

# Se former pour mieux communiquer

Toutes les communes n'ont pas sous la main des spécialistes en communication, mais même pour les collectivités avec peu de personnel et de moyens financiers, il est possible de communiquer efficacement. Entretien avec Cindy Guignard et Hélène Monod, chargées de formation dans ce domaine.

**Forum Déchets:** De quels outils les communes disposent-elles pour communiquer?

**Cindy Guignard, Hélène Monod:** Actuellement et à de rares exceptions près, toutes les communes ont un site internet et distribuent un calendrier tout ménage sur la gestion des déchets. D'autres outils sont moins fréquents, par exemple l'organisation d'un événement portes ouvertes à la déchèterie ou le lancement d'un concours sur les réseaux sociaux.

Pour améliorer l'efficacité de leurs actions, les communes ont intérêt à mettre en place un plan de communication en identifiant le public et les objectifs, les ressources disponibles, ainsi qu'un agenda éditorial qui pose les jalons indispensables à la réalisation des actions, y compris sur les réseaux sociaux.

Ensuite, pour accomplir l'essentiel des tâches liées à la communication, il est envisageable de nommer un collaborateur qui a les compétences, la motivation et le temps nécessaire. De nombreuses communes disposent souvent déjà d'une personne qui met à jour le site web et assure le suivi du bulletin communal. Avec une formation supplémentaire, elle pourra élargir son champ d'action. Pour certaines tâches, la commune fera appel à des prestataires externes.

**FD:** Que conseillez-vous aux communes actives sur les réseaux sociaux?

**CG, HM:** Nous conseillons aux communes de définir les réseaux sociaux sur lesquels elles souhaitent avoir une présence en fonction de leurs objectifs, des cibles qu'elles cherchent à atteindre, de la zone géographique qu'elles veulent couvrir et du type du contenu qu'elles ont à disposition. Nous les rendons également attentives aux ressources (personnel, temps, budget) qu'elles devront allouer si elles désirent utiliser ces supports de communication.

Finalement, nous abordons tout ce qui touche au filtrage et à la gestion des commentaires, parfois virulents, auxquels une commune peut être confrontée. Les attaques issues des réseaux sociaux peuvent être difficiles à gérer et une procédure



Lors d'une formation le 23 mai dernier, une quinzaine d'employés communaux ont appris pourquoi il est essentiel de mettre au point une stratégie de communication efficace, avec des outils pertinents.

d'action à ce sujet doit être mise en place. Cependant, les commentaires fournissent souvent des indications intéressantes sur les besoins et les préoccupations des gens, auxquels il faut ensuite répondre de façon professionnelle et transparente.

**FD:** Comment mesure-t-on qu'un outil de communication a atteint son objectif?

**CG, HM:** Par exemple, si nous lançons un concours entre différentes écoles d'une commune pour augmenter le tri des déchets, il s'agira de définir les objectifs (sensibiliser les élèves au recyclage, mettre en place des poubelles de tri dans les écoles par les concierges, etc.) et des indicateurs pour mesurer si l'action a eu du succès ou non (le nombre d'élèves ayant participé au concours, le nombre de poubelles installées, etc.).

Ce n'est pas la communication qui conçoit les réponses à donner à la population, mais celles ou ceux qui ont un message à communiquer: elles ou ils déterminent

les objectifs et les informations, et ensuite seulement la communication met en place les moyens pour les transmettre le plus efficacement possible.

Ainsi, pour limiter l'agressivité en déchèterie, les responsables identifieront les causes, par exemple en se demandant si le rôle et les contraintes des déchèteries sont expliqués aux citoyens. Savent-ils comment les déchets sont gérés par la suite? Et disposent-ils des informations leur permettant de répondre aux défis liés à notre société d'ultraconsommation? La communication traduira ensuite ces objectifs sous une forme pédagogique, voire ludique.

Propos recueillis par **Stéphanie Zbinden**, leBird, auprès d'**Hélène Monod**, spécialiste dans le développement durable et la communication chez Graines d'Idées, et **Cindy Guignard**, spécialiste en communication chez Communipassion, directrice marketing et commerciale chez Terre&Nature Publications SA