

## **DIRECTION DE LA COMMUNICATION**

De juillet 2022 à novembre 2023, l'intérim de la direction de la communication s'est employée à maintenir la communication opérationnelle : actions concrètes à mettre en place dans le cadre de la stratégie prédéfinie.

À nouveau stabilisée, la DIRCOM a pour ambition de poser les bases d'une nouvelle feuille de route stratégique. Celle-ci doit traduire auprès du plus large public, le projet de territoire et la vision politique de la CACL, les valeurs de notre EPCI et les besoins de communication de nos parties prenantes internes et externes (maires, vice-présidents, collaborateurs...).

Dans un premier temps, un état des lieux de la communication doit être mené. Pour limiter les coûts, il sera conduit en interne et transmis sur nos propres canaux de diffusion (site, réseaux sociaux...). Les résultats de cette enquête permettront de redéfinir les besoins en communication et renforcer la production de supports fondamentaux en cours. Tenant compte d'une nécessaire réduction des dépenses, de nombreux projets seront intégralement conçus en interne. Nous pouvons ainsi planifier nos projets sur la base d'un budget prévisionnel réduit de 25%.

### **VERS UNE COMMUNICATION SIMPLIFIÉE**

En 2023, de nombreux projets initiés avaient pour objectif de permettre aux habitants de mieux comprendre la nature de nos compétences et de se repérer dans les méandres du « mille-feuille administratif ».

Dans cette lancée, notre principal objectif de 2024 est d'équilibrer nos productions techniques, politiques et pédagogiques par l'emploi de différents niveaux de langages adaptés à chaque cible.

Dans un souci de transparence, nos supports print, audio et vidéo doivent permettre de vulgariser notre terminologie technique composée de noms professionnels ou administratifs, de nombreux sigles ou acronymes, pour la plupart ignorés des habitants. Afin de rendre l'information accessible à tous, l'ensemble des textes sera simplifié et les mises en page élaborées pour une lisibilité immédiate. Pour ce faire, plusieurs techniques professionnelles seront exploitées (telle la data design qui met en images des données chiffrées pour une meilleure compréhension de sujets complexes).

Cette vulgarisation qui répond également à une demande des élus a pour effet de créer plus de proximité avec les habitants et de modifier positivement l'image de l'EPCI. Premier dossier porté sur le métier en 2024 : une plaquette illustrée présentera le champ de compétences de la CACL. Cette année est l'occasion d'expliquer avec clarté aux habitants ce qu'est leur intercommunalité, comment elle fonctionne et comment elle se met à leur service.

### **HARMONISATION DES SUPPORTS**

La clarification des supports passe aussi par le graphisme. Force est de constater que l'image de la CACL souffre d'une confusion (certains habitants utilisent encore par exemple le sigle 3CL). Les publications émanant des différents services ne sont pas toujours clairement définies. Seule une refonte de notre charte graphique permettra une harmonisation globale de la communication et une meilleure identification par le

grand public. Pour entamer ce travail pluriannuel, nous débuterons par la création d'une ligne graphique pour harmoniser tous les supports print (créés ou actualisés à partir de 2024). Cette ligne graphique servira également à harmoniser les diverses plateformes rattachées au site ou pages de la CACL (GPE, SPL, page Facebook Agglo'gal etc.).

## **PERRÉNITÉ DU PRINT**

Dans un contexte d'infobésité numérique, la DIRCOM continue de renforcer la production print, gage de crédibilité, par la création de nouveaux documents comme la plaquette précitée ou la refonte de supports existants comme les livrets « Stratégies ». Conçus et actualisés sur la base des éléments de la nouvelle ligne graphique, ces supports imprimés sont toujours enrichis de compléments numériques et audiovisuels afin d'alimenter tous les modes de consommation de l'information de nos usagers :

- « Minute de l'Agglo » : un spot radio d'une minute décrypte une compétence ou un service rendu.
- Vulgarisation du budget sur les réseaux sociaux pour plus de transparence envers les habitants.
- Refonte de la page d'accueil du site internet pour une meilleure expérience utilisateur et des pages intérieures qui répondent à l'obligation d'accessibilité aux personnes en situation de handicap définie par la Direction interministérielle du numérique.

Étude du lectorat du magazine Chwity : 3 ans après la parution de son 1<sup>er</sup> numéro et en prévision du renouvellement du marché (fin 2024/début 2025), les résultats de l'enquête permettront de valider ou améliorer nos critères en termes d'impact et de lisibilité auprès des enfants, d'utilité et de pertinence auprès des parents et enseignants. L'utilisation des composantes de la nouvelle ligne graphique pourra aussi s'étendre à Chwity dans le cadre du renouvellement du marché.

## **COMMUNICATION RENFORCÉE DES GRANDS PROJETS**

Le conseil communautaire que préside M. Smock entame sa seconde moitié de mandature. Plusieurs grands chantiers prioritaires engagés seront concrétisés ou achevés durant les trois prochaines années (ISDND, UVE, TCSP, réhabilitation d'ouvrages pluviaux, grand parc économique etc.). Par conséquent, la communication grand projet sera optimisée. Sur le site de la CACL, les pages des grands projets seront remises en page pour une meilleure lisibilité et régulièrement réactualisées (avancée des travaux, documents référents, etc.). On trouvera dans le texte le lien avec les autres compétences pour valoriser l'EPCI comme entité unifiée. Pour exemple, le projet TCSP géré par le service Mobilité avance en concertation des services hydrauliques pour la révision des réseaux. Il s'agit également de mettre l'accent sur ce qu'apporteront ces grands projets aux habitants. En croisant les compétences de manière concrète, les habitants doivent apercevoir, grâce aux grands projets, une esquisse du projet global du territoire, de ce que la CACL et ses élus anticipent pour l'avenir des habitants. En accentuant la communication sur les grands projets, on rassure les habitants mais aussi les potentiels investisseurs et résidents sur la continuité d'un service de qualité au quotidien et la promesse d'un territoire d'avenir, dans un contexte mondial terne.

## **IMAGE ET RÉPUTATION**

Dans un cadre général de recrutement difficile, soigner l'image de l'institution est nécessaire pour se démarquer, attirer les talents et fidéliser le personnel.

La DIRCOM travaille sur un plan de communication qui accompagnera le service ressources humaines, en pleine réorganisation, dans le développement de la marque employeur. La production interne sera favorisée afin de diffuser et inscrire les valeurs de notre EPCI.

## **CADRER LES DEPENSES POUR UNE GESTION PLUS EFFICACE**

La direction continue de cadrer ses dépenses pour répondre à la nécessité contextuelle de maîtrise du budget. Cela se traduit par une réduction du budget communication ainsi que par la mise en place de marchés et conventions qui facilitent également le fonctionnement du service. Cette année, une enveloppe de 500 000 euros est prévue au ROB pour assurer la commande publique par voie de marchés ou conventions pour :

- La promotion des grands projets comme le TCSP, le sentier du littoral, la communication auprès de la jeunesse avec Chwity, etc.
- L'acquisition d'objets promotionnels
- La réservation d'espaces : radio et presse.

Notre principal poste de dépenses reste l'environnement-déchets-prévention avec des campagnes portant sur l'amélioration du cadre de vie des habitants comme l'a souhaité l'exécutif.

# Direction de la Communication

## Les chiffres-clés du budget 2024

Montant  
**1 031 842€**  
hors marchés publics

### Les axes clés 2024



#### Vers une communication simplifiée

Équilibrer nos productions techniques, politiques et pédagogiques par l'emploi de différents niveaux de langages adaptés à chaque cible.



#### Harmonisation des supports

Refondre notre charte graphique afin d'harmoniser la communication et assurer une meilleure identification par le grand public.



#### Communication renforcée des grands projets

En croisant les compétences de manière concrète, les habitants doivent apercevoir, grâce aux grands projets (ISDND, UVE, TCSP, réhabilitation d'ouvrages pluviaux, grand parc économique etc.), une esquisse du projet global du territoire, de ce que la CACL et ses élus anticipent pour l'avenir des habitants.

### Budget principal

Attractivité économique

63 900€

Eaux pluviales

20 750€

Environnement-déchets

469 470€

Institution

295 150€

Mobilité

60 200€

Planification & développement social territorial

26 500€

### Budgets annexes

Assainissement

25 476€

Eau potable

66 596€

Port

3 800€

### Marchés publics

TCSP



300 000€

Médias



115 000€

Goodies



120 000€

Magazines jeunesse



44 000€

