

« Vos territoires communiquent. Pour qui, sur quoi, comment ? »

Dans le cadre des «Jeudis du Centre de ressources des territoires haut-normands», 9 agents de développement de Pays se sont formés à la communication le 19 octobre 2006. Cette fois, c'est le Pays du Vexin Normand (Eure) qui nous accueillait. La formation était animée par Sylvie Le Calvez, directrice de publication de Village magazine - Acteur rural.

En septembre 2005, le Centre de ressources et le CREAN¹ organisaient une première journée « communication et territoires ». Les Pays et GAL LEADER de Haute et Basse-Normandie s'étaient alors retrouvés à Saint-Sulpice de Grimbouville (Pays Risle Estuaire dans l'Eure). Cette formation généraliste portait sur les grands principes de la communication.

Il était nécessaire de passer à l'étape supérieure. Le centre de ressources et deux volontaires, les agents de développement du Pays d'Avre et d'Iton et du Vexin Normand, ont défini les contours d'une seconde journée. Les deux axes définis :

- Définir la stratégie de communication d'un Pays
- Choisir les outils adaptés

Intitulée « Vos territoires communiquent. Pour qui, sur quoi, comment ? », cette formation a permis d'aborder les sujets suivants : Comment bâtir un plan de communication ? La chaîne technique et graphique, qui fait quoi ? Principes rédactionnels, regard critique sur les lettres de pays, passage rapide en revue d'autres outils de communication (relations presse, internet ,...).

Quelle stratégie de communication pour un Pays ?

C'était le fil rouge de la journée. Constat, largement partagé, d'une quasi absence de stratégie de communication Pays. Les actions de communication se font « au coup par coup, en fonction des opportunités ». Il semble toutefois y avoir des moments clés pour communiquer dans la vie du territoire, comme la mise en place d'un SCOT (c'est le cas aujourd'hui des Pays Risle Charentonne et Vexin Normand dans l'Eure).

Quel public ?

Les agents de développement s'interrogent : « est-ce le rôle d'un pays que de communiquer vers les habitants ? ». On note ainsi une tendance à privilégier un resserrement de leur communication vers les élus et les partenaires.

Il existe en fait des communications pour des publics,. Par exemple : la promotion touristique pour les Pays d'Accueil Touristique (Hautes Falaises, Vexin Normand, Avre et Iton,...). La communication orientée économie pour le Pays Risle Estuaire qui a un projet de plaquette de promotion économique.

Des moyens contrastés

Les cas de figure sont différents mais rares sont les territoires qui prévoient un véritable budget communication. Du coup, tous ne peuvent pas faire appel à une agence de communication qui peuvent pourtant « aider à bâtir votre stratégie de communication », a insisté la formatrice.

Lettres, sites de Pays

Quatre pays éditent une lettre : entre Seine et Bray, Risle Estuaire, Vexin Normand, Bray). Le Roumois a remplacé sa lettre par un site, le syndicat mixte du Pays d'Avre et d'Iton utilise le courriel pour parler de « ce qui se passe sur le territoire ». Cinq Pays se sont dotés de site Internet. Voir la fiche détaillée des outils utilisés.



Pas mal cette lettre !

¹ Carrefour Rural Européen des Acteurs Normands

Conception éditoriale et graphique : quelques trucs & astuces

De la rigueur

Structurer les informations, adopter une périodicité régulière pour créer une habitude, éviter de changer brutalement sa charte graphique (jamais plus de 10% à la fois). **Le lecteur a besoin de repères.**

Bien utiliser les illustrations

Des photos oui avec une légende, c'est, une accroche pour lire l'article. Respecter un principe de base pour cadrer une photographie, la règle des tiers. Cf. www.linternaute.com/photo_numerique/cadrage/tiers.shtml.

Penser aussi cartographie, infographie.



La règle des tiers : étude de cas

Rédiger un article

Titre

- choisir une idée forte (et une seule)
- court et percutant

Chapeau

- un résumé attractif de l'article

Accroche

- début de l'article
- partir d'un détail, d'une anecdote

Contenu

- choisir un angle
- opter pour un style simple :
sujet, verbe, complément

Inter titre

- jamais après le chapeau
- informatif : un chiffre, une citation

Chute

- fin de l'article
- chute ouverte avec une question, une perspective. Ne pas essayer de conclure.

Varié les styles

Portrait, brève, témoignage, reportage, billet (indiscrétions, échos),... Varier les types d'articles, c'est aussi une façon d'accrocher son lecteur.

En résumé :

- 😊 Faire plus court, plus souvent
- 😊 Se fixer un cadre et le respecter
- 😊 Privilégier la simplicité

Il ne reste plus qu'à diffuser !

Chez l'imprimeur

Le nombre d'exemplaires conditionne la technique d'impression. Pour 500 exemplaires, opter pour le numérique. L'impression « feuille » ou à plat est adaptée pour 1 000 à 15 000. Au-delà, choisir la rotative. D'une manière générale, privilégier le classique pour le format comme pour le papier (semi-mat satiné).

Chez le lecteur

La mise sous pli est souvent faite en interne, moins coûteux ? A voir, le temps de travail a un coût aussi. Il peut être intéressant de faire appel à un routeur ou à CAT²

Plusieurs modes de distribution ont été testés par les Pays mais il n'y a pas de solution « idéale ». L'envoi postal, le système du courrier non adressé, la mise à disposition dans les lieux publics voire l'envoi sélectif au Maire alors chargé de faire le relais, ce qui peut être une bonne manière de l'impliquer !

Nous avons aussi évoqué l'utilité de l'ISSN, voir

<http://www.issn.org/fr>

Et demain, les blogs de pays ?

Le Centre de ressources va poursuivre les « jeudis de la communication » selon deux axes attendus par les participants : un travail très pratique autour de la rédaction qui pourrait s'intituler « écrire pour être lu » ; une journée d'échange sur les stratégies adoptées. Un an après, comment les pays ont-ils avancés ? Cette journée serait l'occasion d'associer d'autres collectivités (Région, Départements pour connaître leur propre stratégie.

Selon Sylvie Le Calvez, les outils de communication de demain seront interactifs. Les blogs, un outil adapté pour les Pays ?

² Centre d'Aide par le Travail

Bâtir son plan de communication

Les questions à se poser :

Pourquoi communiquer ?

Il s'agit de définir les objectifs, par exemple :

- Faire venir les touristes
- Lobbying auprès des partenaires
- Informer les habitants pour reconnaissance du pays
- ...

Quel public ?

- Les décideurs
- Les habitants (qui peuvent peser sur les élus)
- ...

Quel message ?

Quels outils ?

A déterminer selon l'axe de communication choisi.

Quels moyens ?

Une méthode pour définir sa stratégie

Définir les axes de communications en identifiant les freins (à lever) et les motivations sur lesquelles s'appuyer.

Exemple : le pays comme espace de projets

Freins	Motivations
Le pays n'est pas maître d'ouvrage	Outil de démocratie participative
Identité du territoire fragile	Permet des financements complémentaires
Démarche conceptuelle	Mutualisation des moyens
...	...

C'est en fonction de ce travail, que l'on pourra déterminer sa cible, le message, les outils. Ce qui est essentiel en terme de communication, c'est **la cohérence**.

En résumé, définir une stratégie de communication :

- ☺ Demande du temps
- ☺ Doit être formalisée par écrit
- ☺ Et être évaluée !

Annexes

Références bibliographiques

Documents de promotion économique/Communication

Pays de THUR DOLLER - Haut-Rhin (68)

http://www.projetdeterritoire.com/spip/zone_telecharg_agora.php

Cahier des charges en vue de la réalisation d'un site internet de pays

Pays Marennes Oléron - Charente Maritime (17)

http://www.projetdeterritoire.com/spip/zone_telecharg_agora.php

Guide de la rédaction. Techniques rédactionnelles

Michel VOIROL, Victoires Editions

Le titre : pour donner envie de lire

Claude Furet, Victoires Editions

Avoir son blog ou pas ?

La lettre de l'Acteur rural, n°216, 15 août 2006

<http://www.village.tm.fr/>

Les outils de communication utilisés par les Pays de Haute-Normandie

Un tableau présente les principaux outils utilisés par les huit pays présents lors de la formation du 19 octobre 2006 :

En Seine-Maritime

Bray

Entre Seine et Bray

Hautes Falaises

Dans l'Eure

Avre et Iton

Risle Charentonne

Risle Estuaire

Roumois

Vexin Normand