

Annexes au préavis n°50-09 Communication des projets d'intérêt régional

1. Description détaillée des volets A), B) et C)

La composition de ces trois volets inclut :

Volet A) Mise à disposition d'outils régionaux (canaux, supports, contenus),

Certains outils de communication peuvent être mis en place à l'échelle de la région. Mis à disposition des projets, leur partage permet d'éviter la redondance d'information et la multiplication de canaux et supports. Au contraire, ils génèrent des économies d'échelle et renforcent les messages du développement régional. A titre illustratif :

- Canaux :
Web « régionyon » et occasionnellement web du projet d'agglo franco-valdo-genevois»; plateforme de débat sur les projets d'intérêt régional ; MIPIM ; lettre du projet d'agglo franco-valdo-genevoise.
- Contenus :
Photographies thématiques ; graphiques, schémas et autres visuels liés au développement régional (distribution de l'étalement urbain, flux de mobilité, échelles territoriales, etc) ; chiffres (données statistiques), textes et slogans ;
- Supports :
Maquette powerpoint et projets de présentation; panneaux sur les tendances lourdes du développement ; document de présentation des outils de coordination.

L'ensemble de ces éléments vient renforcer la palette d'outils de communication des projets d'intérêt régional.

Volet B) Apport en compétences (stratégie, planning, rédaction, organisation, logistique)

De la phase d'ébauche à la mise en œuvre de projets, les compétences pour la coordination de la communication se déclinent tout au long du processus comme suit :

- Stratégie de communication :
Aide à l'élaboration de la stratégie ; définition des axes de communication par la mise à profit des références socioéconomiques, environnementales, énergétiques, du patrimoine, de la culture et des loisirs, etc qui faciliteront la mise en évidence des points forts sur le projet ;
⇒ ! contribution des chefs de projet (compétences existantes)
- Supports et contenus :
Aide aux choix des supports et contenus, rédaction et relecture de documents ;
- Accompagnement de la communication :
Rédaction du plan d'actions, des cahiers des charges de mandataires ; debriefing ; organisation et logistique, etc.

Pour plus d'information, le document « stratégie de promotion et de communication des projets » y fait référence.

Volet C) Contribution budgétaire en vue d'opérations à externaliser partiellement, selon clé de répartition

Cette partie couvre les aspects financiers qui devront être dégagés pour la réalisation d'éléments de communication de projets par des professionnels tiers.

Il s'agit essentiellement de conseils sur le choix de la stratégie, de la réalisation graphique de supports (brochures, affiches, etc), de la modération d'atelier ou de tables rondes, et de l'impression de ces différents supports.

2. Exemple du schéma directeur intercommunal

Ce projet de territoire réunit quelques communes. L'élaboration du projet est conduite sous la responsabilité de syndicats et de municipaux (COFIL) en partenariat avec le Conseil régional et le canton.

Les étapes de communication prévues en 2009 sont les suivantes :

PHASE 1 : stratégie

Avant de lancer toute communication d'un projet, il est nécessaire de définir : les objectifs à atteindre (approbation, soutien financier, etc), le public cible, le contenu qui sera transmis au public-cible ainsi que le contexte, et de planifier les étapes de communication et en conséquence, de choisir les supports adéquats.

Coûts totaux : travail de relecture et de conseils sur la stratégie avec le plan d'actions par un mandataire, environ Chf 4'000.-.

PHASE 2 : concertation

Le projet doit être présenté aux municipalités. Il s'agit de réunir les différentes attentes et perceptions des élus autour d'objectifs à atteindre.

Objectif visé : un consensus sur les enjeux du développement

Moyens nécessaires :

1. Organisation d'une table ronde
2. Réalisation d'un document de synthèse avec questions-réponses
3. Réalisation de présentations powerpoint
4. Mise à disposition d'informations sur l'étude accessible sur l'intranet du Conseil régional et des communes concernées ; des schémas de synthèse et visuels explicatifs mis à disposition par la région (pour powerpoint, document de synthèse).

Public cible : les membres des municipalités, la société civile

Coûts totaux :

- point 2 : impression Chf. 3'000.-, dont participation régionale : Chf. 1'000.-
- points 1, 2, 3 : volet B) compétences mises à disposition par la région (en complément des partenaires pour l'organisation et logistique)
- point 4 : volets A) mis à disposition par la région à tous les projets

PHASE 3 : consultation

Le projet a été revu sur les résultats de la phase de concertation, il doit être approuvé par les Municipalités et le canton.

Objectif visé : entrée en vigueur du schéma directeur

Moyens nécessaires :

1. Atelier ou table ronde avec modération
2. Révision du document de synthèse avec questions-réponses

3. Révision de présentations powerpoint
4. Réalisation de trois affiches (format mondial) pour le schéma directeur (1. patrimoines et environnement ; 2. urbanisation, mobilité, énergie ; 3. développement socioéconomique et dynamique culturelle) et une affiche par projet localisé qui s'articule au schéma directeur
5. Mise à disposition d'informations sur l'étude accessible sur l'intranet du Conseil régional et des communes concernées ; des schémas de synthèse et visuels explicatifs mis à disposition par la région (pour powerpoint, document de synthèse).

Public cible : les membres des municipalités, le canton

Coûts totaux :

- points 1, 2, 3 : modération, impression document, réalisation des affiches : Chf. 12'000.-, dont participation régionale : Chf. 4'000.-
- points 1, 2, 3 et 4 : volet B) compétences mises à disposition par la région (en complément des partenaires pour l'organisation et logistique)
- point 5 : volet A) mis à disposition par la région à tous les projets

PHASE 4 : information

Les remarques du canton ont nécessité la révision du document par les mandataires. Un addenda est ajouté au document validé par les exécutifs et par le canton.

Objectif visé : information sur la vision partagée des élus pour le développement dans les contextes locaux, régionaux, cantonaux et d'agglomération. S'assurer la bonne compréhension de l'articulation des différentes échelles territoriales et les projets qui en découlent.

Moyens nécessaires :

1. Présentations au sein des séances de Conseils communaux
2. Séance d'information pour tout public
3. Révision du document de synthèse avec questions-réponses
4. Révision de présentations powerpoint
5. Réutilisation des affiches utilisées à la phase de consultation
6. Mise à disposition des informations publiques sur les sites web des communes et du Conseil régional.

Public cible : la population, aux Conseils communaux à la société civile

Coûts totaux :

- point 3 : finition qualité graphique par une agence et impression document: Chf. 8'000.-, dont participation régionale : Chf. 2'500.-
- points 1, 2, 3 et 4 : volet B) compétences mises à disposition par la région (en complément des partenaires pour l'organisation et logistique)
- point 6 : volet A) mise à disposition par la région à tous les projets

3. Cas du SDOL

Le but n'est pas ici de comparer la stratégie de communication de régions aux tailles ou de structures similaires. Il s'agit de mettre en avant 1) comment s'effectue la coordination de la communication pour des projets de territoire, tels schémas directeurs ou projets localisés. Le cas du SDOL est sous cet angle intéressant à prendre en compte. Au mode de coordination, il nous a aussi paru utile de relever 2) comment d'autres régions présentent leur information (contenu). Dans ce sens, un intérêt particulier est porté au cas de la région Rhône-Alpes qui a réussi le challenge de mettre en relation les politiques sectorielles pour exprimer des objectifs de développement durable.

- Cas du SDOL (www.ouest-lausannois.ch)

Le cas du schéma directeur de l'ouest lausannois (SDOL) est particulièrement exemplaire, puisque cette région intègre le volet communication au sein des budgets de chacun de ses projets. Le financement de chaque budget est réparti selon une clé négociée entre les partenaires (canton, région, communes, partenaires tiers). La prise en compte budgétaire de la communication en amont des démarches est le résultat d'expériences vécues.

- Partage de canaux, de supports et de contenus d'information

En terme de synergies, les projets localisés utilisent autant que possible les canaux mis à disposition par la structure faîtière (photographies, site web, lieux d'expo, etc...). De même, le SDOL apprécie la collaboration régulière d'une même personne externe, qui a la charge de suivre l'organisation des séances d'information (organisation, logistique), les expositions, l'aide à la partie rédactionnelle (bilans d'activités, documents, site web) et communiqués de presse. Bémol, la cheffe de projet du SDOL apprécierait que cette personne travaille physiquement dans les bureaux du SDOL. La proximité faciliterait les échanges.

- Actions spécifiques au projet (tables rondes, séances d'information, brochure,..)

Les coûts budgétaires de la communication sont évalués selon des valeurs de référence. Une phase de concertation ou de consultation nécessite des moyens spécifiques dont les coûts sont évalués préalablement. Les actions de communication sont décidées entre les partenaires et planifiées.

Néanmoins, il peut arriver qu'une action de communication soit décidée après que les budgets aient été validés (ex-post), celle-ci fait l'objet d'une recherche de financement ultérieure.

Point faible du contenu de la communication lausannoise : le caractère fortement urbanistique des projets, dont les finalités sociale, économique, environnementale sont peu mises en évidence.

- Cas de la région Rhône Alpes (www.rhonealpes.fr)

Le cas de la région Rhône Alpes diffère puisqu'il communique sur les enjeux des projets du territoire : création d'emplois, transports, culture et sports, plutôt que sur un contenu technique d'information.

La comparaison des sites web est intéressante, puisque ce canal de diffusion est en même temps un support de communication pouvant intégrer une diversité de données liée à une identité commune. Plus que des projets (schémas directeurs, projets localisés et chantiers connexes), il s'agit de traduire ces concepts en valeurs de qualité de vie, que ces projets visent à atteindre.