

1.4 – Intégrer les enjeux de transition écologique et solidaire dans le pilotage des politiques publiques et des choix budgétaires qui en découlent

FICHE-ACTION
13

INTÉGRER LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOLIDAIRE DANS LA COMMUNICATION DE LA VILLE

Ambition

Objectif stratégique

Impulser le changement et accompagner la transition écologique et solidaire auprès des citoyens à travers un récit qui irrigue tous les champs de l'action publique.

Objectifs opérationnels

Orienter les publications de la Ville vers la transition écologique et solidaire.

Réduire l'empreinte écologique de la communication.

» Contribution DE L'ACTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Pilotage

PILOTE DE L'ACTION

Direction de la communication

PARTENAIRES INTERNES

Services concernés

PARTENAIRES EXTERNES

Éléments DE CONTEXTE

Le rôle de la communication territoriale est de rendre lisibles et accessibles les politiques publiques. C'est aussi s'adapter à un contexte climatique et économique inédit. Ainsi, la mise en place d'une communication responsable implique de se poser les bonnes questions : comment accompagner efficacement la transformation écologique de son territoire et comment aider les citoyens à opérer leur propre transition. La communication nourrit

l'envie d'agir, l'implication et l'essaimage d'une dynamique territoriale autour de la transition écologique et solidaire. Il est donc indispensable de mettre en cohérence les publications de la Ville avec le projet de Transition Écologique et Solidaire, tant sur le fond (nature des messages délivrés, faire vivre le récit de la transition écologique) que sur la forme (réduction de l'empreinte écologique de la communication).

Articulation AVEC LES DOCUMENTS SUPRA-COMMUNAUX

Le Plan Climat de la Communauté Pays basque prévoit de :

- FA 8.2 Élaborer et mettre en œuvre un plan de communication Climat Action Pays basque.

Le Plan Alimentaire Territorial prévoit :

- PAT 15 : Établir un plan de communication du PAT.

Descriptif DE L'ACTION

La communication responsable est plus sensible aux enjeux écologiques, davantage à l'écoute des habitants de notre planète et consciente de l'urgence. Elle doit s'interroger autant sur les contenus que sur la manière de les délivrer. Pour ce faire, la Ville agit pour :

1 – Généraliser l'intégration de la transition écologique et solidaire dans tous les supports de communication-information de la Ville

Il est nécessaire que les publications de la Ville soient proches des lecteurs et fassent l'écho, dans le récit comme dans l'outil, d'un projet politique tourné vers la diminution des émissions de gaz à effet de serre et la préservation des ressources naturelles. La ligne éditoriale vise à expliquer clairement et pédagogiquement l'action municipale, et à donner les clés qui permettent le débat. Pour rendre accessible cette action, elle pourra s'appuyer sur le journalisme de solutions. Elle s'attachera à donner la preuve par l'exemple avec des informations concrètes sur ce qui existe sur le territoire, ancrées dans le quotidien et incarnées par les habitants eux-mêmes. Plusieurs leviers ont été identifiés pour accompagner ces changements sociétaux de façon fluide et équilibrée :

• Intégrer la transition écologique et solidaire dans la ligne éditoriale du magazine municipal

Le magazine sera adapté afin d'intégrer une ligne éditoriale axée sur la transition écologique et solidaire : charte éditoriale, rubriquage, journalisme de solutions, la parole aux citoyens, trucs et astuces, conseils, modules pédagogiques pour vulgariser (avec des infographies pour expliquer comment calculer son empreinte carbone, le nombre de ressources écono-

misées, les tonnes de CO2 évitées, de déchets en moins, etc.), relayer les initiatives locales, les accompagner et les faire connaître.

Le but est d'aller vers le citoyen, de l'inclure et de l'aider à devenir acteur du changement. Les témoignages et expériences de citoyens permettront d'incarner et de faire vivre le récit de la transition écologique et solidaire à Bayonne. Rien de tel en effet que les messages de pair à pair pour passer à l'action. Il s'agit de montrer que c'est la société tout entière qui agit, pouvoirs publics en tête.

• **Mettre en cohérence la communication institutionnelle avec la ligne éditoriale du magazine**

L'ensemble des supports de communication de la Ville intégreront la transition écologique et solidaire dans leurs contenus. Une charte éditoriale web pourra être mise en place et proposer régulièrement un témoignage (article ou vidéo). Les panneaux de chantiers comporteront des informations sur l'empreinte écologique, etc.

• **Proposer à travers la communication interne une mise en avant de la transition écologique et solidaire à destination des agents**

Des points d'information réguliers seront à prévoir vers l'ensemble des agents de la Ville, via l'intranet et le bulletin interne (flash info, témoignage d'agents ou élus) ainsi que via l'organisation de temps d'échanges dédiés, comme les forums /conférences / parcours à l'attention de l'ensemble des agents, etc.

2 — Réduire l'empreinte écologique de la communication

L'année 2022 a connu une flambée des prix de l'énergie et du papier avec une augmentation des coûts d'impression comprise entre 30 % et 50 %. L'emballage climatique de l'été 2022 ne fait que renforcer l'impératif de sobriété et de diminution des matières premières.

Par ailleurs, il est démontré que 20 % des contenus d'un site génèrent l'essentiel de leur trafic, ce qui signifie que 80 % des pages produites et écrites n'ont pas d'effet.

Ainsi, il devient à la fois urgent d'éco-concevoir les supports de communication et de calculer l'empreinte carbone des actions réalisées, mais également de questionner la « sobriété éditoriale » ce qui signifie se concentrer sur l'information essentielle en privilégiant la qualité des contenus à leur quantité.

Pour ce faire, La Ville s'appuiera d'une part sur le guide de recommandations de l'Ademe afin de mener une démarche la plus éco-responsable possible. À titre d'exemple, l'appel d'offres pour l'impression pourra intégrer les recommandations suivantes : un papier 100 % recyclé ; un grammage de 52 g/m² pour limiter le poids et le coût du transport ; une encre à faible empreinte ; une impression sans séchage ; un format qui optimise l'usage du papier.

D'autre part, la Ville veillera à ce que l'usage du numérique dans la communication soit compatible avec les 5 objectifs du numérique responsable. Elle s'engage à affiner sa stratégie de communication (quels messages sont efficaces et adaptés ?), à s'interroger sur les dispositifs de communication les plus adaptés (quels supports investir avec quelle empreinte numérique ? Quel est le format le moins énergivore ?), sur la fréquence de publication et le cycle de vie du contenu (à quel moment un contenu est-il mis à jour et supprimé ?).

Les actions à mettre en place rapidement et facilement sont les suivantes :

- L'entretien du patrimoine éditorial et la vérification de la mise à jour de l'ensemble des contenus.
- La suppression des contenus obsolètes du site internet.
- La transformation des contenus qui n'ont plus d'intérêt en l'état, mais dont la Ville souhaite garder une trace (par exemple, transformation d'une actualité ou d'une page en l'ajoutant à une liste recensant les actions d'un mandat).

- La réutilisation en plaçant en brouillon les contenus produits dans le cadre d'un événement annuel par exemple.

Cette action est en lien avec la Fiche Action 6 « Rationaliser l'utilisation du numérique pour maîtriser nos impacts ».

Coûts

Les coûts de la mise en œuvre de cette action sont estimés à 80 k€.

Indicateurs

DE RÉALISATION :

- Part des publications de la Ville portant sur la transition écologique et solidaire par typologie de support
- Nombre d'agents ayant un accès régulier aux points d'étape de la transition écologique et solidaire

D'IMPACT :

- En cours de définition

