

CNESST : un site Web à rebâtir

Yolène Morency, directrice générale des communications.
Direction générale des communications de la vice-présidence à
l'administration et aux communications. Commission des
normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail
(CNESST)

Émilie Michaud

Volume 32, 2022

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1095293ar>

DOI: <https://doi.org/10.31468/dwr.1017>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Canadian Association for the Study of Discourse and Writing

ISSN

2563-7320 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Michaud, É. (2022). CNESST : un site Web à rebâtir: Yolène Morency, directrice générale des communications. Direction générale des communications de la vice-présidence à l'administration et aux communications. Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST). *Discourse and Writing/Rédactologie*, 32, 460–462. <https://doi.org/10.31468/dwr.1017>

© Émilie Michaud, 2022



This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

Article

CNESST : un site Web à rebâtir

Yolène Morency, directrice générale des communications¹

Direction générale des communications de la vice-présidence à l'administration et aux communications

Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST)

Émilie Michaud
Université Laval

Avant son départ à la retraite, Yolène Morency nous a relaté les grandes étapes du projet de refonte du site Web de l'organisme, projet qu'elle a eu le plaisir de coordonner.

Une fusion harmonieuse

Le projet de refonte du [site Web de la CNESST](#), qui répondait à un besoin d'harmonisation après la fusion en 2016 des trois commissions à l'origine de la CNESST, a débuté en 2019 et s'est terminé en janvier 2021 avec la mise en ligne de la nouvelle forme du site Internet.

Chacune des commissions de la CNESST (normes du travail, santé et sécurité, équité) possédait son propre site Web qui reflétait sa culture interne et non pas les besoins des clients, en plus d'utiliser un vocabulaire particulier, différent d'une commission à l'autre. Au total, ce sont près de 2000 contenus dispersés sur des centaines de pages qui ont dû être relus et modifiés.

Vocabulaire différent d'une commission à l'autre, jargon administratif, structure de l'information ; les problèmes rencontrés par les clients utilisateurs étaient variés. C'est donc un gros travail de

simplification et de vulgarisation qui a été entrepris, inspiré par les bonnes pratiques observées sur les sites gouvernementaux ([Québec.ca](http://Quebec.ca), [la SAAQ](http://la.SAAQ), etc.), pour une cohérence gouvernementale accrue.

Une équipe interne dédiée, composée de 5 personnes des communications, 3 personnes des technologies de l'information et près de 15 personnes-ressources par ligne d'affaires, a mené à bien ce projet de refonte. Les responsables ont aussi pu compter sur l'aide de 5 rédacteurs externes ainsi que de 2 employés du domaine des technologies de l'information.

Ce chantier hors norme nécessitait l'engagement complet de l'équipe dédiée, qui s'est vue déchargée de ses tâches habituelles, un paramètre majeur pour le succès du projet. De plus, tous les secteurs d'affaires ont été mobilisés, de la direction au centre d'appels de la clientèle, pour garantir la pluralité des points de vue et la participation de tous, employés comme clients. En effet, chaque décision était justifiée par les nombreuses données récoltées par le centre de relation avec la clientèle.

Un tel projet impliquait aussi un changement de culture organisationnelle, principal défi rencontré par ses responsables. Pour réduire l'impact du changement, l'équipe responsable s'est donc assurée d'offrir des formations et des plans d'accompagnement aux autres employés.

Si le projet en tant que tel est terminé, la vice-présidence continue d'assurer un suivi en s'impliquant dans les autres programmes de l'organisation pour que la simplification, la vulgarisation et la vision du client demeurent présentes dans les nouvelles procédures.

Du côté de la vice-présidence, le projet a été réalisé en mode agile, en suivant un processus rédactionnel s'étalant sur 8 semaines ayant pour dernière étape la validation par les experts. Les responsables ont par ailleurs établi des principes de rédaction et un cadre de gestion et ont mis en place un comité éditorial.

Quiconque souhaiterait entamer un chantier similaire devrait réunir une équipe dédiée, effectuer de la représentation dans l'organisation, établir des stratégies de communication et de gestion du changement, et le plus important, garder l'œil ouvert sur les comportements et les besoins de la clientèle. De plus, il convient d'insuffler une vision commune, vision qui permet d'encadrer les principes rédactionnels et décisionnels. Au-delà de l'aspect logistique, un tel projet demande une bonne dose de motivation et de rigueur.

L'équipe de la CNESST peut se féliciter d'avoir livré un projet de grande envergure en respectant le budget et les délais, en pleine pandémie. Le ralliement des équipes à une vision commune est également source de fierté pour les responsables. Le projet suit maintenant son cours : le site Web se

veut évolutif et il contient un sondage client permettant de récolter les avis pour que les besoins de la clientèle soient toujours pris en compte.

Comment se termine ce récit d'un succès ? Plutôt bien. En effet, le projet de refonte du site Web de la CNESST a été finaliste au [prix Zénith](#) des communications du gouvernement du Québec, volet communication numérique, en 2021.

Notes en fin d'ouvrage

1. Aujourd'hui à la retraite.