



Stratégie de communication municipale de Carthage

Pour une ville rayonnante, un citoyen épanoui et une municipalité engagée...

Document préparé par Karim Malki

Président des Commissions Démocratie participative & OpenGov; Communication & évaluation

Sommaire



01

Cadre et Cibles de la communication municipale

02

Vision de la Municipalité de Carthage

03

Les acteurs de la communication dans la municipalité

04

État des lieux de la communication municipale: situation actuelle, principaux projets de la Municipalité en lien avec la communication et principales insuffisances

05

La voix du citoyen: attentes en matière de communication

06

Objectifs généraux et spécifiques de la stratégie de communication

07

Axes, moyens et éléments de forme de la communication externe et interne

08

Axes de la stratégie de communication et Plan d'actions



PUBLICS EXTERNES

- Les citoyens
- Les usagers des services municipaux
- Les touristes / Visiteurs étrangers /Les festivaliers
- Les partenaires de la municipalité (organisations internationales, société civile, institutions publiques, ministères, etc.)
- Les bailleurs de fonds et Organismes internationaux
- Les représentants des média nationaux et internationaux

La **Commune de Carthage** en chiffres:

+18 mille habitants, + de 5600 ménages
(INS 2020)

640 Ha, dont 64% des zones **archéologiques**

Ville touristique et patrimoine archéologique mondial: destination pour 500 mille à 1 million de visiteurs/ an

Lieu de **divertissement** préférés des Tunisiens: + 250 mille personnes assistent à des spectacles chaque année

Poumon du Grand Tunis : + **100 mille visiteurs** chaque semaine

Plusieurs **écoles et organismes de formation**
(Petite enfance, sécurité...)

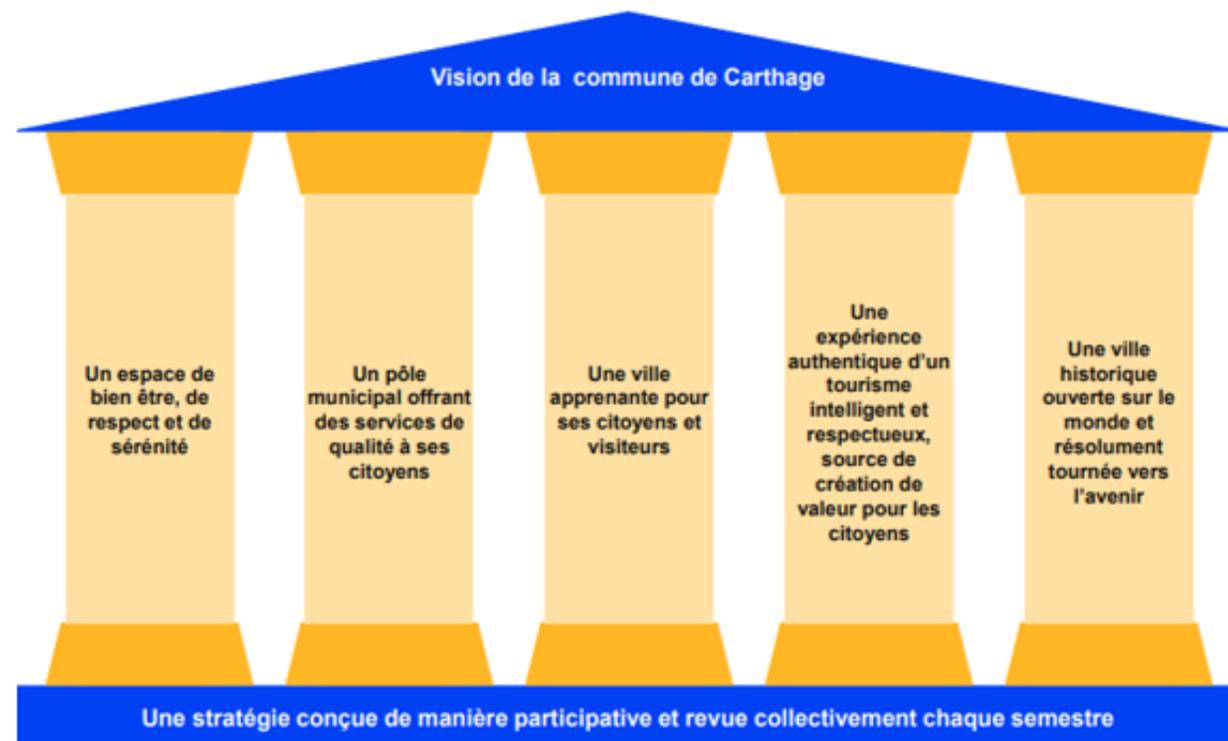


PUBLICS INTERNES

- Les membres du conseil municipal
- Le personnel de la municipalité

Ville de savoir, d'échanges et d'innovation:

- La vision de Carthage se structure autour de fondements historiquement ancrés, et orientés vers l'avenir :
 - **Le savoir** : Carthage ville apprenante favorisant le savoir et la culture dès la prime enfance.
 - **L'échange** : Carthage ville de brassage et d'échange, réduisant les disparités et les différences et en (re)devenant un pôle d'attraction touristique et commercial.
 - **L'innovation** : Carthage ville innovante et entrepreneuriale mettant le développement personnel et professionnel au cœur de la commune.



Une ville historique, unifiée et tournée vers l'avenir, grâce à une organisation efficace et efficiente pensée pour l'ensemble des tunisiens

Les acteurs de la communication dans la municipalité



LA COMMISSION COMMUNICATION & ÉVALUATION

- La **définition de la politique** de communication de la municipalité,
- Le **contrôle des moyens et outils** de communication matériels et immatériels,
- L'organisation des processus** d'information et de communication avec les citoyens,
- L'organisation **d'activités de communication**,
- Le **suivi et l'évaluation** de la communication et du processus communication de la municipalité,
- Préparer des rapports périodiques** la politique de communication et ses processus,
- Proposer les **modifications nécessaires** le cas échéant et les mettre en œuvre, et tout ce qui concerne les sujets connexes relevant des compétences de la municipalité.

AUTRES ACTEURS DE LA COMMUNICATION DANS LA MUNICIPALITÉ

Le Maire et les membres du conseil municipal

- Ils **approuvent les orientations, stratégies et plans d'action** de communication interne et externe
- Peuvent être appelés à agir comme **porte-parole officiel**
- Peuvent être sollicités dans le cadre de rencontres **d'information et de mobilisation avec le personnel.**

Service communication et personnel municipal

- Un service **dédié à la communication**
- Par ses **fonctions**, il opère comme un agent d'information et un véritable **ambassadeur** quant aux services, activités, programmes ou règlements de la Municipalité.
- Il doit être soucieux d'offrir une prestation de **services de qualité aux citoyens**

MEMBRES DE L'ÉQUIPE DE COMMUNICATION DE LA MUNICIPALITÉ DE CARTHAGE

Mme la Maire

M. le Président des Commissions Démocratie participative, Open gov et Communication & évaluation

M. le Secrétaire Général

Mme la Sous-Directrice di service communication

Besoin de renforcement de l'équipe avec:

- 1 Community manager
- 1 Correspondant médias
- 1 Infographiste designer

Afin de maîtriser et uniformiser ses communications, la Municipalité définit les différents cadres d'intervention au moyen de normes et procédures consignés dans un document de **politique de communication**.

État des lieux de la communication

Situation actuelle de la communication municipale



Principales actions de communication actuelles

- **Assemblées annuelles ordinaires** /4 fois par an
- **Séances du conseil municipal**
- **Réunions de comités**, séances participatives
- Informations quotidiennes via une page sur le site web et sur le **réseau social Facebook** (La commune de Carthage avec près de 8k abonnés)
- **Journées de sensibilisation** et Communication dans les **médias** à quelques événements importants initiés par la Municipalité (interviews, articles de presse, etc.)
- **Affichage physique** des avis dans la municipalité, flyers de sensibilisation

Conventions & Protocoles d'accord / Com

- **L'Agence Tunisienne de l'Internet:** pour bénéficier des services que l'ATI fournit au secteur public.
- **L'Autorité nationale de lutte contre la corruption** dans le but de consolider les principes de bonne gouvernance, de renforcer les valeurs d'intégrité et d'établir les règles de transparence dans le domaine des transactions administratives
- **le Forum tunisien des femmes leaders maghrébines « FTLM »:** sur la promotion d'un partenariat efficace avec les associations dans le domaine de l'appui aux activités des groupes locaux

Axes de communication actuels

- **Programme annuel** de la Municipalité
- Le **PAI** plan d'investissement annuel
- Les **projets spécifiques** (ex. Amwej, Edicitnet, Touness wajhatouna, OGP, KAS/ALDA, etc.)
- Principales **actions et interventions** de la Municipalité
- Les **événements sportifs et culturels** ayant lieu dans la ville
- Les **règlements et lois régissant** l'activité territoriale

Moyens de communication utilisés

- **Communication externe:** Rencontres directes, Email, Fax, bureau d'ordre, le téléphone, Boîte à suggestion, Livre de réclamation
- **Communication interne:** Réunions, Rapports quotidiens et hebdomadaires, Site web de la municipalité, notes de service, téléphone, email, affichage physique,

Budget

Le Budget alloué à la communication est **très faible**, pour ne pas dire négligeable. Cependant, **on profite d'autres projets** qui disposent d'un budget de communication pour communiquer en même temps sur la municipalité.

État des lieux de la communication

Principaux projets conduits par la Municipalité en lien avec la communication



- + **Formation** et suivi des projets avec la société civile avec la **KAS** et l'**association ALDA**, notamment :
 - + Sensibilisation du personnel administratif à la **démocratie participative**
 - + **Partage des réflexions en commun** entre les conseillers municipaux, les administratifs et société civile sur le thème de la démocratie participative
 - + **Usage du numérique, communication**, recherche de financement, marketing, etc.
 - + Appropriation des **principes de la démocratie locale** (communication interne et externe ; promotion des outils de transparence et d'accès à l'information mis en place et portail municipal Open Baladiyati)
- + Participation avec la **FNCT** à un **webinaire avec le Conseil de l'Europe** avec le président de la Fédération des communes Marocaines sur la démocratie participative pour présenter l'état des lieux de la municipalité de Carthage en termes d'image en tant que ville OGP
- + Le **PAI** ou le plan d'investissement annuel participatif
- + Dans le cadre du programme national des villes intelligentes et durables, la commune a participé à la préparation du « **HACKATHON** », qui sera organisé par l'Université nationale des communes tunisiennes « » à Sfax pour mettre à jour le site internet
- + Participation au projet itinéraire culturel cyclable et pédestre dans le cadre de Touness wajhatouna
- + Participation à un projet de **l'économie bleue** qui consiste à la valorisation des ports puniques
- + Un projet d'accord de partenariat et de coopération avec l'Association **ONSHOR**: Adoption de l'application «www.openbaladiati.tn», fourniture d'une assistance technique et programmation de formations pour les agents communaux dans le domaine de l'accès à l'information et aux données ouvertes.
- + Consultation citoyenne sur le **plan de stationnement de Carthage**
- + Participation à **l'engagement 10 du 4^{ème} plan d'action national du Partenariat pour un gouvernement ouvert (2021-2023)** visant à mettre en place des projets innovants issus d'un partenariat entre Jeunes citoyens, communes et structures intéressées par la jeunesse. Il a été sélectionné avec 11 communes sur 25 communes qui ont déposé leur candidature selon plusieurs critères validés.
- + **EDICITNET "les villes comestibles"** « : lancement avec l'université de Brighton d'une cartographie numérique sur la thématique Co-élaboration de la carte alimentaire urbaine de la ville de Carthage

État des lieux de la communication



Principales insuffisances



Manque de communication interne et externe

- Les objectifs de la commune et l'état d'avancement des projets **ne sont pas toujours bien communiqués en interne.**
- Les axes stratégiques et les priorités pour chaque division **ne sont pas clairement explicités.**
- Il n'y a **pas de diversification des canaux** de communication.
- **Faible présence** dans les médias locaux et pas de maîtrise de l'image véhiculée
- **Manque** de communication **proactive**
- **Manque de communication** dans les phases avancées des **grands projets**
- **Manque** de communication à **l'international**



Manque de moyens, de procédures et de structure claire

- **Budget très faible** pour ne pas dire inexistant ces dernières années, et ressources humaines ne se limitant qu'à une personne à temps partiel.
- **Pas de formalisation d'un canal de transmission des réclamations**, ce qui peut engendrer des frustrations et des problèmes quotidiens aux employés
- Les systèmes de **transmission de l'information** ne sont **pas assez formalisés** et par conséquent ne peuvent pas être respectés par tous.
- **Quelques pages non officielles** se substituant à la communication officielle de la municipalité



Manque d'interaction avec les partenaires externes

- Le système de **transmission de l'information** et de gestion des **médias** et **la société civile** ne sont **pas assez formalisés** et par conséquent ne peuvent pas être respectés par tous.
- **Manque d'interactions et de communication avec les partenaires externes** dans les phases avancées des grands projets

Voix du citoyen, attentes en matière de communication

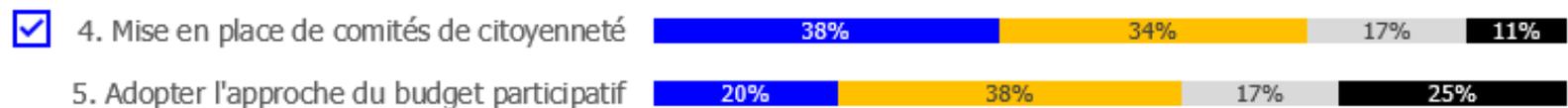


Consultation sur le **plan d'action OPENGOV**, sur la base de laquelle des **engagements** ont été retenus par la Municipalité de Carthage.

Accès à l'information et données ouvertes



Démocratie participative et gouvernance locale



Renforcement de la redevabilité et de l'intégrité



Gouvernance dans l'utilisation des ressources naturelles



Services municipaux et amélioration de la qualité



Plan de com. et formation / démocratie participative



Engagements pris par la Municipalité en matière de communication

■ Priorité élevée ■ Priorité moyenne ■ Priorité faible ■ Aucune priorité

Objectifs de communication

La stratégie de communication de la Municipalité de Carthage poursuit la réalisation des objectifs de communication interne et externe suivants:

COMMUNICATION EXTERNE

- Renforcer la **notoriété** de la Municipalité de Carthage sur le plan **local, national** et **international**
- Promouvoir une **image positive** de la Municipalité, qui promeut ses valeurs, ses principes de gouvernance et ses activités
- Améliorer **l'appréciation et l'engagement** des citoyens et des différents partenaires envers la Municipalité
- Dispenser une **information factuelle** de qualité sur ses services, activités, programmes, projets, règlements et décisions;
- Développer une communication **orientée Clients** qui valorise **une offre de services et des événements de qualité**
 - **Sensibiliser** et **Impliquer** les citoyens et les parties prenantes aux **enjeux** de la Municipalité (protection de l'environnement, Edicinet, OGP, SMART City, etc.)
- Promouvoir et maintenir **des relations de communication efficaces** avec les divers partenaires **externes**

COMMUNICATION INTERNE

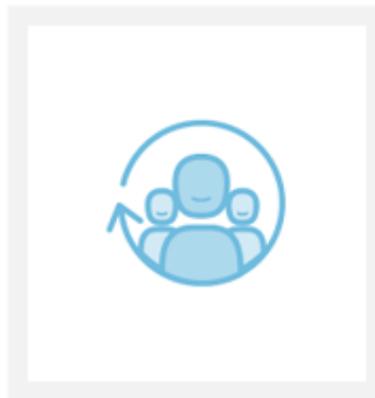
- **Faire connaître** les services, activités, programmes, projets, règlements de la Municipalité à son public interne;
- **Soutenir** le personnel dans l'intégration des différents **changements** qui surviennent dans la Municipalité
 - Contribuer à **mobiliser** le personnel en fonction des orientations, valeurs et priorités de la Municipalité;
- **Consulter** le personnel au sujet des **enjeux et des projets** sur lesquels ils ont du pouvoir et de l'influence;
- Favoriser un **sentiment d'appartenance** et de fierté, facteur déterminant à la rétention et la motivation;
 - Contribuer au maintien d'un **bon climat de travail**;
 - Encourager les cadres à faire preuve **d'écoute et à échanger** avec les membres de leur équipe.

Valeurs de la Municipalité de Carthage

Cohérence
Transparence
Intégrité
Imputabilité
Redevabilité
La lutte contre la corruption
Le participatif
La qualité de service

Objectifs spécifiques

Pour atteindre les objectifs généraux, il convient aussi de considérer les sous-objectifs suivants:



Renforcer les **compétences** du personnel de la Municipalité en matière de communication interne et externe



Maîtriser et fluidifier **la circulation de l'information** au sein de la municipalité, et avec les médias, la société civile, et les partenaires externes à travers des processus formalisés



Maîtriser **l'image de marque** de la municipalité à travers une charte unifiée, véhiculant les valeurs et les attributs que la municipalité cherche à promouvoir



Diffuser un **contenu de qualité** qui traduit la vision de la Municipalité et met l'accent sur ses projets, ses enjeux, favorisant l'engagement et l'implication (bulletin, brochures, infolettres, affichages, service SMS, etc.)



Diversifier les **canaux de communication** pour atteindre toutes les cibles en privilégiant les outils sur les réseaux, sociaux et mettre en place les mécanismes d'interaction avec les différents partenaires



Mesurer les **performances** des actions de communication pour apporter les actions correctives nécessaires.

Interne

Externe

COMMUNICATION EXTERNE



Afin de bien servir les carthaginois et les visiteurs en communication (Information, vulgarisation, rétroaction, consultation), tous les sujets touchant à la vie municipale et citoyenne doivent être abordés, avec profondeur et objectivité:

- **Vie urbaine:** Portrait géographique et démographique, histoire et patrimoine archéologique, aménagements, Food mapping, Environnement (collecte et dépôts, campagnes et programmes ...), plans de circulation et stationnement, itinéraires pédestre et cyclable, infrastructures (travaux, transports, stationnements...)
- **Vie citoyenne:** Séances du conseil municipal, politiques et plans d'actions, comités, consultations et sondages, Prévisions budgétaires, PAI (Plan annuel d'investissement), évaluations et taxes, emprunts et financement, services municipaux, règlements, permis et certificats,
- **Vie active:** Grands évènements, loisirs sportifs et récréatifs, projets Touness waihatouna, bibliothèque municipale, culture et découverte, activités de sensibilisation, expositions, etc.
- **Vie communautaire:** associations communautaires du milieu, bénévolat, services de garde éducatifs, ressources publiques et communautaires, messages d'urgence et situations prioritaires



COMMUNICATION INTERNE

Au niveau de la communication interne, les échanges formalisés, fluides et directs sont à favoriser à tous les niveaux, notamment:

- **Ressources humaines:** évènements sociaux et contacts du personnel, évènements sociaux
- **Informations générales ou particulières:** à l'ensemble ou à des groupes restreints, transmission de documents, directives et notes de services
- **Rencontres périodiques:** mensuelles, trimestrielles, annuelles, pour communiquer des renseignements concernant les objectifs, les bilans d'activités des services et les orientations du conseil municipal
- **Comités de coordination:** suivi des décisions prises par le conseil municipal, informations bidirectionnelle sur l'avancement des projets et dossiers en cours

Moyens de communication externe et interne



COMMUNICATION EXTERNE



- Séance du Conseil Municipal, Présentation du budget annuel
- Site web et Médias sociaux
- Bulletin municipal (ciblé)
- Événements et protocole
- Conférences de presse / Communiqués de presse et Publications officielles
- Panneaux à affichage (ciblé)
- Publicités et placements (Radio, Web...) (ciblé)
- Informations aux citoyens lors de travaux planifiés
- Avis publics et appels d'offres publics
- Sondages et enquêtes



COMMUNICATION INTERNE

- Les notes internes
- Intranet
- Doodle
- Outils de réunions en distanciel
- Affichage interne
- Réunions de services
- Réunions de coordination
- Réunions de comités
- Information liée aux séances du conseil municipal
- Revues de Presse (ciblé)
- Envoi des communiqués de presse et du Bulletin municipal (ciblé)

ÉLÉMENTS LIÉS À L'IDENTITÉ VISUELLE



- La Municipalité détient des armoiries, une identité visuelle corporative et une **image de marque** qui devrait être protégées en vertu de la loi.
- Le **Logo de la Municipalité** est à actualiser
- La **devise de la ville est à définir**: « Carthage 3000 ans d'histoire » ou « carrefour des civilisations » ...
- **L'identité visuelle corporative** doit être utilisée lors de la mise en page de tous les documents produits par les services municipaux qui sont destinés à un public externe
- L'utilisation de l'identité visuelle corporative doit se faire conformément au **Guide des normes graphiques à définir**.



UNIFORMISATION DE LA COMMUNICATION

- La **langue officielle** dans les communications est la langue **arabe**, cependant le **Français et l'anglais** sont des langues d'usage communément utilisées tant à l'externe qu'à l'interne.
- La police de caractères doit être choisie en fonction des règles prescrites dans le Guide des normes graphiques.
- L'identité visuelle doit se trouver sur tous les documents mis en circulation.
- Une **uniformisation et mise en cohérence** doit s'appliquer à toutes les communications internes de la Municipalité (courriels, lettres, communiqués de presse, signatures dans les courriels, messages d'absence, etc.).



Axes de la stratégie de communication

Champs d'intervention



Recruter /
Former

Ressources
Humaines



Formaliser

Charte, Outils &
Procédures



Informer

Contenus &
Canaux



Interagir

Rétroaction &
Correction

Plan d'action

Actions par champ d'intervention



Recruter / Former

- **Recrutement** des profils de Community Manager, Correspondant médias, et Infographiste designer
- **Formation** en communication interne aux chefs de services de la municipalité (PPM; Engagement 6)

- **Formation** des chargés de la communication de la municipalité sur l'importance et les techniques de la communication externe (PPM; Engagement 6)
- **Formation** des chargés de la communication de la municipalité en charge des médias et de la société civile (PPM; Engagement 6)

Formaliser

- **Formalisation d'une procédure** et d'une charte de comportement avec le citoyen
- Formalisation et diffusion de la **matrice d'interactions** entre les processus liés à la communication
- Diffusion du **manuel de procédures** aux élus et aux membres du personnel
- Développement des **supports types de communication interne** (PPM)
- Élaboration du **plan de communication annuel interne** (PPM)

- Développement de la **charte graphique et des supports** types de communication externe (PPM)
- Élaboration du **plan de communication annuel externe** (PPM)
- Formalisation et diffusion de la **procédure de communication avec les médias**.
- Formalisation et diffusion la **procédure de communication externe**.
- Désignation **d'un porte parole** de la municipalité
- Désignation **d'un chargé de la communication avec la société civile**

Informier

- Organisation **bimensuelle d'une réunion** entre le Secrétaire Général de la municipalité et les chefs de services
- **Exécution du plan** de communication interne

- Mise en place **d'une section sur le site web** permettant aux citoyens l'accès aux informations et le dépôt de plaintes (Eng1)
- Aménagement d'un **espace d'accueil / citoyen** (Eng 5)
- Exécution du **plan de communication externe**, par la diffusion des contenus fixés (via les réseaux sociaux, le site web, les articles de presse, des émissions régulières sur les médias locaux et nationaux. etc.)
- Organisation régulière **de journées portes ouvertes** (Société civile, Habitants, élus.)

Interagir

- Organisation d'une **«réunion d'échange» annuelle** entre le Secrétaire Général de la commune, les chefs de services et l'ensemble du personnel
- **Mesures périodiques** de l'engagement du personnel de la municipalité: People Survey Engagement (Mesure T0, T1 2022)

- Mise en place de **commission de citoyens** au niveau de chaque zone municipale (Eng 2)
- Organisation **d'activités / Edicitnet** (Eng 4)
- Organisation d'une **réunion mensuelle avec les citoyens** et la Ste civile (ex chaque dernier vendredi du mois)
- Implication des **associations** dans un processus de concertation sur les grands projets
- **Mesures périodiques** des résultats de la politique de communication (Mesure T0, T1 2022)

interne

externe

Plan d'action (suite)



PLAN D'ACTION	2022	2023
PUBLICATIONS		
Articles de presse, dépliant et/ou calendrier municipal, sites à visiter	X	
AFFICHAGES		
Panneau électronique LED		X
COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES ET SERVICES EN LIGNE		
Refonte complète du site web (Avec Engagement 1 / Espace pour recevoir les réclamations/plaintes)		X
Mise en place d'un intranet		X
Création et envoi d'une infolettre aux citoyens		X
Envoi d'alertes par SMS	X	
Création des comptes Instagram et Twitter, etc. (éventuellement dans le futur META)		X
Veille web, <u>E-Reputation</u>	X	
PARTICIPATION CITOYENNE		X
Réalisation des activités écologiques à travers Carthage ville comestible / projet <u>Edicitnet</u> (Engagement 4)	X	X
Mise en place de comités de citoyens au niveau de chaque zone municipale (Engagement 2)	X	X
ADMINISTRATION		
Espace citoyen (Engagement 5)		X

Membres de l'équipe de Communication



**HAYET
BAYOUDH**

Maire



**KARIM
MALKI**

Président Commissions
Démocratie
participative, Open gov
et Communication &
évaluation



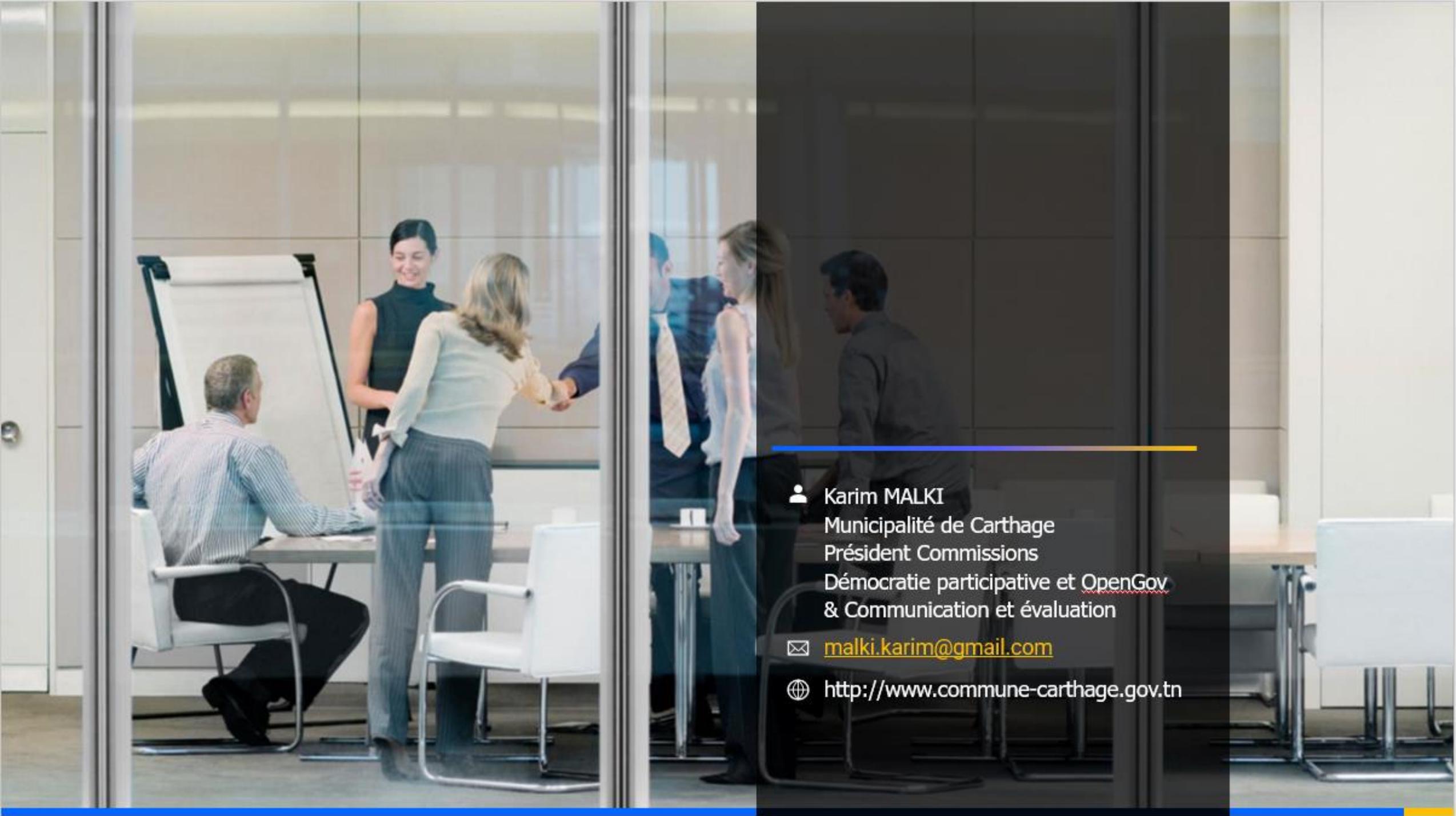
**SLIMANE
ELGOLLI**

Secrétaire Général



**MONIA
NOUAGI**

Sous-Directeur du
Service Communication



Karim MALKI

Municipalité de Carthage

Président Commissions

Démocratie participative et OpenGov
& Communication et évaluation



malki.karim@gmail.com



<http://www.commune-carthage.gov.tn>