

CENTRES DE GESTION
DES HAUTS DE FRANCE

CONCOURS OU EXAMEN DE : TECHNICIEN

PRINCIPAL DE 2^e CLASSE - AG

SPECIALITÉ / OPTION : ARTISANAT ET

MÉTIERS D'ART

ÉPREUVE : RAPPORT TECHNIQUE AVEC PO

DATE DE L'ÉPREUVE : 15/04/2021

La copie et tout document joint à la copie ne doivent ni être signés, ni porter un signe quelconque pouvant indiquer l'identité du candidat sous peine d'annulation par le jury.

Si vous utilisez des intercalaires, ils seront agrafés à votre copie et ne doivent pas être identifiés.

Le candidat doit rabattre et coller le coin supérieur droit de la copie après l'avoir rempli de façon très lisible.

PARTIE RÉSERVÉE À L'ADMINISTRATION

| N° de copie | Note | Code à barres | Visas |
|-------------|------|---------------|-------|
| BB2 | 13 | | |

Commune de Techniville

le 15/04/2021

Rapport technique
à l'attention du Directeur
de la Communication

Objet : Les supports de presse, en vue de la
réfonte du journal municipal et la création
d'outils numériques complémentaires

Selon les Rencontres nationales de la presse territoriale,
plus de 95% des communes de plus de 5000 habitants
éditent un journal régulier destiné à l'ensemble de
ses habitants. Le magazine de Techniville n'a
pas évolué depuis plusieurs années, la municipalité
souhaite le retravailler pour mieux informer les

administrés, véritable mission de service public.

À l'heure du tout numérique, une véritable réflexion s'impose sur cette refonte, qu'elle soit en terme de moyens techniques, de moyens financiers et de moyens humains.

Dans la première partie de ce rapport, nous ferons le point sur les supports de presse dont disposent les communes, et sur l'intérêt de maintenir le "papier".

Dans la seconde partie, plusieurs axes seront proposés pour l'édition d'un nouveau journal, et la création de nouveaux outils numériques de communication pour plus de complémentarité.

I Support de presse, la valorisation des axes politiques pour tous

Face à l'impopularité que peuvent avoir certains élus locaux, il est primordial d'expliquer comment fonctionne la politique locale.

A. Le magazine municipal, véritable miroir de ce qui se passe sur le territoire.

12 à 15 millions de bulletins municipaux sont distribués chaque année. C'est dire l'axe primordial que détient encore ces magazines le devoir (2)

d'informes est primordial, que ce soit l'action des élus, que les projets de la collectivité. Le magazine décrit ces réats en images, en se mettant scène, à travers des reportages, des témoignages. Le journal reste l'autorité de référence car il met en perspective les grands projets politiques de la commune.

B. Une attente des habitants

85% des habitants utilisent la presse territoriale pour s'informes sur la vie locale. Sérieux, personnes anti numérique ou réseaux sociaux, ils sont encore nombreux à ne croire que le "papier", avec ^{enfin} l'arrivée des "Fake news", en tant qu'élément fédérateur, que l'on habite dans une ville de 50 ou 50000 habitants. La relation citoyens/élus passe par ce biais.

Dis entre ceux qui reçoivent le document chez eux et ceux qui le lisent vraiment, l'écart peut être énorme.

II Un nouveau journal, en lien avec les nouvelles technologies

Les nouvelles technologies n'altèrent pas la diffusion du journal, il faut repenser cette nouvelle formule.

A. Un nouveau magazine en lien avec le web

Une maquette avec une charte graphique étudiée, une identité forte et reconnaissable, des couleurs vives et des typos modernes, voilà ce que doit être le nouveau "Techno mag". Un soin particulier aux photos, pleine page pour les plus belles, valorisant la vie locale, devra être apporté. La parole aux habitants, commerçants, associations, sans oublier la tribune libre, devront compléter la maquette. Pour (3)

veilles au respect de tout cela, un comité de rédaction et technique devra être créé; en gardant toujours un œil sur les autres magazines municipaux des villes.
L'édito pourrait même être en "tournoiement", allant d'un élu à l'autre pour chaque publication.

Donner l'envie de lire est le plus grand défi.
Le numérique peut nous y aider!

B. # le web complète mais ne remplace pas
Site internet, panneaux lumineux, création d'application, réseaux sociaux, etc. Tant de moyens existent de nos jours. Mais n'oublions pas de les faire inter-agir entre eux! L'édito papier peut par exemple être complété par "édito vidéo" plus long et ponctué de visuels. Le dossier "travaux" peut être relayé par des photos de chantiers sur Facebook, les informations de route barrée sur Twitter et un portrait de chef de chantier sur YouTube!

Les habitants seront ravis de donner leur avis sur une piste vélo par exemple ou de nommer la heuase qui a élu domicile à la ferme qui fait de l'éco-pâturage.

N'oublions pas que 84% des villes disposent d'un site, 83% sont sur les réseaux sociaux et 43% ont une newsletter. Chaque canal a ses spécificités = Facebook pour plus de relationnel et d'interaction, Instagram pour montrer de belles photos de la commune, le site internet pour le côté plus institutionnel, une application pour les "urgences" avec les notifications (alerte météo, ...), une newsletter pour les dates à venir et à retenir...

La communication territoriale doit privilégier donc un écosystème multi-média. Mais à quel coût?

Co. Avec quels moyens ?

Le journal municipal peut être fait sous différentes formes : par rapport à sa périodicité (mensuel, trimestriel, ...), sous son format (A4, A5, agrafe, grammage), son moyen de distribution (toutes boîtes ou dans des lieux connus), insertion de publicité, mise en page en interne ou par une agence. Une véritable étude de moyen humain et financiers doit être apportée, mais également pour la création d'un service "munérique / web".

Les deux équipes (print & web) doivent bien sûr travailler ensemble pour construire un récit cohérent entre le papier, le site et les réseaux sociaux.