

Aperçu des canaux de communication

Canaux	Public cible	Messages	Format du contenu	Charges/coûts/risques	Exemples
Réseaux sociaux Instagram Facebook LinkedIn Twitter Service SMS (groupes WhatsApp)	>50 ans : utilisation individuelle, plutôt privée 30-50 ans : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, service SMS <30 ans : Instagram, LinkedIn	Invitations à des événements ou participation Conseils/indications/storytelling Rapports/compte rendu (par ex. étapes d'un projet) Témoignages de personnes (p.ex. population, participants, etc.)	Texte court Images attrayantes Vidéos (!)	Travail personnel continu pour entretenir les canaux et fournir régulièrement du contenu. Créer du matériel photo/vidéo ou clarifier les copyrights LinkedIn plutôt comme canal personnel de politicien(ne)s Risques : Manque de temps pour être présent de manière interactive Dans les cas extrêmes : shitstorm → réactions négatives sur les réseaux sociaux	Instagram : Entretien d'arbres à Morges Facebook : Genève, ville durable Facebook : Vevey Twitter /X : Biel/Bienne (@BielBienne_off) / X (twitter.com) Vidéos : « Le climat en capsules », p.ex. sur : Administration communale Ecublens - Durabilité Vidéos : Société civile Mon plan climat

Canaux	Public cible	Messages	Format du contenu	Charges/coûts/risques	Exemples
Journaux, radio, télévision Journaux quotidiens Moniteur gratuit Journaux gratuits (imprimés et en ligne) Radio, télévision Journal/Info communal Journaux de clients, p. ex. fournisseurs d'énergie	> 50 ans : quotidiens, radio, télévision, journaux communaux, journaux des clients 30-50 ans : quotidiens, radio, TV, journaux communaux, journaux clients, journaux gratuits (également en ligne) <30 ans : journaux gratuits	Rapports sur des événements et des projets Conseils et informations dans les journaux des clients ou les journaux communaux Différencier annonce, publiereportage, interview, communiqué de presse	Communiqués de presse avec images Conseils/indications avec image Interview (demande) Conférence de presse	Possibilité de dépenses uniques ou régulières À inclure suffisamment tôt dans la planification du projet en raison des délais d'exécution Créer du matériel photographique (clarifier les droits d'auteur) Entretenir en permanence les relations avec les journalistes	Delémont : Article dans le Quotidien jurassien sur le plan climat Genève : Rock'n'Sobre - Radio Vostok – émission radio à la découverte d'initiatives locales et durables
Sites web Site web de la commune Place de village virtuelle Plates-formes de participation Sites web de multiplicateurs, p.ex. fournisseurs d'énergie Calendrier des manifestations (propres et externes) Newsletters (propres et externes) Blogs (propres et externes)	Sont en principe fréquentés par tous les groupes cibles >65 ans/étrangers plutôt plus difficile	Informations Rapports sur les projets Calendrier des manifestations Implication/participation Conseils/remarques	Texte et images Forums et plates-formes d'échange Participation formelle	un investissement continu en personnel, pour actualiser le site web et mettre régulièrement à disposition du nouveaux contenus	Plateforme intercantonale : Mon plan climat Morges : Agenda Vevey s'engage – Initiatives durables et locales (vevey-sengage.ch) collaboration entre la Ville de Vevey et les associations et collectifs de la région Ville de Fribourg : Particip - Investir ensemble pour la transition énergétique locale

Canaux	Public cible	Messages	Format du contenu	Charges/coûts/risques	Exemples
Affiches et dépliants Boîte d'affichage Dépliant Signalisation	> 30 La boîte d'affichage et la signalisation fonctionnent Les dépliants conviennent à tous les groupes cibles, la diffusion doit être soigneusement planifiée	Invitations à des événements Informations sur les activités visibles	Texte et images	Charges de personnel de base continues (suivi de la boîte d'affichage) Charge de projet ponctuelle À inclure suffisamment tôt dans la planification du projet, car il faut par exemple imprimer et distribuer des flyers	Villars-sur-Glâne : Affiche_A4 (villars-sur-glane.ch) Renens : Résumé pour le grand public du plan climat Lausanne : Flyer de l'exposition «Plan climat: cartes sur table» Yverdon : Parcours didactique Biodiversity - Yverdon-les-Bains Region Jura Lac (Suisse) (yverdonlesbains-region.ch)
Manifestations Manifestations propres, par ex. assemblée communale, fête des jeunes citoyens et citoyennes Manifestations externes, par ex. assemblées d'associations	Les manifestations sont en principe suivies par tous les groupes cibles, Le choix est décisif Utiliser les événements populaires et authentiques également par d'autres acteurs	Informations Invitations Dialogue, échange avec le groupe cible	Présence sur place PowerPoint/exposé Entretiens personnels et possibilités d'échange	dépenses ponctuelles, éventuellement frais de tiers pour la restauration et l'infrastructure	Nyon : exemples de différentes manifestations Nyon s'engage pour le climat

Canaux	Public cible	Messages	Format du contenu	Charges/coûts/risques	Exemples
Envoi postal Lettre/dépliant dans chaque foyer Newsletter Mailings en ligne	Boîte aux lettres: > 30 ans : adapté <30 ans : attention très individuel en ligne: >50 ans : attention très individuel 30 - 50 ans : adapté <30 ans : attention très individuel	Informations Invitations Remarques	Texte et images	Charge ponctuelle	
Les diffuseurs Associations École Partis politiques Associations faitières	Les canaux des diffuseurs peuvent être utilisés pour atteindre des groupes cibles sélectionnés. Les diffuseurs peuvent également transmettre de la crédibilité et traduire sur le plan linguistique et culturel.	Informations Invitations Remarques	Texte Image Présence sur place	Entretien des contacts Charge ponctuelle	St. Gall, Blog, Action scolaire Solarcup Solarcup 2022: Vier Teams auf dem Podest - Energiekonzept 2030 (energie2030.ch)
Give-Aways	Différents selon les cas, selon le thème et la manifestation -> pour tous les publics cibles	En guise de remerciement et en lien avec un message, par exemple lors d'une manifestation	Utiliser des give-aways écologiques	Charge ponctuelle Relativement coûteux selon le give-away	Ville de Bienne: ein Glas Honig mit einer passenden Botschaft, Hinweis oder Tipp zum Thema Biodiversität

Canaux	Public cible	Messages	Format du contenu	Charges/coûts/risques	Exemples
Contact personnel Téléphone E-mail/lettre Réunion	Le contact personnel est apprécié par les groupes cibles. Il peut avoir lieu au niveau politique ou administratif.	Convaincre Messages et informations complexes Publics cibles inconnus Entretenir des relations Recueillir des avis Comprendre les arguments	Oral et écrit Dialogue	Charge individuelle	