

Service de la communication et de l'information

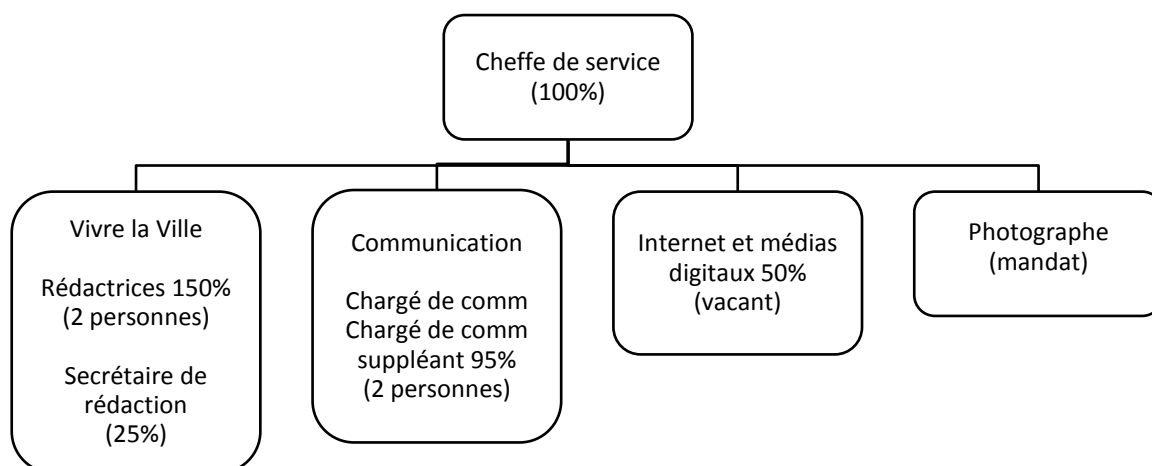
(entité de gestion n°150.01)

1. Résumé

	Comptes 2016	Budget 2016	Amélioration (+) Détérioration (-)
Charges	922'783.73	986'200.00	+ 63'416.27
Revenus	19'587.45	126'000.00	-106'412.55
Excédent	903'196.28	860'200.00	- 42'996.28

Un revenu de 100'000 provenant d'une facture à Vidéo 2000 n'a pas été imputé à la bonne rubrique comptable.

2. Organigramme



3. Organisation

Afin de développer sa stratégie de communication, le Conseil communal a créé en 2016 un nouveau Service de la communication et de l'information (Secom), opérationnel depuis le 1^{er} février. Il réunit à la fois les activités de communication de la Ville, la réalisation du journal officiel « Vivre la Ville » et les outils de communication numérique. Il compte 4,45 EPT (reprise de 3,65 EPT de la Chancellerie, complété pour le volet communication à hauteur de 0,8 EPT) et est directement rattaché à la présidence du Conseil communal. Durant sa première année d'existence, sur le plan des ressources humaines, le Secom s'est principalement attelé à développer une dynamique d'équipe afin que chacune et chacun se sente impliqué dans les projets du Service et que les informations circulent. Tou-te-s les collaboratrices et collaborateurs disposent d'un cahier des charges réactualisé. La gestion des temps de travail a également été affinée. Une rédactrice en congé maternité a été remplacée à la satisfaction par un journaliste mandaté à l'article. Elle est revenue durant l'été. Mis à part un poste de webmaster-community manager qui reste à pourvoir, le Secom est pleinement opérationnel.

4. Politique de communication

Le Conseil communal a élaboré en 2016 les bases de la nouvelle politique de communication et d'information de la Ville de Neuchâtel, mise en œuvre progressivement par le Secom, et qui s'appuie sur un règlement adopté par le Conseil communal le 26 septembre 2016. Cette nouvelle politique définit notamment les objectifs stratégiques de la Ville en termes de communication externe et interne, précise les missions du Secom et de la Cicom (Commission interne de la communication) et fixe la ligne rédactionnelle du journal Vivre la Ville à travers une nouvelle charte rédactionnelle. Elle détermine les responsabilités en matière de communication. Elle pose aussi les bases d'une communication sur les réseaux sociaux, qui s'appuie sur une charte des réseaux sociaux et qui s'est concrétisée à l'automne.

5. Relations avec les médias

Le Secom a diffusé 120 communiqués de presse en 2016, dont une dizaine en partenariat avec d'autres organismes ou institutions, et réuni les médias à 27 reprises pour des conférences de presse. Tous ces communiqués ont été repris par au moins un média régional, sans exception, suscitant donc globalement l'intérêt du grand public. Le Secom a par ailleurs répondu à de très nombreuses sollicitations de journalistes désireux d'effectuer des reportages, enquêtes ou de réaliser des interviews au sein des différentes directions. Une fois opérationnel, le Secom a également rencontré les équipes de journalistes de plusieurs médias régionaux, afin de les informer sur la politique de communication de la Ville et d'être davantage à leur écoute.

6. «Vivre la Ville»

Le journal officiel «Vivre la Ville», doté d'une nouvelle charte rédactionnelle, a paru à 40 reprises en 2016. Il est imprimé à 23'000 exemplaires par l'imprimerie Messeiller SA, à Monruz, et distribué en tous ménages par le Bureau d'adresses de Neuchâtel SA (BAN). Parmi les événements marquants, un numéro spécial a paru le 2 novembre en prévision des élections communales. Outre les deux rédactrices (1,5 EPT), les autres employé-e-s du Secom contribuent désormais également à la réalisation du journal. Ce renfort a permis de réduire de 50 à 25% le temps de travail de la secrétaire de rédaction qui, engagée à plein temps en fin d'année dans un autre service de la Ville, a été remplacée par une collaboratrice engagée à durée déterminée. Une importance plus grande a été donnée à l'image, mettant davantage à contribution le photographe, qui est peu à peu également incité à réaliser des images pour d'autres missions du Secom (réseaux sociaux, images mises à disposition des médias notamment). A noter que de nombreux lectrices et lecteurs de Vivre la Ville ont signalé, en particulier en été 2016, des lacunes dans la distribution du journal. Des mesures ont été prises par le BAN à l'automne pour améliorer la situation.

7. Site internet

Le Conseil communal a souhaité fin 2015 une refonte totale du site internet de la Ville. Le Secom, le Centre électronique de gestion (CEG) et un mandataire externe ont travaillé durant l'année 2016 au développement de ce nouveau site, qui devrait être opérationnel à la fin du 2e trimestre 2017. Orienté citoyen, ce nouveau site doit permettre aux utilisateurs de trouver plus rapidement des réponses à leurs questions. Il doit aussi être plus dynamique, dans le but de mettre en valeur les actions de la Ville en ligne avec les objectifs de son programme politique. En attendant ce nouveau site, le Secom a mis à jour régulièrement la homepage du site actuel et apporté son soutien aux services pour la mise en ligne d'informations les concernant.

Le cahier des charges du futur-e webmaster-community manager a par ailleurs été élaboré. Une évaluation de la fonction sera suivie rapidement d'une mise au concours.

8. Réseaux sociaux

Le Secom a mis en œuvre à mi-octobre une stratégie de communication digitale visant à positionner la Ville sur les réseaux sociaux pour une durée de six mois. Cette présence s'est concrétisée par la création d'une page Facebook, d'un compte Instagram et d'une chaîne You Tube officiels. L'effort principal a été mis sur l'animation et la modération sur Facebook. A fin janvier 2017, la nouvelle page était suivie par plus de 6300 abonné-e-s, dépassant rapidement l'objectif initial qui était de 5000 abonné-e-s à l'issue du test pilote. Sur Facebook, quelque 180 publications ont été mises en ligne par le Secom entre le lancement de la page et fin janvier 2017, les meilleures d'entre elles (illuminations de Noël) ayant atteint plus de 85'000 personnes (statistiques FB). Un rapport sera fait au printemps au Conseil communal pour décider de la pérennisation des réseaux sociaux, voire de leur développement.