





**Outils de communication
et médias sociaux
à la Ville de Neuchâtel**

Assemblée générale RVAJ – Saignelégier, 7 juin 2024

La Ville de Neuchâtel en 1 slide

- 45'000 habitant-e-s – fusion en 2021
- Points forts: lac, nature, culture, patrimoine, innovation, lieu d'études
- 1400 employé-e-s dans une 20 aine de services
- Un exécutif professionnel à plein temps (5 CC)
- 3 musées de la Ville, 1 jardin botanique (communication propre)

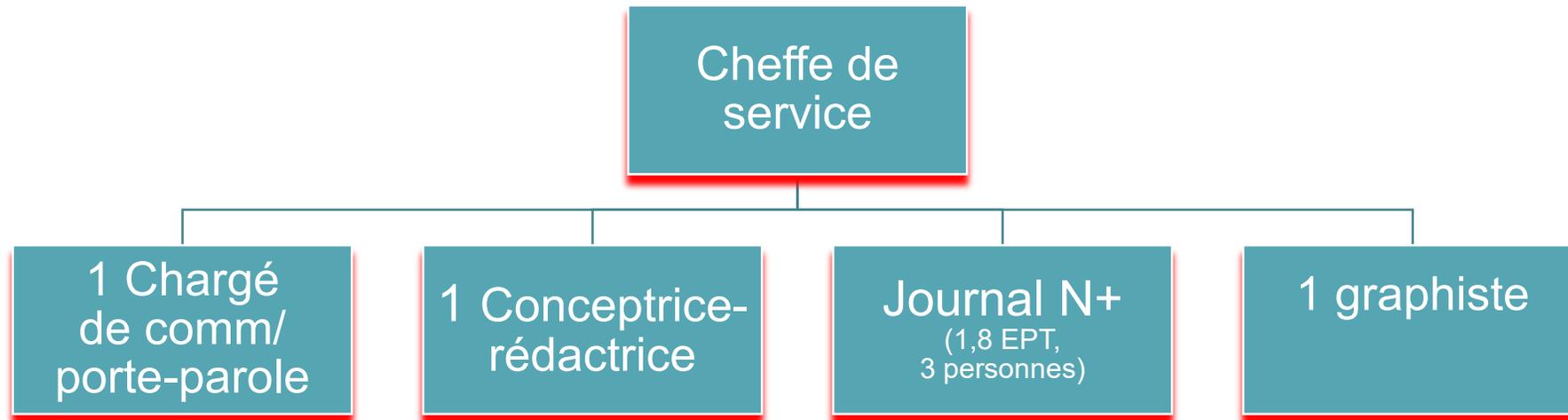
La communication à la Ville

- 1968: bulletin officiel, longtemps l'outil principal
- 2016: sollicitations médias en hausse, outils désuets, besoin de visibilité accrue. En vue fusion, importance d'expliquer les enjeux
>>> création du service, aujourd'hui 5,6 EPT
- 2016-2024: Travail sur les différents outils de communication existants, lancement de nouveaux, réflexion sur de nouvelles pistes

Validation politique!

- Règlement sur la politique de communication validé par le CC
- Stratégie validée par le CC: quels objectifs, quels outils, quels publics, qui parle, comm de crise, comm interne
- Règles internes à l'administration en termes de comm!
- Rapport-bilan chaque année remonté au CC et au CG

La communication à la Ville



A qui on s'adresse?

- Les habitant-e-s de la commune 
- Les habitant-e-s de l'agglomération
- Les futur-e-s habitant-e-s
- Les partenaires/ Le personnel
- Touristes/Entreprises >>> J3L, Canton

>>> A ces publics des outils de communication différents

Outils de communication

COMMUNI

COMMUNIQUÉ DE PR

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Neuchâtel, le 7 février 2024

Une révolution scolaire en route pour la prochaine rentrée

Midi Tonus, un immense projet de la Ville de Neuchâtel

Le printemps approche, il est de plus de 70 cours dans 4E francs, cela vaut la peine de toutes sortes d'activités, ce souplesse et la mobilité, prépare vous libérer du stress ! Un bon beaux-parents et faites un pas sur www.lessports.ch, inscrivez-vous !

L'automne dernier, vous avez été nombreux à profiter des nombreux cours proposés. Et sur le littoral, plus de 896 personnes ont participé à des activités sportives et culturelles. L'automne dernier, vous avez été nombreux à profiter des nombreux cours proposés. Et sur le littoral, plus de 896 personnes ont participé à des activités sportives et culturelles.

Videos prévoit la distance dans le cadre naturel et le met en valeur selon les objectifs. Dans ce cadre, des projets photovoltaïques et méthanisation sur le domaine public. En complément, un programme d'assainissement des bâtiments a aussi été lancé.

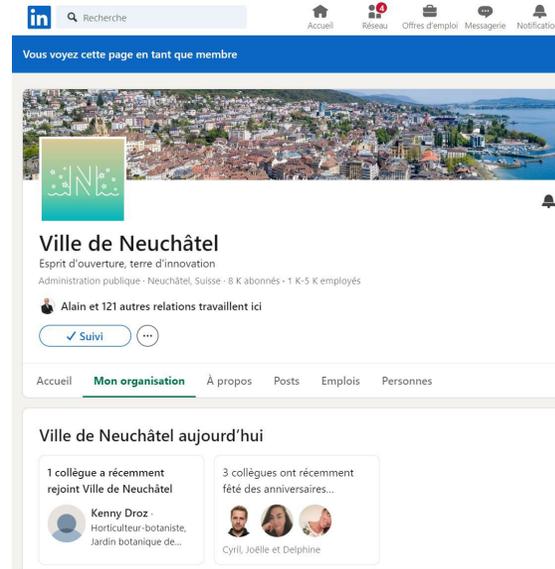
Ma journée à l'école, Mes apprentissages à l'école, Midi à l'école, Mes activités à l'école : autant d'acronymes pour résumer Maé, un projet révolutionnaire dans le canton. Celui-ci s'apprête à être déployé en Ville de Neuchâtel dès la rentrée d'août 2024. Deux collèges sont concernés à l'heure actuelle, celui de Serrières et celui du Crêt-du-Chêne à la Coudre, totalisant 28 classes et plus de 500 élèves de la 1^{ère} à la 8^e année. Les parents reçoivent ces jours-ci une fiche d'inscription en vue de la rentrée. Le principe est simple : il y a une place à la journée pour chaque enfant, mais Maé restera facultatif.

Ma journée à l'école, Mes apprentissages à l'école, Midi à l'école, Mes activités à l'école : autant d'acronymes pour résumer Maé, un projet révolutionnaire dans le canton. Celui-ci s'apprête à être déployé en Ville de Neuchâtel dès la rentrée d'août 2024. Deux collèges sont concernés à l'heure actuelle, celui de Serrières et celui du Crêt-du-Chêne à la Coudre, totalisant 28 classes et plus de 500 élèves de la 1^{ère} à la 8^e année. Les parents reçoivent ces jours-ci une fiche d'inscription en vue de la rentrée. Le principe est simple : il y a une place à la journée pour chaque enfant, mais Maé restera facultatif.

Trente clubs partenaires se mobilisent, en coordination avec le Service des sports de la Ville, pour vous initier à un sport ou une activité.



Outils de communication



- YouTube: archivage de vidéos
- X: stand by
- TikTok: test
- Threads / WhatsApp... ?

Outils de communication: complémentarité

- **Le journal officiel:** habitant-e-s
- **Le site internet:** habitant-e-s + tous publics mais orienté serviciel
- **Les réseaux sociaux:** agglomération, personnes liées à la ville
- **La communication institutionnelle:** médias, partenaires

>>> Messages différents ou même message, mais ton différent

>>> Importance du personnel dans la communication

>>> Ne pas jeter: affichage, flyers et tous ménages

Réseaux sociaux: l'expérience de la Ville

- Objectifs: créer des communautés de personnes attachées à la ville et au-delà, informer, donner envie, permettre l'échange
- Type de contenus: divertissants, touristiques, informatifs, «last minute»
- Officiellement: 0,4 EPT



De l'appréhension à l'enthousiasme

- Politique valide un projet pilote de 6 mois
- Stratégie digitale, charte de modération (objectifs, publics visés, types de contenus, rythme de publication, ressources, statistiques)
- Formation de l'équipe de communication
- «Lancement» médiatisé
- Succès très rapide



A l'heure du bilan

Les +

- Retours très positifs
- Grosses communautés, gros engagement
- Attachement créé
- Nouvelle porte d'entrée facile des citoyen-ne-s
- Plaisir à publier des contenus

Les -

- Temps hors des heures de travail
- De plus en plus de «parasites»
- Diktat des algorithmes
- Augmentation des voix critiques
- Toujours plus de demandes officielles passent par les réseaux

Quelques recettes qui ont marché

- Mêler l'institutionnel aux contenus sympas, oser prendre à notre compte ce qui se passe sur notre territoire
- Rendez-vous réguliers (anciennes photos, petits jeux)
- Vrai échanges avec notre communauté, rencontres «en présentiel»
- Modération active: on mène l'enquête, très apprécié même des râleurs
- Passerelles: lien avec le journal



Petite ou moyenne commune: pourquoi y aller?

- Communication directe avec la population:
pas filtrée (ou ignorée) par les médias
- Communication «last minute»
- Les réseaux, première source d'information des jeunes
- Un contact sympathique avec ses administrés

>>> Ce n'est pas parce que vous n'êtes pas présent qu'on ne dit rien sur vous sur les médias sociaux ! Importance de la veille.

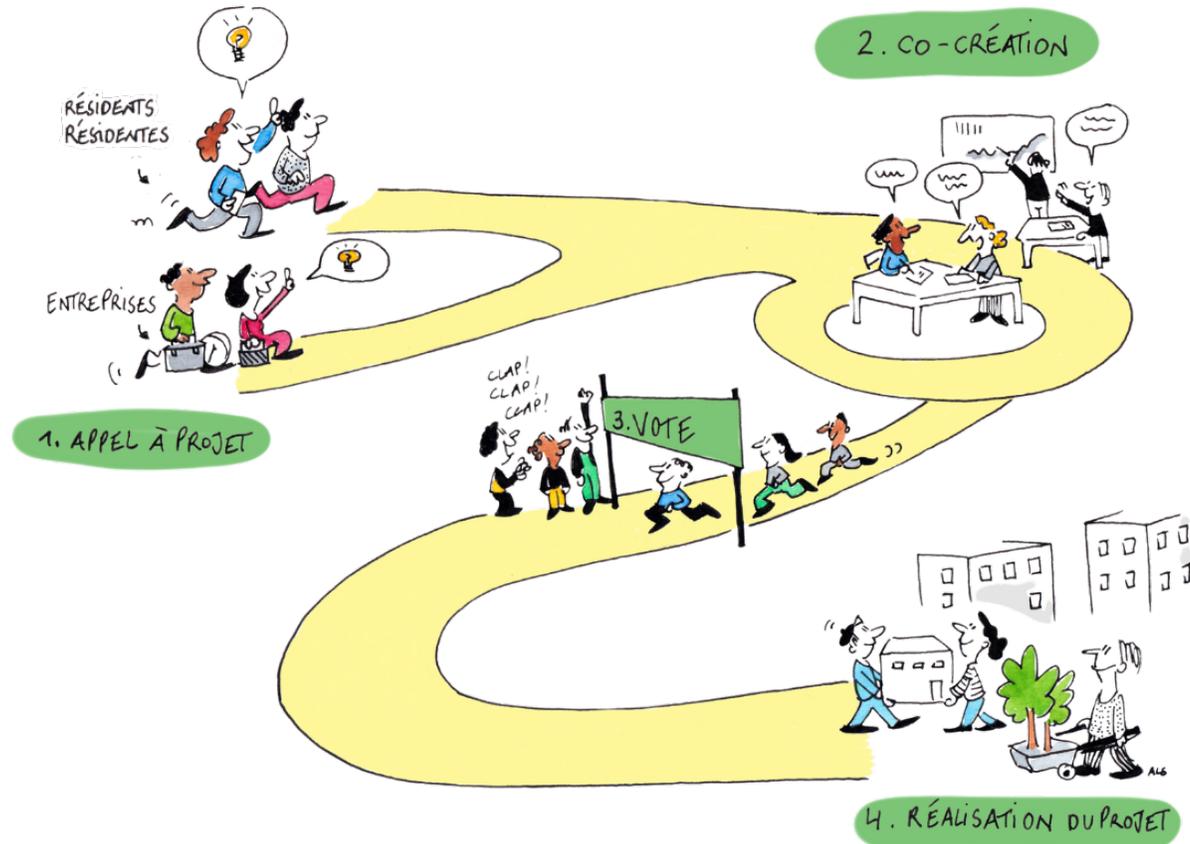
Petite ou moyenne commune: quelques pistes

- Facebook et Instagram: les préférés des collectivités publiques
- Contenu «facile» déjà existant: belles photos, contenus des acteurs associatifs de la commune à partager, contenus du site internet, du bulletin communal.
- Identifier parmi son personnel des personnes à même de publier du contenu (y compris parmi les autorités) ou des photographes doués: faire confiance
- Pas besoin de visuels hyperaboutis
- Dans tous les cas: stratégie /charte / modération

ParticipoNs

- Stratégie smart city
- Financement NPR
- Application citoyenne
- Budget participatif
- **Co-création de projets**
- 80 projets déposés
- Espace associatif

- www.participons.ch



MERCI
pour votre attention

