WEB DANS LES MUNICIPALITÉS RÉGIONALES DE COMTÉ (MRC)

4.1 Portrait général du Web dans les MRC du Québec

Depuis 2006, la présence en ligne des MRC est en progression. Cette année-là, on constatait un taux de présence sur le Web de 70,5 %⁵⁴, car 60 MRC et communautés métropolitaines (CM)⁵⁵ possédaient un site Web actif, sur un total de 88 (86 MRC et 2 CM). En 2009, le Québec compte 88 MRC et deux communautés métropolitaines⁵⁶. De ces 90 entités, 72 avaient un site Web actif en 2009, ce qui représentait un taux de présence en ligne de 80 % et une croissance de 13,5 % en trois ans.

Cette progression se produit dans les MRC de toutes tailles, car les petites MRC sont aussi présentes sur le Web

que les grandes. Ainsi, 84,6 % des MRC de 20 000 habitants et moins ont un site Web actif, comme c'est le cas de 77,4 % des MRC qui comptent entre 20 001 et 40 000 habitants et de 78,8 % de celles de 40 000 habitants et plus. La présence en ligne est donc relativement semblable, quelle que soit la taille des MRC.

Les prochaines parties du présent rapport porteront plus spécifiquement sur :

- Une évaluation du contenu des sites Web à l'aide de différents indices et sous-indices ;
- Une analyse par taille des MRC ;
- Un ensemble de cas illustrant les meilleures pratiques.

ENCADRÉ 6 – QU'EST-CE QUI POUSSE UNE MUNICIPALITÉ À CRÉER SON SITE WEB ?

De nombreuses raisons peuvent pousser une municipalité à adopter les technologies Web pour passer d'une organisation orientée vers elle-même (*organization centric*) à une organisation orientée vers les citoyens (*citizen centric*). Elles peuvent provenir notamment d'un phénomène d'émulation, de la reconnaissance d'un besoin ou, surtout dans les municipalités plus petites, de la présence, parmi les responsables municipaux, d'un « champion » qui fait la promotion vigoureuse du Web et qui entraîne l'instauration d'un site. Toutefois, la motivation peut aussi venir des citoyens, si la pression exercée sur les élus locaux pour des services en ligne se fait de plus en plus forte. L'utilisation des ressources qu'offre Internet, et particulièrement le commerce électronique, amènent les gens à développer de nouvelles habitudes et à se montrer plus exigeants. Les gens demandent donc à leurs fournisseurs des services plus rapides, plus personnalisés et disponibles à partir de leur domicile. Et ils s'attendent à ce que les niveaux de réactivité et de service de leurs gouvernements rejoignent ceux du secteur privé.

Les raisons qui peuvent pousser une municipalité à créer son propre site Web sont donc de nature aussi bien intrinsèque qu'extrinsèque. Elles relèvent donc autant de l'approche descendante adoptée par les municipalités que de l'approche ascendante adoptée par les citoyens.

Sources : Altshuler et Zegans, 1990 ; Ammons, 1991 ; Grady, 1992 ; Hannah, 1995 ; Horner, 1999 ; Borins, 2000 ; Ho, 2002 ; Edmiston, 2003 ; Marche et McNiven, 2003 ; Archer, 2005 ; Micelli, 2005 ; Reich Horner et Benbasat, 1996 ; Torres, Pina et Acerete, 2005.

⁵⁴ CEFRIQ (2006), *op. cit.*, p. 57.

⁵⁵ Ces deux entités sont analysées conjointement, puisque leurs sites Web ont été évalués à l'aide de la même grille.

⁵⁶ MAMROT, *op. cit.*

4.2 Évaluation des sites Web des MRC du Québec

Cette section présente une évaluation des sites Web des MRC du Québec qui s'accompagne, lorsque c'est possible, d'une comparaison entre les résultats de 2009 et ceux de 2006. Cette manière de procéder nous permet de dresser le portrait actuel de la présence sur le Web des MRC du Québec. Cette analyse reposera sur un cadre conceptuel élaboré pour les MRC qui présente sept différents indices et sous-indices.

Indice «Fonctionnalités générales»

L'indice «Fonctionnalités générales» est constitué de neuf items et regroupe les fonctions et contenus qui ont pour but de faciliter la navigation et que l'on trouve généralement dans un site Web, comme le moteur de recherche ou le plan du site (Tableau 10). Cet indice est donc un indicateur de la facilité d'utilisation des sites Web.

Le résultat moyen⁵⁷ pour cet indice est de 3,7 items présents sur une possibilité de neuf. La grande majorité (87,5 %) des sites Web comportent entre deux et cinq items de l'indice «Fonctionnalités générales». Par ailleurs, aucun site Web n'obtient la note parfaite de 9 sur 9, et moins de 10 % des sites ont un résultat qui se situe entre six et huit.

Pour être plus précis, les items les plus courants sont l'information et les fonctions «Contact, nous joindre» (94,4 % des sites Web des MRC la présentent) et «Accueil (retour à la page d'accueil)» (87,5 %), comme le montre la Figure 13. Les items les moins souvent intégrés sont la Politique de protection des renseignements personnels

(9,7 %) et la Foire aux questions (11,1 %). Le fait que la Politique de protection des renseignements personnels soit peu présente dans les sites Web est tout à fait compréhensible, puisqu'une telle politique n'est nécessaire que dans le cas où le site Web recueille des renseignements personnels sur ses usagers, ce qui n'est pas toujours le cas. La fonction «Foire aux questions» mériterait d'être plus souvent utilisée, car elle est facile à implanter et permet aux utilisateurs et à l'administration de gagner du temps. En effet, une foire aux questions permet aux utilisateurs de trouver rapidement des réponses à leurs questions, et l'administration passe moins de temps à répondre aux questions les plus fréquemment posées.

La Figure 12 montre l'évolution de l'utilisation des fonctionnalités générales entre 2006 et 2009. Des neuf items mesurés en 2009, quatre n'existaient pas en 2006⁵⁸. On note d'abord que l'ensemble des items mesurés en 2006 a progressé de façon appréciable, avec un taux de croissance variant entre 16,9 et 201,4 %. L'item qui a connu la plus forte croissance est Politique de protection des renseignements personnels (+ 201,4 %), ce qui pourrait indiquer que les sites Web recueillent des renseignements sur leurs usagers plus souvent qu'auparavant. Les autres fonctions en croissance depuis 2006 sont Moteur de recherche (+ 83,7 %) et Présence de matériel en langue anglaise sur le site Web (+ 53,1 %).

En résumé, la comparaison avec 2006 montre une forte progression pour l'ensemble des items évalués. Il semblerait donc que depuis 2006, les MRC ont consenti des efforts notables pour améliorer la facilité de navigation sur leurs sites Web. Comme le rappelle l'Encadré 2, ces fonctionnalités sont importantes, puisque la facilité d'utilisation favorise grandement l'adoption du site.

Tableau 10

Items évalués dans l'indice «Fonctionnalités générales»

Indice «Fonctionnalités générales» (9 items)
1. Accueil (retour à la page d'accueil)
2. Plan du site Web
3. Météo
4. Foire aux questions
5. Politique de protection des renseignements personnels
6. Opportunités de carrière, emplois
7. Moteur de recherche
8. Contact, nous joindre
9. Présence de matériel ou d'information en langue anglaise sur le site Web

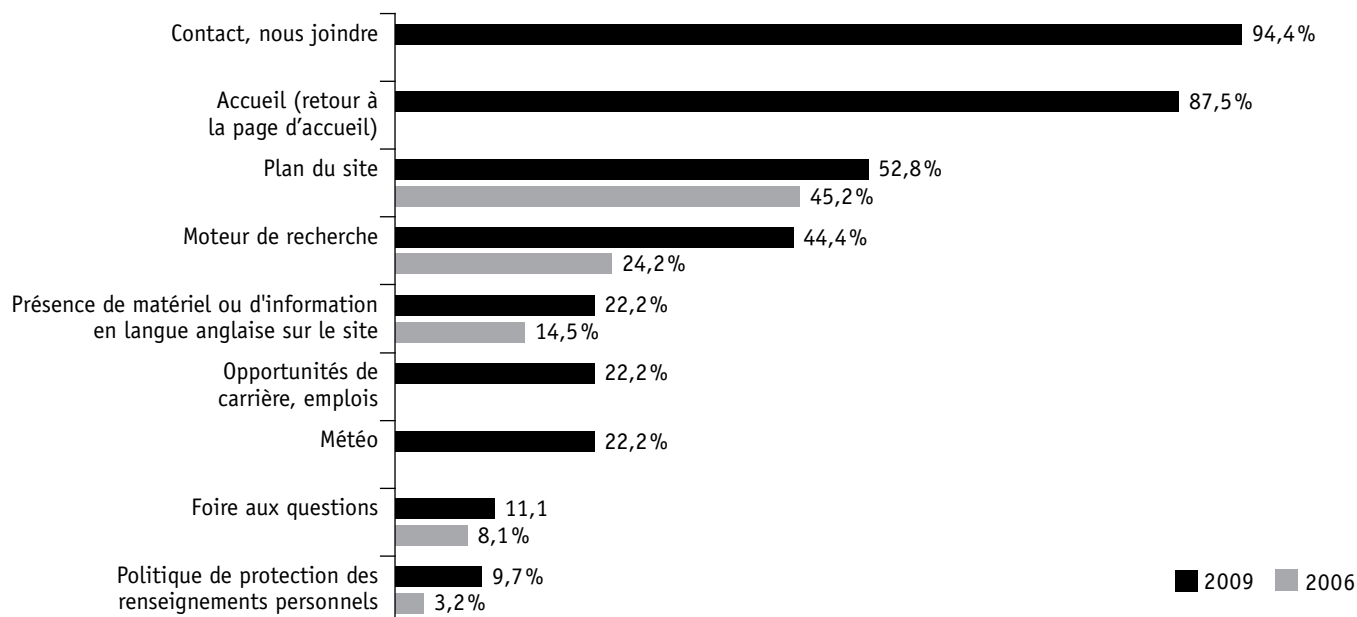
⁵⁷ Résultat moyen : 3,7 sur 9 ; résultat médian : 3,5 sur 9 ; mode : 3 sur 9 ; écart-type : 1,4 sur 9 ; minimum : 1 sur 9 ; maximum : 8 sur 9.

⁵⁸ Il s'agit des items Accueil (retour à la page d'accueil), Météo, Opportunités de carrière, emplois et Contact, nous joindre.

Figure 12

Pourcentage des MRC québécoises qui présentent les items évalués dans l'indice « Fonctionnalités générales »

Présentation par item; n = 72 (2009); n = 62 (2006)



Indice « Information MRC »

L'indice « Information MRC » est composé de 22 items (Tableau 11). Il regroupe les contenus informationnels de la MRC et évalue plus spécifiquement la manière dont celle-ci affiche son identité propre sur son site Web. Cet indice mesure divers contenus liés à l'histoire, la localisation, la configuration, la composition, le profil et le « rôle réseau » que joue la MRC dans son milieu. De l'indice « Information MRC » découle le sous-indice « Réseautage MRC », qui fera l'objet de la prochaine sous-section.

Le résultat moyen enregistré pour l'ensemble des MRC au sujet de l'indice « Informations MRC » est de 11,9 items sur une possibilité de 22. La majorité des sites Web (69,4%) obtiennent un résultat variant entre 10 et 15 sur 22; aucun site Web n'a moins de quatre items sur 22, et le maximum est de 18 sur 22.

On note par ailleurs que les fonctions les mieux intégrées aux sites Web ont trait au réseautage (ce sont ces fonctionnalités qui favorisent le réseautage virtuel entre les municipalités et les différents organismes qui animent le territoire): Hyperliens vers des organismes économiques – CLD, SADC, CLE, chambres de commerce (présents dans 93,1% des sites Web), Hyperliens vers les sites Web de municipalités membres (90,3%) et Liste des municipalités membres de la MRC (90,3%) (Figure 14).

En 2006, 20 des 22 items étaient mesurés⁵⁹. La Figure 13 montre l'évolution de la situation au cours des trois années suivantes. Ainsi, 14 items sont en progression depuis 2006, avec des taux de croissance variant entre 0,1 et 158,3%. Les meilleures progressions sont attribuables, ex æquo, à la Présentation multimédia de la MRC – son et vidéo (+ 158,3%) et à la Liste des événements locaux à venir (agenda) (+ 158,3%).

⁵⁹ Les deux items qui n'étaient pas mesurés sont Service d'alerte RSS et Hyperliens vers la Conférence régionale des élus.

Tableau 11

Items évalués dans l'indice « Information MRC »

Indice « Information MRC » (22 items)	
10.	Historique de la MRC
11.	Présentation générale de la MRC (textes et photos)
12.	Présentation multimédia de la MRC (son et vidéo)
13.	Cartes de localisation de la MRC et de ses municipalités
14.	Cartographie (cartes par thème)
15.	Liste des municipalités membres de la MRC
16.	Mandat et rôle de la MRC
17.	Profil socioéconomique de la MRC (population, emplois, scolarité, etc.)
18.	Information économique (parcs industriels, bottin d'entreprises, secteurs, etc.)
19.	Information sur les attraits, les activités et les forfaits touristiques
20.	Liste des services offerts par la MRC
21.	Liste des événements locaux à venir (agenda)
22.	Bulletins d'information, communiqués de presse
23.	Liste du personnel administratif de la MRC
24.	Courriel des services de la MRC
25.	Service d'alerte RSS
26.	Hyperliens vers les sites Web des municipalités membres
27.	Hyperliens vers des organismes économiques (CLD, SADC, CLE, chambres de commerce)
28.	Hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, clubs sociaux, associations communautaires, commissions scolaires, musées, etc.)
29.	Hyperliens vers des organisations privées (entreprises et commerces divers)
30.	Hyperliens vers des ministères et des organismes gouvernementaux
31.	Hyperliens vers la Conférence régionale des élus

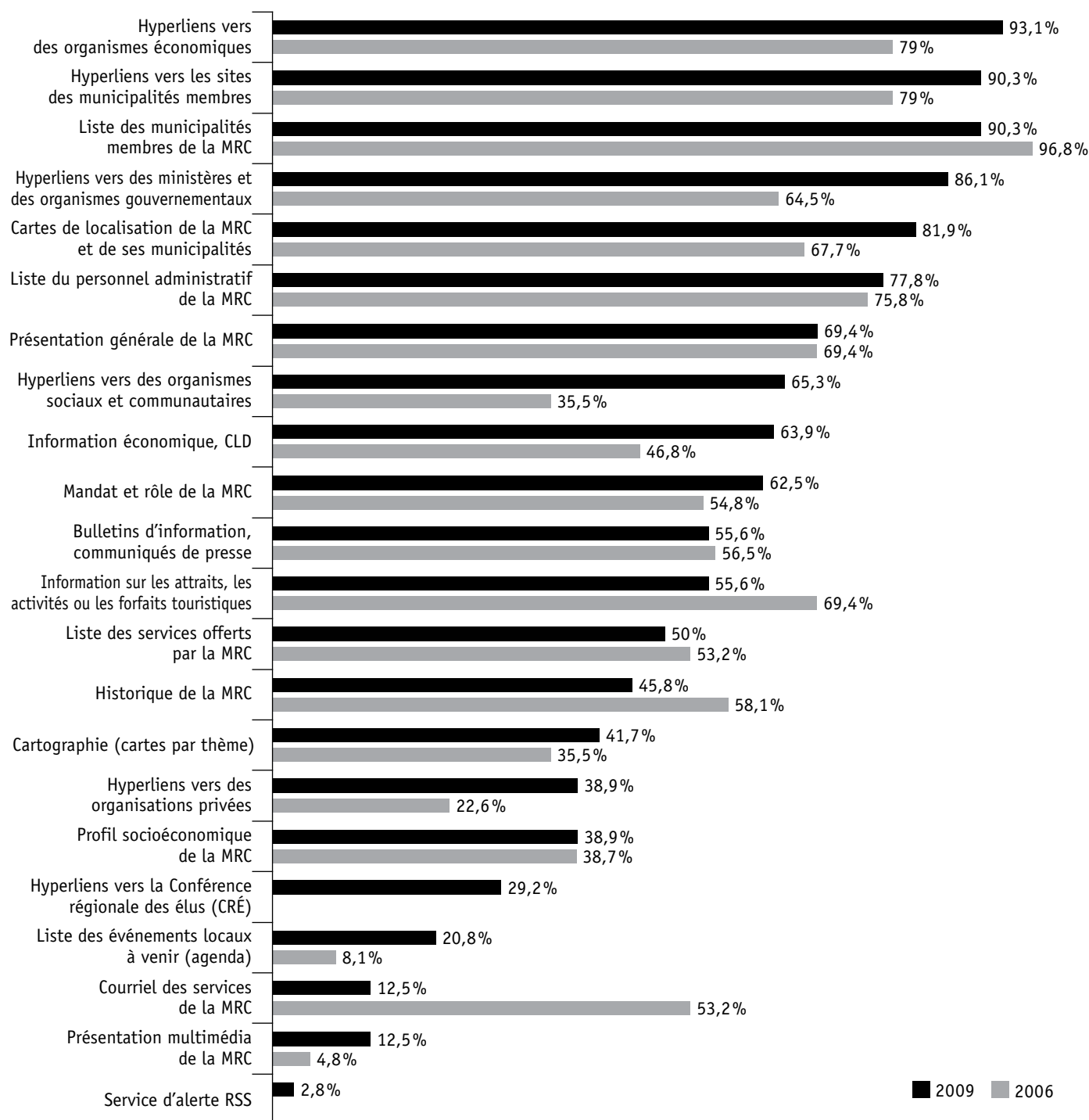
Dans l'ensemble, en 2009, les MRC québécoises intègrent bien les fonctionnalités et les contenus informationnels dans leurs sites Web (moyenne de 11,9 sur 22). Les sites Web des MRC du Québec sont donc bien pourvus pour que celles-ci déclinent aux utilisateurs leur identité propre et

les caractéristiques qui font leur spécificité. Par ailleurs, ces contenus et ces fonctionnalités sont globalement mieux intégrés aux sites Web qu'ils ne l'étaient en 2006, puisque la majorité des items mesurés sont en progression depuis trois ans.

Figure 13

Pourcentage des MRC québécoises qui présentent les items évalués dans l'indice « Information MRC »

Présentation par item ; n = 72 (2009) ; n = 62 (2006)



Sous-indice «Réseautage MRC»

Le sous-indice «Réseautage MRC» est constitué de six des 22 items de l'indice «Information MRC» (Tableau 12). Il vise plus spécifiquement à évaluer dans quelle mesure le site Web d'une MRC favorise le réseautage virtuel entre les municipalités et les différents organismes qui animent le territoire, qu'il s'agisse d'entreprises privées, d'organismes communautaires ou de divers paliers de gouvernement.

Le résultat moyen obtenu par l'ensemble des sites Web des MRC pour cet indice est de quatre items sur une possibilité de six. La majorité des sites Web (59,7 %) intègrent

entre quatre et cinq items sur six. De plus, trois MRC (4,2 %) obtiennent un résultat de 0 ou 1 sur 6 items.

Pour être plus précis, notons que les items qui se trouvent le plus souvent sur les sites des MRC sont Hyperliens vers les organismes économiques (CLD, SADC, CLE, chambres de commerce), présent dans 93,1 % des cas, et Hyperliens vers les sites Web des municipalités membres (90,3 %).

La Figure 14 montre l'évolution de la situation entre 2006 et 2009. En 2006, un seul des six items n'était pas évalué⁶⁰. Dans l'ensemble, les cinq items restants ont connu en trois ans de bonnes croissances (entre 14,2 et

Tableau 12

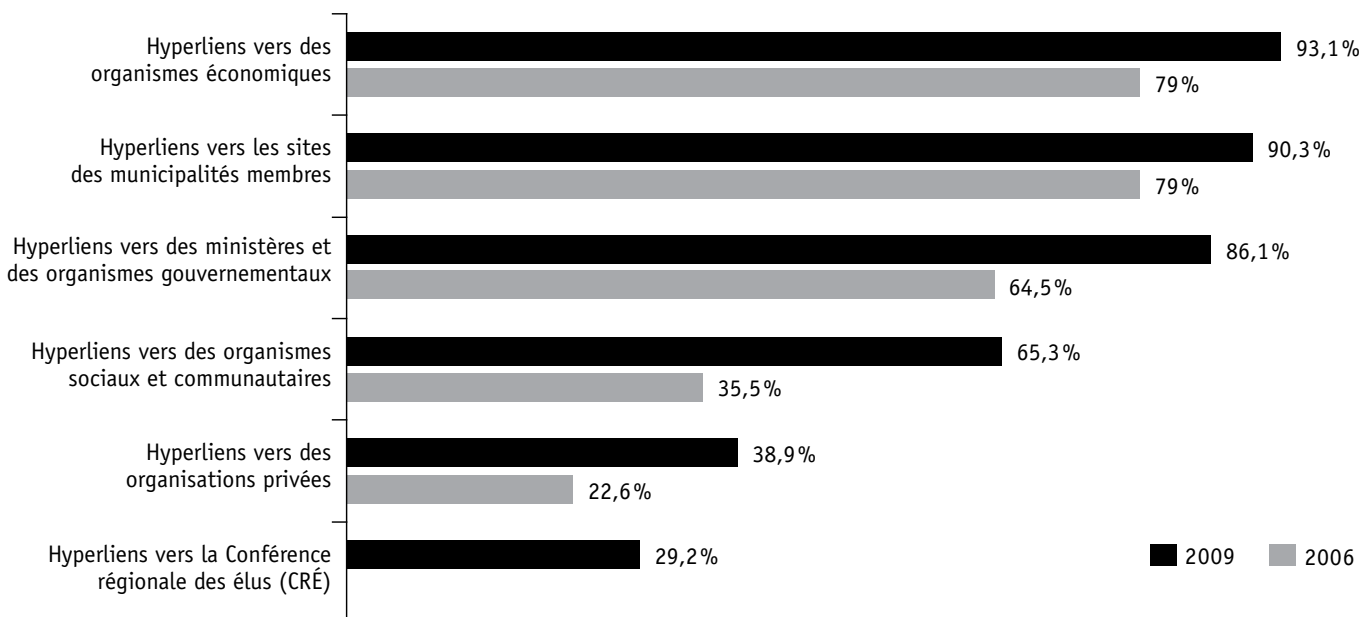
Items évalués dans le sous-indice «Information MRC»

Sous-indice «Réseautage MRC» (6 items)	
26. Hyperliens vers les sites Web des municipalités membres	
27. Hyperliens vers des organismes économiques (CLD, SADC, CLE, chambres de commerce)	
28. Hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, clubs sociaux, associations communautaires, commissions scolaires, musées, etc.)	
29. Hyperliens vers des organisations privées (entreprises et commerces divers)	
30. Hyperliens vers des ministères et des organismes gouvernementaux	
31. Hyperliens vers la Conférence régionale des élus	

Figure 14

Pourcentage des MRC québécoises qui présentent les items évalués dans le sous-indice «Réseautage MRC»

Présentation par item; n = 72 (2009); n = 62 (2006)



⁶⁰ Il s'agit de l'item Hyperliens vers la Conférence régionale des élus.

84 %), notamment Hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, clubs sociaux, associations communautaires, commissions scolaires, musées, etc.), qui a augmenté de 84 %, et Hyperliens vers des organisations privées (entreprises et commerces divers), qui a progressé de 72,2 %.

En définitive, les MRC québécoises tendent à utiliser de plus en plus leur site Web dans le but de favoriser les liens virtuels entre les municipalités et les divers organismes qui animent le milieu.

Indice « Gouvernance »

L'indice « Gouvernance » est composé de 15 items (Tableau 13). Il mesure ceux qui sont liés aux pratiques de gouvernance dans la MRC soit directement (ex. : accès aux procès-verbaux des réunions du conseil des maires), soit indirectement (ex. : accès à des informations pertinentes). Il évalue donc dans quelle mesure la fonction de gouvernance dans la MRC se reflète sur le site Web de cette dernière.

Le résultat moyen pour l'ensemble des sites Web est de 3,8 items sur une possibilité de 15. De plus, la majorité des MRC (68,1 %) présentent entre trois et cinq items sur 15, et aucun site Web n'obtient un résultat supérieur à 8 items sur 15.

Pour cet indice, comme le montre la Figure 15, les items qui reviennent le plus souvent dans les sites Web sont : Publications et rapports téléchargeables (86,1 % des sites Web), Liste des membres du conseil des maires (70,8 %) et Agenda, événements relatifs au conseil des maires (63,9 %).

La Figure 15 montre l'évolution de la situation entre 2006 et 2009. Des 15 items qui composent l'indice « Gouvernance », quatre n'étaient pas mesurés en 2006⁶¹. Les items qui ont connu les plus fortes croissances en termes de présence sur les sites Web des MRC sont Procès-verbaux des réunions du conseil des maires (+ 90,4 %) et Ordre du jour des réunions du conseil des maires (+ 89,4 %).

Bien que les items de l'indice « Gouvernance » soient encore peu présents, quatre items ont connu une croissance entre 2006 et 2009.

Tableau 13

Items évalués dans l'indice « Gouvernance »

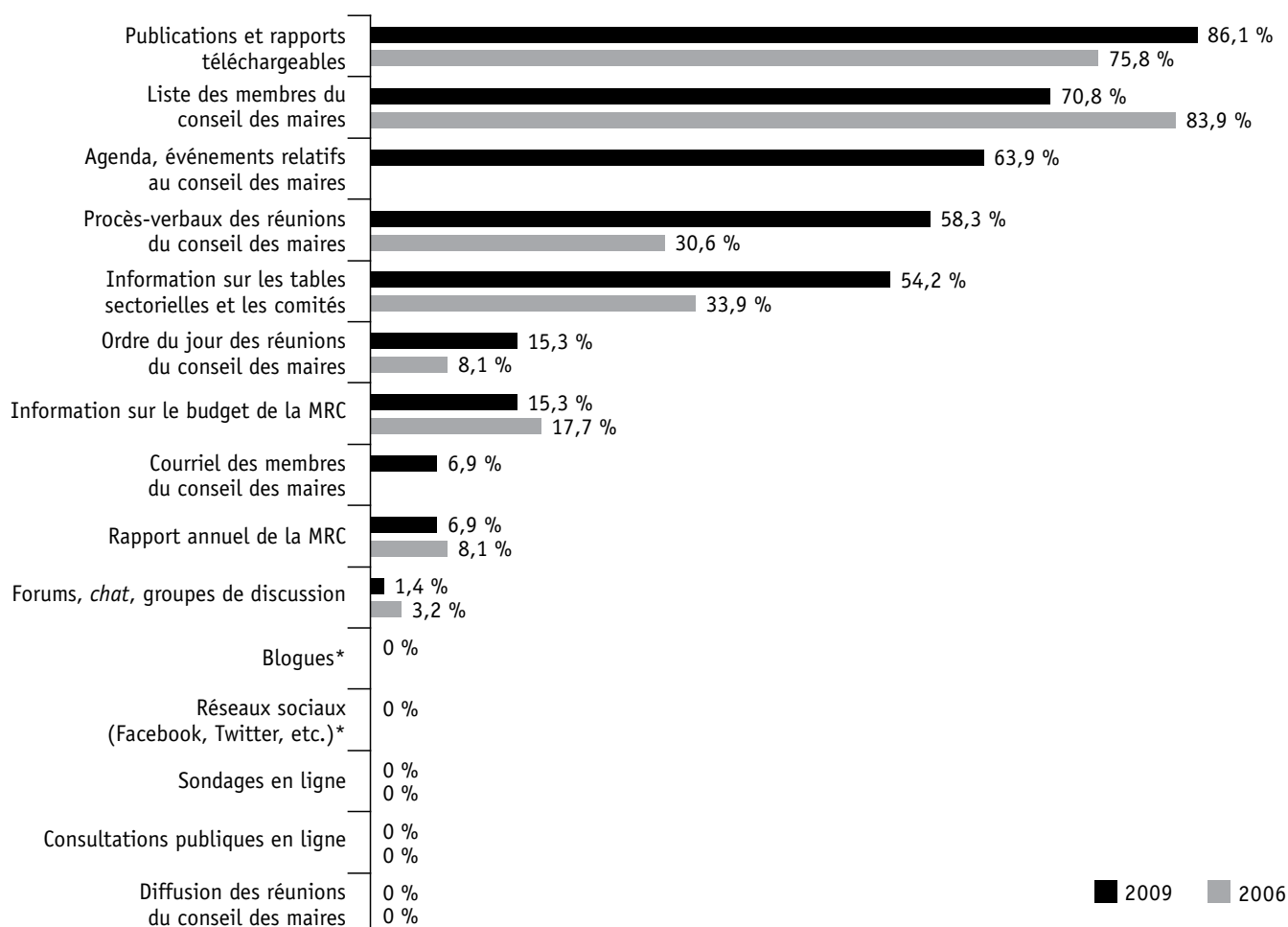
Indice « Gouvernance » (15 items)
32. Liste des membres du conseil des maires
33. Courriel des membres du conseil des maires
34. Ordre du jour des réunions du conseil des maires
35. Procès-verbaux des réunions du conseil des maires
36. Publications et rapports téléchargeables
37. Diffusion des réunions du conseil des maires (simultanée, extraits vidéo)
38. Information sur les tables sectorielles et les comités
39. Agenda, événements relatifs au conseil des maires
40. Rapport annuel de la MRC
41. Information sur le budget de la MRC
42. Consultations publiques en ligne
43. Sondages en ligne
44. Forums, chat, groupes de discussion
45. Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.)
46. Blogues

⁶¹ Il s'agit des items Courriel des membres du conseil des maires, Agenda, événements relatifs au conseil des maires, Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.) et Blogues.

Figure 15

Pourcentage des MRC québécoises qui présentent les items évalués dans l'indice « Gouvernance »

Présentation par item; n = 72 (2009); n = 62 (2006)



* Cet item n'a pas été évalué en 2006.

Indice « Compétences MRC »

L'indice « Compétences MRC » regroupe 15 items (Tableau 14). Il reflète l'obligation qu'ont les MRC d'exercer certaines responsabilités et compétences. Les items portent principalement sur les compétences pour lesquelles les MRC devraient rendre certains contenus accessibles au public. Ils portent aussi sur les fonctionnalités qui facilitent les échanges entre la MRC et les municipalités membres. Cet indice permet donc d'évaluer dans quelle mesure la MRC utilise son site Web pour

mettre en ligne certains contenus d'information et faciliter l'accès à certains services. Il donne lieu à la création du sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles », qui fera l'objet de la prochaine sous-section.

Les sites Web présentent en moyenne 4,5 items sur une possibilité de 15. La majorité des sites Web de MRC (59,7 %) intègrent entre 4 et 6 items sur 15, et aucune MRC n'obtient un résultat supérieur à 9 sur 15.

Tableau 14

Items évalués dans l'indice « Compétences MRC »

Indice « Compétences MRC » (15 items)
47. Plan stratégique de développement économique, social, culturel et environnemental
48. Plan du schéma d'aménagement et de développement
49. Plan de gestion des matières résiduelles
50. Schéma de sécurité civile
51. Schéma de couverture de risque (sécurité incendie)
52. Sommaire des rôles d'évaluation des municipalités
53. Information spécifique sur la gestion des cours d'eau, du littoral et des berges
54. Information spécifique sur les équipements supralocaux
55. Autres compétences exercées par la MRC (non obligatoires)
56. Description des services Internet offerts aux municipalités et aux résidents de la MRC
57. Intranet ou extranet avec les municipalités de la MRC
58. Accès à un formulaire (statique, dynamique ou interactif)
59. Paiement en ligne d'une contravention (cour municipale ou régionale)
60. Émission en ligne de permis ou de licences
61. Abonnement à une liste de diffusion

Plus précisément, on note que les items les plus souvent affichés sur les sites Web des MRC sont : Autres compétences exercées par la MRC (non obligatoires), que l'on trouve dans 73,6 % des sites Web, Plan de gestion des matières résiduelles (65,3 %) et Information spécifique sur la gestion des cours d'eau, du littoral et des berges (58,3 %).

La Figure 16 montre l'évolution de la situation entre 2006 et 2009. En 2006, deux des 15 items qui composaient l'indice « Compétences MRC » n'étaient pas mesurés⁶².

Les meilleurs taux de croissance ont été attribués aux items Information spécifique sur la gestion des cours d'eau, du littoral et des berges (+ 201,4 %) et Intranet ou extranet avec les municipalités de la MRC (+ 179,9 %).

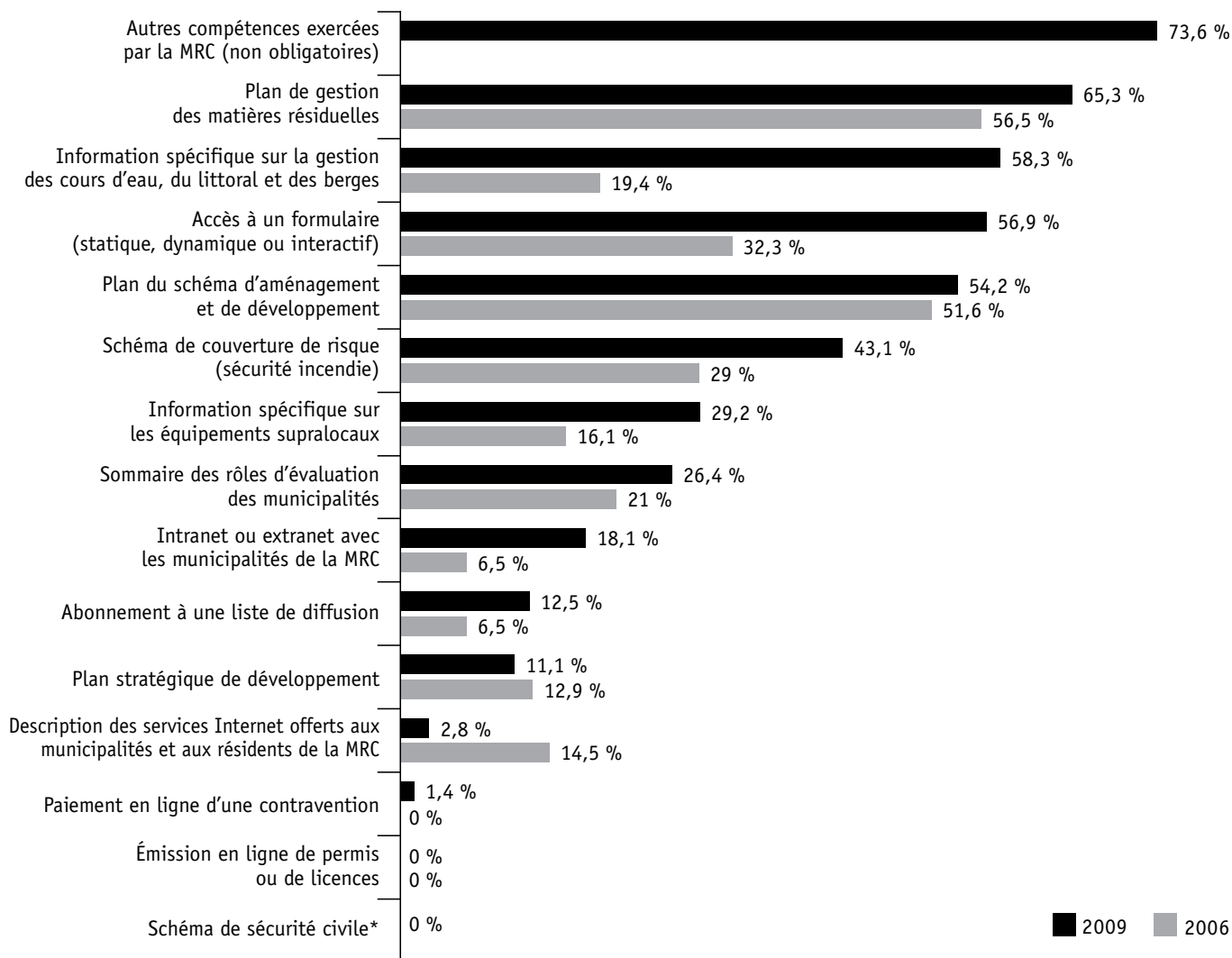
En résumé, la plupart des items mesurés ont connu une progression depuis 2006. Il semblerait donc que les MRC utilisent de plus en plus leur site Web pour rendre accessibles au grand public des contenus en lien avec leurs compétences, mais aussi pour faciliter les échanges avec les municipalités membres.

⁶² Il s'agit des items Schéma de sécurité civile et Autres compétences exercées par la MRC (non obligatoires).

Figure 16

Pourcentage des MRC québécoises qui présentent les items évalués dans l'indice « Compétences MRC »

Présentation par item ; n = 72 (2009) ; n = 62 (2006)



* Cet item n'a pas été évalué en 2006.

Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »

Le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles » rassemble quatre des 15 items de l'indice « Compétences MRC » (Tableau 15). Le résultat moyen est de 0,7 item

transactionnel sur un maximum de quatre. Aucune MRC ne comprend plus de deux items, et près de 9 MRC sur 10 (88,9 %) en affichent un ou aucun.

Tableau 15

Items évalués dans le sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »**Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles » (4 items)**

58. Accès à un formulaire (statique, dynamique ou interactif)

59. Paiement en ligne d'une contravention (cour municipale ou régionale)

60. Émission en ligne de permis ou de licences

61. Abonnement à une liste de diffusion

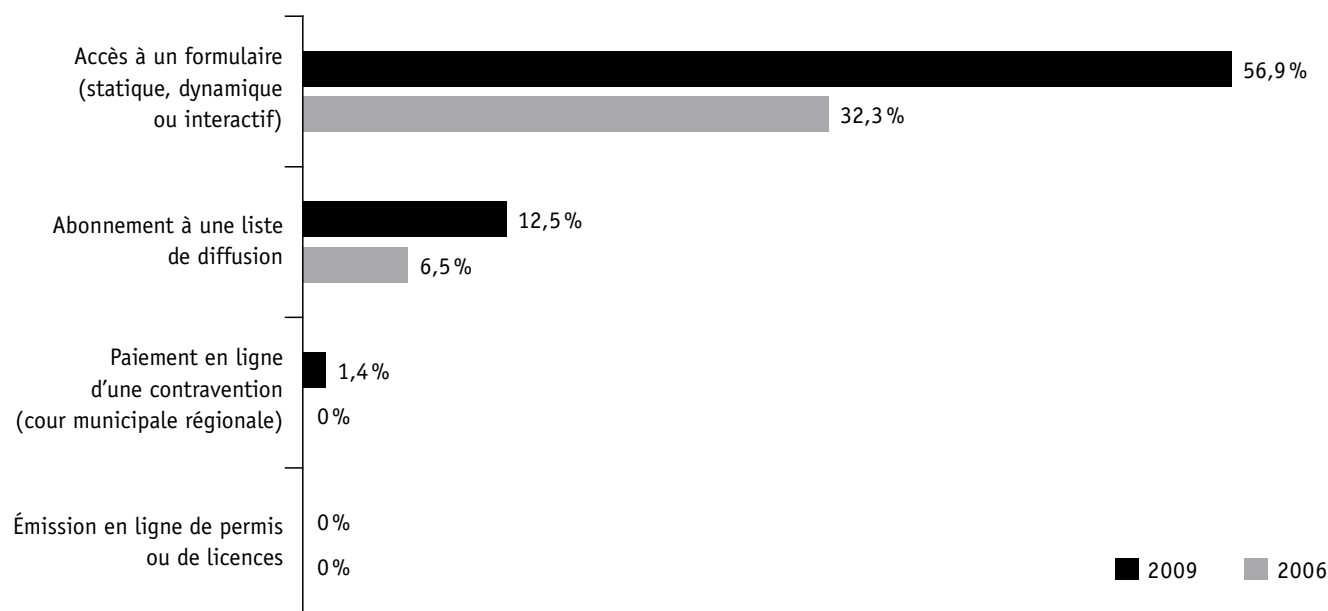
Parmi tous les items du sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles », un seul se trouve plutôt souvent sur les sites Web des MRC : il s'agit de l'Accès à un formulaire (statique, dynamique ou interactif), qui est affiché dans 56,9 % des sites Web. Les autres items sont assez peu présents et ont des taux qui varient entre 0 % pour Émission en ligne de permis ou de licences et 12,5 % pour Abonnement à une liste de diffusion (Figure 17).

En 2006, nous avons évalué les quatre items, dont trois ont progressé : Abonnement à une liste de diffusion (+ 93,8 %), Accès à un formulaire (statique, dynamique ou interactif) (+ 76,5 %) et Paiement en ligne d'une contravention (cour municipale régionale)⁶³.

Figure 17

Pourcentage des MRC québécoises qui présentent les items évalués dans l'indice « Fonctionnalités transactionnelles »

Présentation par item ; n = 72 (2009) ; n = 62 (2006)



⁶³ Aucun taux de croissance ne peut être calculé ici, car cela entraîne une division par zéro.

En définitive, même si assez peu de sites Web de MRC utilisent les fonctionnalités transactionnelles en 2009 (moyenne: 0,7 item sur 4), on note des taux de croissance encourageants au chapitre de l'utilisation de ces fonctions depuis 2006. Ce type de fonctionnalité requiert des sites Web plus « matures » sur le plan technologique, en plus d'exiger une certaine réorganisation des modes de gestion interne. Ces fonctions présentent un intérêt certain pour les utilisateurs, qui y gagnent en termes de temps et d'efficacité dans leurs transactions avec la MRC. La progression de leur utilisation à l'intérieur des sites Web de MRC est donc tout à fait positive pour les citoyens et les municipalités membres.

Indice « Général »

L'indice « Général » est constitué de 61 items et couvre l'ensemble des six autres indices et sous-indices. Il permet d'accorder un résultat global aux MRC, mais aussi, à l'aide des autres résultats obtenus, de dégager un portrait général de la situation du Web dans les MRC (Tableau 16).

La moyenne des items intégrés dans les sites Web est de 23,8 items sur une possibilité de 61, et le résultat maximum obtenu est de 37 sur 61. La grande majorité (70,8%) des sites Web de MRC obtiennent des résultats qui se situent entre 20 et 30 items sur 61.

En examinant de plus près les données récapitulatives du Tableau 16, on note tout d'abord que les contenus et les fonctions les mieux intégrés dans les sites Web des MRC sont ceux qui sont liés à l'indice « Information MRC » (54,1 %) et à son sous-indice, « Réseautage MRC » (66,7 %). Les contenus de ces deux éléments permettent aux utilisateurs internautes de mieux comprendre l'identité propre de la MRC et favorisent le réseautage virtuel avec les municipalités et avec les organismes qui animent le territoire. En plus d'être les mieux intégrés en 2009, ces items jouissent généralement de bons taux de croissance depuis 2006. Le site Web semble donc être un outil que les municipalités utilisent en premier lieu – et de plus en plus souvent – pour se définir et pour établir leur rôle comme entités de réseautage.

Les items liés aux compétences des MRC et les fonctionnalités transactionnelles, qui sont destinés à informer les divers utilisateurs, ont enregistré une croissance comparativement aux résultats enregistrés en 2006. C'est aussi le cas des fonctionnalités générales qui sont disposées sur le site Web dans le but de faciliter la navigation et la recherche d'information, ce qui montre qu'un effort est consenti pour faciliter l'utilisation des sites.

Les MRC intègrent donc relativement plus de contenu sur ce qu'elles *sont* que sur ce qu'elles *font* et sur les services qu'elles offrent. C'est donc dire que le site est plutôt utilisé pour remplir des fonctions de représentation grâce auxquelles les MRC peuvent définir et démontrer leurs spécificités.

Tableau 16

Tableau récapitulatif des données pour l'ensemble des indices et des sous-indices

INDICES	Résultats moyens		Résultats minimaux (%)	Résultats maximaux (%)
	Nombre d'items	(%)		
Indice « Fonctionnalités générales »	3,7/9	41,1	11,1	88,9
Indice « Information MRC »	11,9/22	54,1	18,2	81,8
Sous-indice « Réseautage MRC »	4,0/6	66,7	0,0	100,0
Indice « Gouvernance »	3,8/15	25,3	0,0	53,3
Indice « Compétences »	4,5/15	30,0	0,0	60,0
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	0,7/4	17,5	0,0	50,0
Indice « Général »	23,8/61	39,0	11,5	60,7

4.2.1 Les sites Web selon la taille des MRC

Cette section porte sur une analyse du Web dans les MRC selon leur taille, exprimée en nombre d'habitants. On s'intéressera d'abord à l'évolution de la présence sur le Web des municipalités régionales de comté selon leur taille, avant de se pencher sur l'évaluation des sites Web par indices et sous-indices.

Présence des MRC sur le Web selon leur taille

Depuis 2006, le Québec compte au total 88 MRC et deux communautés métropolitaines⁶⁴. De ces 90 entités, 72 avaient un site Web actif en 2009, ce qui représente un taux de présence en ligne de 80 % et une croissance de 13,5 % par rapport à 2006, alors que 70,5 % des MRC et des CM avaient un site Web actif⁶⁵.

On observe, dans le Tableau 17, que tous les groupes de MRC ont un taux de sites Web actifs très semblable à la moyenne provinciale, qui est de 80 %. Par ailleurs, les statistiques liées au test utilisé n'indiquent pas qu'il y ait un lien quelconque entre la taille des MRC et leur présence en ligne⁶⁶. Ainsi, contrairement à ce qui a été établi pour les municipalités, le nombre d'habitants ne semble pas être une variable explicative de la présence en ligne des MRC. De plus, comme une telle évaluation n'avait pas été faite en 2006, il nous est impossible de comparer les données ou d'avoir une idée de l'évolution de la situation entre 2006 et 2009.

Tableau 17

MRC et CM dotées d'un site Web Internet actif selon la taille en 2009 *

	Taille des MRC (en nombre d'habitants)			Total
	20 000 et moins	De 20 001 à 40 000	40 001 et plus	
A un site Web actif	84,6 %	77,4 %	78,8 %	80 %
N'a pas de site Web actif	15,4 %	22,6 %	21,2 %	20 %
Total	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100 %

n = nombre de MRC et de CM.

⁶⁴ MAMROT, *op. cit.*

⁶⁵ CEFRIQ (2006), *op. cit.*, p. 57.

⁶⁶ Variables mises en relation à l'intérieur d'un tableau croisé. Test du Khi carré : $\chi^2 = 0,505$; valeur p = 0,777; Phi = 0,075; V de Cramer = 0,075.

Évaluation du Web selon la taille des MRC

Malgré l'absence de lien entre la taille des MRC et leur taux de présence en ligne, il demeure intéressant d'analyser les indices et les sous-indices en fonction de la taille des MRC. Le Tableau 18 montre l'état de la situation en 2009.

De manière générale, on constate que les MRC utilisent davantage leurs sites Web pour renseigner les citoyens sur leurs spécificités propres et pour stimuler le réseautage avec les diverses entités qui animent le territoire plutôt que pour les informer sur leurs pratiques de gestion et sur leurs compétences.

Par ailleurs, l'analyse des sites Web montre que la taille de ceux-ci n'a aucun impact sur leur présence en ligne. Ainsi, tous les groupes présentent des taux de présence sur le Web à peu près égaux qui correspondent à peu de choses près à la moyenne provinciale, qui s'établit à 80 %. La fonction de représentation des sites Web serait cependant moins bien exploitée dans les petites MRC que dans les grandes, même si les taux de présence en ligne sont semblables.

Tableau 18

Moyenne obtenue pour chaque indice et sous-indice selon la taille des MRC (en nombre d'habitants)

	20 000 et moins (n = 11)		De 20 001 à 40 000 (n = 26)		40 001 et plus (n = 18)		Moyenne provinciale (n = 72)	
Indice « Fonctionnalités générales »	3,6	40,0 %	3,5	38,9 %	3,9	43,3 %	3,7	41,1 %
Indice « Information MRC »	10,1	45,9 %	12,9	58,6 %	12,4	56,4 %	11,9	54,1 %
Sous-indice « Réseautage MRC »	3,4	56,7 %	4,5	75,0 %	4,2	70,0 %	4,0	66,7 %
Indice « Gouvernance »	3,1	20,7 %	3,9	26,0 %	4,3	28,7 %	3,8	25,3 %
Indice « Compétences »	3,7	24,7 %	4,4	29,3 %	5,3	35,3 %	4,5	30,0 %
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	0,6	15,0 %	0,8	20,0 %	0,7	17,5 %	0,7	17,5 %
Indice « Général »	20,6	33,8 %	24,7	40,5 %	25,8	42,3 %	23,8	39,0 %

4.3 Les meilleures pratiques en matière de Web dans les MRC

Dans cette section, nous analysons le cas de trois MRC qui affichent les meilleures pratiques en matière de sites Web. Nous avons d'abord choisi ces municipalités régionales de comté en fonction de leur performance en ce qui a trait à deux des aspects les plus importants : l'information et la description de leurs compétences. Cette sélection vise également à présenter les sites Web de MRC situées dans des régions différentes qui ont des vocations économiques diversifiées et représentatives de la réalité

des MRC typiques, et qui sont davantage rurales qu'urbaines. Ces sites sont :

- Le site Web de la MRC des Pays-d'en-Haut, choisi pour sa bonne performance à la fois au chapitre des fonctionnalités liées à l'information sur la MRC et à la description des compétences de cette MRC ;
- Le site Web de la MRC de L'Érable, choisi pour sa bonne performance au chapitre des fonctionnalités liées à la description des compétences de cette MRC ;
- Le site Web de la MRC Les Etchemins, choisi pour sa bonne performance au chapitre des fonctionnalités liées à l'information sur la MRC.

MRC des Pays-d'en-Haut

La MRC des Pays-d'en-Haut est située dans la région administrative des Laurentides, et son chef-lieu est Sainte-Adèle. Les taux de branchement des foyers à Internet et à Internet haute vitesse y sont respectivement de 68,3 et 54,2 %. Comptant près de 37 000 personnes, soit 36,3 % de plus qu'en 1996, cette MRC a une vocation économique principalement axée sur le tourisme et la villégiature, et un secteur tertiaire qui domine et représente 81,1 % des emplois⁶⁷.

Comme le montrent les résultats présentés dans le tableau ci-dessous, le contenu du site Web de la MRC des Pays-d'en-Haut obtient de très bons résultats pour presque tous les indices, plus spécifiquement au chapitre des fonctionnalités générales, de l'information sur la MRC, du réseautage et des compétences.

Ce site Web est donc très riche en fonctionnalités et en renseignements de toutes sortes. Si on met ces résultats en lien avec les caractéristiques de la MRC, on constate que la vocation touristique régionale et la recherche de nouveaux résidents permanents sont probablement les deux éléments qui expliquent la richesse de cette information. Le site Web comprend aussi de nombreuses fonctionnalités destinées à vanter les attraits et les activités de la région.

Enfin, la MRC des Pays-d'en-Haut a choisi d'inclure dans son site Web de l'information concernant son CLD, le tourisme et l'attraction de nouveaux habitants. Cette manière de faire, qui explique notamment les résultats obtenus en ce qui a trait au réseautage et à l'information sur la MRC, permet une certaine synergie des informations, en plus de limiter les coûts globaux de mise en place et de maintenance du site Web.

INDICES	Résultats de la MRC des Pays-d'en-Haut	Résultats de la MRC des Pays-d'en-Haut (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	7/9	77,8	3,7/9	41,1
Indice « Information MRC »	16/22	72,7	11,9/22	54,1
Sous-indice « Réseautage MRC »	5/6	83,3	4,0/6	66,7
Indice « Gouvernance »	4/15	26,7	3,8/15	25,3
Indice « Compétences »	8/15	53,3	4,5/15	30,0
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	2/4	50,0	0,7/4	17,5
Indice « Général »	35/61	57,4	23,8/61	39,0

⁶⁷ Statistique Canada (2006), *op. cit.*

MRC de L'Érable

La MRC de L'Érable fait partie de la région administrative du Centre-du-Québec et bénéficie donc d'une situation géographique particulière, puisqu'elle se trouve à moins de 175 kilomètres de Montréal, de 100 kilomètres de Québec et de 150 kilomètres de Sherbrooke. Composée à 95 % de territoires agricoles et forestiers et à 2 % de trame urbaine, la MRC de L'Érable a une économie dont les industries les plus importantes sont celles du métal, de la machinerie, du bois, du meuble, de l'alimentation, de l'agroalimentaire et du vêtement. Cela explique pourquoi 34,5 % des emplois dans cette MRC sont liés au secteur secondaire, considéré comme le moteur économique de la région, et que seulement 47,5 % appartiennent au secteur tertiaire. Un peu plus de 23 000 personnes habitent sur son territoire. Près des deux tiers de la population vit dans deux des onze municipalités de la MRC : Plessisville et Princeville⁶⁸. La MRC de L'Érable a un taux de branchement à Internet de 53,1, et 37,1 % des foyers sont branchés à Internet haute vitesse⁶⁹.

Comme l'illustre le tableau ci-dessous, le site Web de la MRC de L'Érable obtient des résultats relativement élevés au chapitre de l'indice « Fonctionnalités générales » et de ceux liés à l'information sur la MRC, au réseautage, à la gouvernance et aux compétences.

Ces données peuvent avoir un lien avec la situation de la MRC. En effet, le site Web présente une bonne quantité de renseignements destinés à présenter cette municipalité régionale de comté MRC aux utilisateurs du site Web. On remarque que les informations à caractère économique sont plutôt concentrées sur le site Web du CLD et sont accessibles par un hyperlien. Cette décision pourrait provenir d'une stratégie de la MRC visant à promouvoir son développement en attirant chez elle de nouveaux citoyens et à pallier ainsi la décroissance de sa population.

INDICES	Résultats de la MRC de L'Érable	Résultats de la MRC de L'Érable (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	5/9	55,6	3,7/9	41,1
Indice « Information MRC »	15/22	68,2	11,9/22	54,1
Sous-indice « Réseautage MRC »	5/6	83,3	4,0/6	66,7
Indice « Gouvernance »	6/15	40,0	3,8/15	25,3
Indice « Compétences »	6/15	40,0	4,5/15	30,0
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	1/4	25,0	0,7/4	17,5
Indice « Général »	32/61	52,5	23,8/61	39,0

⁶⁸ Statistique Canada (2006), *op. cit.*

⁶⁹ Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009), *op. cit.*

MRC Les Etchemins

Située dans la partie sud de la région administrative de Chaudière-Appalaches, la MRC Les Etchemins compte environ 18 000 habitants. Une bonne proportion de sa population est branchée à Internet (4,6 %) et 37,4 % le sont à Internet haute vitesse⁷⁰. Cette MRC a comme principaux moteurs économiques l'exploitation forestière et l'agriculture. D'autres industries y génèrent aussi des emplois; il s'agit des industries des produits métalliques, des équipements forestiers, de l'agroalimentaire et – de plus en plus – du tourisme. La nature des industries présentes sur le territoire des Etchemins se reflète dans la segmentation des emplois: 32,7 % appartiennent au secteur secondaire, 12,3 % relèvent du secteur primaire, et seulement 55 % sont liés au secteur tertiaire.

Comme le montre le tableau ci-dessous, le site Web de la MRC Les Etchemins privilégie les fonctionnalités liées à l'information qui portent principalement sur le tourisme ainsi que sur les activités et les attraits régionaux. La promotion du tourisme fait visiblement partie des stratégies motrices du site Web.

Enfin, les fonctionnalités liées au développement économique sont davantage disponibles sur le site Web du Centre local de développement (CLD) de la MRC. Cette stratégie qui consiste à séparer les deux sites Web permet de renforcer sur Internet l'image de la MRC en tant qu'en-droit susceptible d'attirer les promoteurs.

INDICES	Résultats de la MRC Les Etchemins	Résultats de la MRC Les Etchemins (%)	Moyenne provinciale	Moyenne provinciale (%)
Indice « Fonctionnalités générales »	4/9	44,4	3,7/9	41,1
Indice « Information MRC »	13/22	59,1	11,9/22	54,1
Sous-indice « Réseautage MRC »	4/6	66,7	4,0/6	66,7
Indice « Gouvernance »	5/15	66,7	3,8/15	25,3
Indice « Compétences »	4/15	26,7	4,5/15	30,0
Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles »	0/4	0,0	0,7/4	17,5
Indice « Général »	26/61	42,6	23,8/61	39,0

⁷⁰ Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009), *op. cit.*

4.4 Conclusion

L'enquête de 2009 sur les sites Web des MRC du Québec montre que les municipalités régionales de comté (MRC) et les communautés métropolitaines (CM) continuent de progresser en ce qui a trait à leur présence en ligne: de 70,5 % en 2006, le taux est passé à 80 % en 2009.

Pour évaluer les municipalités régionales de comté, une nouvelle grille dotée de son cadre conceptuel propre a été

utilisée. La méthode d'analyse est la même que pour les municipalités et s'appuie sur un ensemble d'indices et de sous-indices. Cette nouvelle façon de faire nous a permis de constater que les sites Web des MRC sont principalement utilisés à des fins d'information et de réseautage.

L'enquête sur le Web municipal de 2009 fait donc ressortir une nette amélioration dans la présence en ligne des municipalités régionales de comté du Québec.

ANNEXE I: LA GRILLE D'ANALYSE DU WEB MUNICIPAL

Grille d'analyse de site Web municipal	
Nom de la ville :	
Région :	
Population :	
Adresse Web :	
Date de la visite :	
Nom de l'enquêteur :	
Durée de l'analyse :	

ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX

	Oui	Non
1. Accueil (retour à la page d'accueil)	☐	☐
2. Plan du site	☐	☐
3. Météo	☐	☐
4. Foire aux questions (FAQ)	☐	☐
5. Politique de protection des renseignements personnels	☐	☐
6. Opportunités de carrière, emplois	☐	☐
7. Contact, nous joindre	☐	☐
8. Présence de matériel ou d'information en langue anglaise sur le site	☐	☐
9. Moteur de recherche	☐	☐

INFORMATIONS ET FONCTIONNALITÉS SUR LES SERVICES MUNICIPAUX

	Oui	Non
10. Règlements municipaux (urbanisme et autres)	☐	☐
11. Évaluation foncière	☐	☐
12. Service de sécurité publique et incendie (informations et coordonnées)	☐	☐
13. Service en transport collectif (horaires et coordonnées)	☐	☐
14. Service de protection de l'environnement	☐	☐
15. Service de collecte des déchets	☐	☐
16. Services sportifs et récréatifs (terrains de jeux, équipements et installations sportives)	☐	☐
17. Courriels génériques des services municipaux	☐	☐
18. Procédure de plaintes et de réclamations	☐	☐
19. Diffusion d'avis publics (travaux, changement de zonage, avis d'ébullition de l'eau, etc.)	☐	☐
20. Voirie (réfection, entretien, déneigement, etc.)	☐	☐
21. Bibliothèque (service culturel)	☐	☐

Sous-indice « Fonctionnalités transactionnelles – services »

	Oui	Non
22. Inscription en ligne à des activités (culturelles, sportives, récréatives, etc.)	☐	☐
23. Possibilité de commander un permis ou une licence (construction, piscine, chien, alcool, feu en plein air, système d'alarme, etc.)	☐	☐
23 a) Il est possible de commander un permis ou une licence directement sur le site (et non par un hyperlien ou par le biais d'un autre site)	☐	☐
24. Facturation en ligne (taxes, droits, etc.)	☐	☐
24 a) Il est possible d'obtenir la facturation directement sur le site (et non par un hyperlien ou par le biais d'un autre site)	☐	☐

25. Paiement en ligne (taxes, permis et licences)	☐	☐
25 a) Il est possible de payer en ligne directement sur le site (et non par un hyperlien ou par le biais d'un autre site, exception faite de Paypal)	☐	☐
26. Accès à un formulaire (statique, dynamique ou interactif)	☐	☐
27. Abonnement à une liste de diffusion	☐	☐

INFORMATIONS ET FONCTIONNALITÉS SUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA MUNICIPALITÉ

	Oui	Non
28. Information économique (parcs industriels, nombre d'entreprises, secteur économiques, etc.)	☐	☐
29. Hyperliens vers des organismes économiques (CLD, SADC, CLE, chambres de commerce)	☐	☐
30. Hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, clubs sociaux, associations communautaires, commissions scolaires, musées)	☐	☐
31. Hyperliens vers des organisations privées (entreprises et commerces divers)	☐	☐
32. Liens vers des ministères et des organismes gouvernementaux	☐	☐
33. Liens vers d'autres sites municipaux (MRC)	☐	☐
34. Information sur le budget de la Ville	☐	☐
35. Agenda, événements, nouveautés, actualités municipales, nouvelles locales	☐	☐
36. Communiqués de presse	☐	☐
37. Bulletin municipal	☐	☐
38. Fil RSS	☐	☐

Sous-indice « Vie démocratique »

	Oui	Non
39. Liste des membres du conseil municipal	☐	☐
40. Courriel des membres du conseil municipal	☐	☐
41. Comités municipaux (urbanisme, sécurité publique, environnement, finances, etc.)	☐	☐
42. Ordre du jour des réunions du conseil municipal	☐	☐
43. Procès-verbaux des réunions du conseil municipal	☐	☐
44. Publications et rapports téléchargeables	☐	☐
45. Politiques spécifiques (culturelle, famille, sportive, etc.), plans d'action	☐	☐
46. Diffusion des réunions du conseil municipal (simultanée, extraits vidéo)	☐	☐
47. Consultations publiques	☐	☐
48. Sondages en ligne	☐	☐
49. Forums, <i>chat</i> , groupes de discussion	☐	☐
50. Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.)	☐	☐
51. Blogues	☐	☐

Sous-indice «Marketing territorial»

	Oui	Non
52. Information sur l'historique de la Ville	☐	☐
53. Cartes géographiques en ligne	☐	☐
54. Information sur les attraits, les activités ou les forfaits touristiques (guide)	☐	☐
55. Information ou bottin (hébergements, restaurants)	☐	☐
56. Information sur les activités culturelles ou calendrier	☐	☐

Autres éléments

57. Dernière mise à jour :

Le site affiche une date de mise à jour ; celle-ci a eu lieu

☐ Il y a moins d'une semaine

☐ Le mois dernier

☐ Il y a plus d'un mois

Le site n'affiche pas de date de mise à jour

☐ Les contenus montrent que le site est à jour (données de 2009).

☐ Les contenus montrent que le site n'a pas été mis à jour (aucune donnée de 2009).

58. URL

☐ Propre

☐ Sous-jacent à un autre

Éléments permettant une comparaison avec les données de 2002, 2004 et 2006

	Oui	Non
59. Débats en direct	☐	☐
60. Information sur l'organigramme de la Ville	☐	☐
61. Services de traitement des eaux usées	☐	☐
62. Services de traitement de l'eau potable	☐	☐
63. Possibilité d'accéder au site avec un profil personnalisé	☐	☐
64. Services électroniques avec mot de passe (Internet, extranet ou autres)	☐	☐

Commentaires de l'enquêteur :

ANNEXE II: LA GRILLE D'ANALYSE DU WEB DANS LES MRC

Grille d'analyse des sites Web des MRC

Nom de la MRC :	
Région :	
Population :	
Adresse Web :	
Date de la visite :	
Nom de l'enquêteur :	
Durée de l'analyse :	

ÉLÉMENTS GÉNÉRAUX

	Oui	Non
1. Accueil (retour à la page d'accueil)	☐	☐
2. Plan du site	☐	☐
3. Météo	☐	☐
4. Foire aux questions (FAQ)	☐	☐
5. Politique de protection des renseignements personnels	☐	☐
6. Opportunités de carrière, emplois	☐	☐
7. Moteur de recherche	☐	☐
8. Contact, nous joindre	☐	☐
9. Présence de matériel ou d'information en langue anglaise sur le site	☐	☐

INFORMATIONS SUR LA MUNICIPALITÉ RÉGIONALE DE COMTÉ

	Oui	Non
10. Historique de la MRC	☐	☐
11. Présentation générale de la MRC (textes et photos)	☐	☐
12. Présentation multimédia de la MRC (son et vidéo)	☐	☐
13. Cartes de localisation de la MRC et de ses municipalités	☐	☐
14. Cartographie (cartes par thèmes)	☐	☐
15. Liste des municipalités membres de la MRC	☐	☐
16. Mandat et rôle de la MRC	☐	☐
17. Profil socioéconomique de la MRC (population, emplois, scolarité, etc.)	☐	☐
18. Information économique (parcs industriels, bottin d'entreprises, secteurs, etc.)	☐	☐
19. Information sur les attraits, les activités ou les forfaits touristiques	☐	☐
20. Liste des services offerts par la MRC	☐	☐
21. Liste des événements locaux à venir (agenda)	☐	☐
22. Bulletins d'information, communiqués de presse	☐	☐
23. Liste du personnel administratif de la MRC	☐	☐
24. Courriel des services de la MRC	☐	☐
25. Service d'alerte RSS	☐	☐

Sous-indexe «Réseautage MRC»

	Oui	Non
26. Hyperliens vers les sites des municipalités membres	☐	☐
27. Hyperliens vers des organismes de nature économique (CLD, SADC, CLE, chambres de commerce)	☐	☐
28. Hyperliens vers des organismes sociaux et communautaires (CLSC, clubs sociaux, associations communautaires, commissions scolaires, musées)	☐	☐
29. Hyperliens vers des organisations privées (entreprises et commerces divers)	☐	☐
30. Hyperliens vers des ministères et des organismes gouvernementaux	☐	☐
31. Hyperliens vers la Conférence régionale des élus	☐	☐

LA GOUVERNANCE DE LA MRC – INFORMATIONS ET FONCTIONNALITÉS

	Oui	Non
32. Liste des membres du conseil des maires	☐	☐
33. Courriel des membres du conseil des maires	☐	☐
34. Ordre du jour des réunions du conseil des maires	☐	☐
35. Procès-verbaux des réunions du conseil des maires	☐	☐
36. Publications et rapports téléchargeables	☐	☐
37. Diffusion des réunions du conseil des maires (simultanée, extraits vidéo)	☐	☐
38. Information sur les tables sectorielles et les comités	☐	☐
39. Agenda, événements relatifs au conseil des maires	☐	☐
40. Rapport annuel de la MRC	☐	☐
41. Information sur le budget de la MRC	☐	☐
42. Consultations publiques en ligne	☐	☐
43. Sondages en ligne	☐	☐
44. Forums, <i>chat</i> , groupes de discussion	☐	☐
45. Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.)	☐	☐
46. Blogues	☐	☐

INFORMATIONS LIÉES AUX COMPÉTENCES DE LA MRC

	Oui	Non
47. Plan stratégique de développement économique, social, culturel et environnemental	☐	☐
48. Plan du schéma d'aménagement et de développement	☐	☐
49. Plan de gestion des matières résiduelles	☐	☐
50. Schéma de sécurité civile	☐	☐
51. Schéma de couverture de risque (sécurité incendie)	☐	☐
52. Sommaire des rôles d'évaluation des municipalités	☐	☐
53. Informations spécifiques sur la gestion des cours d'eau, du littoral et des berges	☐	☐
54. Informations spécifiques sur les équipements supralocaux	☐	☐
55. Autres compétences exercées par la MRC (non obligatoires)	☐	☐
56. Description des services Internet offerts aux municipalités et aux résidents de la MRC	☐	☐
57. Intranet ou extranet avec les municipalités de la MRC	☐	☐

Sous-indice «Fonctionnalités transactionnelles»

	Oui	Non
58. Accès à un formulaire (statique, dynamique ou interactif)	☐	☐
59. Paiement de contraventions en ligne (cour municipale régionale)	☐	☐
60. Émission de permis ou de licences en ligne	☐	☐
61. Abonnement à une liste de diffusion	☐	☐

Autres éléments

62. Date de la dernière mise à jour

Le site affiche une date de mise à jour; celle-ci a eu lieu

- ☐ Il y a moins d'une semaine
- ☐ Le mois dernier
- ☐ Il y a plus d'un mois

Le site n'affiche pas de date de mise à jour

- ☐ Les contenus montrent que le site est à jour (données de 2009)
- ☐ Les contenus montrent que le site n'a pas été mis à jour (aucune donnée de 2009)

63. URL

- ☐ Propre
- ☐ Sous-jacent à un autre

Éléments permettant la comparaison avec les données de 2006

	Oui	Non
64. Débats en direct	☐	☐
65. Information sur l'organigramme de la MRC	☐	☐
66. Possibilité d'accéder au site avec un profil personnalisé	☐	☐
67. Procédure à suivre pour effectuer une plainte ou une réclamation	☐	☐

Commentaires de l'enquêteur :

BIBLIOGRAPHIE

- Aiken, M. et Hage, J. (1971). The organic organization and innovation. *Sociology*, 5(1), 63-82.
- Akbulut, A. Y. (2002, mars). *An investigation of the factors that influence electronic information sharing between state and local agencies*. Communication présentée dans le cadre de la 8th Americas Conference on Information Systems (AMCIS 2002), Dallas, Texas (États-Unis).
- Altshuler, A. et Zegans, M. (1990). Innovation and creativity: comparisons between public management and private enterprise. *Cities*, 7(1), 16-24.
- Ammons, D.N. (1991). Reputational leaders in local government productivity and innovation. *Public Productivity & Management Review*, 15(1), 19-43.
- Archer, N.P. (2005). An overview of the change management process in eGovernment. *International Journal of Electronic Business*, 3(1), 68-87.
- Attour-Oueslati, A., Dufresne, D. et Longhi, C. (2007, septembre). *The development of the local e-administration: empirical evidences from the French case*. Communication présentée dans le cadre de la 6th Electronic Government International Conference (EGOV 2007), Regensburg (Allemagne).
- Baldersheim, H. et Ogard, M. (2008). Innovation in e-government: analysis of municipal web pages in the Nordic countries. *Information Polity*, 13(3/4), 125-137.
- Baray, J. (2008). Marketing territorial: appréciation du rayonnement international des villes et des régions du monde par le nombre de leurs références sur les moteurs de recherche web. *La Revue des Sciences de Gestion, Direction et Gestion* (234), 27-35.
- Baron, F., Ferguson, M., Drohomirecka, R., Grant, G. et Wolstenholme, M. (2002). *Local e-government now: a worldwide view*. Londres (Royaume-Uni), IDeA & Socitm.
- Basu, S. (2004). E-government and developing countries: an overview. *International Review of Law, Computers & Technology*, 18(1), 109-132.
- Baum, C. et Di Maio, A. (2000). *Gartner's four phases of e-government model*. Stamford (Connecticut), Gartner Group.
- Benton, J.E. et Daly, J.L. (1996). County impact fee adoptions as policy innovations: a search for theory. *International Journal of Public Administration*, 19(7), 1037-1064.
- Berry, F.S. (1994). Innovation in public management: the adoption of strategic planning. *Public Administration Review*, 54(4), 322-330.
- Beynon-Davies, P. et Martin, S. (2004). Electronic local government and the modernisation agenda: progress and prospects for public service improvement. *Local Government Studies*, 30(2), 214-229.
- Bingham, R.D. (1976). *The adoption of innovation by local government*. Lexington (Maine), Lexington Books.
- Blackburn, R. et Athayde, R. (2000). Making the connection: the effectiveness of Internet training in small businesses. *Education & Training*, 42(4/5), 289-298.
- Borins, S. (2000). What border? Public management innovation in the United States and Canada. *Journal of Policy Analysis and Management*, 19(1), 46-74.
- Boyer, K.K., Hallowell, R. et Roth, A.V. (2002). E-services: operating strategy – a case study and a method for analyzing operational benefits. *Journal of Operations Management*, 20(2), 175-188.
- Brudney, J.L. et Coleman Selden, S. (1995). The adoption of innovation by smaller local governments: the case of computer technology. *The American Review of Public Administration*, 25(1), 71-86.
- Brudney, J.L. et Selden, S.C. (1995). The adoption of innovation by smaller local governments: the case of computer technology. *The American Review of Public Administration*, 25(1), 71-86.

- Burn, J. et Robins, G. (2003). Moving towards e-government: a case study of organisational change processes. *Logistics Information Management*, 16(1), 25-35.
- Campagna, M. et Deplano, G. (2004). Evaluating geographic information provision within public administration websites Web. *Environment and Planning B: Planning and Design*, 31(1), 21-37.
- Cats-Baril, W. et Thompson, R. (1995). Managing information technology projects in the public sector. *Public Administration Review*, 55(6), 559-566.
- CEC (2001). *eEurope 2002: creating a EU framework for the exploitation of public sector information*. Bruxelles (Belgique), Commission des communautés européennes.
- CEFRIO (2004). *Le Web municipal au Québec: portrait de la situation en 2004*, rapport d'enquête, Montréal, éd. CEFRIO.
- CEFRIO (2006). *Le Web municipal au Québec: portrait de la situation en 2006*, rapport d'enquête, Montréal, éd. CEFRIO.
- Charalabidis, Y., Askounis, D., Gionis, G., Lampathaki, F. et Metaxiotis, K. (2006, septembre). *Organising municipal e-government systems: a multi-facet taxonomy of e-services for citizens and businesses*. Communication présentée dans le cadre de la 5th Electronic Government International Conference (EGOV 2006), Cracovie (Pologne).
- Chen, A.N.K., Sen, S. et Shao, B.B.M. (2006). Strategies for effective Web services adoption for dynamic e-businesses. *Decision Support Systems*, 42(2), 789-809.
- Chen, Y.C. et Dimitrova, D.V. (2008). Civic engagement via e-government portals: information, transactions, and policy making. Dans D.F. Norris (Ed.), *E-government research: policy and management* (p. 205-229). Hershey (Pennsylvanie), IGI Publishing.
- Chwelos, P., Benbasat, I. et Dexter, A.S. (2001). Empirical test of an EDI adoption model. *Information Systems Research*, 12(3), 304-321.
- Colbert, F., Desormeaux, R., Filion, M., Gendreau, R. et Ouellet, J.-F. (2006). *Gestion du marketing*, Montréal, Gaétan Morin éditeur.
- Cooper, R. B. et Zmud, R.W. (1990). Information technology implementation research: a technological diffusion approach. *Management Science*, 36(2), 123-139.
- Criado, J.I., Hughes, O.E. et Teicher, J. (2002, avril). *E-government and managerialism: a second revolution on public management*. Communication présentée au 6th International Research Symposium on Public Management, Édimbourg (Écosse).
- Crowley Smith, A. et Taebel, D. A. (1985). Administrative innovation in municipal government. *International Journal of Public Administration*, 7(2), 149-177.
- Daft, R.L. (1978). A dual-core model of organizational innovation. *Academy of Management Journal*, 21(2), 193-210.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Damanpour, F. (1992a). Organizational size and innovation. *Organization Studies*, 13(3), 375-402.
- Damanpour, F. (1992b). Technology and productivity: a contingency analysis of computer in local governments. *Administration and Society*, 11(2), 144-171.
- Danziger, J.N., Kraemer, K.L., Dunkle, D.E. et King, J. L. (1993). Enhancing the quality of computing service: technology, structure, and people. *Public Administration Review*, 53(2), 161-169.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dawes, S.S. et Eglene, O. (2008). *New models of collaboration for delivering e-government services: a dynamic model drawn from multi-national research*. Albany (New York), Center for Technology in Government, University at Albany.
- de Ruyter, K., Wetzels, M. et Kleijnen, M. (2001). Customer adoption of e-service: an experimental study. *International Journal of Public Sector Management*, 14(2), 184-207.

- Deakins, E. et Dillon, S.M. (2002). E-government in New Zealand: the local authority perspective. *The International Journal of Public Sector Management*, 15(5), 375-398.
- Delone, W.H. (1981). Firm size and the characteristics of computer use. *MIS Quarterly*, 5(4), 65-77.
- Dewar, R.D. et Dutton, J.E. (1986). The adoption of radical and incremental innovations: an empirical analysis. *Management Science*, 32(11), 1422-1433.
- Dollery, B., Marshall, N. et Worthington, A. (2003). *Reshaping Australia's local government: finance, governance and reform*. Sydney (Australie), University of New South Wales Press.
- Duncan Bogucki, N. (1995). Capturing flexibility of information technology infrastructure: A study of resource characteristics and their measure. *Journal of Management Information Systems*, 12(2), 37-57.
- Dunleavy, P., Margetts, H., Bastow, S., Callaghan, R. et Yared, H. (2002). *Government on the Web II*. Londres, UK National Audit Office.
- Eder, L.B. et Igbaria, M. (2001). Determinants of intranet diffusion and infusion. *Omega*, 29(3), 233-242.
- Edmiston, K.D. (2003). State and local e-government: Prospects and challenges. *American Review of Public Administration*, 33(1), 20-45.
- Ein-Dor, P. et Segev, E. (1982). Organizational context and MIS structure: some empirical evidence. *MIS Quarterly*, 6(3), 55-68.
- Fountain, J.E. (2001). *Building the virtual state: information technology and institutional change*. Washington D.C., Brookings Institution Press.
- Gandhi, S. et Cross, C. (2001, octobre). *E-government initiative at City of Orlando: current trends and future directions*. Communication présentée dans le cadre de la URISA Annual Conference, Long Beach (Californie).
- Gatignon, H. et Robertson, T.S. (1989). Technology diffusion: an empirical test of competitive effects. *Journal of Marketing*, 53(1), 35-49.
- Gilbert, A. et Villeneuve, P. (1999). Social space, regional development, and the infobahn. *The Canadian Geographer*, 43(2), 114-117.
- Glaeser, E.L. (1994). Cities, information, and economic growth. *Cityscape*, 1(1), 9-47.
- Globerman, S. (1975). Technological diffusion in the Canadian carpet industry. *Research Policy*, 4(2), 190-206.
- Golubeva, A., Merkuryeva, I. et Shulakov, N. (2005). Development of e-government in St.Petersburg: evaluation of web sites Web performance and usability. *Occasional papers in Public Administration and Public Policy*, 6(2), 15-30.
- Gould-Williams, J. (2004). The effects of «high commitment» HRM practices on employee attitude: the views of public sector workers. *Public Administration*, 82(1), 63-81.
- Grady, D.O. (1992). Promoting innovations in the public sector. *Public Productivity & Management Review*, 16(2), 157-171.
- Gray, V. (1973). Innovation in the states: a diffusion study. *The American Political Science Review*, 67(4), 1174-1185.
- Gremillion, L.L. (1984). Organization size and information system use: an empirical study. *Journal of Management Information Systems*, 1(2), 4-17.
- Grover, V. et Goslar, M.D. (1993). The initiation, adoption, and implementation of telecommunications technologies in U.S. organizations. *Journal of Management Information Systems*, 10(1), 141-163.
- Gupta, Y.P. et Jana, D. (2003). E-government evaluation: a framework and case study. *Government Information Quarterly*, 20(4), 365-387.
- Gupta, Y.P., Karimi, J. et Somers, T.M. (1997). Alignment of a firm's competitive strategy and information technology management sophistication: the missing link. *IEEE Transactions on Engineering Management* 44(4), 399-413.
- Guthrie, K.K. et Dutton, W.H. (1992). The politics of citizen access technology: the development of public information utilities in four cities. *Policy Studies Journal*, 20, 574-597.

- Hanna, N.K., Qiang, C.Z.W., Kimura, K. et Kuek, S.C. (2009). National e-government institutions: functions, models, and trends *Information and communications for development: extending reach and increasing impact*. Washington D.C., World Bank Publications.
- Hannah, S.B. (1995). The correlates of innovation: lessons from best practice. *Public Productivity & Management Review*, 19(2), 216-228.
- Hannan, T.H. et McDowell, J.M. (1984). The determinants of technology adoption: the case of the banking firm. *The Rand Journal of Economics*, 15(3), 328-335.
- Haug, A.V. (2008). Local democracy online: Driven by crisis, legitimacy, resources, or communication gaps? *Journal of Information Technology & Politics*, 4(2), 79-99.
- Hiller, J.S. et Bélanger, F. (2001). *Privacy strategies for electronic government*. New York, Pricewaterhouse Coopers.
- Ho, A.T.K. (2002). Reinventing local governments and the e-government initiative. *The Public Administration Review*, 62(4), 434-444.
- Holden, S.H., Norris, D.F. et Fletcher, P.D. (2003). Electronic government at the local level: progress to date and future issues. *The Public Performance & Management Review*, 26(4), 325-344.
- Horner, R. (1999). Meeting demands: citizens, empowered by technology-driven access to customized services, are now demanding similar service from state and local government. *Minnesota Cities*, 84(4), 5-6.
- Iacovou, C.L., Benbasat, I. et Dexter, A.S. (1995). Electronic data interchange and small organizations: adoption and impact of technology. *MIS Quarterly*, 19(4), 465-485.
- Janssen, M. et Wagenaar, R. (2004, janvier). *An analysis of a shared services centre in e-government*. Communication présentée dans le cadre de la 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 04), Hawaï (États-Unis).
- Kahin, B. et Keller, J. (1995). *Public access to the Internet*. Cambridge (Massachusetts), MIT Press.
- Kaliontzoglou, A., Sklavos, P., Karantjias, T. et Polemi, D. (2005). A secure e-government platform architecture for small to medium sized public organizations. *Electronic Commerce Research and Applications*, 4(2), 174-186.
- Kawalek, P. et Wastall, D. (2005). Pursuing radical transformation in information age government: case studies using the SPRINT methodology. *Journal of Global Information Management*, 13(1), 79-101.
- Kaylor, C., Deshazo, R. et Van Eck, D. (2001). Gauging e-government: a report on implementing services among American cities. *Government Information Quarterly*, 18(4), 293-307.
- Kim, H.J. et Bretschneider, S. (2004, janvier). *Local government information technology capacity: an exploratory theory*. Communication présentée dans le cadre de la 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 04), Big Island (États-Unis).
- Kimberly, J.R. et Evanisko, M.J. (1981). Organizational innovation: the influence of individual, organizational, and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovations. *Academy of Management Journal*, 24(4), 689-713.
- King, P.J. et Roberts, N.C. (1987). Policy entrepreneurs: catalysts for policy innovation. *The Journal of State Government*, 60(4), 172-178.
- Kingdon, J.W. (1984). *Agendas, alternatives, and public policies*. New York, Harper Collins.
- La Porte, T. M., Demchak, C.C. et de Jong, M. (2002). Democracy and bureaucracy in the age of the Web: empirical findings and theoretical speculations. *Administration & Society*, 34(4), 411-446.
- Lan, Z. et Scott, C.R. (1996). The relative importance of computer-mediated information versus conventional non-computer-mediated information in public managerial decision making. *Information Resources Management Journal*, 9(1), 27-37.

- Landsbergen, D.J. et Wolken, G.J. (2001). Realizing the promise: government information systems and the fourth generation of information technology. *Public Administration Review*, 61(2), 206-218.
- Lau, E., Craig, R. et Muller, E. (2005). *E-government for better government*. Paris, OECD Publishing.
- Layne, K. et Lee, J. (2001). Developing fully functional e-government: a four stage model. *Government Information Quarterly*, 18(2), 122-136.
- Lenk, K. et Traunmüller, R. (2002, septembre). *Electronic government: Where are we heading?* Communication présentée dans le cadre de la 1st Electronic Government International Conference (EGOV 2002), Aix-en-Provence (France).
- Lind, M.R., Zmud, R.W. et Fischer, W.A. (1989). Microcomputer adoption: the impact of organizational size and structure. *Information & Management*, 16(3), 157-162.
- Löfstedt, U. (2007). E-government services in local governments: a study of development in Swedish municipalities. *Journal of Organisational Transformation & Social Change*, 4(2), 157-176.
- Lyytinen, K. et Rose, G.M. (2003). The disruptive nature of information technology innovations: the case of internet computing in systems development organizations. *MIS Quarterly*, 27(4), 557-595.
- Marche, S. et McNiven, J.D. (2003). E-government and e-governance: the future isn't what it used to be. *Revue canadienne des sciences de l'administration*, 20(1), 74-86.
- Markus, M.L. (1987). Toward a «critical mass» theory of interactive media: universal access, interdependence and diffusion. *Communication Research*, 14(5), 491-511.
- Mathis Beath, C. (1991). Supporting the information technology champion. *MIS Quarterly*, 15(3), 355-372.
- Mayer-Schönberger, V. et Lazer, D. (2008). *E-gov and the coming revolution of information government*. Cambridge (Massachusetts), Belfer Center for Science and International Affairs (BCSIA), Harvard University.
- McIvor, R., McHugh, M. et Cadden, C. (2002). Internet technologies: supporting transparency in the public sector. *The International Journal of Public Sector Management*, 15(3), 170-187.
- McLoughlin, I. et Cornford, J. (2006). Transformational change in the local state? Enacting e-government in English local authorities. *The Journal of Management and Organization*, 12(3), 195-208.
- Micelli, S. (2005). E-government developmental guidelines. Dans E. Di Maria et S. Micelli (Eds.), *On line citizenship* New York, Springer, p. 177-201.
- Moch, M.K. et Morse, E.V. (1977). Size, centralization and organizational adoption of innovations. *American Sociological Review*, 42(5), 716-725.
- Mohr, L.B. (1969). Determinants of innovation in organizations. *The American Political Science Review*, 63(1), 111-126.
- Moitra, D. et Ganesh, J. (2005). Web services and flexible business processes: towards the adaptive enterprise. *Information & Management*, 42(7), 921-933.
- Molla, A. et Licker, P.S. (2005). Perceived e-readiness factors in e-commerce adoption: an empirical investigation in a developing country. *International Journal of Electronic Commerce*, 10(1), 83-110.
- Moon, M.J. et Bretschneider, S. (1997). Can state government actions affect innovation and its diffusion? An extended communication model and empirical test. *Technological Forecasting and Social Change*, 54(1), 57-77.
- Moon, M.J. et deLeon, P. (2001). Municipal reinvention: managerial values and diffusion among municipalities. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 11(3), 327-351.
- Musso, J., Weare, C. et Hale, M. (2000). Designing Web technologies for local governance reform: good management or good democracy? *Political Communication*, 17(1), 1-19.
- Nedovic-Budic, Z. et Godschalk, D.R. (1996). Human factors in adoption of geographic information systems: a local government case study. *Public Administration Review*, 56(6), 554-567.

- Norris, D.F. (1999). Leading edge information technologies and their adoption: lessons for U.S. cities. Dans G.D. Garson (Ed.), *Information technology and computer applications in public administration: issues and trends*, Hershey(Pennsylvanie), IGI Publishing, 137-156.
- Norris, D.F. (2003). Leading-edge information technologies and American local governments. Dans G.D. Garson (Ed.), *Public information technology: policy and management issues*, Hershey (Pennsylvanie), IGI Publishing, 139-169.
- Norris, D.F. et Kraemer, K.L. (1996). Mainframe and PC computing in American cities: myths and realities. *Public Administration Review*, 56(6), 568-576.
- Nunn, S. (2001). Police information technology: assessing the effects of computerization on urban police functions. *Public Administration Review*, 61(2), 221-234.
- Nunn, S. et Rubleske, J.B. (1997). « Webbed » cities and development of the national information highway: the creation of world wide web sites Web by U.S. city governments. *Journal of Urban Technology*, 4(1), 53-79.
- Office of the Deputy Prime Minister (2002). *Towards a national strategy for local government*. Londres (Royaume-Uni), Office of the Deputy Prime Minister.
- Oliveira, P., Roth, A.V. et Gilland, W. (2002). Achieving competitive capabilities in e-services. *Technological Forecasting and Social Change*, 69(7), 721-739.
- Pardo, T. (2000). *Realising the promise of digital government: it's more than building a website Web*. Albany (New York), Centre for Technology in Government, University at Albany.
- Peled, A. (2001). Centralization of diffusion? Two tales of online government. *Administration & Society*, 32(6), 686-709.
- Perry, J.L. et Danziger, J.N. (1980). The adoptability of innovations: an empirical assessment of computer applications in local governments. *Administration & Society*, 11(4), 461-492.
- Pratchett, L. (1994). Open systems and closed networks: policy networks and the emergence of open systems in local government. *Public Administration*, 72(1), 73-93.
- Premkumar, G. et Ramamurthy, K. (1995). The role of interorganizational and organizational factors on the decision mode for adoption of interorganizational systems. *Decision Sciences*, 26(3), 303-336.
- Raymond, L. (1985). Organizational characteristics and MIS success in the context of small business. *MIS Quarterly*, 9(1), 37-52.
- Reich Horner, B. et Benbasat, I. (1996). Measuring the linkage between business and information technology objectives. *MIS Quarterly*, 20(1), 55-81.
- Ronaghan, S.A. (2002). *Benchmarking e-government: a global perspective*. New York, Département des affaires économiques et sociales des Nations Unies.
- Rose, N.L. et Joskow, P.L. (1990). The diffusion of new technologies: evidence from the electric utility industry. *The Rand Journal of Economics*, 21(3), 354-373.
- Rubino-Hallman, S. et Hanna, N.K. (2007). New technologies for public sector transformation: a critical analysis of e-government initiatives in Latin America and the Caribbean. *Journal of E-Government*, 3(3), 3-39.
- Schneider, M. et Teske, P. (1992). Toward a theory of the political entrepreneur: evidence from local government. *The American Political Science Review*, 86(3), 737-747.
- Scholl, H.J. (2003, janvier). *E-government: a special case of ICT-enabled business process change*. Communication présentée dans le cadre de la 36th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 03), Hawaï.
- Séigny, B. et Prévost, P. (2005). The « learning community » as a local development strategy. *The Journal of Community Informatics*, 2(2), 116-133.

- Sévigny, B. et Jeanson, B. (2009). *Rapport de recherche – Révision des grilles d'analyse du Web municipal 2009*. GRECUS, rapport de recherche interne.
- Sévigny, B., Ingham, J., Prévost, P., Lagacé, M., Lagrandeur, L., De Serres, S. Murray, M. et Bourgeois, D. (à paraître): «Le Web municipal francophone au Canada: un développement axé sur le citoyen/client ou la collectivité?», *Organisations et Territoires*, Chicoutimi (Québec).
- Shackleton, P., Fisher, J. et Dawson, L. (2005, mai). *From dog licences to democracy:: local government approaches to e-service delivery in Australia*. Communication présentée dans le cadre de la 13th European Conference on Information Systems (ECIS 2005), Regensburg (Allemagne).
- Siau, K. et Long, Y. (2005). Synthesizing e-government stage models: a meta-synthesis based on meta-ethnography approach. *Industrial Management & Data Systems*, 105(4), 443-458.
- Smith, A.C. et Taebel, D.A. (1985). Administrative innovation in municipal government. *International Journal of Public Administration*, 7(2), 149-177.
- Stoltzfus, K. (2005). *Motivations for implementing e-government: an investigation of the global phenomenon*. Communication présentée dans le cadre de la 2005 National Conference on Digital government research (dg.o2005), Atlanta (États-Unis).
- Stowers, G.N.L. (1999). Becoming cyberactive: state and local governments on the world wide web. *Government Information Quarterly*, 16(2), 111-127.
- Svara, J.H. (1999). The shifting boundary between elected officials and city managers in large council-manager cities. *Public Administration Review*, 59(1), 44-53.
- Teo, T.S.H., Tan, M. et Buk, W.K. (1997). A contingency model of internet adoption in Singapore. *International Journal of Electronic Commerce*, 2(2), 95-118.
- Teske, P. et Schneider, M. (1994). The bureaucratic entrepreneur: the case of city managers. *Public Administration Review*, 54(4), 331-340.
- Thong, J.Y.L. (1999). An integrated model of information systems adoption in small businesses. *Journal of Management Information Systems*, 15(4), 187-214.
- To, M.L. et Ngai, E.W.T. (2006). Predicting the organizational adoption of B2C e-commerce: an empirical study. *Industrial Management + Data Systems*, 106(8), 1133-1147.
- Tolbert, C.J. et Mossberger, K. (2006). The effects of e-government on trust and confidence in government. *Public Administration Review*, 66(3), 354-369.
- Tornatzky, L.G. et Fleischer, M. (1990). *The process of technological innovation*. Lexington(Massachusetts), Lexington Books.
- Tornatzky, L.G. et Klein, K.J. (1982). Innovation characteristics and innovation adoption-implementation: a meta-analysis of findings. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 29(1), 28-45.
- Torpe, L. et Nielsen, J. (2004). Digital communication between local authorities and citizens in Denmark. *Local Government Studies*, 30(2), 230-244.
- Torres, L., Pina, V. et Acerete, B. (2005). E-government developments on delivering public services among EU cities. *Government Information Quarterly*, 22(2), 217-238.
- Tung, L.L. et Rieck, O. (2005). Adoption of electronic government services among business organizations in Singapore. *The Journal of Strategic Information Systems*, 14(4), 417-440.
- Utterback, J.M. (1974). Innovation in industry and the diffusion of technology. *Science*, 183(4125), 620-626.
- Vadapalli, A. et Ramamurthy, K. (1997). Business use of the internet: an analytical framework and exploratory case study. *International Journal of Electronic Commerce*, 2(2), 71-94.
- van der Graft, P. et Svensson, J. (2006). Explaining eDemocracy development: a quantitative empirical study. *Information Polity*, 11(2), 123-134.

- Ventura, S.J. (1995). The use of geographic systems in local government. *Public Administration Review*, 55(5), 461-467.
- Vidal, P. (1999). Les sites Web de quatre municipalités françaises au crible de la géographie des représentations. *The Canadian Geographer*, 43(2), 191-197.
- Walker, J.L. (1969). The diffusion of innovations among the american states. *The American Political Science Review*, 63(3), 880-899.
- Walker, R.M. (2006). Innovation type and diffusion: an empirical analysis of local government. *Public Administration*, 84(2), 311-335.
- Waring, T. et Wainwright, D. (2000). Interpreting integration with respect to information systems in organizations: image, theory and reality. *Journal of Information Technology*, 15(2), 131-148.
- Weare, C., Musso, J.A. et Hale, M.L. (1999). Electronic democracy and the diffusion of municipal Web pages in California. *Administration Society*, 31(1), 3-27.
- West, D.M. (2000). *Assessing e-government: the Internet, democracy, and service delivery by state and federal Governments*. Providence, (Rhode Island), Taubman Center for Public Policy, Brown University.
- Yigitcanlar, T. (2003, mai). *Bridging the gap between citizens and local authorities via e-government*. Communication présentée au Symposium on e-government: opportunities and challenges, Muscat, Sultanat d'Oman.
- Zegans, M.D. (1992). Innovation in the well-functioning public agency. *Public Productivity & Management Review*, 16(2), 141-156.

- Groupe de travail sur les communautés rurales branchées (2009). *Sondage sur le branchement Internet haute vitesse des municipalités régionales de comté (MRC) et des territoires équivalents du Québec, à l'exclusion des grands centres urbains: pour des territoires ruraux numériques, dynamiques et performants*, Montréal, éd. CEFRIQ, en ligne, <<http://www.ruralitebranchee.org/fileadmin/documents/CRB-Sondage-Rapport-final-01-06-2009.pdf>>, consulté le 6 janvier 2010.
- Lagrandeur, L. (2008). *Rapport du volet 2 – Ontario*, en ligne, <https://qp.admnt.usherbrooke.ca/QuickPlace/grecus/Main.nsf/h_17429295F35C5EE4852572D1000EAD17/3BC39613982C78AF852574F7006B8160/?OpenDocument>, consulté le 18 septembre 2009.
- Ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire (2009). *Municipalité régionale de comté (MRC)*, en ligne, <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/amenagement/outils/amen_outi_acte_mrc.asp>, consulté le 15 octobre 2009.
- Ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire (2009). *Répertoire des municipalités*, en ligne, <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/repertoire_mun/repertoire/reperto.asp>, consulté le 5 octobre 2009.
- OCDE (2001). *Rapport annuel 2001*, en ligne, <<http://www.oecd.org/dataoecd/49/34/1911915.pdf>>http://www.mamrot.gouv.qc.ca/repertoire_mun/repertoire/reperto.asp>, consulté le 5 octobre 2009.
- Statistique Canada (2006). *Profils des communautés tirés du recensement 2006*, en ligne, <<http://www12.statcan.ca/census-recensement/2006/dp-pd/prof/92-591/index.cfm?Lang=F>>, consulté le 6 janvier 2010.
- Ville de Gatineau (2009). *Données socio-économiques*, en ligne <http://www.ville.gatineau.qc.ca/page.asp?p=histoire_cartes_statistiques/donnees_socio_economiques>, consulté le 15 octobre 2009.
- Ville de Sherbrooke (2009). *Destination Sherbrooke*, en ligne, <<http://www.tourismesherbrooke.com>>, consulté le 6 janvier 2010.
- Ville de Sherbrooke (2009). *Bienvenue au centre-ville de Sherbrooke!*, en ligne, <<http://www.centre-villesherbrooke.ca>>, consulté le 6 janvier 2010.
- Ville de Sherbrooke (2009). *Services aux entreprises*, en ligne, <<http://www.sherbrooke-innopole.com/entreprises.php?L=fr&S=3>>, consulté le 6 janvier 2010.

Le CEFRIO

Le CEFRIO est un centre de liaison et de transfert qui regroupe près de 160 membres universitaires, industriels et gouvernementaux, ainsi qu'une soixantaine de chercheurs associés et invités. Sa mission : aider les organisations à être plus productives et à contribuer au bien-être des citoyens en utilisant les technologies de l'information comme levier de transformation et d'innovation. Le CEFRIO réalise en partenariat des projets de recherche-expérimentation, d'enquête et de veille stratégique sur l'appropriation des TI partout au Québec. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie québécoise, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à près de 70 % par ses propres projets et à 30 % par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, son principal partenaire financier.

Bureau de Québec

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec)
G1R 5H6 Canada
Tél. : 418 523-3746

Bureau de Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest
Tour Ouest, bureau 471
Montréal (Québec)
H3A 1B9 Canada
Tél. : 514 840-1245

Bureau de Rouyn

Abitibi-Témiscamingue
400, avenue Godbout
Rouyn-Noranda (Québec)
J9X 4E8 Canada
Tél. : 819 762-1021

Courriel : info@cefrio.qc.ca ■ Site Internet : www.cefrio.qc.ca

Une initiative du

cefrio
Innover par les TI

Pour le compte de

**Affaires municipales,
Régions et Occupation
du territoire**

Québec 