



RAPPORT D'ANALYSE DE NOS OUTILS DE COMMUNICATION

Service des communications

Juillet 2026

TABLE DES MATIERES

Pourquoi faire une RÉVISION de nos OUTILS de communications _____	4
Le Beaucevillien _____	5
Fréquence de publication et longueur _____	5
Clarté du message _____	5
Notre bulletin municipal : Actions (recommandation, améliorations, solutions, effectuées ou à venir...) _____	6
Le calendrier ET AIDE-MÉMOIRE citoyen (papier) _____	7
Le calendrier et aide-mémoire citoyen : Actions (recommandation, améliorations, solutions, effectuées ou à venir...) _____	8
Le site Internet _____	9
Le site Internet : Actions (recommandation, améliorations, solutions, effectuées ou à venir...) _____	9
Choix de la plateforme de gestion du site _____	9
Actualités et accueil _____	10
Menu, pages et sections de notre site Web _____	10
Implantation de l'AMI - Assistant municipal intelligent _____	11
Calendrier en ligne (agenda des services et activités) _____	12
Refonte partielle ou complète _____	13
Les pages Facebook _____	14
Page de la Ville de Beauceville _____	15
Page des Loisirs Ville de Beauceville _____	16
Page du Resto-Aréna de Beauceville _____	16
Page du Service de sécurité incendie de Beauceville _____	17
Page du Camp de jour Ville de Beauceville _____	17
Page des Rendez-vous d'hiver Beauce Auto Ford Lincoln _____	17
Page Appuyons MPP29 _____	18
Nos pages Facebook : Actions posées (recommandation, améliorations, solutions...) _____	18
Autres réseaux sociaux _____	20
Chaîne YouTube _____	20
LinkedIn _____	21
Instagram et TikTok _____	21
Publio _____	22

Relations avec les médias traditionnels	23
Télévision communautaire (TVCB)	23
Conférences de presse	23
Communiqué de presse	23
Outils divers	24
Signatures électroniques des courriels	24
Logiciel d'alertes et notifications de masse	24
Tableau numérique du boulevard	24
Tableau numérique du parc industriel	25
Panneaux 4 x 8 - Affichage dans la ville	25
Télévisions et dépliants dans les édifices municipaux	26
Séances du conseil municipal	26
Conclusion	27

POURQUOI FAIRE UNE RÉVISION DE NOS OUTILS DE COMMUNICATION

Premièrement, pour répondre à la demande du conseil municipal de procéder à une analyse des outils de communications actuels de notre organisation, notamment la page Facebook, le site Internet et le journal municipal le Beaucevillien (résolution R-2026-04-8905), dont les objectifs sont :

- D'identifier les améliorations possibles afin de bonifier l'accessibilité, la clarté et l'efficacité des communications auprès de la population ;
- D'évaluer les besoins liés à une mise à niveau ou à une modernisation du site Internet de la Ville ;
- De faire des recommandations quant aux pistes d'amélioration ou aux actions à envisager.

Deuxièmement, pour remettre en question nos pratiques et outils actuels dans une optique de modernisation et d'ajustements.

- Moderniser nos outils de communication ne signifie pas de tout réinventer, mais plutôt de faire évoluer intelligemment ce que nous avons déjà. D'ajuster nos pratiques, d'actualiser nos formats et d'optimiser nos plateformes pour mieux répondre aux habitudes actuelles des citoyens, tout en conservant ce qui fonctionne bien.
- Aussi d'observer ce qui se fait ailleurs, de s'inspirer des bonnes pratiques et des recommandations de collaborateurs externes ainsi que de demeurer attentifs aux tendances.

Un processus évolutif

Les orientations visant à moderniser nos outils de communication sont tout à fait pertinentes et rejoignent déjà plusieurs actions mises en place au quotidien par l'équipe. **Ces actions sont d'ailleurs effectuées de façon plus constante et efficiente depuis l'ajout d'une adjointe aux communications.** Cela dit, il est important de souligner que ce type d'évolution s'inscrit dans un processus graduel, qui demande du temps, des ressources humaines et des investissements financiers afin d'assurer des résultats durables et de qualité.

Dans cette optique, nous poursuivons nos efforts d'optimisation continue tout en demeurant ouverts à nous inspirer des meilleures pratiques observées ailleurs, dans le but de faire évoluer nos communications de manière réaliste, cohérente et adaptée à notre réalité organisationnelle.

Nos commentaires, actions, recommandations... se retrouvent soit en marge des sujets et textes, soit ils sont incorporés au contenu.

L'équipe des communications

LE BEAUCEVILLIEN

Le bulletin municipal demeure un outil de communication essentiel pour informer efficacement l'ensemble de la population. **Contrairement aux plateformes numériques, il permet de rejoindre aussi les citoyens moins actifs en ligne**, assurant ainsi une diffusion équitable de l'information.

Il présente un contenu pertinent, vérifié et souvent simplifié, qu'il s'agisse d'avis importants, de projets en cours, d'activités ou de services municipaux. Le bulletin contribue également à renforcer le sentiment d'appartenance en mettant en valeur la vie locale, les initiatives citoyennes et les réalisations de la municipalité. En complémentarité avec les autres outils de communication, il joue un rôle clé dans la transparence, la proximité et la qualité du lien entre la Ville et ses citoyens > **Beaucevillien** (provenance de son nom depuis 1994 lors d'un concours auprès des citoyens).



Fréquence de publication et longueur

La fréquence de publication d'un bulletin municipal varie généralement entre 2 et 6 éditions par année selon la taille de l'organisation et les ressources disponibles. Les plus petites municipalités tendent à publier plus fréquemment pour compenser un écosystème numérique moins développé, alors que les villes misent davantage sur une combinaison d'outils numériques et utilisent le bulletin comme outil de synthèse. **Cela démontre qu'il n'existe pas de modèle unique, mais plutôt des pratiques adaptées à la réalité et à la capacité organisationnelle de chaque milieu.**

Le nombre de pages d'un bulletin municipal varie généralement entre 8 et 32 pages, selon la taille de la municipalité, la quantité de contenu à diffuser, la fréquence choisie et le moyen de distribution « imprimé ». Un équilibre doit être maintenu entre l'accessibilité de lecture, les coûts de production et la pertinence de l'information, les délais d'édition vs délais de livraison afin d'éviter une surcharge tout en assurant une communication complète et efficace.

Clarté du message

Un bulletin municipal efficace repose autant sur la qualité de son contenu que sur la façon dont il est partagé. L'information doit être claire, concise et bien structurée afin de faciliter la lecture rapide, tout en demeurant pertinente et utile pour le citoyen. **Les pratiques actuelles en communication démontrent qu'une part importante de la population présente des niveaux de littératie variables**, ce qui influence directement la compréhension des messages transmis. Dans ce contexte, il devient essentiel de simplifier et d'élaguer l'information afin de la rendre claire, accessible et facile à assimiler.

Des contenus trop longs, complexes ou chargés risquent d'être peu lus ou mal compris. En privilégiant des messages concis, structurés et visuellement aérés, il est possible d'améliorer significativement l'efficacité des communications et de s'assurer que l'information essentielle est réellement comprise par le plus grand nombre de citoyens.

Notre bulletin municipal : Actions (recommandation, améliorations, solutions, effectuées ou à venir...)

Jusqu'à la fin de 2025, le Beaucevillien était publié entre 4 à 6 fois par année et comportait de 6 à 8 pages. Nous avons réduit le nombre de publication à 4 fois par année (une par saison : fin février, fin mai, fin août et fin novembre) et augmenter le nombre de pages de 8 à 12 afin d'arriver à rendre l'information plus aérée et réduire la quantité de texte sur chaque page sans sabrer dans l'information.

Grâce aux outils de conception graphique et d'édition, tels que Canva, l'accessibilité à des modèles modernes et non-coûteux pour présenter visuellement les informations facilite la transition déjà amorcée de notre bulletin municipal vers un format un peu plus long et actuel. Au cœur de cette nouvelle présentation se retrouvent et se retrouveront toujours les rappels saisonniers (éléments les plus demandés lors d'un sondage sur nos réseaux en 2024), les informations concernant les activités de loisirs / inscriptions, un mot du maire, des nouvelles municipales et bien plus.

Depuis quelques années, le bulletin est conçu à l'interne par le Service des communications grâce aux outils actuellement disponibles. Avantages : économie de frais de conception à l'externe, conception graduelle d'une édition à l'autre, partage et cueillette de contenu en continu avec l'équipe municipale, corrections et approbations au fur et à mesure, et finalement, des délais de production réduit au maximum. Au besoin, nous faisons affaire avec des graphistes externes pour des conceptions ou modèles plus spécifiques.

 Le bulletin municipal existe officiellement depuis 1994. L'information municipale pour tous les services s'était alors greffée à la programmation régulière existante des loisirs pour ne former qu'un moyen de communication « imprimé » pour les citoyens. Il a toujours été géré par la direction des loisirs et ensuite par le Service des communications.

Jusqu'à l'arrivée d'Internet, il s'agissait du seul moyen de transmettre de l'information aux citoyens en dehors des séances du conseil et des médias traditionnels (journaux et radios).

LE CALENDRIER ET AIDE-MÉMOIRE CITOYEN (PAPIER)

Le calendrier papier (ou imprimé) demeure un outil de communication essentiel, autant à l'interne que pour l'ensemble des citoyens. Il permet de centraliser dans un seul document des informations et dates importantes pour toute l'année, facilitant ainsi la planification et la diffusion des messages municipaux.

📄 Le format actuel de 32 pages (depuis 2023) a remplacé l'ancien format de deux pages (1 page recto-verso) qui servait essentiellement à indiquer la cueillette des matières résiduelles et qui existait depuis de nombreuses années. S'étaient ensuite ajoutées, au fil des ans et des éditions, des dates et informations municipales et des loisirs, ensuite quelques-unes pour le Service de sécurité incendie... et force fut de constater que le format ne convenait plus aux demandes internes.

Nous préparons tout le contenu (texte, dates, photos...) et la conception est confiée à l'externe vu la complexité du produit, la préparation spécifique pour l'imprimeur et le temps requis pour le produire.

En plus des rappels liés aux collectes des matières résiduelles et du recyclage, il informe la population des grands événements publics, des périodes d'inscription aux activités de loisirs, de plusieurs activités d'organismes locaux, des échéances des versements des comptes de taxes, ainsi que d'autres dates importantes. Sa version papier rend l'information disponible pour tous les citoyens, incluant ceux qui utilisent moins les plateformes numériques.

Au cours des dernières années, le calendrier a également été retravaillé afin d'améliorer son accessibilité visuelle. Des symboles ont notamment été ajoutés en complément des couleurs afin de faciliter la compréhension de l'information pour les personnes daltoniennes et de rendre l'outil plus inclusif pour l'ensemble des citoyens.

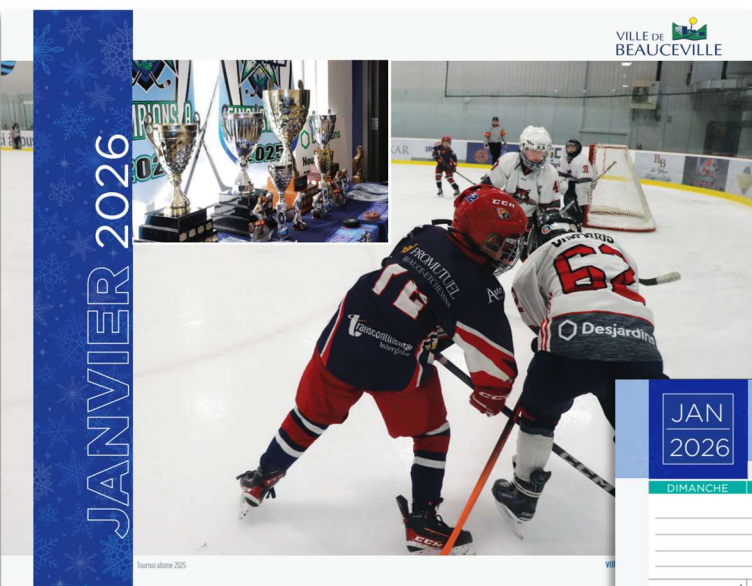
Le défi demeure d'obtenir à temps les informations pour les cueillettes des matières résiduelles, principalement pour les ressources externes (GMR...). Autrement, le contenu interne se construit bien et de façon progressive.



Le calendrier et aide-mémoire citoyen : **Actions** (recommandation, améliorations, solutions, effectuées ou à venir...)

Nous comptons maintenir cette formule de **calendrier et aide-mémoire** tout en continuant d'insérer des visuels mettant en valeur notre ville, notre milieu, incluant la page recto-verso à découper uniquement dédiée aux collectes des matières résiduelles (très demandée par les citoyens).

Nous comptons maintenir la conception réalisée à l'externe par un-e graphiste compte tenu de la complexité du produit.



JANVIER 2026

Source: album 2025

JAN 2026

N'oubliez pas de consulter l'état des installations extérieures (patinoire, sentiers et ski de fond) sur notre site Internet.

INSCRIPTIONS ACTIVITÉS AQUATIQUES du 12 au 18 janvier. Priorité de 24 h pour les gens de la MRC Beauce-Centre. En ligne ou en personne au Centre des loisirs. **Début de la session le 26 janvier.**

INTERDICTION DE STATIONNER dans les ruelles et stationnements publics du 15 novembre au 31 mars inclusivement, entre 23 h et 7 h, qu'il neige ou non.

• ville.beauceville.qc.ca • [VilleBeauceville](https://www.facebook.com/VilleBeauceville)

DIMANCHE	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI
				Notes <i>Jour de l'an</i>	1	2
				Bureaux municipaux fermés (Journée 2 janvier)	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

4 : Réouverture bureaux municipaux, Ouverture service biblio Bibliothèque Maudeline-Doyon

6 : Inscription Corps de cadets

11 : Heures de cours Bibliothèque Maudeline-Doyon, Inscription activités sportives (Jusqu'au 18 janvier), Début de session Santé active

12 : Inscription Corps de cadets

14 : Inscription Corps de cadets

18 : Séjour des Chevaliers, Salle des Chevaliers de Colombe

21 : La Clinique hockey scolaire LHM (Jusqu'au 19 février), Atelier CAPSULE DÉMOS

25 : Journée internationale de l'éducation

26 : Début session hiver activités sportives (Jusqu'au 29 mars)

27 : La Clinique hockey scolaire LHM (Jusqu'au 19 février), Atelier CAPSULE DÉMOS

CALENDRIER DES COLLECTES DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

JUILLET

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

AOÛT

D	L	M	M	J	V	S
				1		
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

SEPTEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3		
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

OCTOBRE

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3		
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

NOVEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

DÉCEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Notes

• **Collecte des encombrants secteur Nord**

• **Collecte des encombrants secteur Est**

Pour toute information pour les bacs, collectes, encombrants, éco-centre, matières acceptées ou refusées : mrcbeauceville.qc.ca | 418 774-9828 | gmr@mrcbeauceville.qc.ca

ville.beauceville.qc.ca

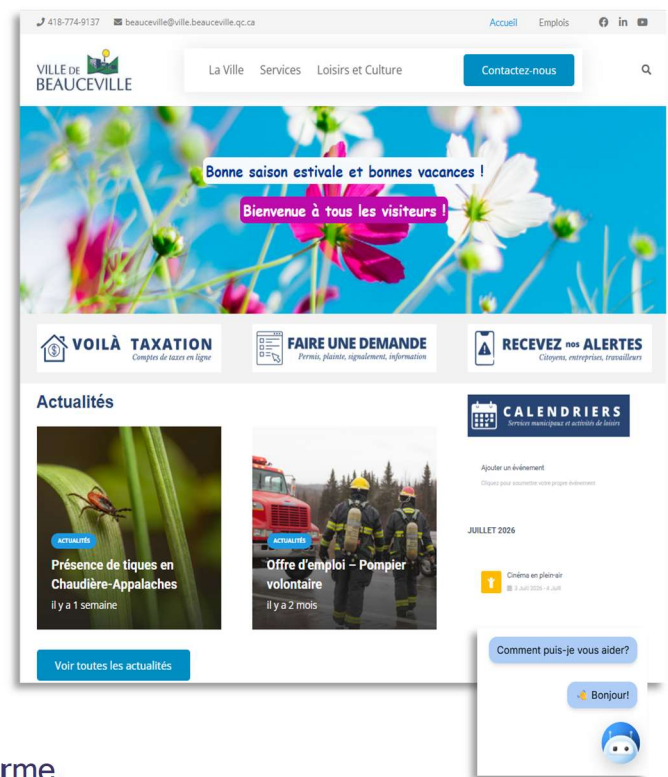
418 774-9137

LE SITE INTERNET

Le site Internet municipal est souvent et se doit d'être **le premier point de référence pour les citoyens qui cherchent de l'information**. Il joue donc un rôle central dans notre écosystème de communication. Au-delà du contenu lui-même, la façon dont l'information est présentée, structurée et accessible est essentielle pour en assurer la compréhension et l'utilité.

Dans un contexte où le niveau de littératie varie d'un citoyen à l'autre et où l'attention est limitée, il devient crucial de faire des choix réfléchis quant à la manière de diffuser l'information. Un site efficace ne se limite pas à transmettre des contenus : il doit les rendre clairs, faciles à trouver et rapides à comprendre.

C'est dans cette optique que son analyse permet d'évaluer si nos pratiques actuelles répondent bien aux besoins des citoyens, tant sur le fond que sur la forme.



Le site Internet : Actions (recommandation, améliorations, solutions, effectuées ou à venir...)

Choix de la plateforme de gestion du site

Nous utilisons **présentement la plateforme Wordpress afin de faire la gestion du contenu et du visuel de notre site Internet**. Plusieurs grandes compagnies utilisent cet outil de gestion. Il est plus complexe et demande un peu plus de formation avant d'être maîtrisé, mais offre une multitude de possibilités contrairement à d'autre plateforme comme Wix.

À la suite de l'analyse des réponses obtenues par notre équipe qui a sondé, sur le forum de l'**ACMQ** (Association des communicateurs municipaux du Québec), des personnes travaillant en communication dans certaines municipalités et suite à des recherches sur le Web, **nous avons conclu que la plateforme Wordpress était l'outil approprié à conserver** et que, de son côté, la plateforme Wix était plus adressée pour de très petites municipalités qui ont un moins d'information à partager qu'une ville comme la nôtre et qui ont peu de personnel attiré. De plus, l'installation de widgets et d'extensions est très limitée sur Wix : Ils servent à gérer les formulaires, les pop-ups, le répertoire des entreprises et organismes, le calendrier en ligne, les menus, le lien vers le système d'alerte, etc.

Nous maintenons notre position au fait que Wordpress est la meilleure plateforme à utiliser pour assurer un site Internet fonctionnel et de qualité, qui répond à nos nombreux besoins.

De plus, l'équipe actuelle aux Communications maîtrise assez bien la plateforme actuelle. L'addition d'une personne à l'équipe a permis de parfaire nos connaissances, de tester et de mettre en application plusieurs fonctionnalités encore inexploitées de la plateforme. C'est ce qui a permis une amélioration importante du site depuis le printemps dernier.

Actualités et accueil

Nous avons pris le temps d'analyser plusieurs sites municipaux afin de nous inspirer des meilleures pratiques actuelles en matière de présentation et d'expérience utilisateur au **niveau de l'accueil du site**. Nous avons ainsi choisi d'opter pour une page d'accueil plus moderne, mettant davantage en valeur les actualités, qui sont maintenant plus imagées afin de suivre les tendances observées sur d'autres sites municipaux qui ont connus des refontes récentes. De plus, les boutons raccourcis (ou menus « vedette ») sont maintenant uniformes et classiques pour faciliter la navigation. Nous en avons quelques-uns interchangeables selon les besoins.

Nous avons également revu la présentation des menus et de l'en-tête de la page d'accueil afin d'offrir une interface plus claire, intuitive et agréable à consulter. Une attention particulière a aussi été portée à l'affichage des menus et de l'en-tête sur les différentes plateformes afin que l'expérience soit optimale autant sur ordinateur que sur téléphone cellulaire ou tablette.

Menu, pages et sections de notre site Web

Le menu du site Web a été retravaillé et revisité, autant sur le plan visuel que dans son organisation. Une nouvelle arborescence a été mise en place afin de faciliter la navigation et de rendre l'information plus accessible pour les utilisateurs. Ce nouveau menu a été développé à la suite d'une analyse de plusieurs sites municipaux de plus grande envergure, comportant un volume important d'informations et de services à présenter.

Cette démarche a permis d'identifier certaines bonnes pratiques en matière d'organisation du contenu et d'accessibilité de l'information, lesquelles ont inspiré la structure actuelle de notre site Internet. **Ce travail demeure en développement et continue d'évoluer selon les besoins observés et les commentaires reçus.**



Plusieurs pages ont également été revues afin d'alléger le contenu textuel et de bonifier l'aspect visuel. L'objectif est de rendre les informations plus claires, plus attrayantes et plus faciles à consulter, tout en améliorant l'expérience globale de navigation.

Depuis janvier dernier, nous avons effectué un élagage important dans nos pages et formulaires et notre site compte actuellement près de 170 pages actives différentes. C'est autant de pages à revoir régulièrement, selon les besoins de nos divers services, les commentaires citoyens et les rapports de l'AMI.

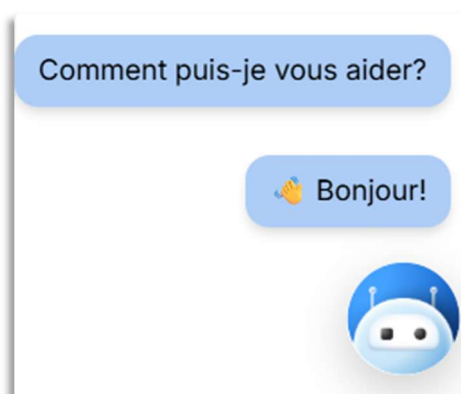
Chaque service municipal contribue au contenu de sa section respective sur le site Web. Un travail récurrent est effectué afin de mettre à jour l'information selon les nouveaux documents disponibles, les changements administratifs ou les nouvelles communications à transmettre à la population. **Le site Web est donc un outil en constante évolution** qui nécessite des ajustements et des améliorations régulières.

Dans cette démarche, une veille est également réalisée auprès d'autres sites Web municipaux afin de s'inspirer des bonnes pratiques en matière de structure, de lisibilité et d'accessibilité de l'information. À l'instar de la page d'accueil et des divers menus, **une attention particulière a aussi été portée à l'affichage des pages**, afin d'assurer une expérience de consultation optimale autant sur ordinateur que sur téléphone mobile.

Implantation de l'AMI – Assistant municipal intelligent

L'AMI, notre assistant virtuel destiné à répondre aux citoyens, a été implanté récemment et génère déjà un volume significatif d'interactions. En juin dernier, 150 demandes ont été enregistrées, dans 82 conversations. Cela qui démontre un intérêt rapide de la population pour cet outil, malgré sa courte période d'implantation.

Les performances de l'AMI sont également très satisfaisantes, avec un faible taux de réponses erronées et un haut niveau de précision dans les informations fournies.



Lorsqu'un ajustement est nécessaire dans les réponses générées, cela soulève systématiquement certaines améliorations à apporter au contenu du site Web, puisque l'AMI s'appuie directement sur celui-ci pour formuler ses réponses. Il est important de noter que l'implantation de l'AMI a contribué à un important travail d'épuration, de clarification et de précision de l'information municipale disponible sur notre site.

L'analyse des requêtes démontre que près de 30 % des questions concerne le domaine des loisirs, suivi d'environ 20 % en urbanisme, tandis que le reste touche davantage des demandes générales liées à l'administration municipale. On observe également que certaines questions* ne sont pas directement liées au champ d'action municipal, ce qui reflète une compréhension variable du rôle de l'assistant virtuel par les citoyens.

*(Ex : Peut-on réserver une table au resto)

Malgré cela, l'AMI contribue déjà à réduire la charge de travail de la réception en répondant efficacement à une proportion importante des demandes, tout en améliorant l'accessibilité de l'information pour la population.

Nous avons aussi constaté que nous recevions moins de messages via Messenger de notre page FB depuis l'arrivée de l'AMI.

Corrélation ? Coïncidence ?

Lien direct avec toutes nos récentes améliorations au site et dans nos diverses communications ?

Sujet	Part
Loisirs et vie communautaire	28.7%
Général (défaut)	27.7%
Urbanisme, règlements et permis	17.8%
Administration municipale	9.9%
Collectes	7.9%
Travaux publics	3%
Sécurité et paix	2%
Finances	2%
Environnement et mobilité durable	1%

Calendrier en ligne (agenda des services et activités)

Le calendrier en ligne permet d'offrir un accès rapide et en continu à l'information municipale, en complément de la version papier. Il facilite la mise à jour des activités, événements et rappels importants en temps réel, tout en permettant aux citoyens de consulter l'information à partir de différents appareils.

Au cours des dernières années, différentes options d'amélioration de la plateforme ont été évaluées afin d'optimiser l'expérience utilisateur et les fonctionnalités offertes. Toutefois, les solutions analysées représentaient des investissements importants puisque nous devons changer complètement d'extension et de compatibilité. Le choix actuel demeure donc l'option la plus adaptée aux besoins et aux ressources de l'organisation, tout en assurant une diffusion efficace des informations essentielles à la population.

Sur un appareil mobile, l'accès à la page des calendriers et aux activités à venir apparaît à la suite des menus « vedette » et des actualités.

Loisirs et Culture

Contactez-nous

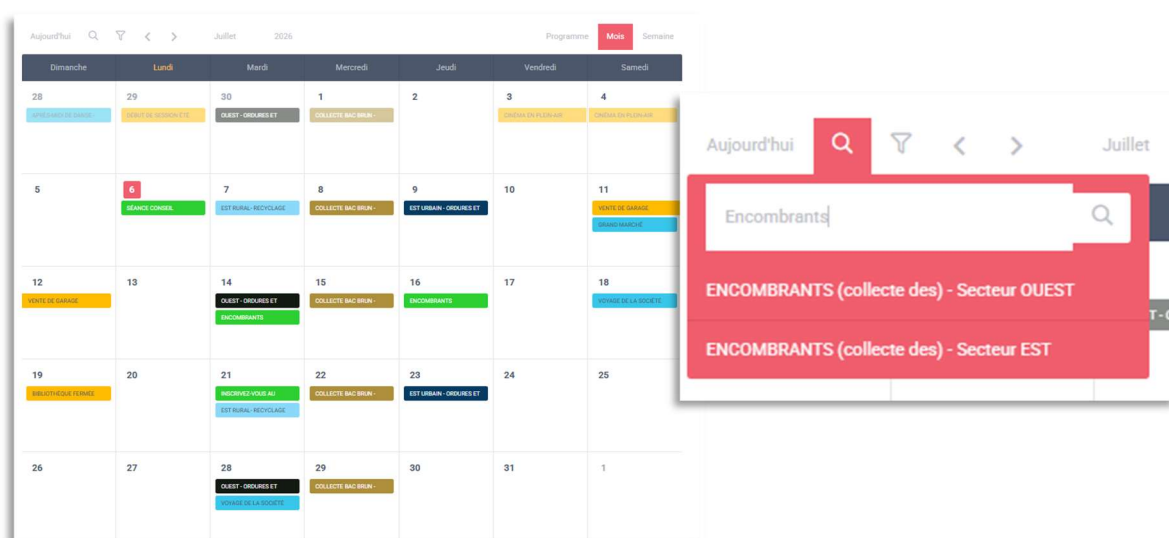
CALENDRIERS
Services municipaux et activités de loisirs

Ajouter un événement
Cliquez pour soumettre votre propre événement

JUILLET 2026

- EST rural- Recyclage SAUF Rte 173 et Dév. sud des Rapides
7 Juil 2026 00:00 - 00:00
- Séance conseil municipal
8 Juil 2026 19:30 - 21:00
- Collecte bac brun - Matières organiques
8 Juil 2026 00:00 - 00:00
- EST urbain - Ordures et recyclage + Rte 173 et Dév. Sud-Est des Rapides (DUPLIQUER)
9 Juil 2026 00:00 - 00:00

La page des calendriers contient les liens vers **notre calendrier et aide-mémoire**, vers la **version simplifiée des collectes des MR**, vers le **calendrier scolaire du CSSBE** et évidemment au **calendrier en ligne** avec des options de présentation (jour, mois, semaine...) et de recherche.



Refonte partielle ou complète

Nous avons approché la compagnie Activis qui gère déjà notre AMI et qui a travaillé avec nous pendant plusieurs mois à son éducation, qui a donc une longueur d'avance sur notre contenu, et qui est bien présente dans le milieu municipal, pour avoir une offre de service pour une refonte partielle.

Nous avons jugé excessifs les montants soumis pour une refonte partielle servant à uniquement à modifier l'aspect visuel (interface), améliorer l'accessibilité de notre site pour les personnes ayant des limitations avec la lecture et la navigation, et améliorer quelques aspects de compatibilité avec les appareils mobiles et tablettes.

Nos recherches nous ont aussi démontré que le montant à investir était évidemment très élevé si nous souhaitions faire une refonte complète et ce, sans compter les nombreuses heures que cela exigerait à notre service pour en assurer l'accompagnement, la vérification et la validation tout au long du processus (en plus de l'ajustement de l'AMI).

Notre équipe a déjà bcp amélioré le site et s'y affaire en continu tout en maîtrisant progressivement la plateforme Wordpress. Nous avons visité plusieurs sites de différentes villes de différentes grosseurs et nous avons trouvé que notre site, avec ce que nous étions en train d'améliorer, faisait très bonne figure. Rappelons-nous que l'objectif premier d'un site est de facilité d'accès à l'information essentielle.

📄 Sur plusieurs sites de d'autres villes, trouver l'information représentait vraiment tout un défi et parfois, mission impossible. On doit donc ajuster notre site en conséquence.

LES PAGES FACEBOOK

Les données issues du sondage mené par Léger pour la Ville de Québec sur les habitudes de consultation de l'information municipale démontrent que **les réseaux sociaux constituent un canal important pour rejoindre la population, particulièrement Facebook**, qui demeure la plateforme la plus utilisée par les citoyens pour s'informer. Bien que l'usage varie selon les groupes d'âge, Facebook se distingue par sa portée intergénérationnelle et sa forte pénétration auprès de l'ensemble des répondants.

Différences selon l'âge des citoyens

	18-34 ans	35-54 ans	55 ans +
Source principale d'information	Réseaux sociaux 26%	Site Internet de la Ville 26%	Le bulletin municipal 35%
Moyen le plus efficace pour les rejoindre	Texte 30%	Courriel 35%	Courriel 34%
Présence sur Facebook	90%	90%	62%
Nombre moyen de réseaux sociaux utilisés	3,7	2,2	1,2
Abonnés au compte Facebook de la Ville*	33%	26%	11%
Exposés aux publications de la Ville*	77%	70%	62%

10

Dans ce contexte, il apparaît pertinent de prioriser les efforts de communications municipales sur cette plateforme, afin d'optimiser la portée des messages et d'assurer une diffusion efficace de l'information auprès du plus grand nombre de citoyens, tout en maintenant une présence complémentaire sur d'autres réseaux selon les publics ciblés.

Afin d'optimiser la portée des communications sur Facebook et d'assurer une meilleure diffusion des contenus, **l'information municipale est répartie entre plusieurs pages selon leur nature. Cette approche permet d'éviter une concentration excessive de publications similaires sur une seule page, ce qui peut avoir un impact sur la visibilité en raison du fonctionnement de l'algorithme de la plateforme.**

En diversifiant les pages selon les types de contenus (administration municipale, loisirs, organismes, etc.), la Ville favorise une meilleure performance des publications et une

meilleure visibilité, tout en permettant aux citoyens de retrouver plus facilement l'information qui les concerne.

L'analyse des pratiques observées dans plusieurs municipalités démontre qu'il est courant de distinguer les communications corporatives des communications liées aux loisirs et à la vie communautaire.

Cette approche permet de mieux cibler les différents publics, d'augmenter l'engagement des citoyens et de maintenir une cohérence dans les messages diffusés. **La présence d'une page Facebook dédiée aux loisirs à Beauceville s'inscrit dans une pratique largement répandue au sein du milieu municipal.**

 Le Service des communications exerce une supervision et une surveillance sur toutes les pages de l'organisation (français, contenu, interactions...).

Page de la Ville de Beauceville

La page Facebook de la Ville de Beauceville constitue le principal canal de communication numérique avec les citoyens. Elle est utilisée avant tout pour diffuser de l'information de nature administrative, notamment les avis municipaux, les rappels saisonniers et les communications officielles liées aux services de la Ville. Elle sert également à relayer les informations provenant des organismes du milieu ainsi que les campagnes de financement ou activités communautaires d'intérêt public.

Toutefois, la promotion des activités de loisirs et de la programmation événementielle relève principalement de la page des loisirs, afin d'assurer une meilleure distinction des contenus et de rejoindre plus efficacement les publics ciblés selon la nature de l'information.



Le partage de publications de la page des loisirs s'effectue de temps à autre selon l'importance des informations et de la portée souhaitée. Le partage via la page municipale sert aussi à inviter les gens à s'abonner à la page des loisirs.

Données d'analyse fournies par Meta (certaines données recueillies en juin et d'autres en juillet) :

Votre audience sur Facebook compte 8 154 abonnés, est majoritairement composée de femmes (64 %) et se situe principalement dans la tranche d'âge des 35-44 ans. La quasi-totalité de vos abonnés réside au Canada, avec une forte concentration locale à Beauceville (2 384 abonnés) et Saint-Georges (1 389 abonnés).

Détails de la répartition de votre audience :

- **Genre** : 64 % de femmes et 36 % d'hommes.
- **Tranches d'âge principales** :
 - 35-44 ans : 2 556 abonnés
 - 25-34 ans : 1 708 abonnés
 - 45-54 ans : 1 605 abonnés
 - - de 25 ans et + de 54 ans : 2 285 abonnés
- **Principaux lieux et villes** : Beauceville (2 384), Saint-Georges (1 389) et Saint-Joseph-de-Beauce (426).

Page des Loisirs Ville de Beauceville

La page Facebook des loisirs de la Ville de Beauceville constitue le deuxième canal en importance en ce qui a trait aux communications sur les réseaux sociaux. **Elle est entièrement dédiée à la diffusion d'informations relatives aux activités de loisirs, aux événements, aux inscriptions, aux installations récréatives ainsi qu'aux initiatives sportives, culturelles et communautaires offertes à la population.**

Très active, cette plateforme génère très souvent de deux à trois publications par jour, permettant de promouvoir la programmation, de partager des rappels importants et de mettre en valeur la vitalité des activités du milieu. **Elle joue un rôle essentiel dans la diffusion rapide de l'information et dans l'engagement des citoyens envers les activités et services de loisirs municipaux.**



Le type de publications est varié: Programmation, affiches, vidéos, publicités et contenus médias divers. La page Facebook des Loisirs Ville de Beauceville comporte plus de 2000 abonnés. L'analyse de l'audience (printemps 2026) démontre que la page rejoint principalement une clientèle adulte, avec une forte concentration chez les 35 à 44 ans (32,2 %), suivis des 25 à 34 ans (25,1 %) et des 45 à 54 ans (18 %). Les femmes sont légèrement majoritaires au sein de la communauté.

Sur le plan géographique, la portée est fortement ancrée dans la région, puisque plus de la moitié des abonnés proviennent de Beauceville (54 %), de Saint-Georges (21,6 %) et de Saint-Joseph-de-Beauce (10 %). Ces données confirment que la page rejoint efficacement sa population cible locale et les municipalités environnantes.

Page du Resto-Aréna de Beauceville

Le choix de maintenir une page Facebook dédiée au restaurant de l'aréna repose sur une volonté de développer son image de marque de façon autonome. Cette stratégie permet de présenter le restaurant comme une destination en soi plutôt que comme un simple service complémentaire aux installations municipales.

Une présence distincte favorise la mise en valeur de son offre, contribue à fidéliser sa clientèle et permet d'adapter les communications aux attentes spécifiques de celle-ci. Sur cette page, nous organisons des concours, partageons les menus, les nouveautés et les horaires du resto.

Nous pouvons également nous servir de la plateforme pour le recrutement de personnel.

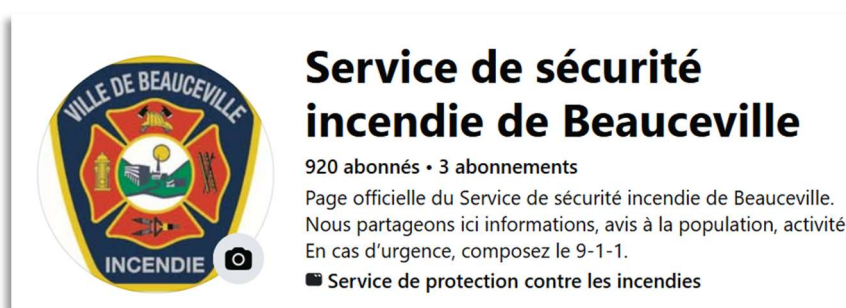


Page du Service de sécurité incendie de Beauceville

La page Facebook du Service de sécurité incendie de Beauceville a été créée afin d'offrir à la population une source d'information dédiée aux activités du service. À l'instar de nombreuses municipalités, cette plateforme permet de diffuser les renseignements relatifs aux interventions majeures lorsque cela est pertinent pour le public, tout en partageant du contenu de prévention, de sensibilisation et d'information sur la sécurité incendie.

La gestion de la page est assurée par les membres du service, qui ont été sensibilisés aux bonnes pratiques en matière de protection de la vie privée et de diffusion de l'information.

Afin de maintenir un environnement respectueux et d'éviter les débordements lors de certaines publications, les commentaires sont occasionnellement désactivés. Les contenus visuels diffusés sont de qualité professionnelle et contribuent à valoriser le travail des pompiers tout en renforçant le lien entre le service et la communauté.



Page du Camp de jour Ville de Beauceville

La page Facebook du camp de jour est un outil de communication destiné principalement aux parents des enfants inscrits. Elle sert à partager les informations importantes concernant les activités, les rappels à ne pas oublier et le déroulement des journées, en plus de diffuser des photos permettant de suivre le quotidien des enfants dans leur milieu.



Très appréciée des parents, cette page contribue à maintenir un lien constant entre le camp et les familles. Elle est gérée par les coordonnateurs du camp de jour, sous la supervision du Service des loisirs, afin d'assurer une communication claire, sécuritaire et bien encadrée.

Page des Rendez-vous d'hiver Beauce Auto Ford Lincoln

La page Facebook des Rendez-vous d'hiver est entièrement dédiée aux activités de cet événement qui se déroulent chaque hiver.



Page Appuyons MPP29

La page Facebook Appuyons MPP29 est entièrement dédiée à soutenir Marie-Philip Poulin dans ses aventures olympiques.

Cette page existe depuis 2018 et son nombre d'abonnés a augmenté proportionnellement à la carrière de notre ambassadrice sportive.



Nous y partageons occasionnellement des nouvelles autres que sa présence aux olympiques en raison de son parcours. Par contre, tout publier serait trop demandant compte tenu de tout ce qui entoure sa carrière, ses prix, ses records, etc.

Nos pages Facebook : **Actions posées** (recommandation, améliorations, solutions...)

Nous comptons maintenir les mêmes pages en fonction tout en créant des interactions entre les pages lorsque cela est pertinent pour en augmenter et mieux orienter les abonnés. On évite la dilution des publications dans les différents fils d'actualités de chacune des pages.

La page dédiée à Marie-Philip Poulin devra être analysée par l'équipe des Communications avec l'aide de l'équipe de la Vie communautaire du Service des loisirs pour en déterminer son orientation, son futur et surtout, sa gestion.

Au cours de la dernière année, nous avons acquis le logiciel de montage vidéo CapCut, qui est simple et convivial, qui nous permet de produire des publications vidéo plus dynamiques et adaptées aux habitudes de consommation actuelles. Le logiciel intègre plusieurs fonctionnalités d'intelligence artificielle qui facilitent notamment la génération de sous-titres et d'effets visuels, ce qui contribue à créer des vidéos plus engageantes.

Nous consultons régulièrement les réseaux et suivons des formations (ou auto-formation) sur le web afin de suivre l'évolution des tendances sur les réseaux sociaux et d'adapter nos publications aux formats qui suscitent le plus d'intérêt auprès du public. Au moment d'écrire ces lignes, les contenus vidéo courts, les montages rythmés et les publications mettant l'accent sur la vidéo/photo étaient toujours nettement favorisés par les plateformes et généraient généralement un meilleur engagement.

Parmi les recommandations actuelles de contenu performant d'avantage sur les réseaux sociaux, on retrouve des publications montrant des personnes (au lieu d'affiches remplies de texte), des vidéos courtes de 15 à 45 secondes, les photos d'évènement et les publications de type « avant/après ».

Note sur l'IA et les réseaux sociaux :

L'intelligence artificielle fait désormais partie des outils utilisés pour soutenir certaines tâches de création de contenu. **Elle est principalement employée pour accélérer le processus de travail, générer des idées, bonifier des textes, proposer des formulations ou faciliter certaines étapes du montage vidéo.**

Toutefois, son utilisation doit demeurer encadrée et repose sur le jugement professionnel de l'équipe. Les contenus publiés sont révisés, adaptés et personnalisés afin qu'ils reflètent le ton, les valeurs et l'image de la Ville. Une utilisation excessive de l'intelligence artificielle, ce qu'on voit actuellement sur les réseaux sociaux, notamment pour la création complète de textes ou de visuels, peut produire un contenu impersonnel et facilement reconnaissable par les utilisateurs des plateformes comme Facebook, ce qui peut nuire à l'authenticité et au professionnalisme des communications.

L'intelligence artificielle est donc considérée comme un outil d'assistance qui vient soutenir le travail de création, sans remplacer l'expertise, la créativité et le regard humain.



AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX

Chaîne YouTube

La chaîne YouTube de la Ville de Beauceville constitue un **outil de communication complémentaire** aux autres plateformes numériques de la municipalité. Elle regroupe principalement des vidéos d'information publique, des consultations citoyennes, des présentations de projets municipaux, des événements spéciaux ainsi que certaines capsules promotionnelles mettant en valeur la communauté.



On y retrouve aussi des présentations servant à nos services (instructions, procédures...).

Comparaison avec les autres municipalités

La présence d'une chaîne YouTube municipale est aujourd'hui une pratique courante au Québec. Les grandes villes comme Québec, Lévis, Gatineau ou Sherbrooke utilisent abondamment la vidéo pour diffuser leurs séances du conseil, leurs consultations publiques et leurs campagnes promotionnelles. **Dans les municipalités de plus petite taille, les chaînes YouTube servent souvent davantage de bibliothèque vidéo** que de canal de communication principal, rôle qui demeure généralement occupé par Facebook. Cette situation correspond à l'utilisation actuelle de notre chaîne.

Ce que l'IA nous dit sur notre chaîne

Dans votre cas, je ne verrais pas la chaîne YouTube comme un outil à développer massivement, mais plutôt comme un excellent support pour :

- les vidéos promotionnelles de la Ville;
- les projets majeurs;
- les capsules patrimoniales;
- les conférences de presse;
- les rediffusions d'événements importants;
- les vidéos produites pour attirer de nouveaux citoyens ou investisseurs.

C'est davantage un outil de crédibilité et d'archivage qu'un outil de portée quotidienne, contrairement à Facebook où les citoyens interagissent beaucoup plus rapidement.

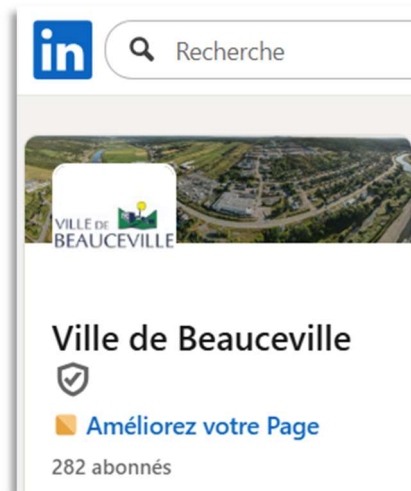
Et entre nous, pour une ville d'environ 6 000 habitants, le fait d'avoir une chaîne active et alimentée occasionnellement est déjà au-dessus de ce que plusieurs municipalités comparables font actuellement.

LinkedIn

La page LinkedIn de la Ville de Beauceville est principalement utilisée comme **outil de recrutement, de nouvelles économiques et de valorisation de la marque employeur municipale, bref, du contenu plus spécifique.**

Contrairement aux autres plateformes de communication de la Ville, qui s'adressent principalement aux citoyens, LinkedIn permet de rejoindre des professionnels, des entreprises, des étudiants, des chercheurs d'emploi ainsi que des candidats potentiels provenant de l'extérieur du territoire.

Nous aurions avantage à adopter une meilleure utilisation en ciblant les nouvelles économiques de notre ville et des partenaires (MRC, BCE...).



Instagram et TikTok

À ce jour, la Ville de Beauceville ne possède pas de compte officiel sur Instagram ou TikTok. Cette situation est relativement fréquente chez les municipalités de petite et moyenne taille, qui doivent composer avec des ressources humaines limitées et faire des choix stratégiques quant aux plateformes à privilégier.

Tendances observées dans les municipalités

Au cours des dernières années, plusieurs villes québécoises ont développé une présence sur Instagram afin de mettre en valeur leur territoire, leurs événements, leurs infrastructures et leur qualité de vie. Cette plateforme est particulièrement populaire auprès des jeunes adultes et permet de diffuser du contenu visuel de façon attrayante.

Toutefois, plusieurs municipalités choisissent encore de ne pas y investir en raison des ressources nécessaires à la création de contenu adapté à la plateforme.

Avantages potentiels d'une présence sur Instagram ou TikTok

- Rejoindre une clientèle plus jeune qui utilise moins Facebook;
- Augmenter la visibilité des événements, activités et attraits municipaux;
- Valoriser le territoire, les infrastructures et les services municipaux à travers du contenu visuel;
- Développer un sentiment d'appartenance auprès des citoyens;
- Diversifier les moyens de communication de la Ville.

Inconvénients et défis

- Nécessite du temps et des ressources pour produire du contenu de qualité sur une base régulière;
- Risque de dédoubler du contenu déjà diffusé sur Facebook sans générer d'audience significative;

- Demande une adaptation des formats et du ton de communication propres à chaque plateforme;
- Génère une charge supplémentaire de gestion, de modération et de suivi;
- Les résultats peuvent demeurer limités si la fréquence de publication n'est pas suffisante.

Analyse de l'IA

Considérant les outils déjà en place – site Web, pages Facebook, chaîne YouTube et compte LinkedIn – la Ville de Beauceville dispose déjà d'un écosystème de communication numérique relativement complet pour une municipalité de sa taille.

L'absence d'Instagram et de TikTok ne constitue donc pas nécessairement une faiblesse. Le développement d'une présence sur ces plateformes pourrait être envisagé à moyen terme si les ressources disponibles permettent d'assurer une animation régulière et adaptée à leur clientèle cible. **À court terme, l'optimisation des plateformes existantes pourrait toutefois offrir un meilleur retour sur investissement que l'ajout de nouveaux réseaux sociaux.**

Si je compare avec ce que je vois ailleurs, Instagram est devenu assez courant même dans des villes de 5 000 à 15 000 habitants. Par contre, TikTok est encore loin d'être la norme. Beaucoup de municipalités ouvrent un compte TikTok parce que « tout le monde en parle », puis publient trois vidéos en six mois. À mon avis, **une page TikTok mal alimentée donne une moins bonne image que de ne pas en avoir du tout.**

Pour Beauceville, je verrais beaucoup plus un potentiel sur Instagram que sur TikTok. Vous avez déjà énormément de contenu visuel : loisirs, camp de jour, événements, paysages, projets municipaux, sécurité incendie, Marie-Philip Poulin, etc. Ça se transpose naturellement sur Instagram, alors que TikTok demande une approche beaucoup plus créative et constante.

Considérant les ressources humaines actuellement disponibles et le nombre d'outils de communication déjà administrés par l'équipe, l'ajout de nouvelles plateformes sociales devrait être évalué en fonction de la capacité organisationnelle à assurer une gestion régulière et de qualité.

Action : À moins d'avoir accès à un portail qui nous permettrait de n'éditer qu'un contenu et que celui-ci serait rapidement partagé vers d'autres réseaux, nous n'envisageons pas d'utiliser d'autres outils que ceux actuels.

Publio

Nous sommes membres de ce [réseau social](#) de publications locales qui prend de plus en plus d'ampleur.

Une nouveauté intéressante pour nous est qu'ils ont développé une plateforme qui nous permet de diffuser nos publications à partir de leur portail pour ensuite choisir vers quels réseaux nous voulons qu'elles soient automatiquement partagées. **Nous comptons l'utiliser dès la fin des vacances et transmettre nos instructions internes à cet effet.**

RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TRADITIONNELS

La Ville de Beauceville entretient une relation de collaboration étroite avec les médias traditionnels de la région, qu'il s'agisse des médias écrits, radiophoniques ou numériques. Ces partenariats permettent d'assurer une diffusion élargie des informations municipales auprès de la population. L'équipe des communications transmet régulièrement des communiqués de presse, répond aux demandes médiatiques et invite personnellement les représentants des médias lors des conférences de presse et événements d'importance.

À l'occasion, la Ville collabore également avec ces médias dans le cadre de campagnes de promotion ciblées, notamment pour la diffusion d'événements majeurs, d'offres d'emploi ou d'initiatives municipales.

Télévision communautaire (TVCB)

La Télévision communautaire (TVCB) demeure un média important au niveau local et aussi sur le Web. Voici les utilités avec nos services via leurs canaux de télévision (Sogetel et Videotron) et via leur Page Facebook et leur site Internet :

- Diffusion des séances régulières du conseil municipal 24 à 48 heures suivant chaque séance ;
- Diffusion de chroniques et entrevues de nos services ;
- Diffusion d'annonces sur leur babillard électronique (TV seulement) ;
- Partage de nos communiqués de presse et nouvelles dans leurs reportages réguliers, leurs bulletins de nouvelles.

Conférences de presse

Nous organisons occasionnellement des conférences de presse, mais celles-ci sont moins courantes qu'auparavant en raison des autres outils de communications dont nous disposons.

Coordonnées par les Communications, en partenariat avec les services concernés, celles-ci ne doivent être tenues que lorsque l'annonce ou les annonces sont importantes et que celles-ci présentent un événement ou un projet concret. Le déplacement des médias doit en valoir la peine.

Communiqué de presse

Au cours des dernières années, la Ville de Beauceville a également modernisé la présentation de ses communiqués de presse afin d'en améliorer l'impact et la lisibilité. En plus du contenu rédactionnel, les communiqués intègrent désormais davantage d'éléments visuels, tels que des photographies, des logos et des visuels promotionnels lorsque le contexte s'y prête. Cette approche permet de mieux mettre en valeur les annonces municipales, de faciliter la reprise de contenu par les médias et d'assurer une cohérence visuelle avec l'ensemble des outils de communication de la Ville.

Les communiqués sont plus utilisés que les conférences de presse.

OUTILS DIVERS

Signatures électroniques des courriels

La signature électronique des courriels constitue également un outil de communication simple, mais efficace. En plus de regrouper les coordonnées et les informations de contact général de l'organisation, elle permet de mettre en valeur certains messages ou initiatives grâce à l'ajout de bannières ou de visuels promotionnels. Cet espace est utilisé de façon ponctuelle pour promouvoir des événements, des campagnes de recrutement, des rappels importants ou de l'information municipale jugée prioritaire.

Logiciel d'alertes et notifications de masse

Le logiciel d'alertes et de notifications de masse (alertes automatisées) est un **outil essentiel de communication rapide avec la population, particulièrement lors de situations nécessitant une diffusion immédiate de l'information**. Il est utilisé pour transmettre des avis concernant notamment les entraves routières, les interruptions du service d'aqueduc, les changements liés à la collecte des matières résiduelles, les opérations de déneigement, les alertes préventives en situation de crue de la rivière, ainsi que certains messages d'information générale ou de prévention incendie.

On l'utilise dès que la situation le requiert, i.e., dès que celle-ci a des impacts sur les citoyens et les services essentiels. On compte 2650 abonnés, mais ceux-ci ne reçoivent pas toutes les alertes en raison de leur abonnement incomplet ou non mis à jour. **Nous aurions besoin de personnel supplémentaire pour mettre à jour chacun des dossiers problématiques (soit plus de 800).**

Les alertes peuvent aussi être transmises via le portail par la centrale CAUCA en tout temps en l'absence du personnel attitré dument formé.

Dans les 12 derniers mois, environ 35 alertes ont été envoyées dont la majorité pour les routes et le réseau d'aqueduc. 98% de ces alertes ont été envoyées uniquement par la direction des communications.

Tableau numérique du boulevard

Le tableau numérique situé sur le boulevard constitue un outil de communication complémentaire. Réservé aux messages municipaux et communautaires, il est utilisé pour annoncer des événements, rappeler certaines échéances ou transmettre des avis d'intérêt général. Bien que son format soit limité à l'affichage de texte et ne permette pas l'utilisation de visuels, il demeure un moyen efficace de rejoindre une partie de la population dans ses déplacements quotidiens (boulevard). Sa visibilité et son emplacement stratégique en font un outil pertinent, malgré qu'il soit situé dans une zone de circulation active et non dans une zone d'arrêt.



Puisqu'il est situé dans l'emprise du MTMD, aucun message à connotation commerciale¹ ne peut y être affiché, ni aucune indication de coûts, ni des effets visuels dynamiques. Il est géré par les Communications (règles et logistique) avec l'aide de la réception de l'hôtel de ville qui assure l'édition de contenu.

Amélioration importante : Le tableau qui date de 2013 devrait être changé pour avoir une meilleure gestion à distance (logiciel, accès Internet...). La logistique actuelle est désuète et problématique.

Tableau numérique du parc industriel

La Ville dispose également d'un tableau numérique destiné principalement aux entreprises du parc industriel ainsi qu'aux autres industries présentes sur son territoire. Cet outil permet de diffuser des informations d'intérêt pour le milieu économique, offre d'emploi et autres.

Comme pour le tableau du boulevard, l'affichage se fait sous forme de texte uniquement et sans publicité commerciale - uniquement le nom de l'entreprise ou des messages de recrutement. Il est géré par les Communications (règles et logistique) avec l'aide de la réception de l'hôtel de ville qui assure l'édition de contenu.



Amélioration importante : Si nous continuons de l'opérer ainsi, il devrait être changé pour une meilleure gestion à distance (logiciel, accès Internet...). La logistique actuelle est désuète et problématique. Il date de 2015 et ce fut au départ un choix de produit contestable compte-tenu de ses fonctionnalités.

Avis important : Ce tableau ne devrait servir uniquement qu'à indiquer nos propres messages municipaux, surtout en raison du logiciel dédié à ce type de tableau qui n'est pas du tout convivial.

Panneaux 4 x 8 – Affichage dans la ville

La Ville utilise également des espaces d'affichage physique situés à des emplacements stratégiques afin de promouvoir certaines activités, événements ou campagnes d'information. Trois sites sont disponibles sur le territoire :

- Un panneau double*, pour deux 4 x 8 séparés recto-verso, situé devant l'hôtel de ville, permettant l'installation de quatre panneaux distincts de format 4 x 8.
- Un panneau 4 x 8* localisé à l'extrémité sud-ouest du pont.
- Un panneau 4 x 8* situé en face du pont, sur notre terrain de la descente urbaine de la piste cyclable.

¹ Exemple de connotation commerciale interdite : Festival de soccer IGA

Réservés aux messages municipaux et communautaires, ces espaces offrent une visibilité non négligeable auprès des automobilistes et des citoyens qui circulent quotidiennement dans ces secteurs achalandés. C'est un moyen de plus pour informer les gens, même s'ils nécessitent davantage de planification et de logistique que les outils numériques.

* Le MTMD tolère leur emplacement en autant que nous en fassions une gestion adéquate et qu'on ne fasse aucune annonce avec connotation commerciale.

À conserver tant que cela ne demandera pas plus de frais d'entretien et que le MTMD le tolérera.

Télévisions et dépliants dans les édifices municipaux

La Ville dispose également d'écrans d'affichage numérique (moniteurs-TV) dans plusieurs bâtiments municipaux, notamment à l'aréna, à la bibliothèque et au centre des loisirs. Les écrans servent principalement à diffuser la programmation des loisirs ainsi que diverses informations municipales d'intérêt pour les citoyens.

Utilisés eux aussi de façon complémentaire aux autres outils de communication, ils permettent de rejoindre directement les usagers des installations municipales et d'assurer une visibilité accrue aux activités, événements, avis et rappels importants.

Leur emplacement dans des lieux fréquentés contribue à renforcer la portée des messages diffusés auprès de différents segments de la population. **À l'occasion, la programmation des loisirs et événements est offerte en format de type dépliant permettant aux familles de la ramener à la maison.**

Amélioration : Se doter d'une série de téléviseurs-écrans, dans nos édifices, tous dédiés à la diffusion de messages de tous les services et tous gérables à distance avec une plateforme en ligne.

Ainsi, les rappels de taxes seraient aussi diffusés à l'aréna, les périodes d'inscriptions aux loisirs à l'hôtel de ville, et ainsi de suite, sans manipulation séparée de clés USB, etc.

Séances du conseil municipal

Les séances du conseil peuvent servir à transmettre des informations aux citoyens, par voie des élus. Les informations peuvent provenir des élus eux-mêmes, du Service des communications pour l'ensemble des services ou d'autres sources internes ou externes.



Les personnes attentives aux séances via la TVCB (TV ou FB ou Internet) ou par le biais de la couverture médiatique locale et régionale, pourront capter certaines informations.

Amélioration : Réalisation de capsules vidéo suivant chaque séance du conseil ayant pour objectif de résumer les principaux sujets d'intérêt qui ont été discutés et de diriger les gens vers la TVCB pour la version intégrale. (Projet actuellement en examen).

CONCLUSION

En outils de communication, principalement utilisés pour informer notre population, nous avons donc, en résumé :

- Le bulletin municipal
- Le calendrier et aide-mémoire
- Le site Internet
- Des pages Facebook (7)
- D'autres réseaux sociaux
- Des outils divers d'affichage et de diffusion

Nous valorisons une autonomie de gestion de nos outils et l'utilisation de ressources externes lorsque requis. Nous choisissons le FAIRE ou le FAIRE FAIRE, selon les situations et projets.

Nous disposons de plusieurs outils à utiliser, mais aussi à ajuster, modifier et mettre à jour chaque fois qu'un changement est requis (date de séance, de collecte, d'activités...).

Les améliorations aux divers outils sont apportées au fur et à mesure de leur utilisation, des commentaires, observations et suggestions reçues de l'interne et de l'externe, et évidemment, selon notre agenda, les ressources humaines et financière disponibles.

Nous croyons honnêtement que notre organisation municipale n'a rien à envier à d'autres villes de même envergure en matière d'outils de communication pour informer sa population.

Lorsque nous consultons nos collègues des autres villes, membres de l'Association des communicateurs municipaux (ACMQ), on réalise et constate que nous sommes dans la bonne voie avec notre combinaison de connaissances et l'utilisation de nos outils.

De plus, nous suivons des formations d'usage et de perfectionnement dès que cela se présente en plus d'être autodidactes et d'être de fervents utilisateurs de l'IA.

Paul Morin et Rose-Soleil Audet

Service des communications

Juillet 2026