

# 1 001



# PISTES de réflexion



**HOURLAY**  
Delphine  
0472/11.72.85

CONTACT@DELPHINE-HOURLAY.COM

LA COMMUNICATION  
AU SERVICE  
DE L'ADMINISTRATION  
ET DE SES CITOYENS





Je vous l'avoue, pour la grande perfectionniste que je suis, réaliser ce partage d'ébauche de réflexions quant à la communication interne et externe au sein de l'administration communale de Mont-Saint-Guibert est un vrai défi.

En effet, le délai restreint ne me permet pas d'aller au fond des choses, de dialoguer, de collaborer, de fouiller, de lire, de m'informer afin de donner naissance à de nouvelles idées, un état des lieux plus rigoureux, un contenu mieux organisé.  
Bref : du plus, du mieux, de l'excellence.

Malgré tout, j'ai à coeur, avec ce modeste essai, de vous montrer combien collaborer à la réalisation des objectifs que vous vous êtes fixés m'importe et avec quel enthousiasme je souhaite être à votre service ainsi qu'à celui des citoyens de notre commune.

Oui! Je dis "notre" car, Guibertine d'adoption depuis maintenant plus de 5 ans, ce village est aussi le mien et ce serait pour moi un honneur de le servir avec les compétences qui sont les miennes et le plaisir que j'ai à les utiliser et à les affiner continuellement.

*Delphine Hourlay*

# CONTENTS



## Introduction

Objectif et contenu de la présente publication.



## Objectifs stratégiques

12 objectifs stratégiques issus du programme MSG Cohésion (faute de pouvoir me baser sur la déclaration de politique générale à paraître).



## 3 objectifs stratégiques de communication

et des pistes pour contribuer à leur réalisation.



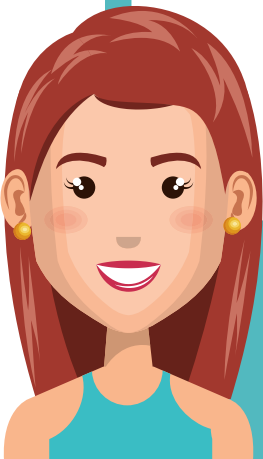
## Bilan et perspectives

Etat des lieux et idées d'amélioration en terme de communication interne et externe.

*Mont-Saint-Guibert? Oui! Je connais!*



# Bienvenue



Pour mener cette ébauche de réflexion quant à la communication comme outil collaboratif à la réalisation des objectifs stratégiques, j'ai choisi de partir du programme politique de MSG Cohésion et j'en ai retiré 12 objectifs stratégiques (liste non-exhaustive). Ceux-ci m'ont permis de donner une direction claire et ainsi de choisir un fil rouge reliant les actions de communication qui vont pouvoir contribuer à leur réalisation..

J'ai ensuite dégagé des objectifs de communication et listé des actions permettant de les mener à bien. Il va de soi qu'au vu des moyens matériels à ma disposition, je n'ai pu formuler des objectifs opérationnels (SMART) ni me préoccuper avec précision des cibles, des moyens financiers à disposition ni du délai de réalisation.

Enfin, j'ai passé en revue quelques canaux de communication et en ai évalué sommairement les points forts et les perspectives d'amélioration.

Cet état des lieux est bien entendu partiel et est élaboré dans un délai très court. Il est issu de mon unique perception, si ce n'est également en tenant compte des retours des habitants passant au service Population ainsi que du document synthèse de la campagne "Enragez-vous - Engagez-vous".

Il va de soi qu'il peut être affiné en s'intéressant à chacun des services, au Collège, au Conseil et à Madame la Directrice générale ainsi qu'aux citoyens et toutes autres personnes ou organismes concernés. Le ciblage du contexte et de l'environnement lié à l'Administration pourra quant à lui fournir encore d'autres pistes de réflexion.

Ce qui est certain, c'est que mener cette réflexion m'a permis de mieux mesurer les réalisations possibles à un échelon communal et a nourri en moi des élans certains à m'engager plus intensément dans la vie de ma commune.



# MONT-SAINT-GUIBERT

*est une commune*

12 OBJECTIFS STRATÉGIQUES ISSUS DU PROGRAMME MSG COHÉSION

1.

qui préserve son cadre de vie vert et bâti, respecte son patrimoine et offre une mobilité efficiente, en toute sécurité et convivialité;

2.

qui dispose d'un coeur de village dynamique et accueillant;

3.

durable et économe en énergie, soucieuse de la préservation de la planète;

4.

visible et rayonnante et dont l'administration est transparente, accueillante, efficace et moderne;

5.

qui interagit avec ses citoyens;

6.

accueillante pour les familles;

7.

qui favorise le bien-être des aînés et encourage la solidarité;

8.

qui prend soin de ses animaux;

9.

sportive qui encourage l'exercice physique tout en dynamisant et développant ses infrastructures;

10.

qui développe la culture, propose et encourage les festivités;

11.

qui soutient le commerce et la vie associative;

12.

sûre et qui encourage l'esprit de civisme.



Informez sur les bénéfices des projets à venir (pour permettre de partir des besoins des citoyens et de diminuer le mécontentement lié aux inévitables nuisances à court terme générées par les travaux).



Informez sur la semaine de la Mobilité, communications autour des préparatifs, reportage le jour J,... et incitez à la participation citoyenne.



Informez, expliquez, donnez des arguments pour accompagner la mise en œuvre de projets de mobilité qui ont un impact sur le partage de l'espace public, le stationnement, l'offre de transport public ou les nouveaux services de mobilité.



Promouvoir l'application de covoiturage : "ComOn Covoiturage".

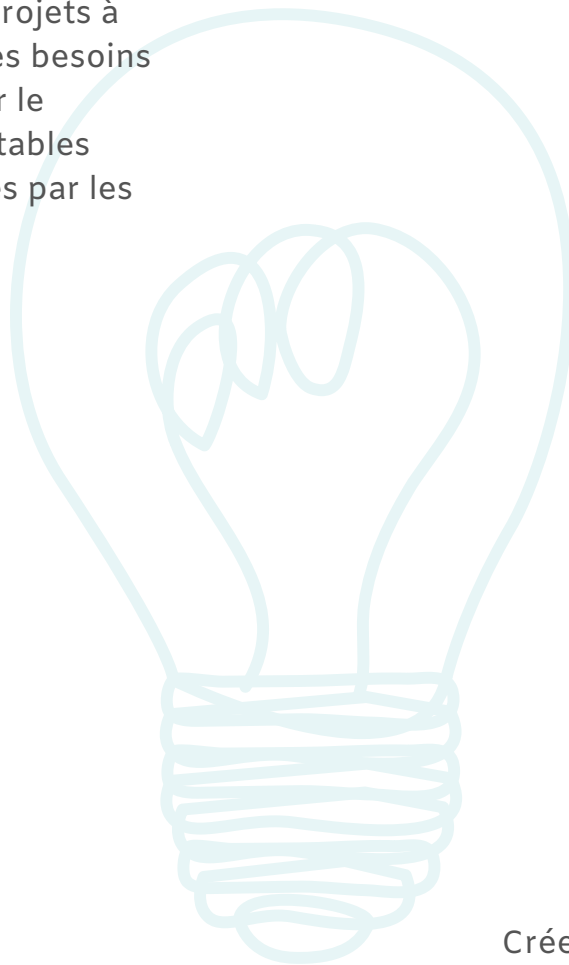


Mettre en pratique les conseils des "Notes méthodologiques" éditées par le SPW en matière de communication liée à la mobilité :

- donner du sens
- valoriser les bénéfices individuels
- recueillir des témoignages
- rassurer
- impliquer
- vulgariser



Créer un formulaire en ligne de demande de réservation d'emplacements de stationnement et de neutralisation de voiries (en cas de travaux, déménagement,...).





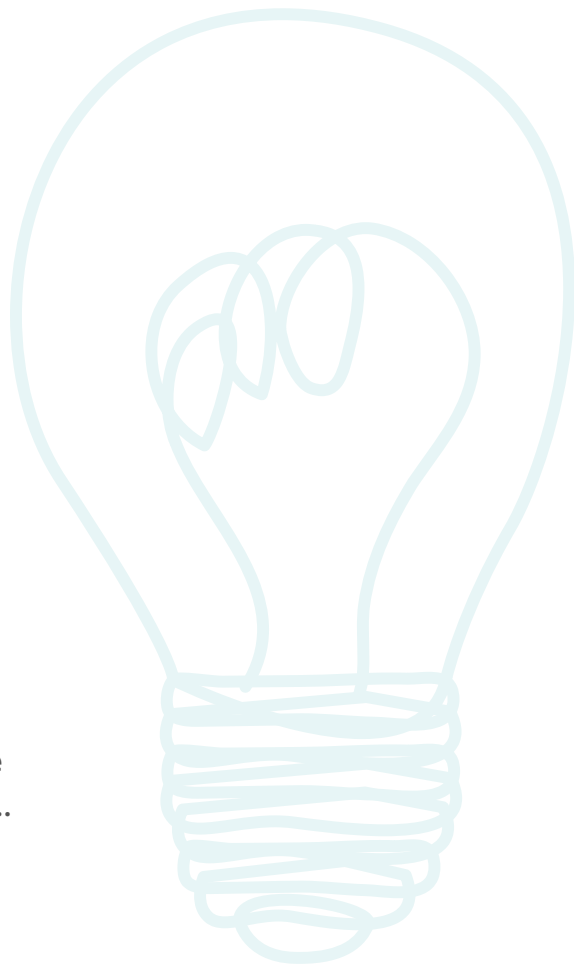
Mettre en valeur les différents services communaux : interviews, photo reportage en situation, célébration des réussites et succès,... afin d'humaniser l'administration souvent diabolisée.



Fêter les dates d'entrée des employés (15-20-25 ans,...)



Réaliser un reportage sur la tenue d'une séance du Collège communal; Vis ma vie de Bourgmestre, de Directrice générale,...



Mettre à l'honneur des citoyens, des initiatives ou des associations afin de mettre l'humain au centre des préoccupations politiques.



Communiquer sur la volonté de l'administration à collaborer avec les associations locales en matière de création de projet thématique.



Fêter les dates d'entrée des employés (15-20-25 ans,...)



Rédiger des articles sur le blog et relayés sur FB pour promouvoir le réflexe "zéro déchet" et les bonnes pratiques liées ("8 astuces pour...", interview d'habitants impliqués, astuces de l'éco-conseiller, partages des employés de l'administration sur les 5 mesures prises pour réduire les déchets au bureau, "Comment réaliser ses produits ménagers, "Challenge de 21 jours pour réduire sa production de déchets,...)



Informers les citoyens des éventuelles primes et avantages dont ils peuvent bénéficier en matière de contribution verte et expliquer clairement les démarches à entreprendre pour en profiter (ex. prime vélo électrique); recueillir et partager les témoignages de ceux qui en ont déjà bénéficié.



Soutenir les initiatives de création et développement de potagers partagés, de groupes d'achats collectifs, relayer les possibilités de consommer en circuits courts, promouvoir les produits locaux.



Mettre en place une plateforme collaborative permettant de géolocaliser différents points du territoire (magasins proposant du vrac, des tables de déseballages, les points de collectes d'objets ré-employables, les boîtes à lire et les give box, les repair café, les circuits courts...).



Orienter les manifestations existantes vers l'éco-responsabilité :  
- Réaliser un label éco-manifestation, une charte, un César,  
- Créer et donner aux communes un « kit manifestation » : un affichage adapté aux manifestations fournissant les consignes de tri et autres messages Zéro déchet - zéro gaspillage



Communiquer sur :  
Journée "Wallonie propre"  
Journée communale de l'eau et de l'environnement  
Plan Maya  
Journée de l'Arbre



Encourager l'adhésion à un label "éco-commerçant" ou "eco-entreprise" et valoriser les participants.

qui informe clairement les citoyens des services proposés par l'administration en utilisant des canaux de communication variés modernes et adaptés aux publics concernés.



Améliorer les fléchages, le hall d'accueil et l'espace "prospectus informatifs" de la Maison communale ainsi que la visibilité et la communication générale.



Mettre en place un e-guichet et mise en avant de son existence.



Modifier l'architecture du site Internet et mettre à jour régulièrement l'information qui y est communiquée.



Encourager la formation des employés pour améliorer leur compétence à orienter les citoyens dans leurs démarches.



Elaboration d'un guide des démarches administratives, d'infographies thématiques, de courtes capsules vidéo explicatives



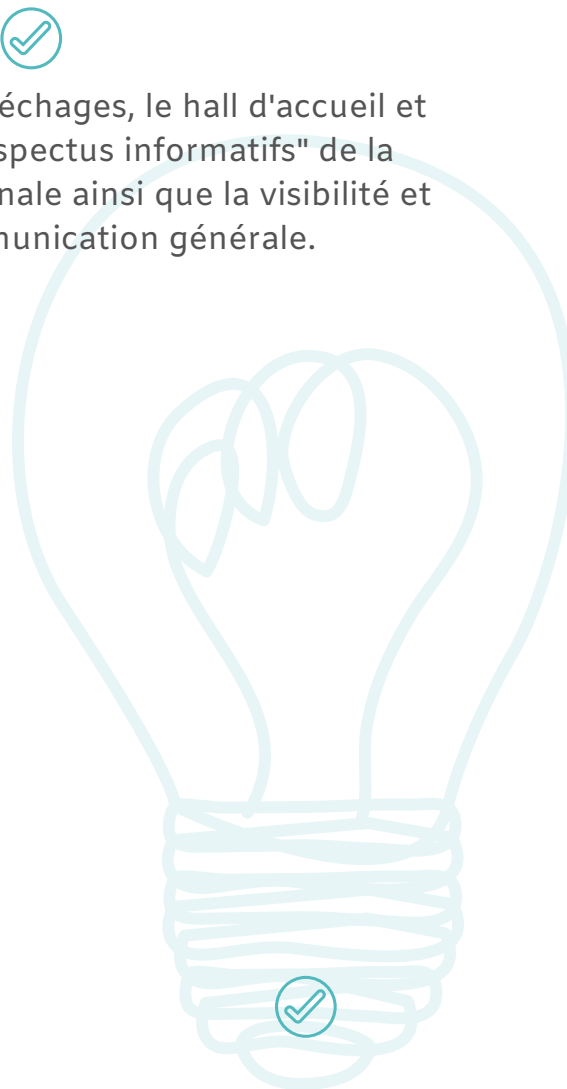
Améliorer l'accessibilité et la qualité de l'information téléphonique.



Uniformiser la correspondance

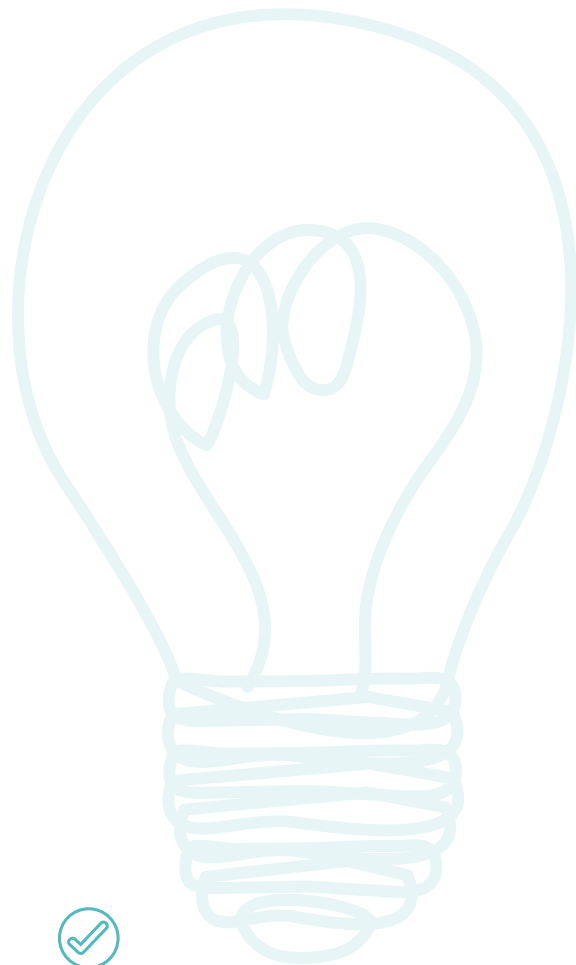


Élaborer des stratégies de relations publiques permettant de faire connaître aux citoyens les principales décisions et projets de l'administration municipale.





Retransmettre en direct la séance du Conseil communal, mais surtout, ensuite, vulgariser le contenu pour une meilleure compréhension et donc un plus grand intérêt et une envie de contribuer pour le citoyen.



Créer des fiches outils pour encourager la démocratie participative.



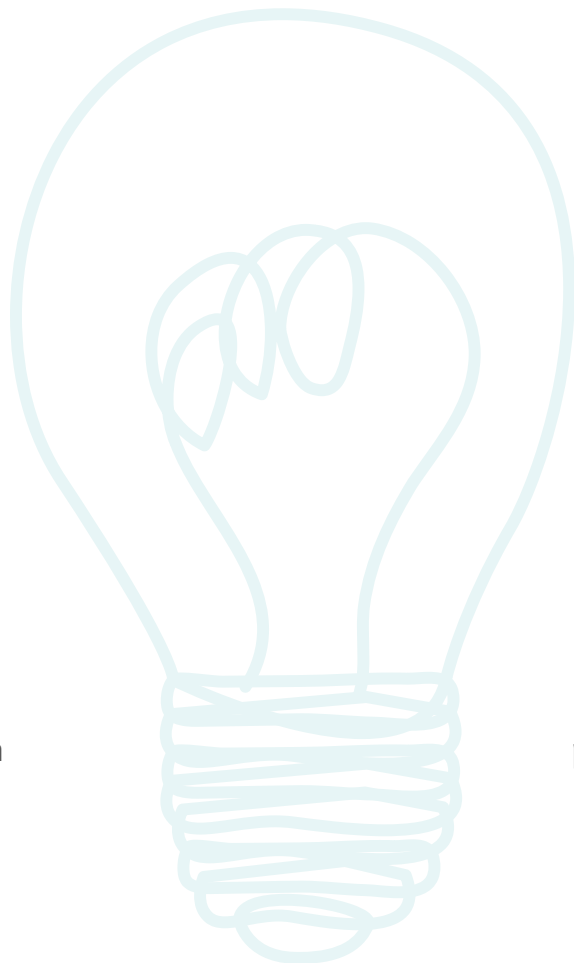
Créer du contenu et des opportunités qui permettent aux citoyens de contribuer à l'amélioration des services de l'administration (boîte à idées, enquête,...).



Créer un petit guide "Quand l'enfant paraît" (démarches administratives, déclaration de naissance, document, reconnaissance prénatale, choix du nom de famille, gardes, crèches, ONE, asbl,...)



Offrir un service d'information centralisé pour les jeunes, via un portail internet afin de permettre d'adapter les offres et de soutenir les initiatives en fonction d'une situation réelle clairement identifiée, tout en simplifiant la tâche des parents et des jeunes en quête d'informations.



Communiquer autour de la journée "Un bébé - Un arbre"



Mettre en valeur les activités proposées par le service jeunesse, teaser des préparatifs, interview des organisateurs, reportages le jour J,...

- Chasse aux oeufs
- Plaine de vacances
- Été solidaire
- Halloween
- Saint-Nicolas

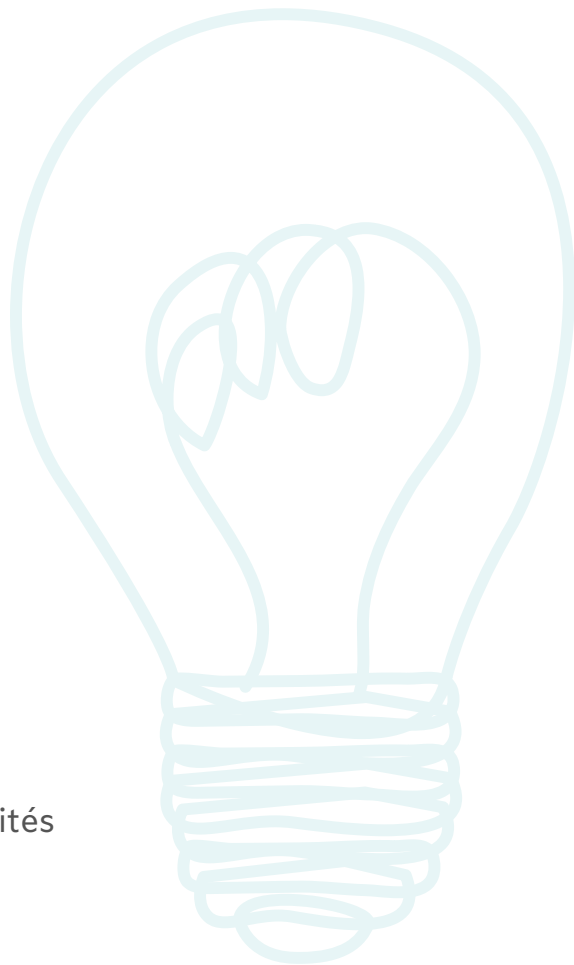
qui renseigne les aînés sur les services et activités qui les concernent et incite les citoyens au dialogue inter-générationnel et à la solidarité



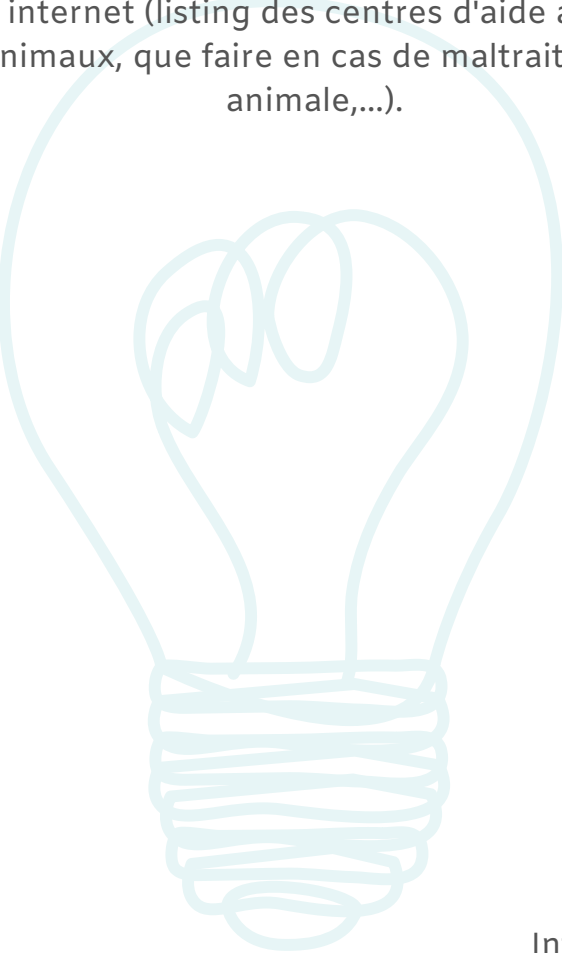
Diffuser les rapports et initiatives du Conseil consultatif des aînés.



Lister les associations et activités concernant les seniors.



Relayer et encourager les initiatives favorisant le dialogue intergénérationnel.



✓  
Créer une rubrique dédiée sur le site internet (listing des centres d'aide aux animaux, que faire en cas de maltraitance animale,...).

✓  
Publier des articles, infographies et fiches pratiques pour inciter au bon traitement animal (soins à prodiguer,...).

✓  
Créer des articles pratiques sur les thématiques liées : "bien réfléchir avant l'acquisition", "quel animal choisir?", "comment voyager avec mon animal",...).

✓  
Publier du contenu informatif sur l'identification et l'enregistrement d'un animal.

✓  
Créer du contenu informatif sur le "plan chats" : lutter contre la surpopulation féline.

✓  
Lister les possibilités offertes pour adopter un animal.

✓  
Informar quant à l'obtention d'un permis d'environnement en cas d'élevage ou d'hébergement d'animaux.



Lister et promouvoir les infrastructures, associations, clubs présents sur l'entité.



Relayer les réussites, victoires et avancées des clubs et associations sportives de la commune.



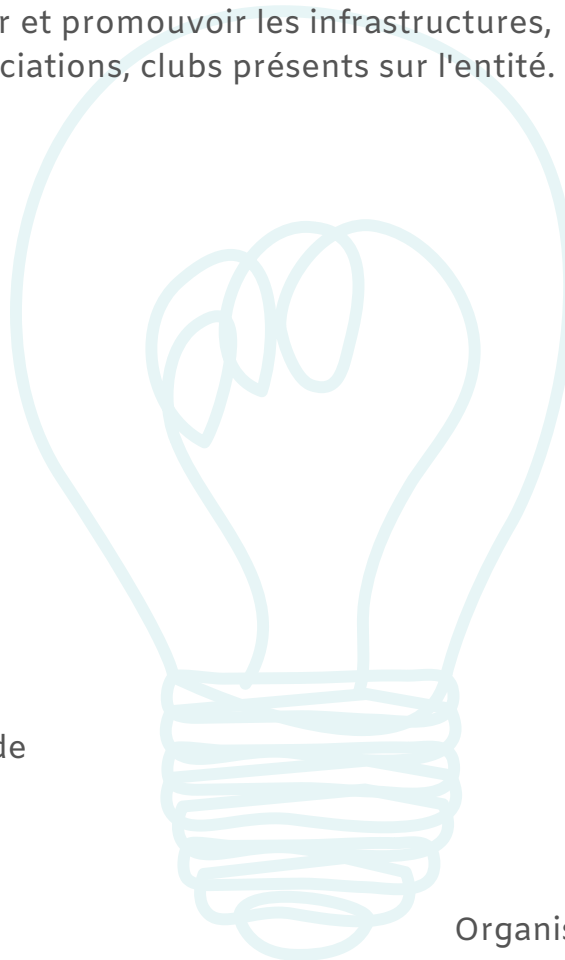
Publier des interviews d'acteurs du monde sportif.



Etablir des fiches pratiques sur les différentes disciplines sportives, la façon de les choisir, leurs bienfaits, les risques éventuels inhérents à leur pratique,...



Organiser une campagne de sensibilisation à l'exercice physique.





Créer un vademecum "Je veux organiser un événement à MSG, comment m'y prendre?"



Publier un compte-rendu des séances "Exploration du Monde", interviews, partages informels des ressentis,...



Mettre en lumière la bibliothèque et les activités s'y déroulant; optimiser sa visibilité sur le Net.



Produire des publications mettant en valeur le patrimoine historique.



Etablir un agenda en ligne reprenant les activités organisées dans l'entité.



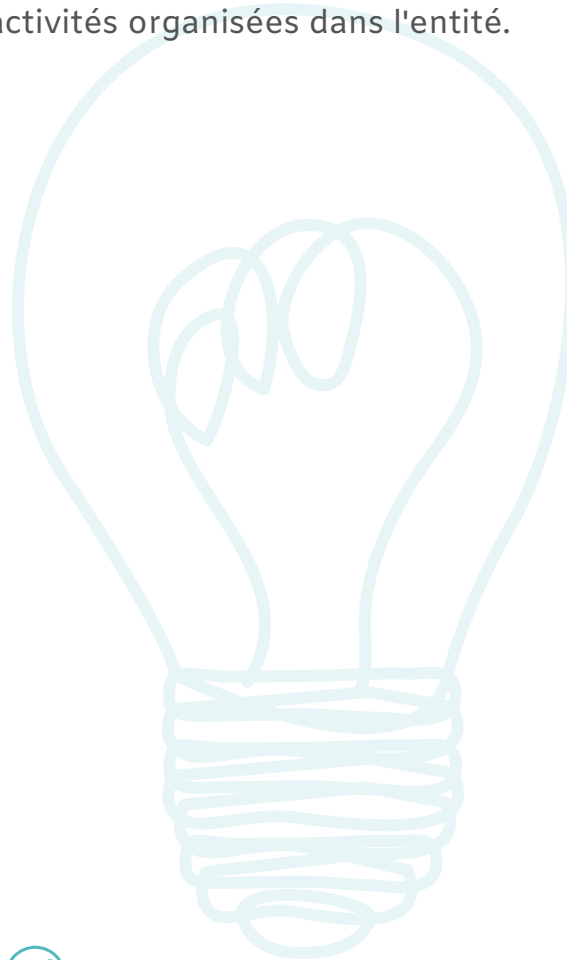
Promouvoir les boîtes à livres, inciter à la participation à des initiatives telles "je lis dans ma commune".



Communiquer sur le Parcours d'artistes et/ou le parcours "jeunes artistes".



Mettre en valeur les initiatives culturelles via différents canaux de communication.





Réaliser/ré-agencer un annuaire en ligne des indépendants, entreprises et professions libérales de l'entité.



Réaliser des interviews auprès de commerçants, indépendants et autres acteurs du secteur en vue de leur faire gagner en visibilité et de découvrir l'humain derrière l'aspect économique et commercial.



Créer une plateforme proposant et valorisant le commerce de produits locaux



Valoriser les associations d'indépendants,...

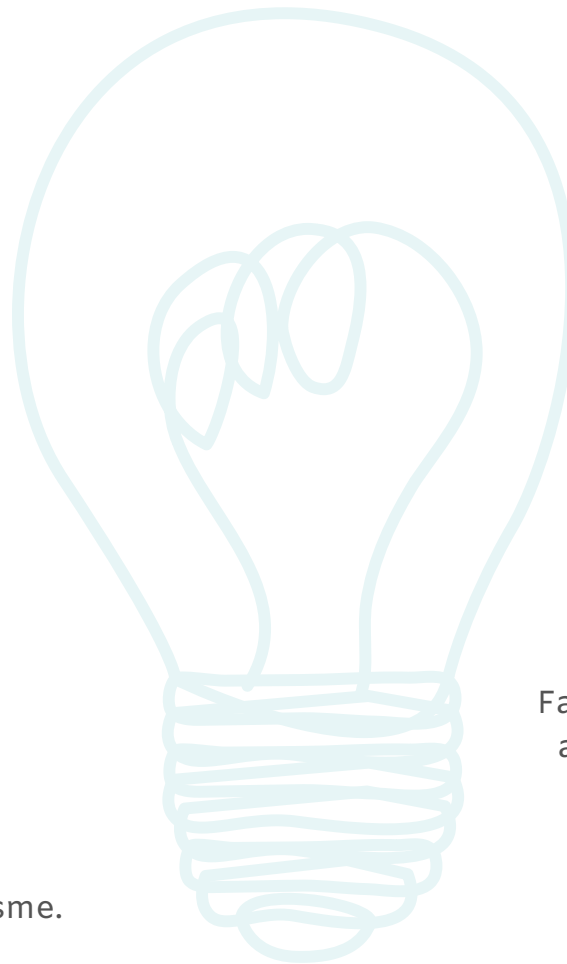




Informers les citoyens sur les PLP  
(définition, où, comment et pourquoi y  
adhérer, comment en créer ); interviews,  
article "5 avantages de...",...



Valoriser les actes de civisme.



Sensibiliser aux bonnes pratiques et sur les  
obligations qui incombent aux citoyens en  
matière de sécurité publique et de bons  
comportements.



Faire connaître et mettre en valeur les  
agents de quartier et leurs missions.

# 3 OBJECTIFS STRATÉGIQUES de communication

1

Créer une image positive et humaine de l'administration dans l'opinion publique.

2

Communiquer avec transparence et cohérence sur les domaines de compétences de l'administration ainsi que sur ses avancées concrètes.

3

Utiliser la communication de proximité et en faire un vecteur efficace de circulation de l'information en interne et en externe.

## Site internet



### POINTS POSITIFS

Le site existe.

Il dispose d'une ébauche de e-guichet.

Nos contenus sont partageables vers Facebook.



### PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION



Architecture peu intuitive à repenser entièrement.



Enrichir/corriger/illustrer le contenu.



Effectuer une mise à jour du contenu (au minimum annuelle).



Insérer un formulaire d'inscription à la newsletter hebdomadaire (en tenant compte de la conformité au RGPD).



Effectuer immédiatement les vérifications et les actions correctives nécessaires lorsqu'une erreur nous est signalée.

- ✓ Uploader et mettre à jour à un seul endroit les contenus qui se retrouvent sur plusieurs pages afin d'éviter les doublons.
- ✓ Transmettre les informations pertinentes pour la réalisation des démarches en ligne et en présence (document explicatif, mode d'emploi, liste des données à avoir sous la main...).
- ✓ Créer un guichet électronique qui permet de réaliser des démarches administratives de A à Z.
- ✓ Permettre le partage du contenu par mail.
- ✓ Adapter nos contenus sur la base de questions récurrentes (exemples : ajout de texte, réécriture).
- ✓ Repérer et corriger les liens morts (exemple : les icônes des réseaux sociaux en page d'accueil).
- ✓ Faire en sorte que le site soit totalement responsive.
- ✓ Créer un onglet "presse" avec les communiqués et dossiers de presse.
- ✓ Définir une identité visuelle.



Il n'existe pas de blog.



## PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

Un blog est un outil de communication interactif dont le contenu peut être plus long que celui partagé sur les réseaux sociaux. Les articles qui y sont publiés peuvent tour à tour, selon l'objectif défini, informer, expliquer, inciter à agir, sensibiliser, convaincre, rectifier, susciter l'intérêt ou encore obtenir l'adhésion.

Le fait que les utilisateurs puissent s'y exprimer est non seulement un facteur d'implication dans la vie citoyenne mais aussi un moyen d'obtenir des renseignements sur leurs besoins et ainsi de pouvoir créer des initiatives pour tenter d'y répondre.

Nous pourrions également imaginer accueillir des articles de Guibertins sur une thématique spécifique.

Enfin, si le contenu diffusé est régulier et de qualité, il contribue également à entretenir l'image d'une administration dynamique et moderne, qui prend soin de ses administrés.



## POINTS POSITIFS

La page de la commune existe

Elle compte déjà 1200 adhérents, ce qui prouve un réel intérêt.



## PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

La présence en ligne sur les réseaux sociaux appelle à l'interaction, à la conversation et à la collaboration des publics cibles. Le ton y est plus convivial et sert ainsi l'image de marque d'une organisation qui se veut proche de ses publics.



Respecter l'identité visuelle choisie pour le site internet.



Varier l'objectif du contenu qui, pour le moment, est essentiellement informatif.



Relayer les articles du blog, faire connaître d'autres pages spécifiques liées à l'entité.



Adapter le type de langage aux cibles et à ce canal (éviter par exemple de copier-coller une délibération du Collège pour informer de la fermeture d'une rue, ce qui a, évidemment comme conséquence, d'augmenter le mécontentement des citoyens et de contribuer à véhiculer une image pesante de l'administration).

- ✓ Publier de façon quasiment quotidienne afin de créer une communauté fidèle et dynamique. En effet, à l'heure actuelle les publications se font de façon aléatoire, sans fil conducteur ni variation dans la forme.
- ✓ Développer l'onglet "événements".
- ✓ Proposer un visuel d'accueil plus stimulant et le mettre à jour régulièrement en fonction de l'agenda et des impératifs.
- ✓ Apporter une réponse aux commentaires qui le nécessitent (le besoin de se sentir écouté et compris est essentiel, d'autant plus quand on est insatisfait).
- ✓ Automatiser la publication de contenu (jour, horaire,...)
- ✓ Impliquer les citoyens qui deviennent eux aussi des relais d'information.
- ✓ Stimuler le sentiment d'appartenance, la fièreté d'appartenir au territoire.



Il n'existe pas de diffusion d'une newsletter hebdomadaire.



## PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

Plus qu'une newsletter, l'envoi d'un courriel hebdomadaire permet de créer, au fil des jours, une relation de proximité avec les citoyens. Son existence est également très utile lorsqu'une information urgente et/ou imprévue est à diffuser.

Cet envoi hebdomadaire facilite également le partage d'actualités, contribuant à entretenir une image dynamique et vivante de la commune. Il permet en outre de promouvoir les autres canaux de communication en y introduisant des liens.

Une campagne de promotion lors de son lancement pourrait être organisée.

A noter qu'il est également possible de répondre à une newsletter, ce qui est à nouveau un gage de prise en considération de l'avis du citoyen et tend à tisser un lien humain et convivial entre l'administration et les Guibertins.

# En vrac...

- ✓ Avoir la pleine collaboration des services pour contribuer à la tenue du plan de communication nécessite que celui-ci leur soit présenté et qu'ils soient d'ailleurs impliqués dès sa conception.
- ✓ Ponctuer le calendrier éditorial des journées internationales ou nationales, se servir des fêtes annuelles, des événements ponctuels ou récurrents afin de proposer du contenu utile, original et de qualité.
- ✓ Systématiser les communiqués de presse et développer un lien privilégié avec les divers organismes de presse. Cette bonne relation apportera plus de visibilité aux démarches entreprises, mais également une meilleure crédibilité auprès des intervenants du milieu concerné et de la communauté.
- ✓ Organiser des activités de communication directe : ateliers de sensibilisation, séminaires d'informations et conférences,....
- ✓ Solliciter en permanence les fournisseurs d'informations, afin d'obtenir du contenu d'actualité à publier.
- ✓ Evaluer le succès du bulletin communal, sonder les besoins/remarques/attentes des citoyens en la matière afin de prévoir les adaptations nécessaires si elles sont conformes aux objectifs fixés initialement.
- ✓ Evaluer la pertinence de la présence de l'administration sur d'autres réseaux sociaux (Linkedin, Twitter, page Google, Instagram, Pinterest,...)
- ✓ Créer une chaîne Youtube (tutoriels, contenus informatifs,...)

