

## Travail de Bachelor

# Analyse du plan de communication de l'administration de Romanel-sur-Lausanne, en vue d'une digitalisation de ses supports de communication à la population

Non confidentiel

Étudiante :	<b>Joanna Pillon</b>
Travail proposé par :	Nicolas Ray Commune de Romanel-sur-Lausanne Chemin du Village 24 1032 Romanel-sur-Lausanne
Enseignante responsable :	<b>Silna Borter</b>
Année académique	2022-2023

Yverdon-les-Bains, le 3 juillet 2023

## Travail de Bachelor 2022-2023

Analyse du plan de communication de l'administration de Romanel-sur-Lausanne, en vue d'une digitalisation de ses supports de communication à la population

---

Commune de Romanel-sur-Lausanne

### Résumé publiable

L'administration de Romanel-sur-Lausanne a connu une explosion démographique ces dernières années, passant de 1000 à environ 3500 habitants. Cela implique une redéfinition du plan de communication externe, afin de pouvoir transmettre l'information à la population de façon claire. L'administration de cette commune aspire également à un dialogue plus dynamique et souhaite donc explorer une possible digitalisation de certains de ses services et une éventuelle implémentation de réseaux sociaux, afin de faciliter l'interaction directe avec sa population et s'adapter à une tranche d'âge plus jeune.

Pour se faire, une analyse de l'existant est tout d'abord menée, ainsi qu'une comparaison avec plusieurs communes ayant choisi différents angles d'approche pour leur communication ; ceci dans le but de compléter la recherche d'informations existantes effectuée préalablement. Puis, une étude est réalisée autour des différents supports de communication et moyens pouvant être mis en place afin de garantir une communication efficace avec la population. Ceci a pour objectif de proposer différentes recommandations à la Municipalité de Romanel-sur-Lausanne.

## Préambule

Ce travail de Bachelor (ci-après TB) est réalisé en fin de cursus d'études, en vue de l'obtention du titre de Bachelor of Science HES-SO en Économie d'entreprise.

En tant que travail académique, son contenu, sans préjuger de sa valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celles du jury du travail de Bachelor et de l'École.

Toute utilisation, même partielle, de ce TB doit être faite dans le respect du droit d'auteur.

HEIG-VD

Florent Ledentu

Chef du Département HEG

Yverdon-les-Bains, le 3 juillet 2023

## Authentification

La soussignée, Joanna Pillon, atteste par la présente avoir réalisé seule ce travail et n'avoir utilisé aucune autre source que celles expressément mentionnées.

Bussigny, le 3 juillet 2023

Joanna Pillon



## Résumé managérial

La commune de Romanel-sur-Lausanne a constaté que les moyens de communication à la population qu'elle utilise aujourd'hui ne sont peut-être plus autant performants qu'auparavant. La municipalité a donc souhaité faire une étude de ces canaux actuels, ainsi qu'une analyse des potentiels moyens de communication digitaux qui pourraient être instauré au sein de la commune. Cela impliquerait donc aussi une redéfinition du plan de communication externe, afin de pouvoir transmettre l'information à la population de façon claire avec des moyens mis à jour. L'administration aspire également à un dialogue plus dynamique et l'intégration des moyens digitaux permettrait de faciliter l'interaction directe avec sa population et s'adapterait à une tranche d'âge plus jeune. Pour mener à bien ce travail, plusieurs étapes ont été planifiées en amont.

Dans un premier temps, il a été question de placer le travail dans un cadre théorique, par le biais d'une analyse de l'existant et des diverses ressources déjà présentes. La compréhension du fonctionnement d'une commune dans le canton de Vaud, ainsi que la communication institutionnelle de manière générale ont été nécessaires.

Ensuite une analyse interne de l'entreprise grâce à différents entretiens menés avec les collaborateurs a permis de cibler quels secteurs de la commune étaient les plus concernés. Et bien que chaque commune soit soumise à des règles, elles gardent tout de même une part de liberté dans leur fonctionnement, ce qui a été observé lors de ces entretiens afin de fournir des solutions en accord avec les différentes personnes en charge des services.

Une étude quantitative avec pour public cible la population de la commune de Romanel-sur-Lausanne a été conduite, ainsi qu'un benchmark auprès de différentes communes avoisinantes ont permis de mettre en lumière les besoins et ressentis des habitants sur les moyens de communication actuels et futurs de la commune. Une liste des bonnes pratiques et des éventuels freins à l'adoption de certains canaux ont pu être relevés grâce au benchmark.

Quelques entretiens avec des professionnels dans le secteur de la communication digitales ont aussi donné un sens plus réel aux différentes solutions imaginées pour la commune de Romanel-sur-Lausanne.

À la suite de ces phases de récolte, six recommandations ont été imaginées et cinq d'entre-elles ont été développées afin de fournir à la Municipalité des solutions détaillées autant dans les démarches à adopter que pour les types de profils à chercher. Ces indications ont aussi été chiffrées et complétées avec des plans d'actions.

## Remerciements

La réalisation de ce travail s'appuie sur des informations recueillies auprès de personnes internes et externes à la Haute École d'Ingénierie et de Gestion du Canton de Vaud. Ainsi, je tiens à adresser mes remerciements les plus sincères aux personnes suivantes :

### **Mme Silna Borter**

*Enseignante à la HEIG-VD – conseillère de TB*

Je tiens tout d'abord à remercier ma conseillère, Madame Silna Borter, pour sa disponibilité et par-dessus tout sa flexibilité, ses retours constructifs et les réponses à mes interrogations, ainsi que pour sa bienveillance tout au long de ce travail.

### **M. Nicolas Ray et l'ensemble des collaborateurs de la commune de Romanel-sur-Lausanne**

*Mandant – secrétaire municipal de la commune de Romanel-sur-Lausanne*

Je remercie Monsieur Nicolas Ray, secrétaire municipal, ainsi que la Municipalité de la commune de Romanel-sur-Lausanne pour la confiance accordée en me proposant ce sujet, ainsi que pour le temps mis à disposition lors des différents rendez-vous effectués pour définir le cadre du travail. Je remercie aussi les différents collaborateurs de la commune qui ont pris le temps de répondre à mes questions sur leurs services ainsi que Madame Claudia Perrin, Syndique de Romanel-sur-Lausanne qui a su m'expliquer concrètement la vision pour le futur de la commune.

### **Les responsables communication des différentes communes**

Je remercie tout particulièrement les personnes en charge de la communication des communes suivantes : Morges, Bussigny, Renens et Moudon de m'avoir accordé de leur temps afin de répondre à mes questions sur leurs fonctionnements respectifs.

### **Les professionnels interrogés lors d'entretiens individuels**

Je tiens également à remercier les différentes personnes que j'ai contactées pour obtenir des devis, ainsi que les experts de certains domaines afin de mieux comprendre les enjeux et pouvoir fournir des recommandations claires.

### **Les participants au sondage adressé à la population de Romanel-sur-Lausanne**

Je souhaite aussi remercier les habitants de la commune de Romanel-sur-Lausanne d'avoir pris le temps de répondre au sondage en ligne. Leurs réponses ont été une réelle plus-value dans la conception de mes recommandations.

Finalement, je remercie mes proches pour leur soutien et leur aide précieuse ainsi que toutes les personnes qui, de près ou de loin, m'ont soutenue tout au long de mon cursus à la HEIG-VD.



## Table des matières

<b>1</b>	<b>Introduction .....</b>	<b>9</b>
1.1	Contexte .....	9
1.2	Problématique .....	9
1.3	Objectif et sous-objectifs .....	10
<b>2</b>	<b>Etat de la littérature.....</b>	<b>11</b>
2.1	La communication à l'ère du digital.....	11
2.2	Etat des lieux international .....	12
2.2.1	Malte .....	12
2.2.2	Maroc .....	12
2.2.3	Allemagne .....	12
2.2.4	Suisse.....	13
2.3	La communication institutionnelle en Suisse .....	13
2.4	La communication des communes du canton de Vaud .....	14
<b>3</b>	<b>Hypothèses .....</b>	<b>16</b>
<b>4</b>	<b>Méthodologie .....</b>	<b>17</b>
<b>5</b>	<b>Analyse des entretiens .....</b>	<b>20</b>
5.1	Introduction.....	20
5.2	Entretiens avec personnes internes.....	20
5.2.1	Syndique.....	20
5.2.2	Chefs de services.....	21
5.2.3	Rédactrice du journal local.....	26
5.3	Entretien avec personnes externes .....	27
5.3.1	Communes avoisinantes .....	27
5.3.2	Agence de communication.....	34
5.4	Synthèse des entretiens qualitatifs .....	35
<b>6</b>	<b>Analyse du sondage .....</b>	<b>36</b>
6.1	Introduction et objectifs .....	36
6.2	Marche à suivre du sondage.....	36
6.3	Questionnaire .....	36
6.4	Population étudiée .....	36
6.5	Analyse des résultats .....	37
6.5.1	Questions sur la communication actuelle de la commune .....	37
6.5.2	Questions sur le journal Local .....	38
6.5.3	Questions sur la communication digitale.....	40
6.5.4	Questions d'identification .....	44
6.6	Synthèse du sondage .....	46
<b>7</b>	<b>Recommandations et plans d'actions .....</b>	<b>48</b>
7.1	Refonte du site internet et intégration possible de guichets virtuels (en cours).....	49

7.2	Modernisation du format du journal local en vue d'une augmentation de la fréquence de parution ..	50
7.3	Création de réseaux sociaux pour la commune .....	52
7.4	Création de l'identité visuelle numérique de la commune.....	54
7.5	Installation de deux totems lumineux .....	55
8	<b>Synthèse et conclusion .....</b>	<b>57</b>
9	<b>Bibliographie et webographie .....</b>	<b>58</b>
10	<b>Table des illustrations.....</b>	<b>59</b>
10.1	Figures .....	59
10.2	Tableaux .....	60
11	<b>Annexes.....</b>	<b>60</b>
11.1	Entretiens internes.....	60
11.2	Entretiens externes .....	67
11.3	Autres annexes .....	72

# 1 Introduction

## 1.1 Contexte

La commune de Romanel-sur-Lausanne est située au nord-ouest de Lausanne. Elle est à l'origine une commune agricole et a connu un essor après l'année 1960, notamment grâce à une explosion démographique mais aussi industrielle, ce qui lui a permis de passer de 380 habitants à environ 3'500 aujourd'hui.

La commune emploie actuellement une quarantaine de personnes, ce qui représente environ 30 emplois à temps plein. La Municipalité, composée de M. Denis Favre, Mme Jennifer Dagon, M. Blaise Jaunin et M. Patrick Oppliger est actuellement présidée par la Syndique, Mme Claudia Perrin. (site de la municipalité, 2023)

Située sur plusieurs axes ferroviaires et autoroutiers, la commune a vu beaucoup d'entreprises s'implanter et continue à ce jour d'attirer entreprises et magasins de grandes surfaces sur son secteur. De nouveaux quartiers résidentiels ont aussi vu le jour ces dernières années ce qui encourage une nouvelle vague d'habitants à venir s'y installer.

Au vu de cette croissance démographique, l'administration souhaite communiquer de façon pertinente avec ses habitants, sociétés locales et entreprises, entre autres. Désireuse de communiquer davantage d'informations à sa population, mais n'ayant actuellement ni programme de législature, ni plan de communication défini, elle se retrouve face à un choix des différents supports à utiliser et souhaite donc analyser tout d'abord l'efficacité de sa communication actuelle puis étudier quels supports seraient les plus adéquats en fonction du message du destinataire et de l'émetteur.

Dans le même temps, l'administration a aussi envie d'étudier les opportunités de digitalisation de la communication à sa population, car aujourd'hui elle possède uniquement un site internet, ainsi que les courriels électroniques pour transmettre l'information de manière digitale et au vu de sa nouvelle population se situant dans une tranche d'âge plus jeune, elle souhaite donc étudier les options autour de la communication numérique qui s'offrent à elle.

## 1.2 Problématique

À la suite d'une importante évolution démographique, la Commune souhaite étudier les moyens de communication disponibles sous trois axes différents, le premier pour transmettre de manière efficace l'information à sa population. En deuxième, elle juge aussi important de donner un moyen à cette population de communiquer en retour, afin de pouvoir établir un dialogue. Et finalement dans le but de comprendre comment bien communiquer l'information, elle souhaite aussi parallèlement étudier une éventuelle intégration de supports digitaux qui pourraient être utiles au sein de l'administration afin de rendre la communication actuelle plus dynamique et plus facile entre la commune et la population.

La problématique ici est donc de comprendre lequel de ces trois axes doit être mis en avant dans un premier temps, afin de pouvoir créer un plan de communication fonctionnel.

### 1.3 Objectif et sous-objectifs

L'objectif principal de ce travail est d'identifier les supports de communication les plus adéquats (digitaux ou non) afin de pouvoir établir un plan de communication pour assurer l'efficacité du message entre l'administration et sa population, ceci en prenant en compte l'émetteur, le destinataire et le message concerné.

Il s'agit donc de déterminer quel est le but premier de la communication de la commune de Romanel-sur-Lausanne et d'identifier ses parties prenantes.



## 2 Etat de la littérature

### 2.1 La communication à l'ère du digital

Depuis déjà quelques années, avec l'arrivée de la digitalisation, sont apparus les moyens de communication digitaux, rendant certaines interactions plus évidentes et en compliquant d'autres. Afin de mieux comprendre les enjeux de la communication, son fonctionnement dans divers domaines et expliquer les étapes pour mener à bien une transition vers un monde digitalisé, le livre *COMMunicator : Toute la communication pour un monde responsable* englobe parfaitement ces sujets. Il explique en effet pas à pas les étapes nécessaires à une bonne communication (ADARY, Mas et WESPHALEN, 2020). Cet ouvrage permet en effet de mieux comprendre comment construire un plan de communication efficace et adéquat pour son destinataire. Il fait aussi référence au monde de demain (l'ère de la digitalisation) et apporte un point de vue sur l'intégration du digital dans la communication.

L'enjeu principal de la digitalisation des services publics et de pouvoir transmettre l'information à sa population par les moyens de communication émergents tout en assurant la sécurité des données communiquées. Il a été démontré par l'étude « *How do cities use their communication channels ? A study of social media adoption in two European federal states* » (BHATIA et MABILLARD, 2022) que les villes ont peu tendance à vouloir avoir des réseaux sociaux, bien que ces derniers soient synonymes de plus grande visibilité auprès de leur population. De plus, cette étude explique aussi que la crise du COVID-19 a certes eu un effet de piqure de rappel en ce qui concerne l'importance des canaux de communication digitaux, mais aussi sur les risques que ces derniers comportent. C'est pourquoi il est important de conserver les canaux dits traditionnels et de les combiner avec la digitalisation. Cela, dans un premier temps, pour assurer la sécurité de certaines données et dans un deuxième temps, pour rester flexible quant aux différentes tranches d'âges de la population concernée.

L'arrivée rapide du digital dans le quotidien de tous nécessite une adaptation rapide, notamment des moyens de communication. Les smart cities (utilisation des technologies de l'information et de la communication afin d'améliorer la qualité de vie d'une population) peuvent être source de peur pour certains, au vu de la place que prend le digital pour leur développement, mais elles représentent surtout beaucoup de solutions aux problèmes causés par l'évolution démographique grandissante dans le monde entier. On retrouve aujourd'hui des smart cities partout sur le globe, avec en top 3 Singapour, Zurich et Oslo à fin 2022 (FISHER, 2022). La stratégie de Smart City de Zurich vise essentiellement à connecter les personnes, organisations et infrastructures de façon innovante, afin de pouvoir créer de la valeur ajoutée sociale, écologique et économique. Cet exemple concret qu'est en train de mettre en place la ville de Zurich est une réelle source d'inspiration pour les autres villes suisses souhaitant faire le pas vers une communication plus digitalisée, tout en gardant en fil rouge la qualité de vie de ses citoyens.

## 2.2 Etat des lieux international

Il est intéressant de se pencher aussi sur la transition vers une communication digitale à travers le monde, afin de mieux comprendre les différents types de fonctionnement des États et de mettre en lumière les similitudes avec le fonctionnement suisse.

### 2.2.1 Malte

Malte se trouvait en 2022, première du recensement « e-Government Benchmark » effectué par la commission européenne, commission qui évalue le degré de numérisation de 35 différents gouvernements européens. En 2021, Malte annonce le lancement d'une stratégie de justice numérique visant le système judiciaire, qui permettrait :

- De numériser les différents dossiers en assurant l'interopérabilité au niveau européen
- Un accès en ligne aux différents services fournis par la justice en se basant sur l'utilisateur
- De la statistique analytique du système judiciaire

Ce programme est prévu sur la période 2022-2027, après avoir été réfléchi pendant plus de 18 mois (Council of Europe, 2021).

### 2.2.2 Maroc

Au Maroc, plus spécifiquement à Rabat, l'agence de développement du digital en collaboration avec d'autres services, tendent à prendre plusieurs mesures pour l'évolution vers une communication numérique (Agence marocaine de presse, 2020). Notamment par le biais d'un portail numérique, afin que la population et l'administration publique puissent échanger de façon virtuelle en déposant différents types de documents directement via la plateforme. Des campagnes de sensibilisation à ces nouvelles mesures ont été mises en place ainsi qu'un groupe de travail pour servir de soutien et de répondant aux questions que ce projet pourrait susciter.

### 2.2.3 Allemagne

À la suite d'une loi votée en 2017, l'Allemagne devait normalement avoir numérisé complètement ses services publics d'ici fin 2022 selon un article paru en septembre 2021. Bien qu'elle ait mis en place une stratégie appelée « *High Tech 2025* », elle se retrouve tout de même parmi les retardataires en Europe en matière de digitalisation des administrations publiques (CCI, 2022). Les points soulevés pouvant expliquer ce retard sont principalement structurels. Digitaliser complètement des services nécessite tout d'abord des achats conséquents de logiciels, ainsi que des supports pour accueillir ces nouvelles technologies. Dans le même temps, un changement radical dans la façon de penser de la part des employés et dans la culture établie est aussi nécessaire, notamment pour les questions de protection des données.

Tout est à revoir, car non seulement un changement comme celui-ci requiert de la formation pour le personnel, mais aussi une implication individuelle de chaque personne pour que le bon fonctionnement soit assuré. Pour le



moment, l'Allemagne avance petit à petit afin de pouvoir assurer ce passage à la digitalisation de ses services le plus rapidement possible (BURING et DEVINAUX, 2021).

#### 2.2.4 Suisse

Comme son voisin allemand, la Suisse ne se situe pas en haut des rankings pour ce qui est de la digitalisation de ses services publics. Cela étonne, car les moyens financiers sont mis en place et différentes stratégies de digitalisation ont été lancées. La difficulté première qui ressort est le manque de participation des institutions dans ce domaine, mais aussi le manque de sentiment d'urgence, d'une part des administrations et d'autre part de la population. En effet, un manque de coopération et une vision trop faible à long terme des supports immatériels par la population ralentissent grandement l'avancée vers des services publics numériques. Comme le montre l'article « *L'E-ADMINISTRATION EN EUROPE* » (PARDAL, 2020) l'organisation individuelle des cantons pose également un problème pour la numérisation de leurs services. Ces derniers ont une organisation relativement libre quant à l'avancée de la numérisation au sein de leurs administrations. Ceci met donc un frein à l'homogénéité de certains processus digitaux qui pourraient être mis en place au niveau national. La Suisse doit donc sortir de son confort économique et financier afin de rattraper son retard dans le domaine des services numériques.

### 2.3 La communication institutionnelle en Suisse

Le cadre de la communication institutionnelle est souvent vu comme strict, lourd et empreint de procédures. Cela est parfois justifié, car cette structure permet d'assurer un traitement égal entre les différentes parties.

Toutefois la promotion des institutions est nécessaire au sein de la communication publique. Selon le working paper : « *L'utilisation des réseaux sociaux au niveau local : panorama de l'activité et des pratiques en comparaison internationale* » (ZUMOFEN et MABILLARD, 2021), elle permet de se faire mieux connaître de la population afin d'assurer au mieux leur mission.

L'Institut de hautes études en administration publique (IDHEAP) traite régulièrement du sujet de la communication au sein des administrations publiques par le biais de formations, conférences dédiées aux communes, ou divers articles parus dans les journaux. L'IDHEAP explique le nombre de communicants par le besoin de transparence demander par la société. Quelques chiffres sont sortis dans un article paru le 25 novembre 2022 : « *Si Genève mène la marche, le canton de Vaud n'est pas en reste. L'administration cantonale annonce 34,1 ETP dans la communication.* » (LUGON, BAUR et JOTTERAND, 2022), il est aussi fait mention d'autres cantons qui ont sensiblement les mêmes chiffres, proportionnellement à leur taille. Ces chiffres interrogent car ils sont en constante augmentation et comme mentionné précédemment, leur augmentation est justifiée par la demande de transparence, ainsi que des temps de réponse de plus en plus courts.

Le livre *Communication* (AIM et BILLIET, 2015) explique comment naviguer dans les méandres de la communication dans le domaine public et comment gérer ces principaux défis.

## 2.4 La communication des communes du canton de Vaud

La communication au sein d'une commune peut être faite de différentes façons et par différents intermédiaires. Certaines optent pour des systèmes plus complexes que d'autres, mais il est important de noter que toute commune est régie par des régulations juridiques et politiques. Il existe différents textes de loi que se doivent de suivre les communes. Pour la communication, elles doivent suivre les articles de *la Loi sur l'information* (Grand conseil du canton de Vaud, 2017) qui est rentrée en vigueur pour la première fois en septembre 2003 et qui a été mise à jour pour la dernière fois le 01.02.2017. Ce texte de loi s'occupe de régir tous les aspects liés au droit à l'information élaboré ou détenu par les entités cantonales ou communales vaudoises. Les communes étant complètement régies par les textes de loi, ce dernier sera le plus important à tenir en compte lors de l'élaboration des recommandations afin de s'assurer qu'elles respecteront le cadre légal de l'administration.

Au sein d'une commune, il est important de noter que chaque citoyen a des besoins différents et donc n'utilisera pas les mêmes types de communication. On remarque tout d'abord la question de l'âge qui peut représenter un risque de fracture générationnelle s'il n'est pas traité de la bonne façon. Il est donc nécessaire de noter que malgré les avancées technologiques grandissantes, il est primordial de toujours prendre en compte le contexte dans lequel la communication va être effectuée. La communication avec les jeunes est aussi très importante et la transition vers le digital peut représenter un atout majeur dans ce cas-là. Un évènement récent organisé par la plateforme intercommunale sur le soutien aux activités de la jeunesse (PICSAJ) pour promouvoir la communication avec les jeunes dans sa commune est aussi une ressource précieuse en information notamment pour développer les supports digitaux de sa commune et mieux comprendre le public cible qui l'utilise.

La question de la taille de la commune est aussi à prendre en compte. En effet, le working paper : « *L'utilisation des réseaux sociaux au niveau local : panorama de l'activité et des pratiques en comparaison internationale* » montre clairement que plus la ville est grande, plus ses habitants ont tendance à être intéressés par les réseaux sociaux de leur commune. La taille d'une ville régit aussi le nombre d'employés et donc les employés alloués au service de la communication. L'engagement initial de la population reste tout de même moindre par rapport aux impulsions des administrations et de l'exécutif municipal. Néanmoins, on ne peut pas tirer de conclusions basées uniquement sur la taille des communes car certaines des plus grandes n'ont pas de réseaux sociaux là où des plus petites en ont déjà depuis quelques années.

Pour faire face, entre autres, aux questions de communication, *L'union des communes vaudoises* propose une formation afin de mieux comprendre tout d'abord les enjeux de la communication institutionnelle, puis les outils à disposition pour atteindre les buts fixés en fonction des besoins de la population et de l'administration concernée. Pour finir, l'expérience de différentes communes vaudoises de diverses tailles sera une grande ressource. L'article « Ouverture administrative et diversité des communes suisses : quel impact de l'autonomie locale sur les pratiques

de transparence ? » (KEUFFER et MABILLARD, 2020) explique comment mettre en lien la transparence des administrations avec la légitimité des autorités. Afin d'effectuer cette étude, des entretiens avec des élus de 16 communes suisses ont été effectués. Les résultats varient beaucoup entre les communes, il en ressort tout de même que l'autonomie a un fort impact sur le niveau de transparence à l'échelle locale. Un indice a donc été créé afin de mesurer le degré de transparence des communes. Le principal aspect intéressant dans notre cas est que les communes n'ont pas d'obligation d'avoir par exemple un site internet, mais qu'en avoir un favorise la transparence avec les citoyens et est donc grandement conseillé.

Il est aussi judicieux de se baser sur des projets de communication déjà mis en place, ainsi que sur les différentes approches d'intégration de la digitalisation dans la communication. Ceci permet d'avoir une vision plus concrète des moyens utilisés actuellement et des défis rencontrés dans l'implémentation de la digitalisation au sein d'une population multigénérationnelle.



### 3 Hypothèses

L'état de l'art traitant l'aspect théorique de ce travail, il est aussi essentiel d'établir un fil rouge à suivre tout au long du travail. Des estimations peuvent être dressées au préalable avec les informations déjà récoltées. Le but de ces hypothèses est de mettre en place des méthodes de collecte de données cohérentes afin d'éviter toute perte de temps lors de cette période de récolte. Ces hypothèses visent à être vérifiées grâce aux différentes phases méthodologiques. Les 3 hypothèses qui peuvent être formulées en préambule de ce travail sont les suivantes :

1. La première hypothèse est que les communes ayant une taille plus grande et de ce fait des ressources plus conséquentes, ont tendance à avoir un secteur communication plus développé. Le lien avec ce travail serait donc l'observation d'un manque de mise à disposition de moyens de communication à la population de la part des communes de plus petite taille.
2. La deuxième hypothèse concerne la population de Romanel-sur-Lausanne. Les moyens de communication mis en place dans la commune actuellement touchent peu la tranche d'âge plus basse de la population. Une éventuelle intégration de moyens de communication digitaux pourrait encourager la population plus jeune à se sentir concernée par les diverses informations venant de sa commune.
3. La troisième hypothèse concerne l'évolution démographique de la commune. En effet, Romanel-sur-Lausanne ayant connu une explosion démographique ces dernières années, un changement de sa population a été observé. Les moyens de communication ayant eux peu évolués, un manque de dialogue se fait ressentir avec les habitants des nouveaux quartiers qui ont vu le jour ces dernières années.

## 4 Méthodologie

Le but de ce travail est de pouvoir constituer un plan de communication pour la commune de Romanel-sur-Lausanne en prenant en compte les divers besoins des employés ainsi que les réponses de la population. La méthodologie de ce travail sert à identifier les différentes étapes afin d'assurer la réalisation de l'objectif qui a été défini par l'entreprise. Cet objectif découle de la problématique, à savoir, étudier les moyens de communication disponibles sous trois axes différents, le premier pour transmettre de manière efficace l'information à sa population. En deuxième, donner un moyen à sa population de communiquer en retour, afin de pouvoir établir un dialogue. Finalement une étude parallèle d'une éventuelle intégration de supports digitaux qui pourraient être utiles au sein de l'administration afin de rendre la communication actuelle plus dynamique et plus facile entre la commune et sa population. Afin de parvenir à cette conclusion et de pouvoir fournir des informations et des recommandations appropriées à l'entreprise, plusieurs phases sont nécessaires.

### **Phase 1 : Recherche Desk sur la communication à la population en général et dans le cadre institutionnel**

Le premier moyen de récolte de donnée, dites ressources DESK, sont obtenues de façon indépendante sur les différents sites internet tels que celui de la commune ou du canton, mais encore dans les articles de loi, pour déterminer quel est le cadre légal et le fonctionnement administratif d'une commune. L'utilisation d'articles de presse et d'études préalables est aussi pertinente pour cette collecte de données sur par exemple l'état des lieux international. Cette recherche permet de mettre en avant les différents aspects théoriques relatif à la communication en milieu institutionnel, plus spécifiquement dans les communes du canton de Vaud, mais aussi à un niveau international. Cette recherche est aussi effectuée afin de comprendre au mieux la problématique définie et de déterminer le contexte dans lequel s'inscrit le travail.

**Risque :** la communication étant un sujet très vaste, il est important d'être structuré dans les recherches effectuées afin de ne pas se perdre dans la quantité de ressources à disposition. Il est aussi impératif de prendre en compte les dates des données récoltées afin d'éviter tout risque d'obsolescence

### **Phase 2 : Analyse de la communication externe actuelle**

La deuxième méthode est l'entretien individuel avec des responsables de services au sein de la commune de Romanel-sur-Lausanne, ceci dans le but d'avoir une meilleure compréhension des rôles de chacun et de la place que la communication prend au sein de chaque service. Sept entretiens (*voir annexes 1 à 7*) ont donc été menés avec les responsables des services suivants : Contrôle des habitants ; Travaux ; Sécurité publique, Bureau technique ; Secrétaire municipal, ainsi qu'avec Madame la Syndique et la Rédactrice du journal local, le Romanel Info. Ces entretiens permettent premièrement une meilleure compréhension du cahier des charges de chacun et deuxièmement aident à déterminer quelles tâches pourraient être digitalisées. Ensuite ces entretiens permettent de définir les attentes des employés pour la communication future. Ces entretiens ont tous été construits sur le



même modèle qui consiste à comprendre le rôle de chaque personne, son implication avec la population, les attentes vis-à-vis de la communication et les différents services à la population qui pourraient être envisagés au format digital. Ils ont eu une durée entre 45 minutes et 1 heure et demie.

**Risque :** Le risque identifié pour cette phase est le manque d'information fourni par les différents responsables. Afin de corriger ce risque, il est possible de leur poser des questions additionnelles ultérieurement si nécessaire.

### **Phase 3 : Recherche Field auprès de la population**

Cette phase a consisté à mener une étude quantitative auprès de la population de Romanel-sur-Lausanne. Les entretiens menés en phase 2, ont permis d'orienter la formulation des questions pour le questionnaire quantitatif destiné à la population. Pour cette méthode, il a été choisi de faire un questionnaire sur Google Form qui a été envoyé à la population via un QR code dans le journal local Romanel Info, qui est distribué dans tous les foyers. Ce choix est tout particulièrement intéressant car il combine l'utilisation digitale et non digitale en informant la population via un support papier d'un questionnaire en ligne. Le QR code ainsi que des exemplaires adaptés au format papier ont été mis à disposition aux différents guichets de la commune pour toute personne n'ayant pas accès à la version digitale. Deux types de relances ont été prévues pendant la période de parution du questionnaire. Dans un premier temps, un email aux différentes sociétés locales a été envoyé après 2 semaines de parution et dans un deuxième temps, un post sur le groupe Facebook « Service des travaux de Romanel-sur-Lausanne », une semaine avant la fermeture du questionnaire. Parallèlement, un email a aussi été envoyé à l'interne de l'administration communale.

Les réponses collectées à travers ce questionnaire sont analysées au moyen de différentes mesures statistiques permettant de vérifier certaines hypothèses qui ont été posées par le biais des questions. Grâce à ces résultats, nous sommes en mesure d'effectuer des corrélations entre certaines questions afin d'expliquer le comportement de la population et par exemple sa propension à évoluer vers le digital pour ce qui a trait à sa commune. L'échantillon devrait être représentatif étant donné que le sondage est distribué de manière égale à toute la population, toutefois une marge d'erreur est calculée pour chaque question.

**Risques :** Le risque majeur de cette phase est le manque de participation des personnes sollicitées, ici la population de la commune. Cette population étant en plein changement, avec l'arrivée de nouveaux citoyens, il est fort probable qu'une partie ne se sente pas nécessairement concernée.

### **Phase 4 : Benchmark**

Ensuite, un benchmark est effectué avec quelques administrations communales (4 au total) afin de mettre en lumière les différences et similitudes avec la commune de Romanel-sur-Lausanne, en fonction des différents axes que chaque commune a choisi d'adopter. Il est donc intéressant d'en interviewer 1-2 par axe défini (communication claire, dialogue et digitalisation) afin d'avoir une idée adéquate des différents moyens de communication utilisés.

Il sera aussi intéressant de mieux comprendre les étapes mises en place pour une transition vers le digital et pouvoir y puiser comme source d'inspiration pour les recommandations à venir. Ces entretiens sont menés à l'aide d'une grille de questions ouvertes préalablement élaborées de manière à structurer de la même façon chaque entretien. Ces entrevues sont planifiées sur une durée d'environ 1 heure.

Pour finir, un entretien avec une entreprise présente dans le domaine de la publicité numérique pour les entreprises a été mené afin d'obtenir des informations concrètes sur l'externalisation de la communication via les différents réseaux sociaux et aussi dans le but de recevoir un devis concernant les divers services pouvant être proposés à la commune. Cet entretien est mené en se servant d'une grille de questions conçue préalablement et devrait durer environ 1 heure.

**Risque :** un risque potentiel est que les communes contactées soient pas ou peu disponibles pour ces entrevues ou qu'elles n'aient tout simplement pas les réponses aux questions posées.

#### **Phase 5 : Analyse des résultats obtenus**

Cette phase s'est donc basée sur les résultats obtenus aux phases précédentes afin d'extraire les informations qui seront nécessaires à la phase suivante, proposition de recommandations. L'analyse repose donc sur trois axes différents :

1. Analyse des données
2. Présentation des résultats
3. Identification des potentielles recommandations

**Risque :** le principal risque lié à cette phase reste le manque de cohérence entre la problématique de base et les résultats obtenus de la part de la population et des employés de la commune dans ce cas précis.

#### **Phase 6 : Proposition de recommandations**

Lors de cette étape, plusieurs recommandations sont proposées à court, moyen et long terme, accompagnées pour la plupart de plans d'actions personnalisés. Le but de cette recommandation est de pouvoir orienter la commune dans l'un des axes observés en début de travail, c'est à dire :

- Une communication claire
- Établir un dialogue avec la population
- Se tourner vers une communication plus digitale

**Risque :** le risque central de cette étape est de ne pas avoir suffisamment d'informations pour fournir des recommandations pertinentes à la commune de Romanel-sur-Lausanne.



## 5 Analyse des entretiens

### 5.1 Introduction

Dans le but de comprendre plus amplement le fonctionnement de la communication externe de la commune de Romanel-sur-Lausanne, j'ai mené plusieurs entretiens avec différents responsables de service ainsi qu'avec la Syndique et la Rédactrice du journal local, le Romanel Info.

Dans un deuxième temps, j'ai interviewé des responsables de communication dans les quatre communes suivantes : Morges, Bussigny, Renens et Moudon. Cela m'a permis de mieux comprendre comment des communes aux populations plus grandes et à la communication plus développées fonctionnent avec leurs populations.

Enfin, un entretien avec "Omni Production Sàrl », une entreprise experte dans le milieu de la communication digitale, photo et vidéos, afin d'avoir de plus amples informations sur une potentielle externalisation de la gestion de la communication à la population.

### 5.2 Entretiens avec personnes internes

Les entretiens avec les personnes internes à la commune de Romanel-sur-Lausanne ont permis une meilleure compréhension du fonctionnement actuel et les attentes des différents secteurs en matière de communication avec la population et de possible digitalisation. Chaque entretien a été mené à l'aide d'un guide d'entretien (consultables en annexes) et les points les plus importants sont mis en évidence ci-dessous.

#### 5.2.1 Syndique

L'entretien avec la Syndique (*voir annexe 1*), Madame Perrin, a permis de mettre un cadre plus précis autour de ce travail afin de comprendre la problématique à laquelle la commune de Romanel-sur-Lausanne fait face actuellement, ainsi que le but de cette analyse du plan de communication.

Pour ce faire, la Syndique a d'abord listé les tâches dont elle est responsable au sein de la commune :

- Présider la municipalité (5 personnes) – responsable des dicastères suivants : Administration générale, relations extérieures, affaires sociales. Une fois par semaine échanges sur les dicastères avec la municipalité
- Chaque dicastère à un responsable de service (opérationnel) qui est lié à un municipal (stratégique)
- Relation avec le conseil communal
- Si pas de personne désignée pour un service alors une personne de la municipalité s'en charge
- Tout coordonner et faire les liens avec le canton

Concernant la communication avec la population, elle devrait passer par les différents guichets de la commune afin de trouver les informations requises tout de suite au bon endroit. Toutefois, Madame Perrin se retrouve à devoir rediriger plusieurs personnes qui s'adressent à elles directement. Un travail pourrait être fait afin d'améliorer cette problématique. La syndique participe aussi à l'élaboration d'idées d'articles pour le journal local.



Le principal souhait de la municipalité est de revoir le plan de communication actuel qui n'est pas tout à fait structuré afin de rendre la transmission d'information à la population plus claire et de permettre aussi à la population d'avoir un échange avec sa commune.

Pour finir, Madame Perrin a été interrogée sur les attentes par rapport au travail effectué. Certaines sont de l'ordre du concret tel que créer des cartes de visites virtuelles à l'aide de QR codes pour certains systèmes d'exploitation. Ceci dans le but d'intégrer progressivement le digital au sein de la commune. L'implémentation d'un téléphone mobile destiné à un usage strictement professionnel afin de clarifier le statut de la syndique est aussi à prévoir. D'autres attentes mentionnées sont de trouver le fil rouge de la communication et d'arriver à communiquer correctement aux bonnes personnes par les bons canaux. Implémenter un forum d'échange avec la population et communiquer plus amplement sur la vie associative et les différents événements ayant lieu dans la commune.

## 5.2.2 Chefs de service

### Secrétaire municipal

Monsieur Ray en plus d'être la personne de contact pour ce travail de Bachelor, est aussi le Secrétaire municipal de la commune de Romanel-sur-Lausanne. Il est la personne qui s'occupe de coordonner les informations entre les différents chefs de service et la municipalité. L'entretien (*voir annexe 2*) avec le Secrétaire a permis une vision plus globale de la communication à la population puisqu'il supervise les différents secteurs.

Les différentes tâches présentes dans son cahier des charges sont les suivantes :

- Secrétariat pour la municipalité : séance avec les 5 municipaux 1 fois par semaine
  - Préparation de la séance, ordre du jour, participation à la séance menée par la Syndique, droit de parole à titre consultatif (pas de vote), rédaction du PV et distribution des tâches aux responsables de services + suivi de l'exécution / logistique pour la municipalité (organisations des divers événements de la municipalité, réponses aux invitations, filtre pour la municipalité)
- Obligations légales du secrétaire municipal : archives de la commune, lois et règlements (fédérale et propres), contrats avec les sociétés locales et les partenaires, directives internes, textes soumis au conseil communal (publications sur le site internet/communications), rédactions des textes officiels
  - Exemple : Décret du canton pour l'économie d'énergie des vitrines
- Soutien aux différents chefs de services dans leur travail administratif : secrétariat pour les services qui n'en ont pas, par exemple : l'enfance (réfectoire=>absence des enfants), sécurité, bâtiment, bourse, voirie, social (pas représenté), culture, tourisme, promotion économique(entreprises)

Concernant les attentes par rapport au futur de la communication, un système de publication proactif entre le site internet et des éventuels réseaux sociaux pour communiquer les informations de façon claire à la population. Une vision du digital en complément du format papier qui est aujourd'hui largement distribué au sein de la commune

de Romanel-sur-Lausanne, avec l'envie de trouver des moyens de communication avec la tranche d'âge plus jeune de la population.

L'implémentation d'une newsletter digitale à laquelle les habitants pourraient souscrire gratuitement en complément des informations au format papier déjà distribuées. Plus de communication aux entreprises sur les informations générales. Améliorer la coordination avec les sociétés locales ainsi qu'avec les parents vis-à-vis des offres régionales pour leurs enfants.

## **Contrôle des habitants**

L'entretien avec Madame Hilpert (*voir annexe 3*), responsable du Contrôle des habitants a été mené afin de mieux comprendre ce dont les habitants ont besoin vis-à-vis de la commune, notamment à leur arrivée et à leur départ, ainsi que dans leur quotidien étant donné que c'est le service qui est le plus en contact avec la population. Elle a tout d'abord dressé une liste des différentes tâches qui sont en lien avec les habitants :

- Gestion de la base de données (naturalisations, naissances, mariages, décès)
- Arrivées – départs
- Permis de séjour – autorisations de séjour – cartes d'identité
- Attestations de domicile
- Registre civique – élections – gestion de la procédure
- Registre des chiens – relier aux habitants
- Distribution de sacs taxés à la suite d'une naissance
- Cartes déchèterie
- Articles dans le Romanel info sur le contrôle des habitants/élections

Pour ce qui est de la communication avec la population, elle se fait principalement par des courriers adressés au format papier ou en personne au guichet du Contrôle des habitants. Les différentes communications sont les informations concernant les naissances et les droits auxquels peuvent prétendre les parents, ainsi qu'une parution de naissance dans le journal local. Les convocations pour les permis arrivant à échéance ainsi que des échanges avec les gérances sur les arrivées et départs. Des informations générales sont aussi transmises via le Romanel Info.

Concernant les attentes du contrôle des habitants, une mise en place de la plateforme e-déménagement devrait voir le jour une fois que le canton aura terminé sa phase pilote dans diverses communes de la région. Cette plateforme permettrait des arrivées et départs facilités entre les différentes communes du canton de Vaud. La procédure d'annonce pour les chiens pourrait aussi être possible au format digital.

Un accès à l'information plus facile et dynamique que cela soit sur le site internet, les éventuels réseaux sociaux ou encore d'autres supports de communication. Une fréquence plus grande de parution du Romanel Info permettrait aussi de partager des informations dans des délais plus courts afin d'informer la population en temps réel des



événements ayant lieu dans leur commune. Une modernisation générale des moyens de communication est à étudier afin de rendre les informations de la commune plus claires et plus attractives.

## **Bureau technique**

L'entretien concernant le service du Bureau technique (*voir annexe 4*) a été mené avec Monsieur Gilliéron. Comme pour les autres entretiens, le but était de mieux comprendre le fonctionnement de ce service et les différentes communications que le bureau technique est amené à avoir avec la population. De la même façon que pour les précédents, une liste des tâches a été effectuée. Dans ce cas-ci, trois grandes catégories ont été élaborées afin d'en faciliter la compréhension :

- Police des constructions
  - Nouveaux bâtiments et transformation => un préavis à la municipalité pour validation/non validation. Le permis est délivré si aucune opposition, dans le cas contraire il y a alors gestion des oppositions (droit d'être entendu) et contrôle technique des travaux. Enfin l'octroi du permis de construire/ avocat conseil pour le tribunal administratif
- Aménagement du territoire
  - Consiste à mener les grandes réflexions pour le futur de la commune, stratégies, intérêts politiques/économiques, mobilité et écologique => règlements qui donnent des droits d'affectation - PECC (plan d'énergie climat communal) afin de cibler des points d'amélioration pour l'écologie => bon plan d'investissement = bon PECC. Cela nécessite de satisfaire des secteurs variés qui n'ont pas les mêmes attentes, ce qui engendre une grande quantité de temps dévouée à ces projets (ex : PAC Vernand)
- Planification de la commune
  - SIT (système information du territoire) canalisation, routes, ... planifier les entretiens, élaboration du projet et suivi des travaux, ...
- La délivrance de permis de construire
  - Envoyé au format papier
  - Conditions de sécurité et justificatifs de fin de travaux
  - Contrôle de fin de travaux pour autorisation d'utiliser/habiter
  - Feu, sécurité (barrière), ...

Concernant les différents types de communication à la population, il en existe beaucoup, notamment toutes les procédures légales qui doivent obligatoirement être publiées et consultables au guichet du bureau technique de la commune. Une liste non exhaustive des types de communication a été dressée :

- Procédure légale : mise à l'enquête de l'objet, publication dans la FAO et 24H (journal local) + pilier public
- Consultation de divers documents au guichet du bureau technique (mises à l'enquête)

- Publication sur le site internet / CAMAC
- Permis de construire digital (notion de contrat – pas forcément pertinent)
- GED (gestion électronique de documents). Le système ELO pour numérisés des documents pour votre propre commune. Pour le canton, le système CAMAC (base de données cantonale, registre cantonal des bâtiments pour générer la fiche bâtiment si nouveau bâtiment lié au registre des bâtiments)
- Pour tout nouveau lancement de travaux, un contact avec les propriétaires est établi par une personne du bureau technique

Concernant l'aménagement du territoire, les moyens de communication suivants sont utilisés pour faire part des changements futurs aux habitants.

- Articles dans les journaux

Présentation du nouveau plan d'affectation par un tout ménage et séance d'information (pratique des paravents avec les gens qui peuvent découvrir le projet et poser les questions en petit comité).

Pour ce qui est des attentes par rapport au futur de la communication avec la population, le bureau technique souhaiterait mettre en place différentes choses dont la consultation en ligne du dossier et donc des plans et non uniquement un accès à publication de la mise à l'enquête. Un système de prise de rendez-vous pour les personnes qui souhaitent venir consulter des documents directement sur le site de l'administration communale est aussi à explorer.

L'intégration d'une foire aux questions complète sur le site internet afin de rappeler toutes les démarches à suivre pour les procédures liées au bureau technique avec une possibilité de remplir un document prédéfini en ligne, mais à renvoyer au format papier. La mise en place d'un portail cartographique est aussi un élément intéressant pour tout ce qui touche au trafic routier et aux permis de fouille. Ce portail permettrait un accès facilité à ces informations bien qu'il demande un certain nombre de ressources pour être mis en place et maintenu à jour.

## Travaux

L'entretien avec Monsieur Botré (*voir annexe 5*), responsable du Service des travaux a été tout particulièrement intéressant car c'est actuellement l'unique service à avoir un profil pour son service sur Facebook. Les différentes tâches qui incombent au responsable du Service des travaux et son équipe sont les suivantes :

- L'entretien des espaces verts
- La gestion des déchets au sein de la commune
- L'entretien des routes et des canalisations
- La mise en place des infrastructures pour les différentes manifestations ayant lieu à Romanel-sur-Lausanne
- La gestion des cimetières
- Tout entretien de zones extérieures dans la commune

La communication auprès de la population se fait par différents canaux. Le Romanel Info est un moyen de communication notamment pour tout ce qui est de la gestion des déchets, rappel des horaires d'ouverture de la déchetterie, ainsi que sur le compte Facebook et par le biais de dépliants qui ont été distribués en tout-ménages.

Sur le compte Facebook, on retrouve aussi les informations suivantes :

- Gestion des déchets (camion en panne, horaires pour la tournée des déchets si changement temporaire ou jours fériés, fermeture exceptionnelle de la déchetterie)
- Fermeture des routes
- Coupures de courant
- Espaces verts : « Une tulipe pour la vie », événement visant à sensibiliser la population à la maladie du cancer du sein, en venant planter des tulipes dans les espaces verts de la commune
- Partage d'informations sur des animaux perdus dans la commune
- Annonces devant être partagées rapidement en rapport avec la météo ou des imprévus

L'attente principale du Service des travaux serait de pouvoir retrouver les différents services sur une seule et même page sur les réseaux sociaux. La quantité de publications par année sur la page Facebook n'étant pas immense, il serait tout à fait intéressant d'y joindre les autres services sous un seul et même compte. Une application ou un moyen d'envoyer des notifications push est aussi en réflexion concernant le Service des travaux pour ce qui concerne la gestion des déchets, afin de pouvoir avertir rapidement la population des éventuels changements.

## **Sécurité publique**

L'entretien avec le responsable de la Sécurité publique (*voir annexe 6*), Monsieur Cornu, s'est déroulé selon le guide préparé préalablement. Cet entretien a consisté à mieux comprendre les points qui touchent à la communication dans ce service et quelle place peut y trouver la digitalisation. Premièrement, une liste des différentes tâches que Monsieur Cornu exerce a été dressée :

- La gestion de l'agenda des manifestations et des différentes démarches à suivre pour le bon déroulement de ces dernières
- La gestion des différents types de stationnement et signalement des éventuels changements temporaires
- Signalisation routière et communications à la population des changements la concernant
- Audition commission de police
- La gestion des démarches liées à la naturalisation des habitants
- Diverses tâches en lien avec les enquêtes du Bureau technique, livraison de lettres au Greffe et surveillance de chantier



La communication mise en place actuellement, principalement au format papier (courriers adressés), au guichet directement ou par email, semble être adéquate aux besoins actuels de la population.

*Email* : information sur les manifestations, POCAMA<sup>1</sup> via le site en ligne dédié aux manifestations de cette envergure et avis de chantier/blocages éventuels sur un chantier.

*Courrier, autres formats papier et visites sur place* : informations sur les manifestations, flyer aux entreprises/restaurants pour des situations exceptionnelles (crise énergétique), demandes de rendez-vous de la part des entreprises pour des éventuels renseignements.

*Site internet* : pilier public et autres informations validées par le Greffe.

Une éventuelle intégration de certaines informations sur les réseaux sociaux pourrait être étudiée, tels que des rappels des bonnes pratiques de la route en vidéo, ou des explications pour les démarches à effectuer pour annoncer un événement à sa commune. L'attente principale du chef de service serait d'avoir un agenda en ligne pour que les gens puissent directement prendre des rendez-vous sur le site. La réservation de salles automatisées sur le site serait aussi un grand avantage. Une fréquence plus grande de parution du journal local serait aussi intéressante vis-à-vis des annonces des différentes manifestations ayant lieu dans la commune.

### 5.2.3 Rédactrice du journal local

Madame Clerc, médiaticienne, est chargée de la rédaction du journal depuis janvier 2021 avec un pourcentage représentant environ un 10%. Un entretien (*voir annexe 7*) a été mené avec elle étant donné que le journal local, le Romanel Info, est l'unique moyen de communication de la commune qui touche l'entièreté de la population puisqu'il est distribué en tout-ménage. Cet entretien a permis de comprendre les enjeux et le fonctionnement de la rédaction de ce journal et de déterminer quels sont les points à retenir pour la suite du journal ainsi que les points à améliorer.

Les différentes tâches qu'elle doit effectuer sont les suivantes : rédaction du journal, trouver des idées d'articles avec la commune et le tissu local, gestion et coordination entre les différentes parties afin de respecter les délais accordés.

Concernant l'organisation de la rédaction du journal, il paraît trimestriellement et les différents services de la commune sont fortement encouragés à transmettre les informations nécessaires à la rédaction d'articles afin de faire connaître la commune de Romanel-sur-Lausanne. Les sociétés locales et habitants souhaitant faire paraître un article dans le journal communal peuvent le faire en contactant directement la rédaction du journal via l'adresse email présente dans le journal même et sur le site internet. Les tarifs et formats de parution sont également

---

<sup>1</sup> POCAMA = (Portail Cantonal des Manifestations)

disponibles sur le site internet. L'impression est ensuite confiée à une prestataire externe, ce qui nécessite des délais à respecter pour toutes les parties prenantes.

La rédactrice actuelle suggère une parution plus régulière, pour autant qu'un soutien soit mis en place afin de soulager la charge de travail. La parution trimestrielle permet peu de flexibilité et de réactivité quant aux annonces des manifestations et événements futurs. Une parution plus fréquente est aussi à évaluer au vu de l'avis de la population sur la question. Bien que le journal soit lu par une tranche d'âge plus âgée il touche tout de même une grande partie de la population et une modernisation de son format pourrait le rendre plus attractif.

#### ***Points à améliorer***

- Modernisation du format du journal
- Fréquence de parution plus régulière
- Une personne chargée de la coordination des informations entre les différentes parties prenantes

#### ***Points à retenir***

- Intérêt de la population pour les divers articles sur la vie de la commune
- Possibilité pour les sociétés locales de transmettre des articles et informations pratiques (ex : événements)

### **5.3 Entretien avec personnes externes**

Les entretiens avec les personnes externes à la population de Romanel-sur-Lausanne ont servi à mettre en évidence les différences et similitudes qu'il y a entre les communes en termes de communication à la population. Certains points relevés ont servi d'inspiration pour l'élaboration des recommandations. Un entretien avec une agence de communication a aussi été mené afin d'avoir une meilleure compréhension de l'externalisation de la communication.

#### **5.3.1 Communes avoisinantes**

Les différentes communes ont été interrogées grâce à un guide d'entretien préparé préalablement. Ce dernier est structuré en trois parties principales : communication générale ; communication digitale et pour finir futur de la communication et divers projets. Le guide comporte sept questions et a été partiellement adapté dans certains entretiens afin d'avoir les réponses les plus pertinentes possibles. Il a été choisi d'interviewer des communes de tailles différentes, avec des fonctionnements de communication variés.

#### **Morges**

La commune de Morges compte actuellement environ 18'000 habitants et possède un secteur communication. L'entretien a été mené avec Monsieur Lefort (*voir annexe 8*), chargé de communication depuis octobre 2021.



### ***Communication générale***

La commune dispose de plusieurs moyens de communication selon les trois axes observés tout au long de ce travail. Afin d'échanger, les guichets physiques, ainsi que l'application permettant de prendre des rendez-vous hors heures d'ouvertures sont à disposition. La municipalité est présente une fois par mois à un stand du marché. Ces échanges se sont avérés positifs pour le moment, sachant qu'ils ont commencé en février 2023. Le journal communal « Reflets »<sup>2</sup> qui paraît trimestriellement permet aussi un contact avec la population. Les conférences de presse, présentations publiques et l'affichage représentent aussi des moyens de communication officiels avec les résidents de la commune bien que plus rares en fréquence.

L'organisation au sein de l'office de la communication est gérée à l'aide de différents agendas communs (événements) au sein de l'équipe communication et d'un dialogue proactif avec les responsables de services afin de transmettre les bonnes informations à la population. Un point de situation est fixé chaque deux mois pour s'assurer d'avoir les dernières informations notamment sur les projets futurs. L'office de la communication étant rattaché au Greffe, une participation aux séances des responsables de Services permet une bonne collaboration.

### ***Communication digitale***

Pour ce qui est de la présence digitale, la commune de Morges a un site internet officiel de la ville, à travers lequel la population peut trouver toutes les informations pratiques dont elle a besoin concernant la vie communautaire au sein de celle-ci. Le site « Morges Avenir »<sup>3</sup> de même que « Morges dialogue »<sup>4</sup> sont des sites annexes qui servent à mettre en lien les personnes de la commune souhaitant s'investir dans divers projets. La commune de Morges est aussi présente sur les réseaux sociaux suivants : Facebook, pour un impact sur le grand public, LinkedIn pour partager des offres d'emplois et autres informations relatives par les ressources humaines et les projets de réalisation avec la ville, Instagram aussi pour un impact sur le grand public et apporter un aspect esthétique grâce aux différentes images publiées, enfin Twitter. Ces derniers ont des commentaires ouverts et le Service de communication gère les échanges et les réponses nécessaires en collaborant main dans la main avec les Services concernés.

Il existe aussi une application mobile pour la ville de Morges, pratique pour rester informé des travaux en cours, agenda des manifestations et événements culturels ayant lieu dans la commune. Les utilisateurs sont invités à choisir les types d'alertes qu'ils souhaitent en fonction de leurs intérêts.

---

<sup>2</sup> <https://www.morges.ch/reflets/>

<sup>3</sup> <https://www.morgesavenir.ch/info-travaux/>

<sup>4</sup> <https://www.morgesdialogue.ch/>



La gestion des médias est faite selon une ligne directrice adaptée à chacun d'entre eux, 4 en tout. Il existe aussi une ligne directrice pour que les Services qui gèrent eux-mêmes leur communication puisse avoir un fil rouge qui suive celui des communications officielles de la ville.

Les médias sont aujourd'hui indispensables pour la commune de Morges. Ils permettent une réactivité quant au partage d'informations et échanges avec sa population, bien qu'ils ne remplacent pas entièrement la communication au format papier. Actuellement les moyens de communication digitaux les plus pertinents pour la ville sont les newsletters et les divers médias sociaux.

### ***Futur de la communication et divers projets***

Une éventuelle remise en forme du journal communal au format papier et la simplification de son accès au format digital.

### ***Points à retenir***

- Un journal communal au format traditionnel qui partage les informations de la vie de la commune
- Un secteur communication organisé à l'aide de différents outils (agendas communs et autres moyens digitaux d'organisation)
- L'office de la communication gère les réponses et potentiels échanges avec la population sur les différents médias sociaux

## **Bussigny**

La commune de Bussigny compte actuellement environ 10'000 habitants. La communication est aujourd'hui sous le Service du Greffe, géré par Monsieur Charmillot, Secrétaire municipal. Le département communication existe depuis 3 ans au sein du Greffe. Madame Puertas qui a assuré l'entretien (*voir annexe 9*) travaille pour la commune à 80% et s'occupe de la gestion de la communication interne et externe de la commune.

### ***Communication générale***

Concernant les différents axes de la communication, la ville de Bussigny est très présente sur l'axe digital, ainsi que l'axe du dialogue avec différents événements organisés dans la commune en présence de la municipalité. La commune ne possède pas de journal communal mais publie dans le journal de Morges une fois par mois. Une réflexion est en cours pour savoir si un espace plus grand dans le journal serait à prévoir, mais pour l'instant la création d'un journal communal n'est pas à l'ordre du jour principalement pour des questions financières ainsi qu'écologiques. Toutefois l'idée de remettre des séances d'information en présentiel pour la population est actuellement discutée.

Au sujet du département communication, une personne s'occupe des visuels à publier sur les différentes plateformes prévues et les chefs de service ont la responsabilité de transmettre les sujets de communications et

les moyens de communication souhaités pour ces derniers, sauf information récurrentes qui sont à l'agenda. Les chefs de service ont aussi un accès direct à leur page, sur le site internet, pour tout changement d'information rapide.

Pour l'instant, le moyen de communication le plus efficace pour la transmission d'informations officielles et pour avoir un retour de la population reste le tout-ménage.

### ***Communication digitale***

Concernant la communication digitale, la commune de Bussigny a mis en place les moyens suivants : site internet (Joomla) ; 4 panneaux lumineux pour diffuser les divers événements et autres informations pratiques de la commune ; Facebook pour la tranche d'âge 30 et plus ; Instagram pour informer sur les événements à venir et les diverses informations pratiques ; LinkedIn pour les offres d'emploi et informations politiques.

Les informations sur les panneaux lumineux restent environ deux semaines, afin d'assurer la cohérence dans le temps avec les événements mentionnés et dans le but de pouvoir en diffuser le plus possible. Quant aux médias sociaux, la commune les conçoit plus comme un mode annexe de transmettre des renseignements à la population de façon ludique. Les commentaires sur les différents médias sociaux sont également gérés par la responsable de la communication qui se charge de trouver les réponses aux différentes questions auprès des chefs de service concernés.

Un sondage à la population (*voir annexe 14*) a aussi été mené en début d'année pour évaluer les besoins liés à la communication. Une réponse plutôt positive de la part de la population met en avant le besoin actuel de communiquer via les moyens digitaux. Bien que le site internet reste le moyen de communication officiel le plus intéressant au sein de la commune, les médias sociaux et plus particulièrement le compte Facebook de la commune s'impose juste derrière le site internet et questionne sur la place qu'il devrait avoir au sein de la commune, tout comme le compte Instagram qui observe une croissance de visites en augmentation constante.

### ***Futur de la communication et divers projets***

Les différents panneaux lumineux que l'on retrouve dans la commune sont un des récents projets que le département communication a pu mener. La réaction de la population face à ces installations est pour la majorité positive

### ***Points à retenir***

- Des panneaux lumineux à des endroits stratégiques de la ville pour informer sa population
- Une présence dans un journal local afin de continuer d'informer les habitants des différentes actualités de la commune
- Une présence dynamique sur les différents médias sociaux pour s'adresser à sa population plus jeune



## **Renens**

La commune de Renens est la plus grande à avoir été interrogée et compte actuellement environ 20'000 habitants. La ville de Renens a mis en place une cellule de communication qui compte trois employées à temps partiels et une stagiaire en graphisme. L'entretien a été mené avec Mesdames Carrard et Pierrehumbert (*voir annexe 10*) qui travaillent respectivement à 60% et 70% pour la cellule communication. La troisième employée travaille actuellement à 80% et la stagiaire à 80% également.

### ***Communication générale***

La ville de Renens met l'accent sur le digital en s'efforçant de faciliter l'utilisation et les moteurs de recherches de son site internet. Elle n'oublie tout de même pas les deux autres axes tout aussi importants de la communication à la population, en favorisant l'échange par le biais de séances d'informations concernant l'urbanisme ou des projets participatifs, comme la « Ferme du village » ou en encore pour le quartier de la Savonnerie. Des discussions autour de la question du climat sont aussi menées. Un projet, « Idée(s) de Renens »<sup>5</sup>, qui a impliqué plusieurs groupes de discussions a été mis en place afin de permettre à ses habitants et aux visiteurs de mieux comprendre quelle est l'identité de la ville de Renens. Pour se faire, différentes interviews, des affichages participatifs présents dans la ville, une campagne de publicité sur les médias sociaux, la publication d'un questionnaire dans un EMS ont été effectués.

Le journal local, InfoRenens<sup>6</sup>, paraît huit fois par année et permet un suivi des différents événements, manifestations, informations utiles à la population et autres actualités. Les différents services sont en charge de transmettre les informations qu'ils souhaitent voir paraître dans le journal communal. Les sociétés locales sont aussi invitées à envoyer les textes qu'elles souhaitent partager dans le journal. La cellule communication s'occupe ensuite de mettre en page la maquette pour impression. Les images présentes dans le journal sont fournies directement par les sociétés locales ou les services concernés.

Concernant l'organisation de la cellule communication, il existe actuellement un planning pour la préparation des parutions du journal communal ainsi que pour les événements récurrents tels que la saison culturelle, accueil des habitants, les animations de Noël ou encore pour les événements à caractère particuliers, comme la refonte du site internet, charte graphique ou le plan climat.

L'outil *Microsoft Excel* est utilisé pour le planning du journal et les différentes promotions présentes dans les bus TL. Pour ce qui est de la culture, un chargé de communication s'occupe de l'organisation des divers événements.

---

<sup>5</sup> [https://www.renens.ch/web/portrait/actualites/affiche.php?menus\\_pages\\_id=1&id=112&id\\_actus=699](https://www.renens.ch/web/portrait/actualites/affiche.php?menus_pages_id=1&id=112&id_actus=699)

<sup>6</sup> <https://www.renens.ch/portrait/carrefour-info.php#book5/page1>, parution du InfoRenens du 07.06.23

Les tout-ménages pour des informations spécifiques sont assez rares au sein de la commune de Renens, car il y a une réelle volonté politique, avec la municipalité, de développer le journal local, distribué gratuitement, pour transmettre l'information à ses citoyens.

### ***Communication digitale***

Les différents moyens de communications digitaux présents à Renens sont les suivants : site internet, Instagram, LinkedIn et Facebook. L'accent est surtout mis sur le développement du site internet sur lequel plusieurs refontes ont été effectuées dans le passé, ainsi qu'une nouvelle prévue prochainement afin d'améliorer le moteur de recherches de ce dernier. Relativement à la gestion des différents canaux de communication, les chefs de service n'ont pas d'accès à leur propre page sauf pour la publication de mise à l'enquête et le service de la bibliothèque peut aussi ajouter les informations concernant les diverses animations en prévision. Les personnes en charge de la culture, du sport et de la durabilité, ont, elles, accès aux réseaux sociaux (Facebook et Instagram) afin de pouvoir partager les actualités concernant leurs services.

La réflexion pour la création d'une application mobile qui viendrait compléter le site internet une fois refondu est en cours. Les médias sociaux jouent aussi un rôle important au sein de la commune et permettent un contact plus direct avec les habitants grâce notamment aux commentaires qui sont également gérés par les personnes de la cellule communication. Toutefois, aucune information officielle est transmise sur les médias sociaux, ceux-ci sont utilisés pour partager des photos de la commune et des informations relatives aux différents événements.

### ***Futur de la communication et divers projets***

Le futur de la communication pour la ville de Renens réside principalement dans la refonte de son site internet afin de l'optimiser au maximum et de créer peut-être une application mobile pour le compléter. Puis, dans un deuxième temps, développer la cyber administration qui a déjà fait son entrée par le biais de certains guichets en ligne. Pour finir, le projet pilote de la plateforme e-déménagement qui devrait arriver prochainement dans les communes du canton de Vaud.

### ***Points à retenir***

- Un journal communal qui prend en compte l'impact écologique tout en paraissant à une fréquence soutenue avec une volonté d'utiliser le journal communal en substitution à d'autres tout-ménages
- Une constante volonté d'optimisation des moyens de communication mis en place
- Divers moyens d'échanges avec la population sur les projets que la commune développe



## **Moudon**

La commune de Moudon compte aujourd'hui environ 6'000 habitants et représente la commune interviewée la plus proche de Romanel-sur-Lausanne en termes de taille premièrement mais aussi de développement de ses canaux digitaux. L'entretien a été mené avec Monsieur Rubattel (*voir annexe 11*) qui est actuellement la personne en charge de la communication, adjoint au Secrétaire municipal, depuis avril 2023 à 20%.

### ***Communication générale***

La commune de Moudon est principalement présente sur l'axe de la communication digitale bien qu'elle soit aussi active dans la transmission d'information claire, ainsi que pour le dialogue avec sa population.

Le journal local, « J'Moudon », journal communal officiel de la ville de Moudon a vu le jour en septembre 2021 après la disparition du Journal de Moudon, plus tôt en 2021. Ce nouveau journal communal vise à représenter l'identité de la commune et transmettre l'information à sa population de façon trimestrielle. A propos de sa préparation, La rédaction des articles est faite au sein de la commune et la mise en page de ces derniers est faite par un prestataire externe. Les différents services sont fortement invités à fournir eux-mêmes les informations à publier. Les informations venant du canton directement sont aussi à prendre en compte pour les délais d'impression du journal. Afin d'échanger avec sa population, la commune organise des séances publiques d'information et est aussi présente à divers événements locaux tels que les marchés et autres événements sur des thèmes spécifiques.

### ***Communication digitale***

En ce qui concerne les médias digitaux mis en place au sein de la commune, on retrouve : le site internet, Facebook, Instagram et LinkedIn. La création d'un compte TikTok a été effectuée afin de réserver le nom d'utilisateur, mais le réseau social n'est pas encore en fonction. La transmission d'informations officielles se fait autant au format papier que digital.

Sur les réseaux sociaux, les commentaires sont possibles mais la commune a choisi de ne pas répondre à ces derniers, sauf dans le cas de situations exceptionnelles comme la crise énergétique où la population a pu poser des questions directement à la commune. L'administration possède donc un moyen de réponse direct avec ses habitants. Les annonces de parution du journal communal sont faites sur le site internet ainsi que par l'accès au format PDF du journal.

Alors que les médias sociaux ne sont pas encore développés à leur plein potentiel, sachant que le compte Facebook a été créé en 2020, le compte Instagram en 2022 et le compte TikTok en 2023, il y a une réelle volonté de la part de la commune de trouver des moyens de communication pour interagir avec sa population plus jeune.

### ***Futur de la communication et divers projets***

Le principal projet de la commune de Moudon est d'améliorer et de refondre le site internet actuel afin de le moderniser et de le rendre plus facile d'accès et d'utilisation.

#### ***Points à retenir***

- Une commune qui se lance dans la création de médias sociaux a aussi des informations à transmettre à sa population par ces canaux
- L'idée d'un prestataire externe pour la mise en page des articles est une option intéressante à étudier
- L'importance du digital même au sein d'une petite commune est à prendre en compte

#### **5.3.2 Agence de communication**

L'entretien (voir annexe 12) concernant l'externalisation de la communication a été mené avec Monsieur Belil de l'agence de communication Omni Production Sàrl<sup>7</sup>. Cette agence est en activité depuis environ deux ans et malgré son jeune âge a déjà eu l'opportunité de travailler pour des entreprises importantes dans le milieu de la pharma et de l'horlogerie.

L'entretien effectué avec cette entreprise visait à mieux comprendre les enjeux d'une externalisation de la communication et de l'étendue possible. Les services proposés sont donc les suivants :

- Création et gestion des réseaux sociaux
- Stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Marketing digital
- Capture vidéo et photo

Le déroulement d'un partenariat avec cette agence consisterait à fixer un premier rendez-vous pour comprendre les besoins actuels de la commune, suivi d'un deuxième rendez-vous pour une offre personnalisée aux besoins étudiés. Cette jeune entreprise offre de nombreux services professionnels grâce à un permis de pilotage de drone FPV (first person view) afin d'effectuer des vidéos de hautes qualités, ainsi qu'un photographe expérimenté. Les formations des diverses personnes de l'entreprise permettent un accompagnement tout au long du processus. La possibilité de mandater l'entreprise uniquement pour la création des réseaux sociaux et la mise en place d'une stratégie de communication est aussi possible.

Afin d'avoir un ordre d'idée des prix pour les prestations d'une agence de communication pour la création de contenu vidéo, veuillez-vous référer à l'annexe 13. Pour de plus amples informations, il est nécessaire de demander un devis détaillé à l'agence de communication choisie.

---

<sup>7</sup> [https://linktr.ee/OMNI\\_Production](https://linktr.ee/OMNI_Production)

#### 5.4 Synthèse des entretiens qualitatifs

La conclusion de ces entretiens montre que les collaborateurs de la commune de Romanel-sur-Lausanne sont prêts à voir un changement s'effectuer au sein de leur commune tant sur le plan de la communication traditionnelle que digitale. Certains, par leurs services qui nécessitent plus d'attention, seront certainement plus enclins à opérer une migration vers la communication digitale tout en gardant les moyens traditionnels actuels. Les services moins concernés nécessiteront plutôt une restructuration avec pour support leurs moyens de communication actuels.

Quant aux entretiens avec les communes, il en ressort en effet que plus la commune concernée a des moyens à disposition, autant humains que technologiques, plus la communication à la population est développée. Malgré la question de la taille et des ressources, les plus petites communes ont aussi un rôle à jouer et aujourd'hui beaucoup de moyens simples, surtout digitaux, sont facilement accessibles à toute personne gérant la communication d'une commune.

L'hypothèse n°1 formulée en début de travail concernant la corrélation entre la taille ainsi que les ressources mises à disposition des communes et leur évolution technologique ainsi que la communication traditionnelle à la population est donc confirmée.



## 6 Analyse du sondage

### 6.1 Introduction et objectifs

L'objectif de ce travail est de trouver quel est le but premier de la communication de la commune de Romanel-sur-Lausanne et de pouvoir déterminer quels supports de communication seraient en adéquation avec les attentes des employés, de la Municipalité ainsi que de la population.

### 6.2 Marche à suivre du sondage

Ce sondage a été envoyé à toute la population de Romanel-sur-Lausanne, soit 3860 habitants au 31.10.2022. Le sondage a récolté 86 réponses (*voir annexe 15*).

Il a été envoyé en premier via le journal local, Romanel Info, grâce à un QR code et un lien. Des exemplaires au format papier étaient aussi disponibles aux différents guichets de la commune, mais n'ont pas été utilisés. Le sondage a ensuite été envoyé aux sociétés locales, ainsi que mis en ligne via un post sur le compte Facebook de la voirie dans le but d'effectuer des relances auprès de la population. Le questionnaire est resté en ligne pendant un mois.

### 6.3 Questionnaire

Le questionnaire était composé de 13 questions centrées autour des thèmes suivants :

- Questions sur la communication actuelle de la commune
- Questions sur le journal local, le Romanel Info
- Questions sur la communication digitale

Les points mis en évidence ressortant de ce sondage sont présentés ci-après.

### 6.4 Population étudiée

Les questions d'identification, en fin de questionnaire, ont permis de pouvoir mieux interpréter les résultats. Au travers des résultats obtenus, on constate une légère majorité de répondants hommes, soit 54,7% (marge d'erreur = 10,52%) des sondés. Le pourcentage de femmes ayant répondu à ce questionnaire se monte à 45,3% (marge d'erreur = 10,52%) des résultats. Par choix de simplicité, nous n'avons pas donné la possibilité aux gens qui ne s'identifient dans aucun genre de nous le faire savoir.

Cette quatrième partie sur les questions d'identifications a permis de mieux comprendre à quel type de communication les individus s'identifient. Il a été choisi de proposer trois différents types de communication :

1. Se renseigner auprès de la commune sur les diverses activités (ex : fenêtres de l'Avent, ...) – 25 personnes
2. Obtenir des renseignements de types pratiques (ex : location des salles, ...) – 26 personnes
3. Recevoir les informations officielles (ex : courrier adressé, votations, ...) – 35 personnes



## 6.5 Analyse des résultats

### 6.5.1 Questions sur la communication actuelle de la commune

Tout d'abord le questionnaire aborde quelques questions sur les moyens actuels de communication qui sont mis en place ainsi que des questions de pointage afin de mieux cerner les besoins de la population.

#### Q1 : Comment évaluez-vous les moyens de communications suivants ?

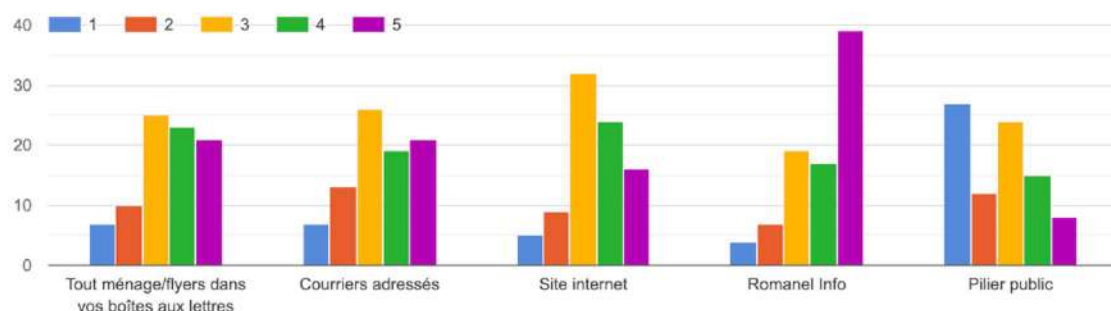


Figure 1: Évaluation des moyens de communication actuels

La première question permet directement de rentrer dans le vif du sujet, car elle évalue les différents moyens de communication mis en place actuellement dans la commune de Romanel-sur-Lausanne. Afin de mesurer la satisfaction des personnes envers les différents moyens de communication, une échelle allant de 1 à 5 a été choisie (1= pas du tout satisfaisant et 5= tout à fait satisfaisant). On observe alors que le journal local reste le moyen qui montre le plus de satisfaction, suivi de près par les tout-ménages ainsi que les courriers adressés directement à l'habitant. Le site internet reste intéressant comme canal mais obtient un résultat mitigé de la part de la population, cela peut s'expliquer par le manque de facilité d'utilisation et l'interface actuelle peu intuitive. Le pilier public, lui, reste le moyen de communication le moins satisfaisant pour la population. Ce qui est important de noter pour cette question, est le fait que le journal local garde une place importante au sein de la commune pour la transmission d'information, même si cela touche la tranche d'âge plus élevée.

#### Q2 : Quels services sollicitez-vous le plus régulièrement ? (3 choix possibles)

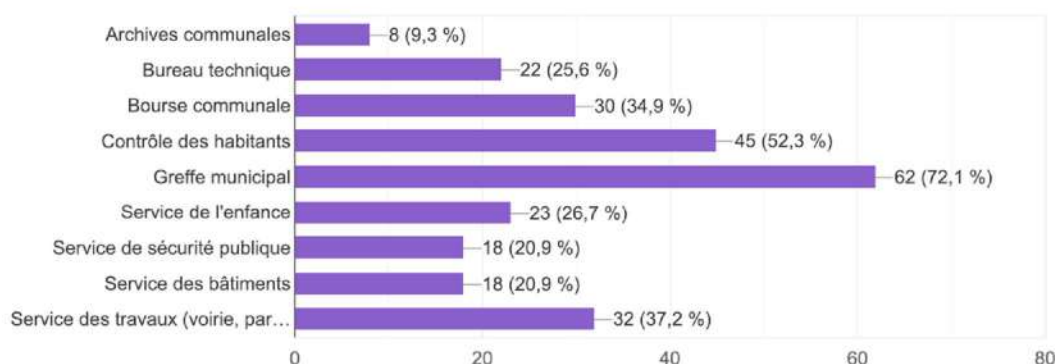


Figure 2: Sollicitation des services communaux

Cette deuxième question a permis de faire un pointage sur les différents services à cibler pour l'élaboration de recommandations. En effet il est important de connaître d'où viennent les besoins des habitants afin de pouvoir proposer des recommandations adéquates. Les répondants avaient donc la possibilité de mettre trois choix différents pour mettre en avant les services qu'ils sollicitent le plus. On retrouve donc en top 3 : Le Greffe municipal avec 72,1% (marge d'erreur = 9,47%), plus grande source d'information au sein des communes et service duquel découle très régulièrement le département communication s'il est existant. Le Contrôle des habitants arrive lui en deuxième position avec 52,3% (marge d'erreur = 10,56%), cela est prévisible du fait que les habitants sont obligés de s'y rendre afin d'annoncer tout départ/arrivée et autres démarches administratives obligatoires. Il sera donc intéressant de se pencher sur les différentes pistes pouvant être mises en place pour rendre ce service facile d'utilisation étant donné qu'il représente le premier contact pour tout nouvel arrivant. Pour finir, on retrouve le service des Travaux, Voiries et Promenades avec 37,2% (marge d'erreur = 10,21%). À nouveau, le résultat est assez peu surprenant étant donné que ce service est celui qui a un impact direct sur le quotidien des habitants.

### Q3 : Est-ce que les horaires de guichets sont adaptés à vos besoin ?

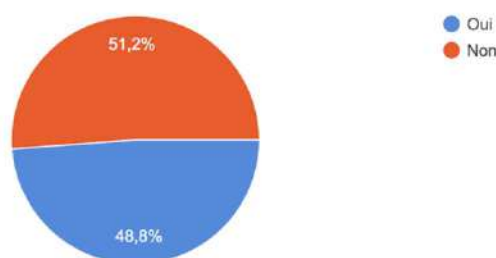


Figure 3: Horaire des guichets physiques

Cette question a été posée à titre informatif dans le but de savoir si l'ouverture de guichets en ligne serait pertinente. On observe avec ces résultats que l'échantillon analysé est assez partagé, 51,2% (marge d'erreur = 10,56%) de non pour 48,8% (marge d'erreur = 10,56%) de oui. Toutefois on ne peut effectuer de corrélation avec l'âge des personnes interrogées (vie active ou retraité).

### 6.5.2 Questions sur le journal Local

Les questions suivantes sont sur le journal local, le Romanel Info, afin de déterminer la pertinence du journal au sein de la commune, son fonctionnement et l'intérêt de la population pour ce dernier. Sans oublier que l'échantillon représente uniquement une petite portion de la population, mais étant très diversifié il peut donner des bons indicateurs pour les recommandations à venir.

## Q4 : Lisez-vous le Romanel Info ?

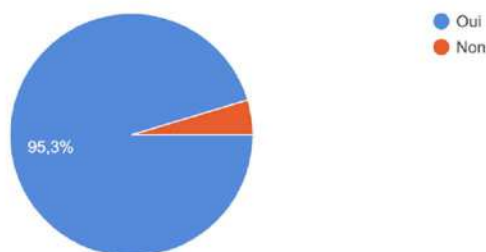


Figure 4: Romanel Info

La première question de cette partie cherche à comprendre si le journal local, trouve de l'intérêt auprès de ses lecteurs. L'échantillon observé prouve donc bien qu'il y a un intérêt et ce pour des tranches d'âges variées bien qu'un peu plus présent sur la tranche d'âge 41-55 ans. Afin de comprendre plus précisément ce que les habitants recherchent dans ce journal local, quelques questions sur son fonctionnement ont été posées par la suite.

## Q5 : Quel type d'abonnement trouveriez-vous le plus intéressant ?

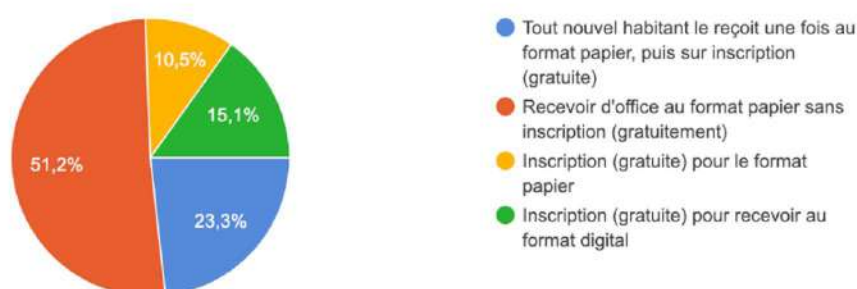


Figure 5: Types d'abonnements pour le Romanel Info

Actuellement la commune envoie le journal local aux habitants au format papier et ce sans abonnement préalable. La parution de ce dernier est trimestrielle. Les personnes ont répondu à la question suivante : quel type d'abonnement trouveriez-vous le plus intéressant ? Les répondants semblent pour la majorité, soit 51,2% (marge d'erreur = 10,56%) satisfaits du fonctionnement actuel avec un petit quart qui souhaiterait une alternative proposant de le recevoir une fois pour tout nouvel habitant, puis de procéder à un abonnement gratuit pour la suite si la personne le souhaite. Cette deuxième envie émerge plus de la population qui y réside depuis plusieurs années et donc nécessiterait sûrement un questionnaire plus approfondi auprès des nouveaux arrivants.



**Q6 : Pensez-vous qu'il devrait paraître plus fréquemment ?**

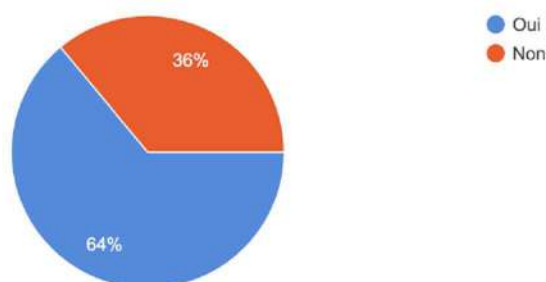


Figure 6: Fréquence de parution du Romanel Info

Cette question est très importante car le journal paraissant aujourd'hui trimestriellement, cela permet peu de flexibilité quant au partage des informations à court terme. Un intérêt vif comme celui montré ci-dessus, avec 64% (marge d'erreur = 10,14%) confirme qu'un remodelage du journal local est à prévoir. Dans les différentes communes interviewées précédemment les journaux locaux ont plus tendance à paraître tous les mois avec quelques parutions en moins sur la période estivale et hivernale.

**Q7 : Si oui, à quelle fréquence ?**

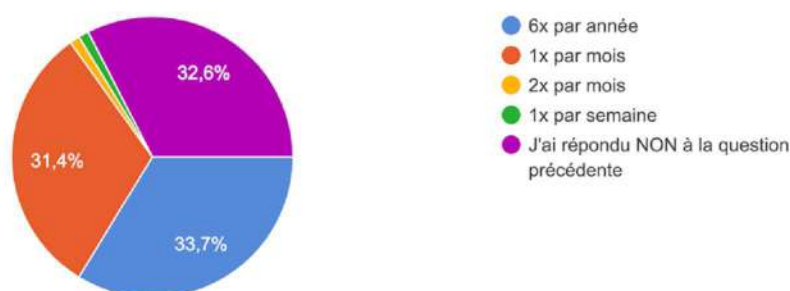


Figure 7: Fréquence de parution (nombres)

Pour faire suite à la question précédente, celle-ci interroge la population sur fréquence de parution du journal. En effet les résultats ci-dessus sont plutôt partagés. On peut toutefois tirer la conclusion qu'une parution mensuelle ou bimensuelle serait à convenir afin de pouvoir transmettre l'information aisément et dans des délais moins restrictifs que ceux mis en place actuellement. Une publication plus fréquente entraîne aussi un remodelage du format actuel afin de satisfaire autant la population que les personnes en charge de la mise en page de ce dernier.

### 6.5.3 Questions sur la communication digitale

Ensuite quelques questions ont été posées sur le futur de la communication au sein de la commune de Romanel-sur-Lausanne, afin de mieux cerner les besoins de la population en termes de communication digitale.

**Q8 : Par quels canaux de communication seriez-vous intéressés ?**

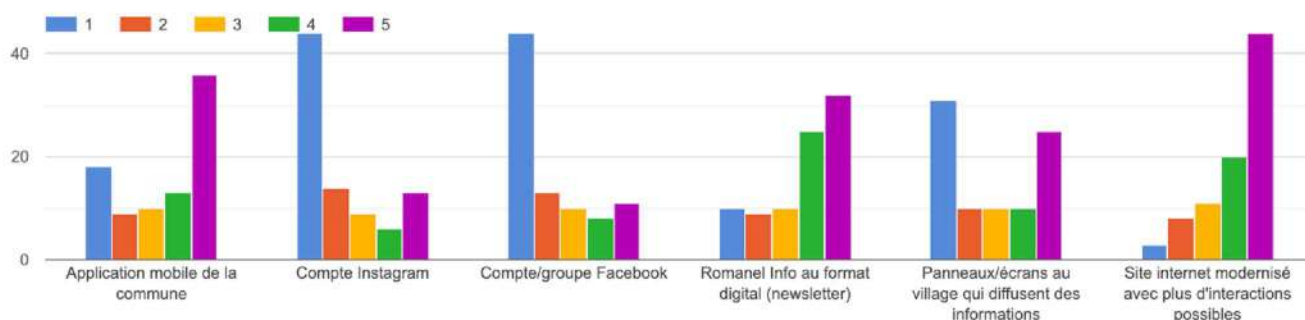


Figure 8: canaux de communication digitaux

Les répondants ont pu évaluer les différents canaux qui pourraient être mis en place par la commune selon une échelle 1 à 5 (1= pas du tout satisfaisant et 5= tout à fait satisfaisant). Cette dernière a permis de mesurer quels sont les canaux à favoriser et ceux qui à l'inverse représentent peu d'intérêt auprès de la population. On observe à la première place un site internet modernisé avec possibilité d'interaction ajoutée (guichets en ligne et FàQ). En deuxième, on retrouve une application de la commune, les fonctionnalités présentes sur cette dernière pourraient aussi être disponibles sur les différents réseaux sociaux. Le Romanel Info au format digital semble aussi intéressé la population, bien que déjà présent au format PDF sur le site internet, une éventuelle modernisation de ce dernier et un accès plus direct, via par exemple une newsletter pourrait rendre le journal local digital plus attractif. Le dernier canal susceptible d'intéresser les habitants et les panneaux/écrans de diffusion disposés à des endroits stratégiques dans la commune. Ces derniers sont déjà présents dans différentes communes et permettent un affichage dynamique et rapide des divers événements et informations de la commune. Encore une fois, il est important de garder à l'esprit qu'il s'agit d'un échantillon de la population représentant plus la tranche d'âge plus élevée et de ce fait le manque d'attraction aux réseaux sociaux peut être expliqué par ce biais.

**Q9 : Trouvez-vous intéressant que les services ci-dessous soient proposés sur le site internet ?**

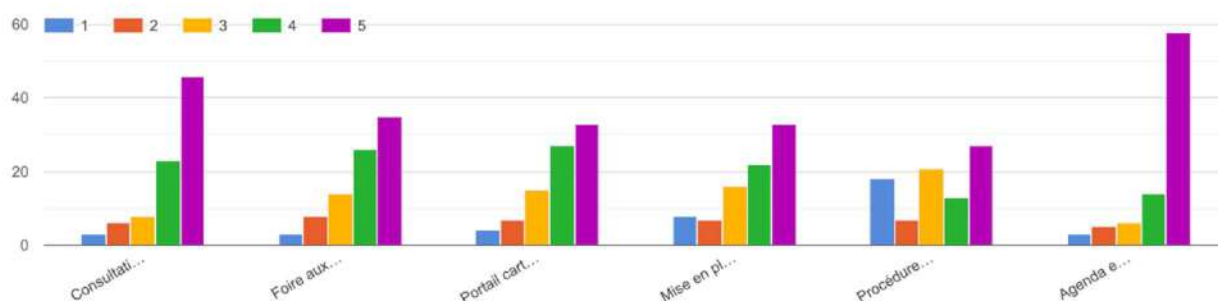


Figure 9: Services pouvant être proposés sur le site internet

À nouveau pour cette question, l'utilisation d'une échelle 1 à 5 (1= pas du tout satisfaisant et 5= tout à fait satisfaisant) a été choisie. Cette question aborde les différents services qui pourraient se trouver sur le site internet, dans une éventuelle modernisation de ce dernier. L'intégration de guichets en ligne pour faciliter les interactions entre la commune et les habitants ainsi que pour adapter les horaires d'ouvertures de certains services est aujourd'hui primordiale. De manière générale, la population semble plutôt ouverte aux différentes propositions qui ont été faites, soit : consultation des mises à l'enquête et des plans/dossiers ; foire aux questions par les différents services ; portail cartographique (ex : pour les annonces de perturbation routière) ; mise en place de la plateforme e-déménagement (faciliter les arrivées/départs) ; procédure d'annonce pour les chiens et agenda en ligne pour les manifestations. Avec un vif intérêt pour l'agenda en ligne des manifestations et la consultation des différentes mises à l'enquêtes.

Un éventuel visuel comme suit pourrait être imaginé :

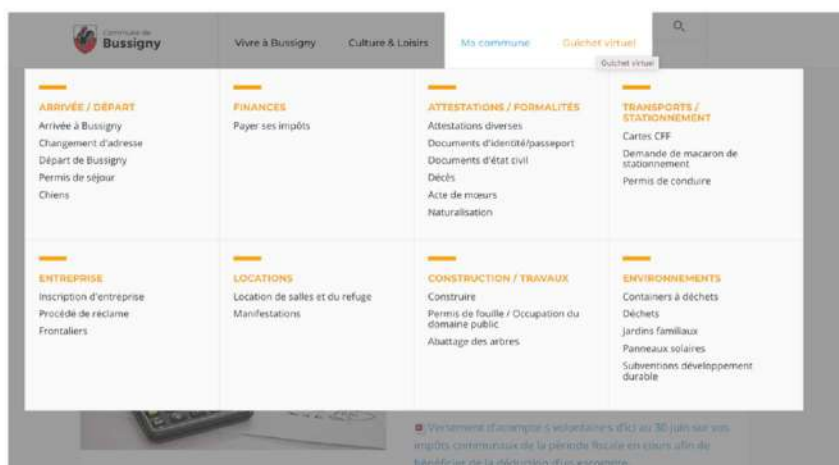


Figure 10: page d'accueil du site de la commune de Bussigny (<https://www.bussigny.ch/ma-commune/services-communaux>)

Chaque tuile regroupe un thème et comporte ensuite des fiches d'information détaillées pour chaque sujet. Si un guichet en ligne est possible directement il est intégré dans la fiche d'information ou alors quand ça n'est pas le cas, une marche à suivre de la procédure à suivre est présentée.

#### Q10 : Avez-vous d'autres idées de services pouvant se trouver sur le site internet ?

Unique question ouverte du questionnaire, elle visait à laisser la population s'exprimer afin de proposer diverses idées de services en ligne pouvant se trouver sur le site internet. Suite à la collecte des différentes suggestions, il a été décidé de les trier selon 5 catégories (voir nuage de mots ci-dessous). Les différentes catégories choisies sont les suivantes : location et agenda des différentes salles (violet) ; communications municipales (rouge) ; activités locales et sociétés locales (bleu) ; rappels et service de la voirie (orange) ; divers pour la commune (vert). Il est aussi important de noter que sur l'échantillon de 86 personnes, 18 ont répondu à cette question. Une réelle volonté d'être informé sur la vie locale de la commune ainsi que sur des informations plus occasionnelles en est ressortie. Ces informations sont à prendre en compte pour l'élaboration des recommandations.





Figure 11: Nuage de mots tirés du questionnaire

**Q11 : Est-ce que la proposition de services en ligne vous permettrait de gagner du temps ?**

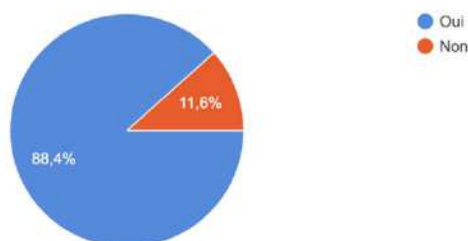


Figure 12: Proposition de services en ligne

La question des heures d'ouvertures des guichets posée précédemment rejoint celle-ci. Comme prévu, des horaires de guichets physiques plus étendus, ainsi que des services proposés par le biais de guichets en ligne permettraient aux habitants plus de flexibilité pour les différentes requêtes auprès de la commune. Il est nécessaire de mentionner que malgré l'ouverture de guichets en ligne, les délais de réponse resteraient toutefois inchangés pour certains services.

**Q12 : Êtes-vous intéressé par la création de comptes sur les réseaux sociaux pour la commune ?**

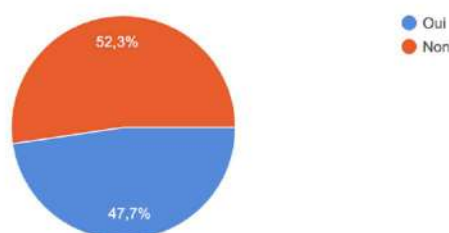


Figure 13: Création de réseaux sociaux

Cette question vise tout particulièrement à comprendre l'intérêt de la population pour les moyens de communication digitaux. Prenant en compte que la population cible des réseaux sociaux n'est pas très représentée dans l'échantillon, on peut dire que les résultats à cette question sont biaisés. Il est donc important de prendre tout de même l'aspect des réseaux sociaux en compte, car comme mentionné précédemment dans les entretiens avec

les différentes commune, les médias sociaux jouent un rôle déterminant actuellement dans la communication à la population.

### Q13 : Quel est votre intérêt quant aux propositions d'informations suivantes sur les réseaux sociaux ?

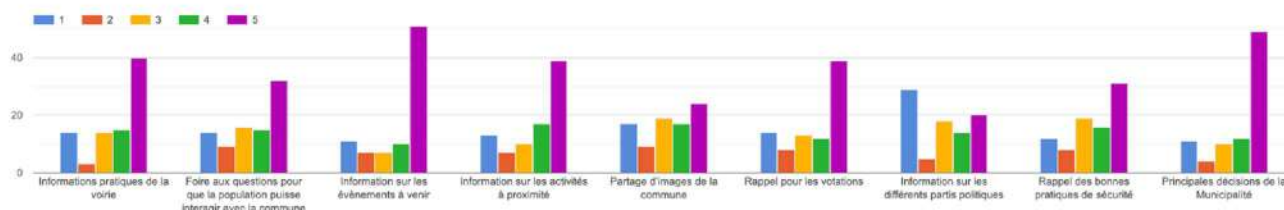


Figure 14: Propositions d'informations sur les réseaux sociaux

La commune de Romanel-sur-Lausanne ne possédant actuellement pas de réseaux sociaux mis-à-part une page Facebook pour le service des Travaux, il a été intéressant de questionner la population sur une éventuelle mise en place des réseaux sociaux. Il est toutefois important de mentionner, comme précédemment, que l'échantillon de 86 personnes qui ont répondu représente une majorité de personnes dans la tranche d'âge 41-65 ans. Cette tranche d'âge n'étant pas la plus concernée par les réseaux sociaux, cela peut représenter un biais dans l'analyse des résultats. Une intégration de différents réseaux sociaux serait intéressante premièrement pour atteindre les différentes cibles de la population selon leurs moyens de communication attitrés, mais aussi dans le but de fluidifier la communication de manière générale et d'être à jour en ce qui concerne les canaux de communication digitaux actuels. Comme étudié dans les entretiens avec les communes avoisinantes, Instagram est un bon moyen pour faire découvrir la commune tout en informant sa population des divers événements ayant lieu. Ce réseau correspond particulièrement à une tranche d'âge plus jeune, allant de 19 à 30 ans, mais peut tout de même trouver de l'intérêt auprès des 31-40 ans. Facebook représente un réseau plus informatif, adapté à une tranche d'âge allant de 30 à 60 ans. Il touche en effet un public plus large, mais permet certainement moins de dynamisme quant au partage d'information en direct. Enfin, LinkedIn, réseau social utilisé surtout dans le cadre des ressources humaines et de la politique, permet un cadre plus officiel pour partager de l'information.

Si on revient maintenant aux propositions de la question, on observe un vif intérêt pour chacune d'entre elles hormis le partage d'information sur les partis politiques ainsi que le partage d'images de la commune. Malgré un faible intérêt pour les réseaux sociaux, les informations pouvant s'y trouver intrigue tout de même la population.

#### 6.5.4 Questions d'identification

Les questions d'identification sont principalement posées afin de pouvoir analyser des potentielles corrélations entre les réponses aux questions posées ci-dessus avec la tranche d'âge, le lieu de résidence ou encore au type de communication auquel les gens s'identifient. En effet, suivant l'âge des répondants, leur intérêt pour les canaux de

communication digitaux peut être affecté. On observe par exemple qu'il y a plus de personnes intéressées par la création de réseaux sociaux qui se situe dans la tranche d'âge 19-40 ans que pour celle de 41-65 ans.

## Q14 : A quel type de communication vous identifiez-vous le plus ?

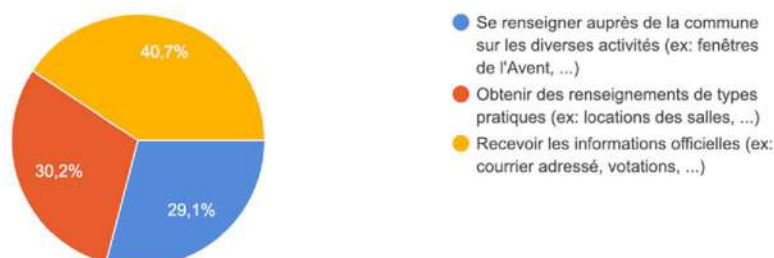


Figure 15: Types de communication

Il a aussi été demandé aux personnes de choisir à quel type de communication elle s'identifiait le plus. Cette question permet de mieux comprendre quel type d'information les habitants souhaitent recevoir. On note alors que l'échantillon souhaite en majorité recevoir les informations officielles par courrier adressé, suivi à presque égalité par les renseignements pratiques de types locations de salles, informations sur la déchetterie. Puis en dernière position, les informations liées à la vie associative de la commune.

## Q16 : Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

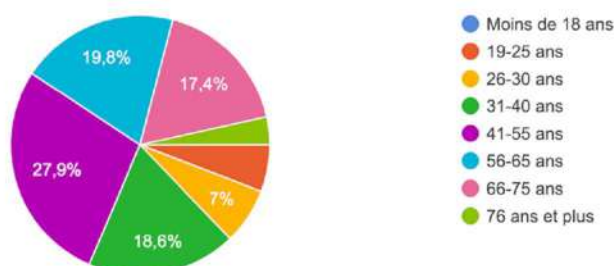


Figure 16: Tranches d'âges

	Hommes	Femmes	Pourcentage population
19-25 ans	174	165	9%
26-30 ans	170	151	8%
31-40 ans	298	275	15%
41-55 ans	368	378	19%
56-65 ans	220	249	12%
66-75 ans	160	198	9%

Figure 17: Répartition de la population de Romanel-sur-Lausanne

On retrouve ci-dessus la répartition des tranches d'âges des 86 répondants à la Figure 16 et la répartition des tranches d'âges de la population de Romanel-sur-Lausanne à la Figure 17. On remarque qu'il y a un biais dans le questionnaire dû au fait que les pourcentages des répondants ne sont pas réellement représentatifs de la



population actuelle. On voit que la tranche 41 -65 ans est beaucoup plus présente au sein de nos répondants que sa répartition actuelle alors que les moins de 18 – 25 ans sont sous représentés.

**Q17 : Depuis combien de temps habitez-vous à Romanel-sur-Lausanne ?**

**Q18 : Dans quelle zone du village résidez-vous ?**

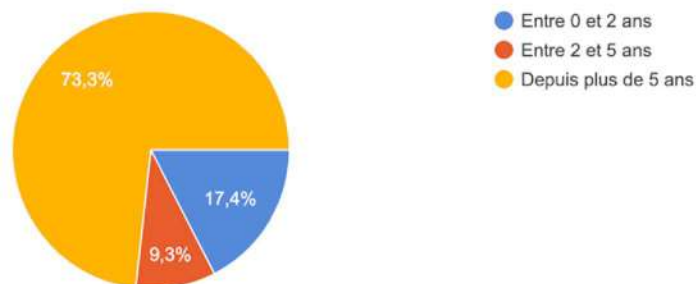


Figure 18: Durée d'établissement à Romanel-sur-Lausanne

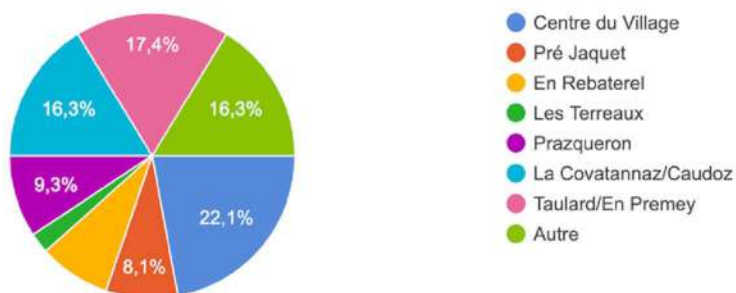


Figure 19: Zones de la commune

La durée d'établissement joue aussi un rôle important dans la participation à la vie communautaire au sein d'une commune. On constate que la majorité des répondants vivent à Romanel-sur-Lausanne depuis plus de 5 ans. La tranche la plus représentée dans cette majorité et celle des personnes se situant entre 41 et 75 ans. On observe aussi qu'en termes de zones de résidence dans le village, les personnes habitant dans les nouveaux quartiers sont assez peu représentées dans le sondage, uniquement 3 personnes, ce qui montre clairement un manque de communication avec cette partie de la population.

## 6.6 Synthèse du sondage

En conclusion de ce sondage quantitatif, on remarque que la population plus âgée est plutôt contente des moyens actuels, bien qu'elle souhaiterait une modernisation de certains supports, comme le journal local. Une intégration des moyens de communication digitaux est tout à fait en accord avec les réponses de la population, en prenant aussi en compte les différents biais énoncés ainsi que le fait que l'échantillon ne représente pas l'entièreté de la population. Ce sondage a permis de confirmer l'hypothèse n°2 sur le manque de communication avec la tranche d'âge plus jeune de la population, prouvé principalement par le manque de moyens adaptés. L'éventuelle intégration de moyens digitaux pourrait donc encourager les plus jeunes à s'intéresser à la vie de la commune et dans le futur à prendre part aux différents projets.

Enfin l'hypothèse n°3 est aussi confirmée, notamment par le manque de participation des personnes résidant dans les nouveaux quartiers de la commune. En effet la communication n'a pas été revisitée, malgré l'explosion démographique qu'a subi la commune de Romanel-sur-Lausanne. Cela conduit donc à des lacunes dans la communication avec les habitants plus récents. Une intégration de moyens de communication traditionnels et digitaux et donc vivement recommandée afin de toucher les différentes tranches d'âges ainsi que les différentes zones géographiques de la commune.

## 7 Recommandations et plans d'actions

Afin de sélectionner des recommandations en adéquations avec les différentes récoltes de données effectuées, ainsi qu'avec les attentes de la commune de Romanel-sur-Lausanne, je me suis inspirée de la méthode de sélection du *cube de Stern*. Cette méthode consiste à sélectionner les solutions les plus pertinentes grâce à un choix de critères : La priorité dans la mise en place de la solution ; L'efficacité de la solution proposée ; La facilité de mise en place de la solution ; Le degré d'acceptation à cette solution. Toutefois, dans le cas de ce travail, le critère sur le degré d'acceptation a été scindé en 2 afin d'obtenir le degré d'acceptation du personnel et celui de la population. Chaque solution est donc notée sur une échelle de 0 à 3 (0 = non, 1 = plutôt non, 2 = plutôt oui, 3 = oui). Les solutions comptabilisant le plus de points sont ensuite détaillées avec un plan d'action avec les différentes étapes à mettre en place afin de pouvoir les recommander à la commune de Romanel-sur-Lausanne.

Pour le calcul des coûts, des devis ont été demandé auprès d'entreprises de la région, ces prix sont à considérer comme des estimations. Pour ce qui est des bases salariales, le calcul des employés de la commune se fait sur la base du salaire médian de 2020 du canton de Vaud, qui s'élève à CHF 6'490.- par mois. Le salaire horaire, si l'on compte 42h de travail par semaine pour un plein temps, droit aux vacances et 13ème salaire inclus, se monte à CHF 42,75. Pour ce qui concerne les salaires des apprentis/stagiaires, il se basent sur les normes indicatives de la confédération (voir annexe 16). Les salaires des différents graphistes salariés sont à titre d'estimations également.

Critères Solutions	Priorité	Efficacité	Facilité de mise en place	Acceptabilité par le personnel	Acceptabilité par la population	Nombre de points sur 15
<b>Amélioration des moyens de communications traditionnels</b>						
1. Modernisation du format du journal local en vue d'une augmentation de la fréquence de parution	3	2	2	2	3	12
<b>Intégration des moyens de communication digitaux</b>						
2. Refonte du site internet et intégration de guichets virtuels (en cours)	3	3	2	2	3	13
3. Création de réseaux sociaux pour la commune	3	3	2	2	2	12
4. Installation de deux totems lumineux	2	2	2	2	2	10
<b>Outils de communication</b>						



5. Développement d'outils organisationnel digitaux au sein de la commune	2	2	1	1	0	6
6. Création de l'identité visuelle numérique de la commune	3	2	2	2	2	11

Tableau 1: Cube de Stern

### 7.1 Refonte du site internet et intégration possible de guichets virtuels (en cours)

La solution avec le plus haut nombre de points est celle de la refonte du site internet. Cette solution étant déjà en cours d'exécution au sein de la commune, elle ne sera donc pas développée en détail dans ce rapport. Mais le rang important de cette solution est tout à fait représentatif de ce qui doit être fait en premier actuellement pour améliorer la communication digitale déjà présente dans la commune de Romanel-sur-Lausanne.

La refonte du site internet a donc été effectuée par une entreprise externe dans le domaine de la conception média et permet une intégration future de différents paramètres sur le site. La volonté de créer des guichets virtuels est actuellement en discussion mais n'a pas encore été mise en place dans la maquette du nouveau site bien que son installation soit possible.

Pour cette recommandation qui est déjà en cours, nous allons nous pencher sur les démarches à réaliser pour intégrer ces guichets virtuels au site et donc permettre une plus grande flexibilité à la population dans ses démarches administratives.

#### Plan d'actions

N°	Nom de l'action	Responsables	Délais	Coûts
1.	Répertorier les possibles services en guichets virtuels	Chaque responsable de service (8)	1-2 semaines	1h * 8 personnes * CHF 42,75 = CHF 342.-
2.	Choisir un support uniforme pour l'ensemble des services pour le formulaire	La Municipalité	1-2 semaines	-
3.	Intégrer la fonctionnalité sur le site internet	Entreprise de conception du site / responsable dans la commune qui peut l'intégrer	2-3 semaines (installation et phase test)	16h * 1 personne * CHF 42,75 = CHF 684.-
	<b>Total :</b>			<b>CHF 1026.-</b>

Tableau 2: Refonte du site internet et intégration possible de guichets virtuels (en cours)

Supports possibles pour les formulaires :

1. Formulaire à remplir en ligne directement, avec choix du service concerné

2. Formulaire (type PDF remplissable) à renvoyer par email à l'adresse correspondante

## 7.2 Modernisation du format du journal local en vue d'une augmentation de la fréquence de parution

À la suite des entretiens avec les chefs de services et des résultats du sondage à la population, il est clair que le journal communal a une place importante au sein de la commune de Romanel-sur-Lausanne. Toutefois son format n'étant plus tout à fait d'actualité, il nécessite donc une modernisation et une augmentation de la fréquence de dans un format simplifié. On a pu voir dans les différentes communes avoisinantes interviewées que leur journal local trouve un intérêt auprès de la population.

C'est pour cela qu'un rafraîchissement général du visuel du journal est à prévoir, ainsi qu'un planning de parution plus fréquente et une adaptation au format digital. En effet celui-ci devrait pouvoir être publié autant sur le site internet, qu'être accessible sur un Smartphone.

Pour mener à bien cette recommandation et en prenant en compte l'entretien effectué avec la rédactrice actuelle du Romanel Info, il sera nécessaire d'engager une personne qui puisse s'occuper de la mise en page du journal ainsi que de la collecte d'informations auprès des différents services. L'engagement d'un-e médiamaticien-ne serait intéressant car cette formation offre un large panel de compétences utiles aux tâches souhaitées. Il existe plusieurs options possibles concernant l'engagement de ce type de profil.

Option n°1 : Engagement d'un-e médiamaticien-ne diplômé-e d'un CFC, au taux de 20%.

Option n°2 : Engagement d'un-e apprenti-e devant effectuer une année de stage en fin d'apprentissage (4<sup>ème</sup> année) au taux de 100%.

Un remodelage de l'identité visuelle du journal est aussi à prévoir en parallèle de cette recommandation. Cette question sera abordée plus en détail à la recommandation n°4.

La nouvelle fréquence de parution espérée par la population serait entre 6 et 12 fois par année. Plusieurs communes qui ont adopté une plus grande fréquence de parution ont opté pour environ 8 numéros par année, afin de pouvoir transmettre plus d'information pendant les périodes plus chargées de l'année et avoir une fréquence moins soutenue pendant les périodes avec moins d'événements.

### Plan d'actions

N°	Nom de l'action	Responsables	Ressources	Délais
1.	Identifier le profil recherché d'une personne responsable de la communication à la population (médiamaticien-ne)	Ressources humaines		1 mois

2.	Déterminer un budget	Ressources humaines, comptable et Municipalité	- Comptes de la commune - Salaires moyens officiels	2 semaines
3.	Accorder le budget pour cette personne	Municipalité		1 mois
4.	Rédiger et publier l'annonce du poste sur les différentes plateformes disponibles	Ressources humaines	- Site internet - Journaux	2 mois
5.	Réaliser le recrutement et l'engagement de cette personnes	Ressources humaines ou entreprise externe		2 mois
<b>Tâches liées à la gestion du Romanel Info à la suite de l'engagement</b>				
6.	- Mise en page du format du journal - Collecte des informations à paraître dans le journal - S'assurer de la parution sur toutes les plateformes - Respect des différents délais	Personne responsable de la gestion du Romanel Info (possibilité d'avoir la même personne qui gère l'ensemble de la communication externe)	Outils numériques nécessaire à la mise en page d'un journal et outils de planning pour la prévision des parutions	

Tableau 3: Modernisation du format du journal local en vue d'une augmentation de la fréquence de parution

#### Salaires à titre indicatifs de la personne responsable du Romanel Info

Type d'option	Pourcentage	Rémunération
Médiamaticien-ne diplômé-e d'un CFC	20%	Salairé médian : CHF 61'100 annuel (13 <sup>ème</sup> et bonus inclus) => 20% = CHF 12'200.-
Apprenti-e devant effectuer une année de stage en dernière année d'apprentissage (4 <sup>ème</sup> année)	100% (besoin d'un référant dans l'entreprise)	Salairé mensuel : entre CHF 900 et CHF 2'000.-

Tableau 4: Prétentions salariales pour un-e médiamaticien-ne (Romanel Info)

Principales activités d'un-e médiamaticien-ne : (source : orientation.ch)

- Technologie de l'information et de la communication
  - Connaissance des différentes étapes de conception d'un site internet et de la maintenance des différents supports digitaux.
- Production et réalisation de contenu multimédia
  - Planning des différentes publications et préparation des formats adaptés aux différents supports.
- Marketing et communication
  - Mise en place d'un plan de communication correspondant aux besoins de la commune.
- Administration



- Collaboration dynamique avec les différentes parties prenantes de l'entreprise afin d'assurer une communication efficace au sein de la commune, dans le but d'être clair et transparent avec la population.

### 7.3 Création de réseaux sociaux pour la commune

Suivant la volonté de la municipalité de développer les moyens de communications digitaux de la commune et de pouvoir atteindre la tranche d'âge plus jeune de sa population, la création de différents médias sociaux est une solution à poursuivre.

En effet, les réseaux sociaux ont aujourd'hui une grande place dans la vie de tout un chacun et permettent donc un contact facile et rapide avec la population ciblée. Bien qu'on ne puisse pas aujourd'hui considérer chaque réseau social comme un canal de communication officiel, ils restent tout de même un moyen de transmission indispensable au sein des différentes institutions.

À la suite des entretiens avec les différentes communes de la région, il est ressorti que chaque réseau social à son propre public et sa propre fonction. On constate que Facebook s'adresse à une tranche d'âge plutôt large comprenant les 30 ans et plus qui cherchent à échanger sur les divers événements se passant au sein de la commune. Instagram touche un public plus jeune et représente donc un moyen de communication plus ludique et qui recherche une certaine esthétique dans les posts publiés. LinkedIn est devenu très intéressant ces dernières années surtout pour les secteurs des ressources humaines des entreprises, dont les communes. Les diverses offres d'emplois de la commune pourraient tout à fait être publiées sur ce réseau et permettre un accès plus facile avec l'administration communale. Quant à YouTube, c'est le réseau qui est à présent le moins utilisé par les communes. De fait, les formats vidéo prennent souvent plus de temps à être réalisés et un fil rouge des différents contenus doit aussi être établi.

L'engagement d'une personne qui puisse créer et mettre en place ces différents réseaux sociaux est donc à prévoir. Pour cela, il est nécessaire d'avoir une personne qui est à l'aise avec les médias sociaux et leur fonctionnement, qui a des connaissances sur le système d'une commune et les différents aspects juridiques à prendre en compte lorsque l'on partage de l'information sur et pour une commune.

A nouveau plusieurs options sont possibles, ici il a été choisi d'en présenter trois différentes. Une combinaison des recommandations n°2 et n°3 est aussi possible, car la personne en charge du Romanel Info peut également être celle qui s'occupe de gérer les médias sociaux.

Option n°1 : Engagement d'un-e médiamaticien-ne diplômée d'un CFC au taux de 50%.

Option n°2 : Engagement d'un-e médiamaticien-ne diplômée d'un CFC au taux de 80%.

Option n°3 : Engagement d'un-e apprenti-e devant effectuer une année de stage en dernière année d'apprentissage (4<sup>ème</sup> année) au taux de 100%.

#### Plan d'actions

N°	Nom de l'action	Responsables	Ressources	Délais
1.	Identifier le profil recherché d'une personne responsable de la communication à la population (médiaticien-ne)	Ressources humaines		1 mois
2.	Déterminer un budget	Ressources humaines, comptable et Municipalité	- Comptes de la commune - Salaires moyens officiels	2 semaines
3.	Accorder le budget pour cette personne	Municipalité		1 mois
4.	Rédiger et publier l'annonce du poste sur les différentes plateformes disponibles	Ressources humaines	- Site internet - Journaux	2 mois
5.	Réaliser le recrutement et l'engagement de cette personnes	Ressources humaines ou entreprise externe		2 mois
<b>Tâches liées aux réseaux sociaux à la suite de l'engagement</b>				
6.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Création des différents réseaux sociaux</li> <li>- Mise en place d'une stratégie pour la gestion des réseaux sociaux</li> <li>- Mise en page du journal local</li> <li>- Gestion des différentes tâches du cahier des charges défini</li> </ul>	Personne responsable de la gestion des réseaux sociaux (possibilité d'avoir la même personne qui gère l'ensemble de la communication externe)	- Différents outils de communication nécessaire au planning et à la création digitale	

Tableau 5: Création des réseaux sociaux pour la commune

#### Salaires à titre indicatifs de la personne responsable de la gestion des réseaux sociaux

Type d'option	Pourcentage	Rémunération
Médiaticien-ne diplômé-e d'un CFC	50%	Salaire médian : CHF 61'100 annuel (13 <sup>ème</sup> et bonus inclus) => 50% = CHF 30'550.-
Médiaticien-ne diplômé-e d'un CFC	80%	Salaire médian : CHF 61'100 annuel (13 <sup>ème</sup> et bonus inclus) => 80% = CHF 48'880.-

Apprenti-e devant effectuer une année de stage en dernière année d'apprentissage (4 <sup>ème</sup> année)	100% (besoin d'un référent dans l'entreprise)	Salaire mensuel : entre CHF 900 et CHF 2'000.-
---	---	--

Tableau 6: Prétentions salariales d'un-e médiamaticien-ne (Réseaux sociaux)

Noms de comptes possibles et disponibles pour les réseaux sociaux :

1. Villede\_Romanel\_sur\_lausanne
2. VilledeRomanelsurLausanne
3. Ville\_RomanelsurLausanne
4. Myromanel\_sur\_lausanne
5. Myromanelsurlausanne

## 7.4 Création de l'identité visuelle numérique de la commune

Afin d'uniformiser les moyens de communication actuels et ceux qui vont être mis en place, il est nécessaire d'avoir un fil rouge et une identité visuelle pour tous les contenus et formats disponibles. Ce travail peut être fait parallèlement aux autres recommandations, pour autant qu'en finalité il soit appliqué à chaque service et à chaque canal.

L'engagement d'un-e graphiste pour un mandat est une option qui me paraît appropriée au budget plutôt restreint de la commune. Bien que cela puisse sembler être une dépense sans grande utilité, au contraire elle vise à sensibiliser la population. En effet, définir l'identité visuelle d'une entreprise et dans ce cas précis d'une commune permet de créer un signe distinctif auprès de n'importe quel visiteur du site par exemple. Ce dernier retrouvera les mêmes lignes sur les réseaux sociaux et le journal local au format papier. Il est donc réellement important d'accorder de l'attention à cette partie qui se fait en amont afin d'assurer le succès des différentes solutions mises en place.

Pour ce mandat, il faudrait donc engager un-e graphiste pour un mandat à court-terme. Pour cela il sera nécessaire d'obtenir un devis personnalisé en fonction des besoins de la commune.

Plan d'actions

N°	Nom de l'action	Responsables	Ressources	Délais
1.	Identifier le profil recherché d'un-e graphiste	Ressources humaines		1 mois
2.	Déterminer un budget	Ressources humaines, comptable et Municipalité	- Comptes de la commune - Salaires moyens officiels	2 semaines
3.	Accorder le budget pour cette personne	Municipalité		1 mois
4.	Rédiger et publier l'annonce du poste sur les différentes plateformes disponibles	Ressources humaines	- Site internet - Journaux	2 mois



5.	Réaliser le recrutement et l'engagement de cette personnes	Ressources humaines ou entreprise externe		2 mois
<b>Tâches liées à la création de l'identité visuelle de la commune</b>				
6.	- Création l'identité visuel de la commune afin qu'elle soit reconnaissable - Création d'un fil rouge pour les différentes plateformes utilisées			Mandat défini

Tableau 7: Création de l'identité visuelle de la commune

### Salaires d'un-e graphiste temporaire

Type d'option	Délai d'un mandat	Rémunération
Étudiant en école d'art souhaitant gagner en expérience	Entre 4 et 12 semaines	CHF 20.-/heure Libre de taxes et charges sociales
Graphiste en agence de communication diplômé-e d'un CFC	Entre 4 et 12 semaines	De CHF 80.- à CHF160.-/heure
Graphiste indépendant-e diplômé-e d'un CFC	Entre 4 et 12 semaines	De CHF 120.- à CHF 180.-/heure

Tableau 8: Prétentions salariales d'un-e graphiste

## 7.5 Installation de deux totems lumineux

Pour la dernière recommandation, on retrouve la solution des totems lumineux. Présents dans beaucoup d'entreprises, mais aussi dans plusieurs communes du canton de Vaud, ces écrans lumineux permettent la transmission d'information à la population de manière ludique et en tout temps. Un simple logiciel permet de les contrôler à distance et donc de modifier très facilement ce qui est présenté.

Ces écrans numériques permettent un partage des divers événements ayant lieu dans la commune, ainsi que les rappels sur les horaires de la déchetterie, votations à venir et toute autre information touchant l'ensemble de la population.

L'avis étant très partagé de la part de la population concernant ces totems lumineux, il serait intéressant de mener une enquête complémentaire pour connaître l'impact que pourraient avoir ces écrans.

Toutefois, dans l'idée d'une éventuelle intégration de cette solution, j'ai fait appel à 2 entreprises pour obtenir des devis à titre d'estimation pour l'installation complète de 2 totems lumineux.

Le premier auprès de la société *Solmani SA*, présente à Ecublens, qui a déjà réaliser l'installation de 4 totems lumineux pour la commune de Bussigny. Solmani SA propose des écrans entre CHF15'000 et CHF20'000/pièce. La deuxième entreprise contactée, *Audiovision multimédia* à Moudon, propose des écrans lumineux pour une estimation de CHF 20'000. Il faut ensuite prendre en compte les divers frais de travaux électriques et génie civil qui sur la base du préavis de la commune de Bussigny (voir annexe 17) se monterait à CHF 30'000 pour 2 totems

numériques. Les charges de système d'exploitation ainsi que les frais d'installation s'élèveraient eux à environ CHF 4000.- pour deux totems. Une marge de 5% est aussi à prévoir pour les divers et imprévus et CHF3'500.

N°	Nom de l'action	Responsables	Délais	Coûts
1.	Demande de devis auprès de diverses entreprises	Responsable des travaux	2 semaines	16h* 1 personne* CHF42,75 = CHF 684.-
2.	Déterminer un budget en fonction des devis reçus	Responsable des travaux et Municipalité	1 mois	16h* 1 personne* CHF42,75 = CHF 684.-
3.	Accorder le budget pour le projet	Municipalité	1 mois	
4.	Mise en place du projet	Entreprises et divers corps de métiers	1 à 6 mois (selon disponibilité des entreprises)	
5.	Maintenance + charges annuelle	Entreprise responsable de l'installation	1 fois par année	
	Estimation des coûts totaux pour 2 totems numériques (pose, système d'exploitation, maintenant et travaux électriques/génie civil)			20K + 30K + 4K + 3,5K = CHF 57'500.-
	<b>Total :</b>			<b>CHF 58'868.-</b>

Tableau 9: Installation de totems numériques

## 8 Synthèse et conclusion

Au terme de ce travail, je considère que la commune de Romanel-sur-Lausanne est un terrain tout à fait propice à l'intégration des différentes mesures énoncées ci-dessus. La population et les collaborateurs semblent aussi intéressés par les changements qui pourraient être faits.

Les recommandations et différents plans d'actions proposés me semble être des bons points de départ pour la mise en place de nouveaux moyens de communication autant traditionnels que digitaux. Le point principal de toutes ces démarches est de garder toujours comme fil conducteur le besoin des habitants en termes de communication ainsi que la faisabilité au sein même de la commune. Il est primordial de tenir compte que la commune de Romanel-sur-Lausanne a une population intergénérationnelle. Cela nécessite donc une attention particulière pour chacun des canaux de communication qui seront choisis, ceci dans le but de transmettre l'information clairement et avec les moyens adaptés à chaque tranche de la population.

J'espère que ces recommandations pourront être une clé pour l'avenir de la communication de Romanel-sur-Lausanne. Il est aussi important de mentionner que les solutions proposées ne représentent pas une liste exhaustive des pistes à étudier.

En complément de ma conclusion, un postulat pour l'amélioration de la communication au sein de sa commune a été déposé et accepté le 16 juin 2023 par le Conseil communal de Romanel-sur-Lausanne. Cette prise de décision appuie la pertinence et l'utilité du travail que j'ai effectué.



## 9 Bibliographie et webographie

Portrait de la commune. Disponible à l'adresse : <https://www.romanel-sur-lausanne.ch/officiel/portrait-de-la-commune.html>

Municipalité. Disponible à l'adresse : <https://www.romanel-sur-lausanne.ch/officiel/autorites-communales/municipalite.html>

ADARY Assaël, MAS Céline, WESTPHALEN Marie-Hélène. (2020). *COMmunicator : toute la communication pour un monde responsable*. Dunod. ISBN: 978-2-10-080564-8

BHATIA, Iris et MABILLARD, Vincent. How do cities use their communication channels? A study of social media adoption in two European federal states. *Electronic Government, an International Journal*, 2022, vol. 18, no 2, p. 119-136.

Kate Fisher SOURCE: CNA. (November 25, 2022 Friday). US lags behind Europe, Asia in Smart City Index, but Ohio's capital hopes to give it a fighting chance. Channel NewsAsia. <https://advance.lexis.com/api/document?collection=news&id=urn:contentItem:66Y5-81N1-DYWP-R0D4-00000-00&context=1516831>.

SOURCE : Council of Europe. Malte lance une stratégie de justice numérique co-rédigée par les experts de la CEPEJ. (3 décembre 2021). <https://urlz.fr/kT5U>

(Jeudi 2 Avril 2020). Série de mesures pour appuyer les administrations publiques dans l'adoption de solutions numériques (ministère). Agence Marocaine De Presse (MAP)(French). <https://advance.lexis.com/api/document?collection=news&id=urn:contentItem:5YK2-H4D1-F11P-XORP-00000-00&context=1516831>.

SOURCE : CCI France Allemagne. Le numérique : un secteur en forte croissance depuis 2018. (01 juillet 2022). <https://www.se-developper-en-allemande.fr/enjeux-du-numerique-en-allemande/>

BURING Andrea, DEVINAUX Anne SOURCE : Euronews. Numérisation des services publics : l'Allemagne à la traîne. (Mis à jour le 21 septembre 2021). <https://fr.euronews.com/2021/09/21/numerisation-des-services-publics-l-allemande-a-la-traîne>

PARDAL Isabela, « L'e-administration en Europe. À propos du retard de l'administration Suisse », *Futuribles*, 2020/4 (N° 437), p. 89-96. DOI : 10.3917/futur.437.0089. URL : <https://www.cairn.info/revue-futuribles-2020-4-page-89.htm>

ZUMOFEN, Raphael et MABILLARD, Vincent. L'utilisation des réseaux sociaux au niveau local: panorama de l'activité et des pratiques en comparaison internationale. Working paper de l'IDHEAP, 2021.

LAURE LUGON ZUGRAVU, GRÉGOIRE BAUR, RAPHAËL JOTTERAND. (vendredi 25 novembre 2022). Communicants, entre transparence et cacophonie. Le Temps. <https://advance.lexis.com/api/document?collection=news&id=urn:contentItem:5J23-DJ31-JBST-Y1WC-00000-00&context=1516831>.

AÏM Olivier, BILLIET Stéphane. (2015). *Communication*. Dunod. ISBN: 978-2-10-080557-0

LE GRAND CONSEIL DU CANTON DE VAUD, 2022. Loi sur l'information du 24.09.2002 (LInfo ; BLV 170.21). Etat le 01.02.2017 [consulté le 02.11.2022]. Disponible à l'adresse : <https://prestations.vd.ch/pub/blv-publication/actes/consolide/170.21?key=1543934911170&id=a1f1de49-a16e-40ed-8790-22194925bb3b>

Union des communes vaudoises. Disponible à l'adresse : <https://www.ucv.ch/formations/offre-de-formation/liste-des-cours/communes-communiquiez>

KEUFFER, Nicolas et MABILLARD 1, Vincent. Ouverture administrative et diversité des communes suisses: quel impact de l'autonomie locale sur les pratiques de transparence ? Revue Internationale des Sciences Administratives, 2020, vol. 86, no 4, p. 819-834.

Canton de Vaud - Salaires 2020 - Mars 2022, " Salaires vaudois : en 2020 le revenu médian s'est élevé 6490 francs par mois ». Disponible à l'adresse : <https://www.bfs.admin.ch/asset/fr/22184224>

Quels sont les tarifs des graphistes en Suisse?. Disponible à l'adresse : <https://fluide.ch/quels-sont-les-tarifs-des-graphistes-en-suisse>

Système de calculs des honoraires et flux de travail, Disponible à l'adresse : <https://sgd.ch/fr/support/systeme-de-calcul-des-honoraires/>

Information sur le CFC de médiamaticien-ne. Disponible à l'adresse : <https://www.orientation.ch/dyn/show/1900?id=184>

Salaire médiamaticien à Vaud. Disponible à l'adresse : <https://www.jobs.ch/fr/salaire/?canton=vd&term=m%C3%A9diamaticien>

## 10 Table des illustrations

### 10.1 Figures

Figure 1: Évaluation des moyens de communication actuels .....	37
Figure 2: Sollicitation des services communaux.....	37
Figure 3: Horaire des guichets physiques.....	38
Figure 4: Romanel Info .....	39
Figure 5: Types d'abonnements pour le Romanel Info .....	39
Figure 6: Fréquence de parution du Romanel Info .....	40
Figure 7: Fréquence de parution (nombres) .....	40
Figure 8: canaux de communication digitaux.....	41
Figure 9: Services pouvant être proposés sur le site internet.....	41
Figure 10: page d'accueil du site de la commune de Bussigny ( <a href="https://www.bussigny.ch/ma-commune/services-communaux">https://www.bussigny.ch/ma-commune/services-communaux</a> ) .....	42
Figure 11: Nuage de mots tirés du questionnaire .....	43
Figure 12: Proposition de services en ligne.....	43
Figure 13: Création de réseaux sociaux.....	43
Figure 14: Propositions d'informations sur les réseaux sociaux .....	44
Figure 15: Types de communication .....	45
Figure 16: Tranches d'âges.....	45
Figure 17: Répartition de la population de Romanel-sur-Lausanne.....	45
Figure 18: Durée d'établissement à Romanel-sur-Lausanne .....	46
Figure 19: Zones de la commune .....	46



## 10.2 Tableaux

Tableau 1: Cube de Stern .....	49
Tableau 2: Refonte du site internet et intégration possible de guichets virtuels (en cours) .....	49
Tableau 3: Modernisation du format du journal local en vue d'une augmentation de la fréquence de parution ...	51
Tableau 4: Prétentions salariales pour un-e médiamaticien-ne (Romanel Info).....	51
Tableau 5: Création des réseaux sociaux pour la commune .....	53
Tableau 6: Prétentions salariales d'un-e médiamaticien-ne (Réseaux sociaux).....	54
Tableau 7: Création de l'identité visuelle de la commune .....	55
Tableau 8: Prétentions salariales d'un-e graphiste .....	55
Tableau 9: Installation de totems numériques .....	56

## 11 Annexes

### 11.1 Entretiens internes

#### **Annexe 1 : Entretien avec la Syndique**

**Nom, prénom :** Claudia Perrin

**Service :** Syndique

**Date :** 28.11.2022

#### **Tâches :**

- Présider la Municipalité (5) – enfance (accueil de jour), social, RH, relations extérieures, cheffe de l'administration/une fois par semaine échanges sur les dicastères
- Communication seule sur ses dicastères ou discussion avec collègues si sur leurs dicastères
- Chaque dicastère à un responsable de service (opérationnel) qui est lié à un municipal (stratégique)
- Relation avec le Conseil communal
- Si pas de Chef de service révolu à – alors municipal qui s'en occupe pour soulager
- Tout coordonner et faire les liens avec le canton

#### **Communication avec la population :**

- La population devrait passer par la commune pour communiquer (2-3 de l'extérieur - 30/jour)
- Entre Chefs de services (qqun qui gère la comm)
- Cahier du Greffe : rédaction du Romanel info
- Réseaux sociaux
  - Police/voierie : pas de réponse
  - Ouverture à la population et pas museler les gens

#### **Attentes par rapport au futur de la communication avec la population :**

- Un fil rouge de la communication (ou ça commence et ou ça fini), arriver à communiquer juste et aux bonnes personnes
- Trouver le bon équilibre et mettre le bon curseur
- Forum/échanges de la population avec la commune
- Téléphone professionnel pour les communications de la commune (tous les services en ont déjà un) – pour les Municipaux et spécifiquement pour la Syndique
- Cartes de visites et QR code pour les contacts (IPhone)
- Sociétés locales et entreprises => communication
  - Fenêtres de l'avent, activités locales de la commune

#### **Autres :**



- Boîte à idée
- Guide des bonnes pratiques pour les réseaux
- Fin janvier - changement du Président des sociétés locales

**Problématique :**

Évolution démographique qui pousse à évoluer

Pas de plan de communication (pas de moyens humains et financiers pour s'occuper de ça), donc besoin d'un plan de communication pour la suite

**Annexe 2 : Entretien avec le Secrétaire municipal**

**Nom, prénom :** Nicolas Ray (+ 2 secrétaires)

**Service :** Secrétaire municipal au greffe

**Date :** 22.11.2022

**Tâches :**

- Secrétariat Municipalité : 5 municipaux 1x/semaine => préparation de la séance, ordre du jour, participation à la séance menée par la Syndique, droit de parole à titre consultatif (pas de vote) rédiger le PV et distribuer les tâches aux responsables de services + suivi de l'exécution / logistique pour la Municipalité (restaurant, réponse aux invitations, filtre pour la Municipalité)
- Obligations légales du secrétaire municipal : archives de la commune, loi et règlements (fédérale et propres), contrats sociétés locales/partenaires, directives internes, textes soumis au Conseil communal (publications/communications), textes officiels
  - Exemple : Décret du canton pour l'économie d'énergie des vitrines
- Soutien des collègues dans l'administratif : secrétariat pour les services qui n'en ont pas (enfance(réfectoire=>absence des enfants), sécurité, bâtiment, bourse, voirie, social (pas représenté), culture/tourisme/promotion économique(entreprises))

**Communication avec la population :**

- Communication de la Municipalité à la population (Linfo) => Conseil communal au format 1 A4 des décisions et éventuellement le Romanel info

**Attentes par rapport au futur de la communication avec la population :**

- Publication des infos (proactif) => trouver le meilleur moyen de communiquer l'info (décisions du Conseil d'état sur leur site et communication de la mise en ligne sur les réseaux sociaux) => décisions
- Communication sur l'énergie => digital en complément du papier
- Possibilité de s'inscrire selon le secteur pour recevoir des notifications dirigées et ciblées (types, magasins, association) => en complément du format papier
- Communication aux entreprises => info générales / comm + coordination avec les sociétés locales / parents vis-à-vis des offres régionales pour leurs enfants

Communication de la population à la commune :

- Adresse email générale
- Téléphone : selon secteur
- Courrier écrit ou visite

ATTENTION : Chatbot, retour de la population ??

Retour par la population par semaine => environ 50 (tout confondu entre 150-200)

Possibilité de faire un Ask Romanel une fois par mois (réponse dans le Romanel info – courrier des lecteurs) => pas de PDF – téléchargeable en archives

Projet de numérisation des archives – à venir (suite à la mise en place de la Linfo, toute personne peut demander une information historique sous peu de temps)

Sociétés et entreprises => sondages séparés (menu des restaurants)

### **Annexe 3 : Entretien avec la responsable du Contrôle des habitants**

**Nom, prénom :** Mélanie Hilpert

**Service :** Préposée contrôle des habitants

**Date :** 09.11.2022

**Tâches :**

- Gestion de la base de données (naturalisation, mariage, décès)
- Arrivées – départs
- Permis de séjour – autorisations de séjour – ID
- Attestations de domicile
- Registre civique – élections – gestion de la procédure
- Registre des chiens – relier aux habitants
- Distribution de sacs taxés – naissance
- Cartes déchèterie
- « Service de parution dans le journal de Romanel pour les naissances
- Articles dans le Romanel info sur le contrôle des habitants/élections »

Site internet (depuis 2 ans) : éditer par M.H.

- Renseignements généraux

**Communication avec la population :**

- Naissance en fonction de la nationalité + parution dans le Romanel info + info sur le droit aux sacs taxés (envoyer au format papier dès la naissance)
- Convocation pour les **permis** qui arrivent à échéance
- Gérance, une personne part et une autre arrive -> si une personne ne vient pas directement, on lui envoie une convocation
- Informations générales dans le Romanel info

**Digital :**

- Tout envoyer au format papier
- Taux de réponses par mail pour les naissances 35-40% sauf ceux qui passent pour les sacs taxés (taux de non réponse/négatif : 50%)
- Site internet mis à jour selon les réglementations (service de la population Lausanne) + questions de la population
- Répondre aux mails
- (Plateforme e-déménagement)
- Procédure digitalisée au niveau des arrivées = ~5%
- Procédure de la carte de déchèterie
- Base de données informatisées pour toute la procédure du contrôle et envoi par papier
- EMS – personnel qui transmet les info arrivée-décès

**Attentes :**

- Mettre en place la plateforme de e-déménagement – information publique

- Rendre l'accès à l'information plus claire visuellement (dynamique, ...)
- Digitalisation de la procédure pour les chiens
- Pas de pertinence pour les réseaux sociaux **sauf pour les votations**
- Application pas très pertinente
- Plus de Romanel info pour pouvoir donner les informations dans les bons délais
- Moderniser les moyens de communication

Info pratiques :

- ~4'000
- Structure de la population
- Nouveaux quartiers : entre 30 et 40 ans plutôt

#### **Annexe 4 : Entretien avec le responsable du Bureau technique**

**Nom, prénom :** Yann Gilliéron

**Service :** Bureau technique

**Date :** 16.11.2022

**Tâches :**

- Police des constructions – bâtiments/nouveaux et transformation (préavis à la municipalité validée ou pas) permis délivrer si pas d'opposition ou gestion des oppositions (droit d'être entendu) et contrôle technique des travaux + octroi du permis de construire/ avocat conseil pour le tribunal administratif
- Aménagement du territoire – grandes réflexions, stratégie, intérêts politique/économique, mobilité et écologique => règlements qui donnent des droits d'affectation – PECC (plan d'énergie climat communal) cibler des points d'amélioration pour l'écologie => bon plan d'investissement = bon PECC / PAC Vernand, beaucoup de secteurs à satisfaire (prend du temps)
- Planification de la commune – SIT (système information du territoire) canalisation, routes, ... planifier les entretiens, élaboration du projet et suivi des travaux, ...

Permis de construire :

- Envoyé au format papier
- Conditions de sécurité et justificatifs de fin de travaux
- Contrôle de fin de travaux pour autorisation d'utiliser/habiter
- Feu, sécurité (barrière), ...

**Communication avec la population et digital :**

- Procédure légale : mise à l'enquête de l'objet, publication dans la FAO et 24H(journal local) + piliers publics
- Consultation possible au bureau
- Publication sur le site internet / CAMAC
- Permis de construire digital (notion de contrat – pas forcément pertinent)
- GED (gestion électronique de documents) – ELO documents numérisés - propre votre commune / pour le canton – CAMAC base de données cantonale, registre cantonal des bâtiments pour générer la fiche bâtiment si nouveau bâtiment lié au registre des bâtiments.
- Lancement des travaux, contact avec les propriétaires
- Nécessité d'avoir les plans communication

Aménagement du territoire :

- Articles dans les journaux



- Présentation du nouveau plan d'affectation par un tout ménage pour info sur la séance (pratique des paravents avec les gens qui peuvent découvrir le projet et poser les questions en petit comité)

**Attentes par rapport au futur de la communication avec la population :**

- Consultation du dossier/plan directement sur le site internet, pas uniquement avoir accès à la publication de la mise à l'enquête.
- A la population : Heures d'ouvertures sur rdv sauf consultation des documents sur heures de bureau (n'importe qui de l'administration peut ouvrir la salle à la commune)
- FàQ : toutes les procédures (commune de St-Prex) avec documents et procédures nécessaires – formulaire en ligne mais à renvoyer au format papier
- Portail cartographique – amélioration des annonces des perturbations routières et permis de fouilles
- Mettre en avant le portail cartographique (publicité sur les réseaux sociaux)

Séance des SI (services industriels) : 2x par année pour les projets planifiés par la commune et autres projets en planification pour voir où sont les priorités

Papier ou pas, les personnes appellent !! séparer les compétences et responsabilités de chacun

Réseaux sociaux ?? plutôt une mailing liste avec information en fonction du périmètre

Préavis publiés alors que le Conseil communal ne l'a pas encore vu

**Annexe 5 : Entretien avec le responsable des Travaux**

**Nom, prénom :** Cédric Botré

**Service :** Voirie, Parcs et Promenades

**Date :** 09.11.2022

**Tâches :**

- Espaces verts
- Gestion des déchets
- Entretien des routes/canalisation
- Manifestations (infrastructures)
- Tout ce qui touche à l'extérieur
- Gestion des cimetières

**Communication avec la population :**

- Déchets (camion en panne, tournées déchets si décalage ou jours fériés, fermeture des déchèterie exceptionnelle)
- Fermeture des routes
- Coupures de courant
- Espaces verts : une tulipe pour la vie – la population peut participer à la plantation
- Animaux perdus et repartagés
- Annonces plus rapides à donner qui sont sujettes à la météo et aux imprévus

**Digital :**

- Facebook (~150 followers) – service des travaux Romanel-sur-Lausanne => environ 900 personnes touchées par les partages
- Alimenter par une personne
- Possibilité de fondre les informations
- 9 publications/année => limité les publications par personne
- Avoir accès et pouvoir alimenter le réseau social soi-même
- Application pour les déchets, en cas de changements de tournée, les personnes reçoivent une notification

- Commentaires désactivés – réponses possibles ?? pas nécessairement

**Attentes par rapport au futur de la communication avec la population :**

- Facebook et Instagram avec tous les services dessus

**Annexe 6 : Entretien avec le responsable de la Sécurité publique**

**Nom, prénom :** Jean-Marie Cornu

**Service :** Sécurité et prévention

**Date :** 19.12.2022

**Tâches :**

- Manifestation
- Stationnement
- Signalisation routière
- Audition commission de police, naturalisation
- Autres services : tâches en lien types enquête bureau technique, livraison lettre greffe, surveillance chantier

**Communication avec la population :**

- Manifestation, (mail (cas par cas) ou courriel)
- Manifestation (mail, sur place)
- POCAMA police cantonale (grosse manifestation) => pas de relation directe dans ce cas de figure avant que les documents soient sortis et prêts => par email (via site en ligne de la POCAMA)
  - Ensemble de la salle polyvalente = grosses manifestations
- Chantiers (cas par cas ou si blocage de route réguliers, avis par mail)
- Toute communication qui va sur le site passe par le greffe ou habitants
- Informations très régionalisées rare lors de changement au sein d'un quartier et surtout toujours sur le pilier public
- Flyer aux entreprises/restaurants (crise énergétique) procédés de réclames éteint la nuit. Porte à porte pour informer les concernés pour voir s'ils avaient des questions
- Demandes d'entreprises ou de particuliers => visites sur place pour répondre aux éventuels questionnements

**Attentes par rapport au futur de la communication avec la population :**

- Sur le nouveau site, agenda pour pouvoir prendre les rdvs directement sur le site => mise en place en début d'année
- Romanel info – tous les 15 jours (manifestation – ceux qui veulent annoncer suffisamment en avance) => sociétés locales pour faire de la pub
- La communication n'est pas la priorité pour l'instant

**Digitalisation possible de la communication :**

- Rappel des bonnes pratiques (tout-ménage avec photos, transmission aux écoles)
- Pertinence des réseaux sociaux ?

**Autres :**

- Moyens possibles pour améliorer les problèmes de stationnement => village dortoir
- Village coupé en deux donc pas les mêmes problématiques pour le haut et le bas
- Tout ménage pour le passage aux zones 30 dans tout le village
- Contrôle des habitants et sécurité publique étroitement lié
- Lien en direction des manifestations qui ont lieu sur le site internet

## **Annexe 7 : Entretien avec la rédactrice du Romanel Info**

**Nom, prénom :** Sophie Clerc

**Service :** Rédactrice du Romanel Info ((médiaticienne) => reprise du Romanel Info à la suite du décès de la personne responsable du journal)

**Date :** 08.11.2022

**Tâches :**

- Rédaction
- Gestion
- Trouver des articles avec la commune et le tissu local
- A la base fait par des retraités sur la vie du village, puis la commune s'y est mise
- Écrire ces articles pour faire lire le journal (pas que des infos officielles)
- Journal communal vivant

Est-ce que la commune donne les infos régulièrement ? Mme Clerc envoie un mail pour le prochain délai rédactionnel – tel quel dans le journal / obtenir les infos par le Conseil communal, les délais ne sont souvent pas respectés.

Est-ce que la commune contrôle/valide ce qui est mis dedans ? devrait être fait mais souvent pas le temps. Contrat avec une imprimerie + *mise en page avec eux* et beaucoup d'échange de mails (vu par la Syndique)

Mise en page faite par l'imprimeur => pas très efficace

- Charte rédactionnelle
- Fournir des articles et avoir les contacts
- Qqun qui fait partie de la communication
- Pour la réalisation, envoi des annonces/publicités par les entreprises environnantes (formulaire sur fichier Word que les gens doivent signer et ramener à la commune => PDF remplissable et scannable directement sur l'ordinateur)
- Communication/graphisme simple (flyer en tout ménage ???voir ce qui est fait) => webmaster en communication
- Site internet : est-ce que cela a sa place sur le site ou dans le journal (formation ??)
- Mettre plusieurs personnes pour gérer le journal/communication => une personne qui gère la partie technique et une personne qui gère la partie créative (Sophie)
- Il faut que les gens puissent s'identifier et que ça soit diversifié.
- Possibilité de faire une inscription nominative
- Considération plus importante du journal au sein de la communication
- Annonceurs publicitaires payant pour couvrir les charges – feuille des tarifs/formats

4x par année = pas suffisant => minimum 6 fois par année et idéalement 1 fois par mois (6-8 fois)

⇒ Simplifié

⇒ Économies pour des journaux plus simples à fréquence plus grande

« 50h pour les deux derniers journaux »

Procédure de réalisation => email

**Faciliter le contact avec un seul interlocuteur – Responsable communication**



## 11.2 Entretiens externes

### Annexe 8 : Entretien avec la commune de Morges

Personne de contact : Patrick LeFort

Travaille depuis : Octobre 2021

En tant que : Responsable de la communication

#### COMMUNICATION GENERALE

**1. Quel type de communication visez-vous avec votre population ? A quel type de communication vous identifiez-vous le plus ? (Insérer 3 types)**

*Se renseigner auprès de la commune sur les diverses activités (ex: fenêtres de l'Avent, ...)*

*Obtenir des renseignements de types pratiques (ex: locations des salles, ...)*

*Recevoir les informations officielles (ex: courrier adressé, votations, ...)*

3 axes

Moyens d'échange : guichets (heures précises), application de prise de rdv (en plus en-dehors des heures d'ouvertures) – Sophie Evart

Admin se met au contact de la population 1x mois au marché – tient un stand (février = début) – retour positif de la population

Médias sociaux => Facebook (impact sur le grand public), Instagram (impact grand public + image esthétique), LinkedIn (partage avec les ressources humaines pour les offres d'emploi et partage de projets de réalisation avec la ville), twitter (commentaires ouverts => gérer par le service comm + les services concernés)

Communication officielle :

Site internet (site de la ville + morges avenir + morges dialogue), communiqués et conférences de presse, journal communal (4x => 3x), médias sociaux, app morges, présentations publiques, affichage

**2. Avez-vous un plan de communication défini pour la communication à la population ? (Good practice, qui fait quoi, comment, ...)**

Chaque entité séparée gère ses moyens de communication selon les lignes directrices données au début

Comptes au nom de la ville de Morges – ligne directrice pour chaque médias (4 au sein de la communication)

Pour les services = un dialogue proactif (point de situation tous les 2 mois avec différents collègues pour avoir les dernières informations et les projets futurs => participation aux séances des responsables de services et rattachement direct au greffe et à la Syndique)

Office de la comm = agenda commun (événements) pour mettre en commun les différentes infos et savoir quels sont les projets qui arrivent et qui va s'en occuper + calendrier des communications

Feuille de route pour les événements entre le groupe comm et les services concernés (wedo)

**3. Quelles sont les moyens que vous avez dû mettre en place pour avoir une communication efficace avec votre population ?**

#### COMMUNICATION DIGITALE

**4. Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'avoir recours aux moyens de communication digitaux aujourd'hui ?**

Oui c'est indispensable pour informer efficacement la population. Réactivité par rapport à la communication (échange avec la population), ne remplace pas complètement la comm papier.

Moins pertinent : application mobile

Le plus pertinent : newsletter et médias sociaux

**5. Si oui, lesquels trouvez-vous les plus importants et pourquoi ?**

Hiver dernier : Lancement de newsletter avec abonnement (sur les emails)

Journal au format numérique sur le site internet

**Annexe 9 : Entretien avec la commune de Bussigny**

**Personnes de contact** : Mme Puertas (gestion de la communication interne/externe) – 80%

M Charmillot (absent - chef de services greffe/office pop, informatique, gestion événement)

**Travaille depuis** : 1 année (env. 3 ans qu'il y a un département comm au sein du greffe)

Engagement de qqun pour les événements en collab avec la comm

Médiamaticienne => comm visuelle, informatique

Graphiste => comm visuelle, community manager

Rapport de gestion => obligatoire

**COMMUNICATION GENERALE****1. Quel type de communication visez-vous avec votre population ? A quel type de communication vous identifiez-vous le plus ? (Insérer 3 types)**

Se renseigner auprès de la commune sur les diverses activités (ex: fenêtres de l'Avent, ...)

Obtenir des renseignements de types pratiques (ex: locations des salles, ...)

Recevoir les informations officielles (ex: courrier adressé, votations, ...)

Axe digital et événements avec représentation de la municipalité (leur domaine ou juste représentation) => dialogue (retour positif de la population)

Pas de journal papier => page dans le journal de Morges tous les mois, possibilité d'en avoir 2 potentiellement + questions écologiques et financières

Remettre des séances d'information en physique (+40 ans) sur sujets divers

**2. Avez-vous un plan de communication défini pour la communication à la population ? (Good practice, qui fait quoi, comment, ...)**

Une personne qui s'occupe de la comm visuelle

Les chefs de services donnent les sujets de comm et les moyens de préférence, sauf info récurrentes

Tout chef de service a accès à sa propre page sur le site pour changement rapide d'horaires, visuel, ...

« Site internet avec Joomla »

**3. Quelles sont les moyens que vous avez dû mettre en place pour avoir une communication efficace avec votre population ?**

Site internet, réseaux sociaux (pas un véritable canal d'information), tout ménage papier (entreprise ou population)

Ce qui fonctionne le mieux = tout-ménage

**COMMUNICATION DIGITALE****4. Avez-vous développé des moyens de communication digitaux au sein de votre commune ? si oui, lesquels ? quel est l'intérêt de la population ?**

Facebook (info pour >30 ans), site internet, Instagram, LinkedIn (offres d'emploi et info pratiques, politique), YouTube (politique), totem lumineux (4), affichages publics de Bussigny avec éléments pour la culture

SGA = société affichage suisse

Sur les totem lumineux, max. 2 semaines en général



**5. Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'avoir recours aux moyens de communication digitaux aujourd'hui ?**

Oui c'est nécessaire car les RS permettent un contact rapide avec la population et un dialogue possible entre commune et population.

Commentaires activés et reçu par la resp comm qui répond ou se charge d'aller chercher les réponses où il y a besoin.

Référencer les publications avec les likes, commentaires et ...

Instagram : éducatif, informatif, photographe (resp comm aussi) => <40 ans

Retour sur le sondage : avis plutôt positifs sur la communication en général (+ 40 ans)

**6. Si oui, lesquels trouvez-vous les plus importants et pourquoi ?**

Site internet, élément central dans la communication en Suisse (toutes les infos), événements, guichets virtuels

**FUTUR DE LA COMMUNICATION ET PROJETS**

**7. Quels sont les projets en lien avec la communication que vous avez déjà pu mener ? Totem lumineux dans la ville, réseaux sociaux, ...**

- a. Si oui, quelle a été la réaction de la population ? plutôt positive

**Annexe 10 : Entretien avec la commune de Renens**

**Personnes de contact :** Mme Carrard (cellule communication depuis 4 ans-60%), Mme Pierrehumbert (2010-70%) + une autre collègue à 50% + stagiaire graphiste (domaine du visuel) à 80%

Travaille depuis : voir ci-dessus

**COMMUNICATION GENERALE**

**1. Quel type de communication visez-vous avec votre population ? A quel type de communication vous identifiez-vous le plus ? (Insérer 3 types)**

*Se renseigner auprès de la commune sur les diverses activités (ex: fenêtres de l'Avent, ...)*

*Obtenir des renseignements de types pratiques (ex: locations des salles, ...)*

*Recevoir les informations officielles (ex: courrier adressé, votations, ...)*

Séances d'information urbanisme, communiqué à la presse, Info Renens (journal 8x par année)

Dialogue avec la population : séances d'information (projets participatifs) => la ferme du village (démarche participative), quartier de la savonnerie, refaire l'identité de Renens avec des interviews, groupes de discussion, noter sur des affiches dans la ville. Discussion autour du climat => abouti au plan climat

Digital : site internet (sources d'informations avec toutes informations confondues), réseaux sociaux (pas bcp exploités)

Journal local : planning des éditions, les services doivent donner eux-mêmes les informations à mettre dedans, sociétés locales qui communiquent aussi des informations et rédigent leur textes, mise en page (maquette) par la cellule communication, une partie rédigée par la cellule comm. Photos fournies par les services/sociétés directement. Visite des nonagénaires

Information sur ce qui se fait et ce qui a lieu.

**2. Avez-vous un plan de communication défini pour la communication à la population ? (Good practice, qui fait quoi, comment, ...)**

Pas de plan de comm défini, mais planning du journal, planning des événements récurrents :

- Saison culturelle, accueil des habitants (PPTX), animations de Noël, planning des projets particuliers (refonte visuelle du site internet, charte graphique, plan climat, ...)



- Utilisation d'Excel pour planning journal, promotion dans bus TL, ...
  - Planning pour les réseaux sociaux
  - Secteur culture : presse, média (chargé de comm pour la culture en engagement)
- 3. Quelles sont les moyens que vous avez dû mettre en place pour avoir une communication efficace avec votre population ?**

Peu de tout-ménage, car volonté politique avec la municipalité de développer le journal (distribuer gratuitement en tout-ménage) => dernières pages qui doit payer ses publicités, pas les sociétés locales

Évolution constante, ...

## **COMMUNICATION DIGITALE**

- 4. Avez-vous développé des moyens de communication digitaux au sein de votre commune ? si oui, lesquels ? quel est l'intérêt de la population ?**

Facebook, Instagram, site internet, LinkedIn (RH + collaborateurs)

Site internet : évolution constante, changements dynamiques si des personnes rapportent des manquements

Travail de refonte du site internet => moteur de recherche visible et sur fonctionnement google.

Les chefs de services n'ont pas accès à leur propre page pour changer des informations, sauf publication de mise à l'enquête et la bibliothèque qui peut annoncer des animations, conseil communal (documents)

Réseaux sociaux : culture, sport, durabilité ont accès au compte Facebook et Instagram et transmission pour le site internet.

Pas d'application pour le moment, mais dans la refonte, faire une application qui va avec

Application de l'ouest lausannois – projet qui ne répondait pas à un besoin

- 5. Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'avoir recours aux moyens de communication digitaux aujourd'hui ?**

Site internet, oui

Réseaux sociaux, oui car c'est le canal d'info principal (application peuvent être plus pertinentes pour des communes plus petites). Commentaires activés et resps comm qui les reçoivent.

Pas d'informations officielles sur les réseaux sociaux => photos et info évènements

- 6. Si oui, lesquels trouvez-vous les plus importants et pourquoi ?**

Site internet

## **FUTUR DE LA COMMUNICATION ET PROJETS**

- 7. Quels sont les projets en lien avec la communication que vous avez déjà pu mener ?**

**Refonte du site et application**

Développement de la cyber administration

Projet pilote du e-déménagement => imposer par le canton une fois que ça sera lancer

## **Annexe 11 : Entretien avec la commune de Moudon**

**Personne de contact :** M Rubattel, 1 avril 2023 a la communication, adjoint au secrétaire municipal

**Travaille depuis :** 1<sup>er</sup> mars 2019

**Base de graphisme (intérêt) :** 20%

## **COMMUNICATION GENERALE**

**1. Quel type de communication visez-vous avec votre population ? A quel type de communication vous identifiez-vous le plus ? (Insérer 3 types)**

*Se renseigner auprès de la commune sur les diverses activités (ex: fenêtres de l'Avent, ...)*

*Obtenir des renseignements de types pratiques (ex: locations des salles, ...)*

*Recevoir les informations officielles (ex: courrier adressé, votations, ...)*

Information claire = OK

Dialogue : séances publiques et des présences aux événements locaux ou marché sur des thèmes spécifiques

Digital : bcp de transmission d'info

**2. Avez-vous un plan de communication défini pour la communication à la population ? (Good practice, qui fait quoi, comment, ...)**

Charte graphique

Outils comm : journal si aspect trimestriel

Pas d'agenda, plutôt organisé naturellement, organisation selon les périodes

**3. Quelles sont les moyens que vous avez dû mettre en place pour avoir une communication efficace avec votre population ?**

Journal communal : trimestriel (population plus âgée), gratuit en tout ménage, retour de la population : pas beaucoup, informations officielles/événement (agenda encart) /retour en image sur les événements qui ont eu lieu (brandons)/article sur l'histoire de Moudon (petit fait historique) /info brève sur des actions qui ont été faites.

Secrétaire municipal => rédaction d'articles, mise en page faite par un prestataire externe. Incitation des services pour qu'il les donne eux-mêmes, mais quand même l'équipe comm qui doit aller chercher l'info.

+ info last minute du canton

**COMMUNICATION DIGITALE**

**4. Avez-vous développé des moyens de communication digitaux au sein de votre commune ? si oui, lesquels ? quel est l'intérêt de la population ?**

Réseaux sociaux : Facebook, Instagram, LinkedIn (RH), création d'un compte TikTok (pas encore utilisé, mais réservation du nom).

Transmission des informations officielles autant sur papier que sur les réseaux sociaux.

Commentaires activés, mais pas de réponses de la part de la commune.

Image et communication à vendre à la population = oublier et besoin aujourd'hui de communiquer.

Dans le cadre de certains projets (pénurie d'énergie) ouvert à la population pour avoir un dialogue pour répondre aux questions.

Conseil communal accessible au public + communication des décisions par la suite

Restriction aux travaux

Annonce que le journal est paru + lien PDF sur le site.

Charte graphique = pour le côté officiel

Pas d'application car uniquement utile pour les restrictions de travaux => coût élevé de maintenance

**5. Pensez-vous qu'il soit nécessaire d'avoir recours aux moyens de communication digitaux aujourd'hui ?**

Oui, car communication avec les personnes de tranches d'âge plus jeune

**6. Si oui, lesquels trouvez-vous les plus importants et pourquoi ?**

Alertes pour protection de la population (arnaques)

**FUTUR DE LA COMMUNICATION ET PROJETS****7. Quels sont les projets en lien avec la communication que vous avez déjà pu mener ?**

Plutôt pas pour le moment, lancement de Facebook en 2020-2021, Instagram 2022

Étude d'un nouveau site internet => modernité et facilité d'accès (formulaires pour le phishing)

**Annexe 12 : Entretien avec l'agence de communication Omni Production Sàrl**

**Personne de contact :** Kaïs Belil

**Date :** 01.06.2023

**En activité depuis :** 2 ans

**Entreprise :** Omni production Sàrl (agence de communication)

Mandats pour les entreprises suivantes : Johnson & Johnson / Tissot Arena /sky guide / ...

**Services proposés :**

- Réseaux sociaux
- Stratégie de communication sur les réseaux sociaux
- Marketing digital
- Capture vidéo et photos

Commercial : s'adapter au client

**Devis selon :**

Fourchette de prix

150 et 250/heure pour la vidéo (voir fiche annexe)

PDF => prix des vidéos en Suisse en moyenne

Pour l'instant prix moins cher

Drone FPV (first Person view) => certificat de pilote

Autorisation avec le permis et demandes dans certains endroits

Travail avec des communes ?

Format vidéo

**Démarche :**

Analyse de l'entreprise

Réseaux sociaux (community management => contact direct avec la personne responsable de la communication /détentrice du plus d'info)

1<sup>er</sup> rendez-vous et 2<sup>ème</sup> rdv pour l'offre

Adapter le réseau social à la tranche d'âge (Facebook sous-estimé)

**11.3 Autres annexes**



## Annexe 13 : Prix pour la réalisation d'une vidéo par une agence de communication en Suisse

Basic l'entrée de gamme	Avancé l'idéal	Premium l'excellence
CHF <b>999</b> par vidéo	CHF <b>2499</b> par vidéo	CHF <b>4999</b> par vidéo
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vidéo de 60 secondes</li> <li>✓ 1/2 journée de conception</li> <li>✓ 1/2 journée de tournage</li> <li>✓ 1/2 journée de montage</li> <li>✓ Images en musique et titrage</li> <li>✓ Modifications en sus</li> <li>✓ Livraison du fichier numérique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vidéo de 2 minutes</li> <li>✓ 1/2 journée de conception</li> <li>✓ 1/2 journée de tournage</li> <li>✓ 2 jours de montage</li> <li>✓ Une interview</li> <li>✓ Voix off professionnelle</li> <li>✓ 1/2 journée de modification</li> <li>✓ Livraison du fichier numérique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Vidéo de 5 minutes</li> <li>✓ 1 jour de conception</li> <li>✓ 1 1/2 jours de tournage</li> <li>✓ 2 1/2 jours de montage</li> <li>✓ 2 à 3 interviews</li> <li>✓ Voix off professionnelle</li> <li>✓ 1/2 journée de modification</li> <li>✓ Livraison des fichiers numériques pour réseaux sociaux également</li> </ul>
ça m'intéresse		

Source : <https://www.breew.com/a-propos/>

## Annexe 14 : Article sur la communication dans la ville de Bussigny

### Parole à la population

#### COMMUNICATION

La Commune a sondé les besoins des citoyens en matière de communication, élément clé d'une bonne information de proximité.

Plus de 450 personnes ont pris part au sondage de la Municipalité sur les outils de communication de la Commune. En grande majorité (82 %), la population est satisfaite de son niveau d'informations alors qu'aucun support n'est remis en cause par une portion substantielle des répondants.

Cette enquête «confirme la nécessité d'informer à la fois via les canaux imprimés et ceux liés au digital, en évolution permanente. Elle tombe à point nommé, puisque la Municipalité, suite à un postulat du Conseil, doit traiter la question de créer un nouveau journal communal ou de développer sa collaboration avec le *Journal de Morges*», indique l'Exécutif dans un communiqué qui fait la synthèse des résultats. «Le site Internet demeure la pierre angulaire de l'information publique, dont l'utilité fait la quasi-unanimité, même si plusieurs suggestions et pistes d'amélioration (convivialité, recherche, aspect intuitif) sont proposées.

Avec plus de 3000 «suiveurs», la page Facebook s'est imposée comme un support à part entière au sein de la communauté. Le réseau social Instagram est plus récent, mais c'est celui qui affiche la progression la plus rapide et le taux d'engagement le plus marqué avec bientôt 1000 abonnés (+50 % en huit mois).

#### Journal apprécié

À plus de 80 %, la page consacrée à Bussigny dans le *Journal de Morges* – distribué en tout ménage gratuit une fois par mois – est jugée utile (51 %), voire indispensable (30 %). Deux tiers des personnes ayant répondu à cette question (68 %) proposent même de développer son contenu. Rappelons que des articles sont également publiés dans la plupart des autres éditions de l'hebdomadaire, de nombreux citoyens de Bussigny étant en effet abonnés au *Journal de Morges*.

Toujours au rayon du papier, l'affichage et les dépliants thématiques – tout comme les séances d'information à la population – sont réclamés, en marge du digital. Ces outils sont en effet considérés comme indispensables aux yeux d'un public qui se rejoint sur la nécessité d'une communication de qualité et de proximité.

JDM

Source : <https://journaldemorges.ch/>, article : « Parole à la population », 09.06.2023

## Annexe 15 : Questionnaire du sondage quantitatif vierge

### La communication à Romanel-sur-Lausanne

Actuellement en 3ème année de bachelor en économie d'entreprise à la HEIG-VD d'Yverdon-les-Bains, j'effectue mon travail de Bachelor en collaboration avec l'administration de Romanel-sur-Lausanne. N'habitant pas la commune, je souhaite connaître vos attentes et envies concernant la communication qui vous est transmise depuis les différents services de la commune et ses divers canaux. L'idée sera de créer des recommandations orientées grâce à vos réponses.

Je vous remercie d'avance pour vos précieuses réponses.

Joanna Pillon

#### 1. Questions sur la communication actuelle

Pour commencer, voici quelques questions sur la communication actuelle de votre commune.

Comment évaluez-vous les moyens de communication suivants :

(1 = je n'apprécie pas du tout, 5 = j'apprécie beaucoup)

Tout ménage/flyers dans vos boîtes aux lettres : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Courriers adressés : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Site internet : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Romanel Info : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Pilier public : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Quels services sollicitez-vous le plus régulièrement ? (3 choix)

- ☐ Archives communales
- ☐ Bureau technique
- ☐ Bourse communale
- ☐ Contrôle des habitants
- ☐ Greffe municipal
- ☐ Service de l'enfance
- ☐ Service de sécurité publique
- ☐ Service des bâtiments
- ☐ Service des travaux (voirie, parcs et promenades)

Est-ce que les horaires de guichets sont adaptés à vos besoins ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

#### 2. Questions sur votre journal local, le Romanel Info

Voici maintenant quelques questions sur votre journal local, le Romanel Info.

Lisez-vous le Romanel Info ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Quel type d'abonnement trouveriez-vous le plus intéressant ? (1 choix possible)

- ☐ Tout nouvel habitant le reçoit une fois au format papier, puis sur inscription (gratuite)
- ☐ Recevoir d'office au format papier sans inscription (gratuitement)
- ☐ Inscription (gratuite) pour le format papier
- ☐ Inscription (gratuite) pour recevoir au format digital

Pensez-vous qu'il devrait paraître plus fréquemment ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Si oui, à quelle fréquence ? (1 choix possible)

- ☐ 6x par année
- ☐ 1x par mois
- ☐ 2x par mois
- ☐ 1x par semaine
- ☐ J'ai répondu NON à la question précédente

#### 3. Questions sur la communication digitale

Pour faire suite, quelques questions sur la communication digitale.

Par quels canaux de communication seriez-vous intéressés ?

(1 = pas du tout intéressé, 5 = extrêmement intéressé)

Application mobile de la commune : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Compte Instagram : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

Compte/groupe Facebook : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Romanel Info au format digital (newsletter) : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Panneaux/écrans au village qui diffusent des informations : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Site internet modernisé avec plus d'interactions possibles : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Trouvez-vous intéressant que les services ci-dessous soient proposés sur le site internet ?  
 Consultation des mises à l'enquête et des plans/dossiers : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Foire aux questions par les différents services : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Portail cartographique (ex : pour les annonces de perturbation routière) : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Mise en place de la plateforme e-déménagement (faciliter les arrivées/départs) : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Procédure d'annonce pour les chiens : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Agenda en ligne pour les manifestations : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Avez-vous d'autres idées de services pouvant se trouver sur le site internet ?

Êtes-vous intéressé par la création de comptes sur les réseaux sociaux pour la commune ?

- ☐ Oui  
☐ Non

Quel est votre intérêt quant aux propositions d'informations suivantes sur les réseaux sociaux ?

(1 = pas du tout intéressant, 5 = extrêmement intéressant)

Informations pratiques de la voirie ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Foire aux questions pour que la population puisse interagir avec la commune : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Information sur les événements à venir : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Information sur les activités à proximité : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Partage d'images de la commune : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Rappel pour les votations : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Information sur les différents partis politiques : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Rappel des bonnes pratiques de sécurité : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5  
 Principales décisions de la Municipalité : ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

#### 4. Questions d'identification

Les informations collectées seront traitées uniquement dans le cadre académique, de façon anonyme et resteront évidemment confidentielles. Je vous remercie donc de répondre avec le plus de sincérité possible.

A quel type de communication vous identifiez-vous le plus? (1 choix possible)

- ☐ Se renseigner auprès de la commune sur les diverses activités (ex: fenêtres de l'Avent, ...)  
☐ Obtenir des renseignements de types pratiques (ex: locations des salles, ...)  
☐ Recevoir les informations officielles (ex: courrier adressé, votations, ...)

Vous êtes:

- ☐ Une femme  
☐ Un homme  
☐ Autre

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous? (1 choix possible)

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Moins de 18 ans | <input type="checkbox"/> 41-55 ans  |
| <input type="checkbox"/> 19-25 ans       | <input type="checkbox"/> 56-65 ans  |
| <input type="checkbox"/> 26-30 ans       | <input type="checkbox"/> 66-75 ans  |
| <input type="checkbox"/> 31-40 ans       | <input type="checkbox"/> 76 et plus |

Depuis combien de temps habitez-vous à Romanel-sur-Lausanne ? (1 choix possible)

- ☐ Entre 0 et 2 ans  
☐ Entre 2 et 5 ans  
☐ Depuis plus de 5 ans

Dans quelle zone du village résidez-vous ? (1 choix possible)

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Centre du village    | <input type="checkbox"/> Prazqueron |
| <input type="checkbox"/> La Covatannaz/Caudoz | <input type="checkbox"/> Autre      |
| <input type="checkbox"/> Pré Jaquet           |                                     |
| <input type="checkbox"/> En Rebaterel         |                                     |
| <input type="checkbox"/> Taulard/En Premey    |                                     |
| <input type="checkbox"/> Les Terreaux         |                                     |



## Annexe 16 : Prétention salariales



Direction générale de  
l'enseignement  
postobligatoire

Rue Saint-Martin 26  
1014 Lausanne

### SALAIRES INDICATIFS DES APPRENTI·E·S

#### Recommandations des associations professionnelles

Sous réserve de l'existence d'une convention collective de travail (CCT) ayant force de loi et dans laquelle figure la rémunération des apprenti·e·s, les montants indiqués ci-dessous ne peuvent être légalement imposés mais sont recommandés par les organisations du monde du travail (associations professionnelles), ou à défaut, par l'autorité cantonale. Il est recommandé à l'employeur d'adapter annuellement la rémunération de l'apprenti sur la base des normes ci-dessous.

Lorsque deux montants figurent sur la même ligne et dans la même colonne (ex: 250.-/350.-), la première valeur concerne le premier semestre de l'année, l'autre le deuxième semestre.

#### 1. Frais professionnels

En sus des salaires versés aux apprenti·e·s, un montant de 80 fr./mois doit être obligatoirement alloué aux apprenti·e·s à titre de remboursement de frais professionnels (art. 14 LVLFPPr).

Cette disposition s'applique à tous les cas de figure listés ci-dessous.

Conformément à la décision de l'Administration cantonale des impôts, ce montant est exclu du salaire déterminant AVS et n'est pas imposable.

#### 2. Réduction de la durée de l'apprentissage

Rémunération correspondante à l'année de formation intégrée.

#### 3. FPA - Formation professionnelle accélérée

Rémunération correspondante à l'année de formation intégrée

#### 4. Employé·e de commerce – Formation 18-24 mois

Rémunération correspondante à l'année de formation intégrée.

#### 5. Stagiaires 3+1

Employé·e de commerce : Salaire minimum conseillé : 1'600 fr./mois.

Assistant socio-éducatif : Salaire minimum conseillé : 800 fr./mois.

#### 6. Formation mixte

1ère année en école de métiers sans salaire (toutefois avec les 80 fr./mois), ensuite rémunération correspondante à l'année de formation intégrée.

#### 7. PAI – prolongation d'apprentissage pour l'intégration

Durant la première année d'apprentissage, les apprenti·e·s sont trois jours en entreprise et deux jours à l'école professionnelle. Par conséquent, les entreprises ont deux possibilités :

- Donner le même salaire qu'en première année d'apprentissage
- Baisser ce même salaire de 20% (= 1 jour de moins en entreprise).

#### 8. Préapprentissage

Au moins 80% du salaire d'un·e apprenti·e de 1ère année dans la profession correspondante.

Professions - options	1ère	2ème	3ème	4ème	Base	CCT
Graphiste CFC	400.-	700.-	1000.-	1200.-	Mois	Non
Médiamaticien CFC	+base 200/ stand. 500.-	+base 700/ stand. 650.-	+base 1025/ stand. 950.-	+base 1350/ stand. 1250.-	Mois	Non

**Annexe 17 : Préavis pour des totems numériques pour la commune de Bussigny****Commune de Bussigny**

---

**7. Descriptif financier du projet**

L'investissement financier de ce projet se présente de la manière suivante :

**Matériel**

• 4 totems numériques	CHF	48'000.00
• 4 routeurs et lecteurs multimédia	CHF	5'000.00
• Systèmes d'exploitation et licences	CHF	4'500.00
• Travaux électriques et génie civil	CHF	60'000.00
• Travaux de pose des totems et gestion de projet par notre prestataire	CHF	8'500.00
• Divers et imprévus	CHF	<u>4'000.00</u>

Total du projet TTC	CHF	130'000.00
---------------------	-----	------------