

La communication

Internet est un vecteur de communication grand public, qui suscite l'intérêt de plusieurs catégories d'acteurs. De nombreux outils existent pour animer une communication autour du plan de paysage sur Internet : blog, lettre d'information, réseaux sociaux, rubrique dédiée sur un portail internet, etc. Le choix d'un ou plusieurs de ces outils doit être réalisé sur la base d'une stratégie de communication.

Mots-clés

- Informer
- Dialoguer

Etapes d'élaboration du plan de paysage concernées par l'outil



Tableau comparatif des outils de la communication

Outil	Fonctionnalités	Atouts par rapport à l'investissement
Réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none"> • Diffuser un flux d'actualité • Partager les informations d'un tiers et se donner la possibilité de démultiplier la diffusion d'un contenu • Proposer l'abonnement 	<p>Atouts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outils interactifs, permettant de constituer une communauté autour d'un sujet • Utile pour diffuser des informations, liens et photographies <p>Investissement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Création de contenu rapide • Animer un compte sur un réseau social implique un suivi au quotidien
Blog	<ul style="list-style-type: none"> • Disposer d'un site Internet dynamique • Publier des articles sur des sujets clés • Rechercher par mots-clés • Etre référencé sur les moteurs de recherche 	<p>Atouts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disposer d'un site Internet propre • Pouvoir publier des articles et produire du contenu • Mettre en valeur les partenaires ou les événements en leur consacrant un article <p>Investissement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un contenu régulièrement alimenté assure une meilleure présence dans les moteurs de recherche
Lettre d'actualité	<ul style="list-style-type: none"> • Envoyer régulièrement de l'information par e-mail • Interagir avec une liste de contacts • Garantir l'inscription et la désinscription aux abonnés 	<p>Atouts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maintenir un contact et informer régulièrement, en complément ou en alternative à un site Internet • Abonner toute personne intéressée <p>Investissement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un contenu régulièrement alimenté assure un meilleur référencement en ligne
Site Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Publier de l'information • Etre référencé sur les moteurs de recherche 	<p>Atouts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en ligne de l'information officielle • Mettre en valeur les partenaires ou événements en leur consacrant un article <p>Investissement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un contenu régulièrement alimenté assure un meilleur référencement en ligne

Avant de choisir un ou plusieurs de ces outils de la communication, il convient de s'interroger sur un certain nombre d'éléments.

Il faut tout d'abord définir la ou les cibles de la communication et choisir l'outil adapté à chacune. A titre d'exemple, un jeune public sera plus facile à toucher via un réseau social à la mode, la constitution d'une communauté de personnes intéressées par le plan de paysage peut être entretenue par une lettre d'actualité ou un blog, etc.

Le type d'information et la fréquence de diffusion doivent également être examinés. Communiquer sur un réseau social sera plus approprié pour une communication quotidienne ou hebdomadaire. Animer un portail web sur Internet sera plus adapté à la diffusion d'informations de fond.

Enfin, pour recourir à la communication sur Internet comme outil d'animation de la participation, des personnes ressources, dotées de compétences en communication, doivent pouvoir être mobilisées au sein de la maîtrise d'ouvrage.



Conseils et bonnes pratiques

Recommandations pour l'utilisation de la communication dans le cadre de la participation :

- privilégier l'utilisation des réseaux sociaux pour la communication événementielle ;
- multiplier les outils et les canaux de diffusion pour toucher un public le plus large possible ;
- adopter une charte graphique (logo, couleurs, etc.) pour l'ensemble des documents de communication afin d'accroître la lisibilité de la démarche de plan de paysage.



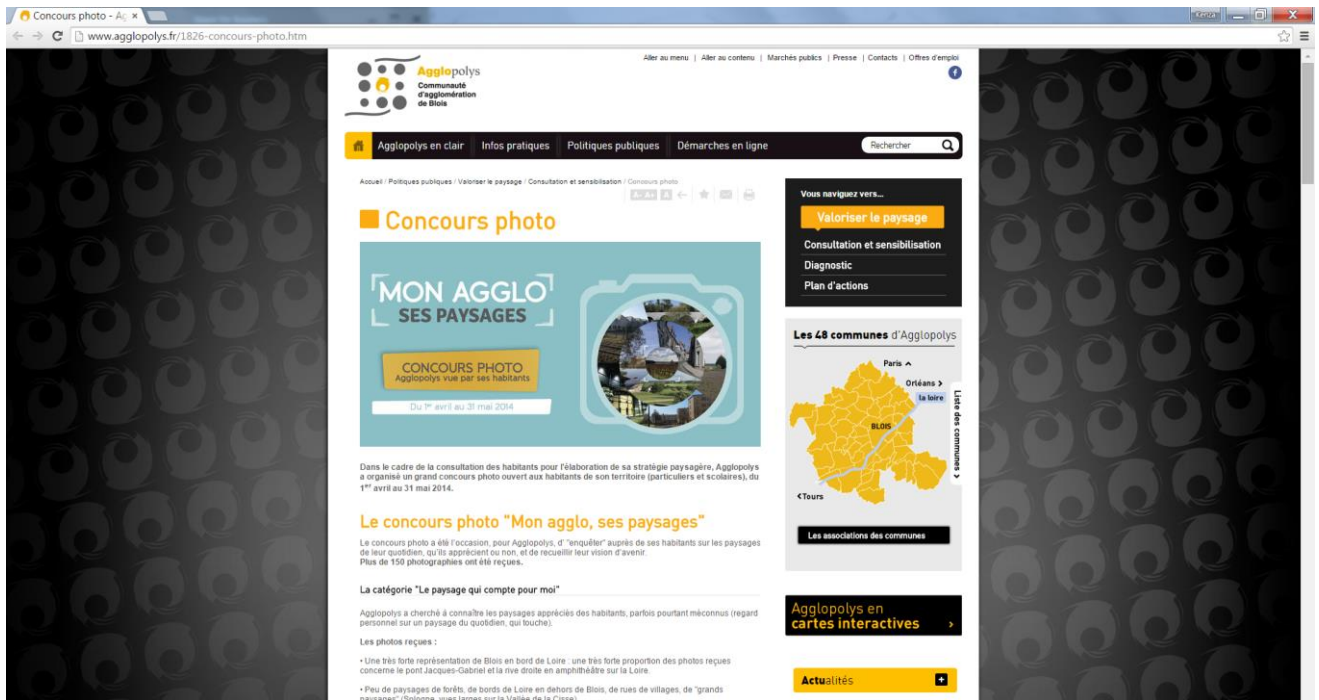
Quelques exemples d'outils de communication Internet sur des plans de paysage

✓ La **Communauté de communes de Labastide-Murat** anime le blog « En-visage ton paysage », pour notamment annoncer les événements organisés autour du plan de paysage et mettre en ligne les comptes rendus des ateliers.

<http://planpaysageclm.blogspot.fr/>

The screenshot shows a web browser displaying the blog 'En-Visage Ton Paysage'. The page has a blue header with the title and a navigation menu with items like 'Qu'est-ce que c'est?', 'Le plan de paysage en action', 'Carte du petit patrimoine', and 'L'exposition en virtuel'. The main content area is divided into three columns. The left column is titled 'CALENDRIER ACTIONS DU PLAN DE PAYSAGE' and lists dates. The middle column features a post dated 'LUNDI 25 AVRIL 2016' with the sub-heading 'On parle de nous...'. Below this is a thumbnail of a newspaper article titled 'Un projet à l'échelle du territoire : le plan de paysage'. The right column contains 'CARTE DU PETIT PATRIMOINE', 'UN PARTENARIAT' with a logo, and 'POUR SUIVRE L'ACTUALITE DU BLOG, INDIQUEZ VOTRE ADRESSE MAIL CI-DESSOUS' with an email input field and a 'Submit' button. At the bottom, there is a 'RECHERCHER DANS CE BLOG' section with a search input field and a 'Rechercher' button. The footer indicates the page is published by the 'Communauté de Communes Causse de Labastide Murat à 16:23' and has '1 commentaire'.

- ✓ La Communauté d'agglomération de Blois-Agglompolys a créé un site internet pour accompagner l'animation du concours photographique organisé dans le cadre de la participation au plan de paysage : <http://www.agglompolys.fr/1826-concours-photo.htm>



- ✓ Pour le Parc National des Calanques, une lettre d'actualité permet d'informer régulièrement sur l'avancée des travaux. L'intérêt de cette méthode est qu'elle ne demande pas d'outil supplémentaire : les lettres peuvent être mises en ligne sur les sites existants. Retrouvez les lettres d'information du PN des Calanques sur le site de l'Agence d'urbanisme : <http://www.agam.org/fr/dossiers-agam/plan-paysage.html>



- ✓ Pour la **Charte paysagère de la Plaine de Versailles**, un site Internet a été conçu avec pour objectif d'en faire un outil interactif, avec la mise en ligne de contenu multimédia (ex. entretiens vidéo). Un blog et une newsletter sont également utilisés.

http://www.plainedeversailles.fr/association/charte_paysagere.php



- ✓ Le **PNR de la Brenne** a créé le blog « A vue d'œil : regards sur les paysages du PNRB », animé par une doctorante et utilisé pour l'animation d'un concours photographique et la communication autour de l'observatoire photographique des paysages du PNR.

<http://avuedoeil-pnrp.blogspot.fr/>

