

## COMMUNIQUER VERS SES ADMINISTRÉS

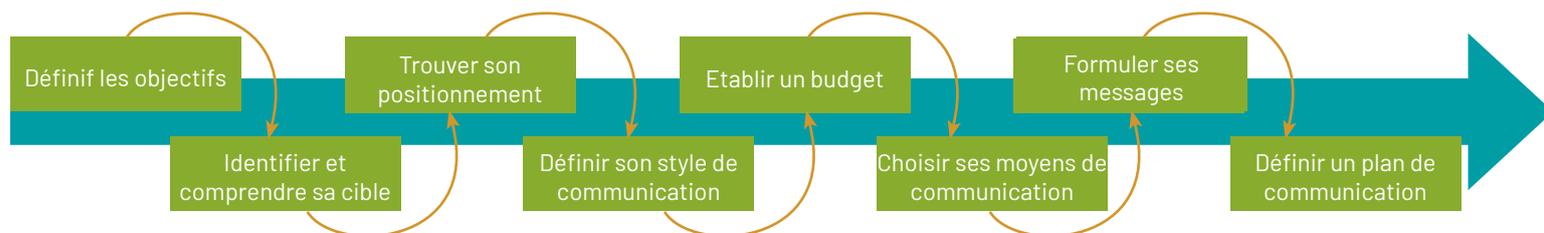
Le changement au sein d'une collectivité, quelle qu'en soit la raison, peut parfois être mal perçu par les administrés. Pourtant, il existe des solutions pour faire accepter, voire apprécier ce changement. Articles, réseaux sociaux, visites, conférences, panneaux... Il existe une multitude de moyens de communication, à tel point que l'on peut parfois s'y perdre.

Dans ce bulletin nous vous donnons quelques clés pour monter une stratégie de communication efficace et sélectionner les outils les plus adaptés à vos besoins.

### Avant l'action : la réflexion !

La base d'une bonne stratégie de communication est qu'elle doit être mûrement réfléchie. Face à la multitude d'actions et d'outils de communication ainsi que la diversité des canaux de diffusion, il est primordial d'avoir une vision globale de l'ensemble des actions qui seront mises en place afin de les coordonner et de les planifier efficacement.

Ainsi, il est recommandé de prendre un temps qui sera dédié à la réflexion autour de votre projet de communication envers vos administrés afin de vous assurer que celui-ci soit la plus efficace possible. Cela vous permettra de ne pas négliger certains points clés précisés ci-dessous :



#### • Définir les objectifs de sa communication

La stratégie de communication que vous mettrez en place dépend de vos attentes concernant la réaction des administrés. Ces objectifs pourront être d'ordre :

- **Cognitif** : faire connaître votre démarche

Ex : Vous lancez un projet de végétalisation de cours d'école et souhaitez en informer vos administrés

- **Affectif** : faire apprécier votre démarche

Ex : Vous mettez en place une communication visant à démontrer à vos administrés les intérêts de la végétalisation des cours d'école

- **Conatif** : faire agir vos administrés

Ex : Vous souhaitez inciter vos administrés à faire évoluer leurs pratiques jusque dans leur jardin.

Pour y parvenir vous pouvez définir des actions mesurables grâce à des **indicateurs SMART** :



## • Identifier et comprendre sa cible

Bien connaître et comprendre votre cible est inévitable pour mener une campagne de communication efficace. La première étape sera de la définir : ici vos administrés. Il faudra ensuite veiller à comprendre cette audience : quelles sont ses attentes vis-à-vis de votre action, quelles sont ses habitudes de « consommation » de la communication (papier, web,...). Mieux vous connaissez votre cible, plus vous pourrez construire une stratégie efficace.

## • Trouver son positionnement

Il s'agit de connaître la place de votre structure et de votre démarche dans l'esprit de vos administrés ainsi que la place que vous souhaitez leur donner. L'objectif est que la perception de votre démarche soit en adéquation avec celle que les riverains en ont.

Pour cela, il sera important de mettre en valeur la plus-value de votre démarche pour vos administrés. Cela dépendra de votre capacité à rendre la démarche accessible et pertinente dans l'esprit de votre cible.

## • Définir son style de communication

Il faut garder à l'esprit que le ton employé diffère selon la cible : le grand public n'a pas le même niveau de connaissance du sujet qu'un agent technique ou un élu. Vous pouvez prendre le parti d'employer un ton ludique, sérieux, drôle, bienveillant.... Le ton employé doit être le reflet de vos valeurs.

## • Définir un budget

C'est une étape cruciale : elle va vous permettre de prioriser les actions et d'avoir une vision à long terme. Pour ce faire il est nécessaire de :

- Définir un budget alloué à la communication
- Lister tous les éléments à intégrer au budget
- Mesurer votre retour sur investissement : statistiques de votre site et de vos réseaux sociaux, nombre de supports distribués, nombre de personnes présentes à votre événement...

## • Choisir ses outils de communication

Il existe une multitude de canaux de diffusion et on peut parfois s'y perdre. On va distinguer la communication média (presse écrite, radio, TV) et hors média (flyers, événements, web...).

Le choix dépendra de votre cible, de vos objectifs et de vos moyens.

## • Formuler les messages

Votre message doit être clair et véhiculer une image forte. Attention de ne pas multiplier les informations au risque de perdre l'attention du public. Il s'agira, à travers votre message de faire comprendre votre démarche et sa légitimité. Ne négligez pas la forme : typographie, couleurs, images. Votre charte graphique sera le reflet de votre communication et permettra d'identifier vos supports en un coup d'œil.

## • Etablir un plan de communication

Il sert à matérialiser l'ensemble des réflexions précédentes. Il s'agit d'un document sous forme de planning qui va lister toutes vos actions à réaliser sur un temps défini. Il permet d'optimiser votre temps de travail en regroupant : l'objectif à atteindre, le canal choisi, la période, la ou les personnes ressources, le résultat de l'action, le budget.



Si les outils digitaux rencontrent un succès grandissant, certains de vos administrés sont et resteront friands des supports papiers. Bien cerner ces habitudes peut vous permettre par exemple d'adapter la quantité de tirages édités sur papier.



## Le saviez-vous ?

Il existe des applications spécialement développées pour communiquer vers ses administrés, comme PanneauPocket ou Illiwap. Différentes formules sont proposées pour répondre à vos besoins.



Il existe des outils gratuits comme les réseaux sociaux ou encore la solution Canva pour créer des visuels facilement. Mais cela représente souvent un temps de travail conséquent, d'où le besoin parfois de déléguer à une structure externe. Les supports papier ont l'avantage d'être diffusés en masse, mais rien n'est plus efficace pour faire passer les messages qu'un événement sous le signe de l'échange.

## FREDON Grand Est vous accompagne !

Besoin d'aide pour mettre en place une stratégie et un plan de communication adaptés à vos besoins ?

[communication@fredon-grandest.fr](mailto:communication@fredon-grandest.fr)



Vous souhaitez recevoir la Dépêche verte en exclusivité par mail ? Rien de plus simple : inscrivez-vous sur notre site :

[fredon.fr/grand-est/nos-missions/environnement/communication/la-depeche-verte](https://fredon.fr/grand-est/nos-missions/environnement/communication/la-depeche-verte)



Ce document a été réalisé grâce au soutien de la Région Grand Est et de l'Agence de l'Eau Rhin-Meuse



### Site de Reims

2, esplanade Roland Garros  
51100 REIMS  
Tél. : 03 26 77 36 70  
Email : [contact@fredon-grandest.fr](mailto:contact@fredon-grandest.fr)

### Site de Malzéville

Domaine de Pixérécourt  
54220 MALZEVILLE  
Tél. : 03 83 33 86 70

### Site de Sélestat

6, route de Bergheim  
67600 SELESTAT  
Tél. : 03 88 82 18 07