



Commune de

Blonay – Saint-Légier

LA MUNICIPALITÉ

POSTULAT

Blonay, le 2 septembre 2025

Réponse de la Municipalité au postulat de Claude Schwab « Pour une politique de l'information communale » déposé lors de la séance du Conseil communal du 28 janvier 2025

Table des matières

1.	PREAMBULE	3
2.	POSTULAT	3
3.	CONTEXTE	3
4.	POLITIQUE GENERALE D'INFORMATION	4
4.1.	Principes directeurs	4
4.2.	Objectifs	4
5.	LES OUTILS DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE	4
5.1.	Charte graphique communale	4
5.2.	Journal communal – <i>COMM'une info</i>	5
5.3.	Site internet communal	5
5.4.	Réseaux sociaux	6
5.5.	Supports imprimés	7
5.6.	Envois "tout ménage" postaux.....	7
5.7.	Affichage public.....	8
5.8.	Communiqués de presse.....	8
5.9.	Application mobile communale	8
6.	REPARTITION DES RESPONSABILITES	9
6.1.	Rôle de la Municipalité	9
6.2.	Rôle du chargé de communication	9
6.3.	Rôle du secrétariat municipal	10
6.4.	Rôle des services communaux	11
6.5.	Cas particuliers : Maison Picson – Bibliothèque – Travailleuse sociale de proximité	12
6.6.	Recours à des prestataires externes	13
6.7.	Évolution et gouvernance future	13
7.	COMMUNICATION INTERNE	13
7.1.	Extranet communal.....	14
7.2.	<i>Pipelette</i> : le journal interne du personnel	14
7.3.	Outils transversaux et logiques de coordination	14
7.4.	Gouvernance et animation de la communication interne	15
7.5.	Objectifs et perspectives.....	15
8.	STATUT DU JOURNAL <i>COMM'UNE INFO</i>	15
8.1.	Une publication officielle à vocation informative	15
8.2.	Rythme de publication et diffusion.....	16
8.3.	Une gouvernance pluraliste et professionnelle	16
8.4.	Une ouverture cadrée aux contributions.....	17
8.5.	Rubriques récurrentes et logique éditoriale	17
8.6.	Financement et partenariat	18
8.7.	Retour sur l'enquête de satisfaction	18
8.8.	Évolutions à venir : deux nouvelles rubriques	19
9.	INFORMATION REGULIERE SUR LES DECISIONS MUNICIPALES	20
9.1.	Pratiques actuelles	20
9.2.	Une logique d'information sélective	21
10.	RESSOURCES EXTERNES ET PARTICIPATION	21
10.1.	Veille sur les pratiques des autres communes.....	21
10.2.	Une collaboration constructive avec les sociétés locales	22
10.3.	Participation citoyenne	22
11.	CONCLUSION DU RAPPORT	23
12.	REPONSE AU POSTULAT	24

Monsieur le Président,
Mesdames et Messieurs les Conseillères et Conseillers communaux,

1. Préambule

Lors de sa séance du 28 janvier 2025, le Conseil communal a décidé la prise en considération du postulat de Claude Schwab intitulé « Pour une politique de l'information communale ».

Pour rappel, le postulat est une invitation à la Municipalité d'étudier l'opportunité de prendre une mesure ou de faire une proposition dans un domaine particulier et de dresser un rapport. Le postulat n'a pas d'effet contraignant pour la Municipalité si ce n'est l'obligation d'analyser une situation et de rédiger un rapport. Le postulat peut porter sur une compétence du Conseil communal ou de la Municipalité.

Une fois pris en considération, la Municipalité doit impérativement le traiter et y répondre dans un délai de six mois ou, à défaut, dans l'année qui suit le dépôt de la proposition par un rapport.

2. Postulat

Dans son postulat, Claude Schwab invite la Municipalité à présenter un rapport détaillant la politique d'information en vigueur, ses objectifs, les moyens mis en œuvre ainsi que l'organisation des responsabilités en matière de communication publique.

Il soulève également des questions spécifiques concernant le rôle du journal *COMM'une info*, la possibilité de publier plus régulièrement les décisions de la Municipalité, ainsi que l'intérêt d'ouvrir la réflexion à des professionnels de l'information et à la participation citoyenne.

Conformément à la procédure, le présent rapport constitue la réponse officielle de la Municipalité. Ce document apporte des éléments surs :

- Les objectifs de la politique d'information communale et les principes qui la fondent ;
- Les outils de communication actuellement mobilisés (supports papier, numériques, réseaux sociaux, affichage, etc.), avec le détail de leur fonction, de leur contenu et de leur mode d'utilisation ;
- La répartition des responsabilités entre la Municipalité, le chargé de communication, l'administration et les services ;
- Le statut de *COMM'une info*, sa gouvernance et son rôle dans le dispositif global de communication ;
- La publication systématique des décisions municipales, avec un exposé de la stratégie actuelle et des perspectives d'évolution ;
- Les démarches participatives en place et le travail de veille réalisé pour s'inspirer des bonnes pratiques d'autres communes.

3. Contexte

La question de l'information communale a naturellement pris une importance croissante depuis la fusion des anciennes Communes de Blonay et St-Légier-La Chiésaz. Ce changement d'échelle territoriale a conduit à une réflexion renouvelée sur les modalités de communication avec la population. C'est dans ce contexte qu'un poste de chargé de communication a été créé en juin 2023, marquant une volonté claire de professionnaliser et de structurer davantage la communication institutionnelle.

Depuis lors, des efforts ont été engagés pour renforcer la régularité, la clarté et la diversité des supports de communication (site internet, « tout ménage », réseaux sociaux, journal communal, affichage, etc.). Ces efforts s'inscrivent dans une logique de continuité, mais aussi d'adaptation aux besoins exprimés par la population. À ce titre, un sondage a récemment été diffusé dans le journal communal *COMM'une info* afin de recueillir l'avis des habitantes et habitants sur la qualité et l'utilité de l'information publique diffusée dans le journal communal.

La communication communale repose sur une organisation articulée : la Municipalité définit les grandes orientations et impulse les priorités en fonction des projets et de l'actualité, tandis que le chargé de communication assure la mise en œuvre concrète, la gestion courante, la coordination des outils, ainsi que la cohérence des messages. Cette répartition vise à garantir à

la fois la lisibilité de l'action publique et le respect des principes de neutralité et de service à l'ensemble de la population.

Ce rapport s'efforce de refléter l'état actuel des pratiques, les évolutions en cours et les principes qui guident l'action de la Municipalité en matière d'information publique.

4. Politique générale d'information

La communication publique est une mission essentielle de la Commune de Blonay – Saint-Légier. Elle contribue à la transparence de l'action publique, à la compréhension des projets et décisions communales, ainsi qu'à la création d'un lien de confiance durable avec la population. Elle constitue un vecteur de démocratie locale, d'engagement citoyen et de reconnaissance du travail accompli par les services communaux.

Comme évoqué dans l'introduction de ce rapport, la Municipalité a engagé une démarche volontariste de renforcement de sa communication depuis la fusion. L'engagement d'un chargé de communication a marqué une étape structurante. Ce renforcement s'est traduit par l'amélioration des outils existants, le développement de nouveaux canaux, et une attention portée à la cohérence, à la lisibilité et à la neutralité de l'information communale.

4.1. Principes directeurs

La politique de communication repose sur les principes suivants :

- Transparence : mettre à disposition une information fiable, compréhensible et contextualisée ;
- Neutralité : garantir une communication institutionnelle, non partisane et respectueuse du pluralisme ;
- Accessibilité : proposer des contenus adaptés à tous les publics, en variant les supports et les formats ;
- Régularité : assurer une continuité dans la diffusion de l'information, au rythme des projets et de l'actualité ;
- Lisibilité : offrir une information claire, hiérarchisée, valorisante et à forte valeur ajoutée citoyenne.

4.2. Objectifs

La politique de communication vise à

- informer la population sur les activités de la Commune, ses projets, ses réalisations et ses choix stratégiques ;
- favoriser la participation citoyenne, en rendant l'action publique accessible, compréhensible et visible ;
- mettre en valeur les services communaux, leurs missions, leurs agents et leurs collaborations avec les acteurs locaux ;
- développer un sentiment d'appartenance au territoire et à la vie communale ;
- adapter les outils à l'évolution des usages numériques, des attentes sociétales et des exigences en matière d'efficacité administrative.

5. Les outils de communication institutionnelle

La Commune de Blonay – Saint-Légier dispose d'un écosystème de communication particulièrement riche et diversifié, conçu pour assurer une information claire, cohérente et accessible à l'ensemble de la population. Ces outils, à la fois traditionnels et numériques, ont chacun une fonction spécifique tout en s'inscrivant dans une logique de complémentarité. Ils sont gérés, selon des processus définis, impliquant plusieurs niveaux de validation et une coordination transversale assurée par le chargé de communication, en lien étroit avec le secrétariat municipal. Cette section présente en détail les principaux canaux actuellement mobilisés.

5.1. Charte graphique communale

La Commune s'est dotée d'une charte graphique officielle, conçue pour garantir une identité visuelle cohérente, identifiable et professionnelle sur l'ensemble de ses supports de

communication. Cet outil contribue à renforcer la lisibilité de l'action publique, à créer un sentiment d'unité entre les différents canaux, et à renforcer la crédibilité des messages émis par l'administration.

La charte graphique vise à

- assurer une continuité visuelle entre les documents imprimés, les publications numériques, la signalétique et les supports événementiels ;
- renforcer l'image institutionnelle de la Commune à travers des éléments reconnaissables et harmonisés ;
- offrir un cadre de référence clair pour tous les collaborateurs, prestataires ou partenaires impliqués dans la production de contenus visuels.

La charte définit avec précision

- les formes et déclinaisons du logo (officiel, horizontal, monochrome, sur fond coloré) et leurs conditions d'utilisation ;
- les zones de respiration à respecter autour du logo pour préserver sa lisibilité ;
- la palette chromatique officielle, incluant trois couleurs de base (rouge, jaune, vert) et une couleur secondaire pour les éléments graphiques complémentaires ;
- la typographie institutionnelle (Avenir Next), déclinée en plusieurs graisses, et les règles d'usage pour titres, sous-titres et corps de texte ;
- les gabarits pour documents administratifs : en-têtes de lettres, cartes de visite, signatures électroniques, enveloppes, cartes de compliments ;
- les règles d'utilisation dans des contextes spécifiques : sponsoring, signalétique, publications internes et externes.

La charte est mise à disposition de l'ensemble des services. Le chargé de communication est en charge de son application, de son actualisation et de l'accompagnement des services dans son utilisation. Il intervient en appui pour la création de documents ou la validation de supports externes, afin de garantir le respect des normes graphiques communales.

Cette identité visuelle cohérente, sobre et accessible est un levier essentiel de professionnalisation de la communication publique, au service de la transparence, de l'unité institutionnelle et de la qualité de l'information délivrée à la population.

5.2. Journal communal – *COMM'une info*

Le journal communal *COMM'une info* constitue un support majeur de la politique de communication de la Commune. Par son rythme de parution, sa diffusion universelle et sa ligne éditoriale institutionnelle, il assure un lien direct avec la population et valorise la vie locale sous toutes ses dimensions.

Les aspects relatifs à sa vocation, son rythme de parution, sa gouvernance, ses contenus, ses règles de publication et son financement sont détaillés au point « 6. Statut du journal *COMM'une info* ».

5.3. Site internet communal

Le site www.blonay-saint-legier.ch est le socle numérique de la communication institutionnelle. Il centralise de manière structurée toutes les informations pratiques, politiques, administratives et événementielles destinées à la population. Conçu pour un usage quotidien, il garantit un accès direct, fiable et constamment actualisé aux contenus publics. Il assure également la cohérence des messages diffusés sur les autres canaux numériques.

Ses objectifs sont multiples :

- Informer les habitantes et habitants sur les décisions politiques, les projets en cours, les événements, les campagnes de sensibilisation ou les fermetures exceptionnelles ;
- Faciliter l'accès aux prestations communales grâce à un guichet virtuel et des rubriques thématiques (population, urbanisme, finances, écoles, culture, etc.) ;

- Fournir une base documentaire complète avec règlements, formulaires, horaires et autres documents utiles ;
- Mettre en valeur la vie locale, les sociétés et les associations à travers des actualités, portraits, reportages ou un agenda collaboratif ;
- Encourager la participation citoyenne, notamment par une transparence renforcée sur les décisions politiques et la possibilité de publier des événements locaux.

Vitrine du dynamisme territoriale, le site reflète les projets, les engagements et la richesse de la vie communale. Il s'adresse autant à la population qu'aux acteurs locaux et aux partenaires institutionnels.

L'architecture du site s'articule autour de rubriques claires et fonctionnelles :

- *Actualités* : articles rédigés par le chargé de communication, couvrant les projets, décisions politiques et activités locales ;
- *Agenda des manifestations* : mis à jour de manière collaborative par l'administration générale et les associations locales via un formulaire en ligne. La validation est assurée par le secrétariat municipal ou le chargé de communication, garantissant la qualité des publications ;
- *Travaux et chantiers* : informations en temps réel sur les interventions, avec plans, échéances et contacts utiles ;
- *Autorités politiques* : informations liées à la Municipalité (membres, dicastères, délégations, programme de législature), au Conseil communal (composition, commissions, décisions, règlement), ainsi qu'aux objets politiques (préavis, motions, interpellations, etc.) et au calendrier des votations et élections, passées et à venir.
- *Guichet virtuel* : démarches en ligne et téléchargement de formulaires
- Services communaux : présentation des dicastères, horaires, contacts et liens vers leurs pages spécifiques ;
- *Infos pratiques* : gestion des déchets, transports, infrastructures culturelles et sportives, vie scolaire et parascolaire ;
- *Revue de presse* : ensemble des articles ou publications médiatiques qui concernent l'actualité et la vie communale.
- *Thématiques transversales* : durabilité, énergie, sécurité, loisirs, engagement citoyen, etc. ;
- *Offres d'emploi* : consultation en temps réel des postes vacants au sein de l'administration.

La gestion éditoriale repose sur une coordination centrale assurée par le chargé de communication, avec une délégation partielle à certains services formés à la mise à jour de leurs contenus. La maintenance technique est confiée au secrétariat municipal, au chargé de communication et aux prestataires spécialisés.

Depuis 2023, une refonte progressive est en cours pour améliorer l'ergonomie, la compatibilité mobile, la cohérence visuelle et la pertinence des contenus. Des évolutions sont à l'étude, telles que l'intégration d'un moteur de recherche avancé, d'un chatbot ou d'outils participatifs pour renforcer l'interaction avec la population.

5.4. Réseaux sociaux

Facebook, Instagram et LinkedIn constituent les trois plateformes sociales utilisées par la Commune dans une logique de diffusion rapide, visuelle et ciblée de l'information. Ces réseaux permettent d'amplifier la portée des messages, de diversifier les formats de publication (stories, visuels, reels), de faciliter la communication avec la population et « d'humaniser » la communication communale. Elles s'inscrivent dans une stratégie globale visant à assurer une information plus directe, plus visuelle et plus réactive.

La typologie non exhaustive des contenus publiés est la suivante :

- Annonces d'événements (fête nationale, manifestations locales, etc.) ;
- Mise en avant de projets municipaux ou intercommunaux ;

- Partage d'articles issus du *COMM'une info* ou de nouvelles pages du site communal ;
- Informations pratiques (travaux, fermetures temporaires, horaires, offres d'emploi) ;
- Rétrospectives en images d'événements passés ou visites officielles ;
- Mise en valeur visuelle du patrimoine architectural ou naturel de la Commune.
- Relais de campagnes de sensibilisation cantonales ou fédérales.

Facebook est le canal principal d'information de proximité, utilisé pour relayer des actualités, des annonces officielles, des événements ou des alertes. Instagram se concentre davantage sur l'image et l'instantanéité, en mettant en valeur des éléments de vie locale, des coulisses d'événements ou le patrimoine communal. LinkedIn est réservé à des publications à portée institutionnelle, telles que les offres d'emploi, les distinctions, ou les projets structurants.

Le chargé de communication assure la gestion opérationnelle des comptes : création des visuels, rédaction des publications, planification, mise en ligne et suivi. Certains services communaux (environnement, urbanisme, culture, RH, etc.) peuvent proposer des contenus liés à leurs domaines d'activité. Les publications sont généralement diffusées en simultané sur Facebook et Instagram via Meta Business Suite, ce qui garantit cohérence et efficacité éditoriale. L'approche éditoriale reste apolitique, lisible, orientée vers la valorisation des actions communales et l'implication de la société civile.

5.5. Supports imprimés

La Commune conçoit et diffuse régulièrement une variété de supports imprimés ponctuels, mobilisés en fonction des besoins spécifiques de communication. Ces supports prennent la forme de flyers, dépliants, brochures thématiques, mais aussi de panneaux rigides, bâches extérieures, oriflammes, ou encore de cartes de vœux, programmes et invitations officielles. Leur format, leur contenu et leur style graphique sont adaptés au contexte : communication événementielle, campagne de sensibilisation, changement réglementaire, lancement de projet ou moment symbolique.

La diffusion de ces supports est multicanal : ils sont mis à disposition aux guichets des deux centres administratifs, distribués lors d'événements publics (stands, expositions, réunions de quartier), ou envoyés par la poste dans le cadre d'un « tout ménage », lorsque l'enjeu de visibilité le justifie. Cette approche flexible permet d'atteindre à la fois un large public et des publics ciblés, selon le message et les objectifs de la campagne.

La conception et la production sont coordonnées par le chargé de communication, en collaboration étroite avec les services porteurs de projets. La mise en page est assurée en interne ou confiée à des prestataires graphiques mandatés (graphistes indépendants, agences de communication), tandis que l'impression est réalisée par des imprimeurs régionaux reconnus pour leur qualité et leur réactivité. Chaque étape fait l'objet d'un suivi pour garantir la cohérence visuelle avec l'ensemble des supports institutionnels et assurer la lisibilité des messages.

Ces supports imprimés jouent un rôle important dans l'ancrage physique de la communication communale. Ils renforcent la visibilité des actions publiques dans l'espace local, facilitent la diffusion d'informations pratiques ou incitatives, et contribuent à une communication de terrain, visible, accessible et adaptée à la diversité des publics.

5.6. Envois « tout ménage » postaux

Lorsque l'information doit être diffusée rapidement à toute la population, en dehors du calendrier du journal communal, revêt un caractère d'intérêt public général ou pour des messages à fort impact, les envois « tout ménage » sont privilégiés. Ce canal, très opérationnel, est utilisé pour des sujets tels que les votations, les consultations publiques, les chantiers d'importances, les campagnes thématiques, les sondages, les inscriptions à des événements, ou des changements réglementaires.

Un envoi « tout ménage » peut être engagé sur décision de la Municipalité, sur proposition du chargé de communication ou à la demande d'un service communal. Le contenu est rédigé par le service concerné ou par le chargé de communication, puis validé par la Municipalité. Il est ensuite mis en page et imprimé, avant d'être distribué à l'ensemble des foyers par la voie postale. Le format varie selon la nature du message : flyer, lettre, brochure ou dépliant illustré. Ces envois

peuvent être accompagnés d'une campagne complémentaire sur les réseaux sociaux, d'un affichage local, ou d'un article dans le journal communal.

5.7. Affichage public

L'affichage reste un outil de communication de proximité, visible et accessible, particulièrement utile dans l'espace public. Deux piliers sont réservés aux annonces légales (mises à l'enquête, votations, convocations), conformément au droit communal et cantonal. D'autres supports – panneaux sur pied, bâches temporaires, structures mobiles – sont utilisés pour la communication événementielle ou pratique.

Les emplacements sont répartis entre les bâtiments administratifs, les gares, les écoles, les lieux de passage ou de rassemblement. L'organisation de l'affichage est supervisée par le chargé de communication, avec une logique de coordination progressive. La Commune ne dispose pas encore d'un réseau unifié couvrant tout le territoire, mais des efforts sont en cours pour structurer les implantations.

5.8. Communiqués de presse

Les communiqués de presse constituent un levier important dans la politique de communication externe de la Commune. Ils visent à renforcer la visibilité de certaines actions, à valoriser des projets ou à accompagner des décisions ayant une portée particulière. Ils contribuent également à garantir une présence régulière de la Commune dans l'espace médiatique, en maintenant un lien actif avec les rédactions locales et romandes.

Ce canal est activé sur décision de la Municipalité, du chargé de communication ou sur demande d'un service communal, lorsqu'un enjeu de notoriété ou de transparence le justifie. Les thématiques couvertes sont variées : publication des budgets et comptes communaux, présentation de préavis financiers ou d'aménagement, inaugurations, obtention de labels, consultations citoyennes, votations, mais aussi situations sensibles ou urgentes nécessitant une prise de parole rapide et structurée.

La rédaction des communiqués est coordonnée par le chargé de communication, en lien étroit avec les services concernés ou les membres de la Municipalité impliqués. Le format suit les standards journalistiques (titre, introduction, citations, contact), avec un ton apolitique et informatif. Une fois rédigés, les textes font l'objet d'une validation formelle par la Municipalité. Les communiqués sont ensuite transmis à un réseau de médias locaux et régionaux (presse écrite, agences, radios, TV), selon une base de contacts entretenue régulièrement. Ils peuvent être accompagnés de documents visuels et sont souvent relayés sur d'autres canaux communaux : site internet, réseaux sociaux ou journal communal, selon les délais.

Ce dispositif assure à la Commune une présence cohérente dans l'espace public, tout en complétant les outils de communication existants par une diffusion externe structurée.

5.9. Application mobile communale

En cours de développement, l'application mobile viendra compléter les autres canaux en offrant une navigation fluide, une interface intuitive et condensée, spécifiquement pensée pour une consultation sur smartphone. Elle s'adresse aux publics mobiles, aux jeunes générations et aux personnes moins connectées aux supports traditionnels. Son objectif est de rendre l'information plus directe, plus ciblée et plus réactive.

L'application permettra de consulter les actualités, l'agenda, le journal communal, les formulaires en ligne, ainsi que de recevoir des notifications en temps réel pour les urgences, les travaux, les coupures ou les événements. Elle sera gratuite, sans obligation de compte, et disponible sur iOS et Android. Elle s'appuiera sur les contenus existants du site internet communal, tout en offrant un canal réactif pour les communications ponctuelles.

6. Répartition des responsabilités

La mise en œuvre de la politique de communication de la Commune de Blonay – Saint-Légier repose sur une organisation structurée, fondée sur la collégialité, la transversalité et la complémentarité des compétences. Elle mobilise les autorités politiques, le chargé de communication, le secrétariat municipal, les services communaux et des partenaires externes, dans un esprit de responsabilité partagée et de recherche constante de cohérence et de qualité dans les messages adressés à la population. Cette gouvernance permet à la Commune d'adapter sa communication aux enjeux du moment tout en garantissant la continuité, la clarté et la pertinence des informations diffusées.

6.1. Rôle de la Municipalité

La Municipalité assume la responsabilité politique de la communication publique. En tant qu'organe exécutif, elle fixe les grandes orientations stratégiques, encadre les principes de diffusion de l'information et veille à garantir une communication conforme aux valeurs fondamentales de neutralité, d'accessibilité et de transparence.

Définition des orientations et validation des messages

La Municipalité détermine les lignes directrices de la communication institutionnelle, tant sur le fond que sur la forme. Elle valide les messages sensibles ou engageants, ainsi que les grandes campagnes d'information. Les décisions sont prises selon le principe de collégialité, en assurant une cohérence d'ensemble et une continuité dans la parole publique.

Chaque membre peut proposer des contenus à valoriser, en lien avec son dicastère ou avec les enjeux transversaux de la politique communale. Certaines validations peuvent, selon les circonstances, être déléguées au syndic ou au membre concerné, en coordination avec le chargé de communication.

Supervision politique de la mise en œuvre

La Municipalité s'assure que la stratégie de communication est appliquée de manière rigoureuse et cohérente par l'administration. Elle entretient un dialogue régulier avec le chargé de communication et les services, afin de garantir une bonne articulation entre la vision politique portée par l'exécutif et les contenus diffusés auprès de la population.

Rôle spécifique du syndic

Dans ce dispositif, le syndic joue un rôle de premier plan. Porte-parole officiel de la Commune, il est l'interlocuteur de référence vis-à-vis des médias, qu'il s'agisse de répondre à des sollicitations journalistiques, de porter l'image institutionnelle de Blonay – Saint-Légier lors d'événements ou de relayer des messages à portée symbolique ou stratégique. Par sa présence active et sa capacité de représentation, il contribue à assurer la continuité et la crédibilité de la parole communale.

Ainsi, la gestion des relations avec la presse relève de la responsabilité du syndic, qui peut, selon les situations, répondre directement ou rediriger vers la personne la plus compétente. En cas d'absence, cette fonction est assumée par la vice-présidence de la Municipalité.

Lorsqu'un projet spécifique est porté par un autre membre de l'exécutif, il est admis que ce municipal ou cette municipale devient le répondant ou la répondante auprès des médias pour les questions directement liées à son dossier.

6.2. Rôle du chargé de communication

Le pilotage opérationnel de la communication est assuré par le chargé de communication, rattaché au secrétariat municipal. Il occupe une fonction centrale et transversale, au croisement de la stratégie, de la coordination, de la production et du conseil. Sa mission consiste à mettre en œuvre la politique de communication définie par la Municipalité, à garantir la circulation fluide et cohérente de l'information sur tous les canaux, et à veiller à la qualité, la lisibilité et la pertinence des messages diffusés. Son rôle s'articule autour de trois volets principaux.

Coordination éditoriale et cohérence des messages

Le pilotage opérationnel de la communication est assuré par le chargé de communication, rattaché au secrétariat municipal. Il occupe une fonction centrale et transversale, au croisement de la stratégie, de la coordination, de la production et du conseil. Sa mission consiste à mettre en œuvre la politique de communication définie par la Municipalité, à garantir la circulation fluide et cohérente de l'information sur tous les canaux, et à veiller à la qualité, la lisibilité et la pertinence des messages diffusés. Son rôle s'articule autour de trois volets principaux.

Production de contenus et gestion opérationnelle des supports

Il rédige ou relit les textes, met en page les documents, conçoit ou supervise la création des visuels, en lien avec des prestataires si nécessaire. Il assure la gestion directe de plusieurs outils clés :

- le site internet communal, publication des actualités, mise à jour des pages transversales, coordination avec les services contributeurs ;
- les réseaux sociaux : planification, rédaction et diffusion des contenus, création des visuels, modération des commentaires et suivi des échanges ;
- les communiqués de presse : rédaction en lien avec les services et validation par la Municipalité, diffusion aux médias, gestion des relations presse ;
- les envois « tout ménage » : conception des messages, mise en page, coordination logistique avec l'imprimeur et La Poste ;
- les supports imprimés ponctuels : flyers, affiches, brochures, de la conception à la diffusion ;
- les dispositifs d'affichage : validation des visuels, coordination des impressions et supervision de la pose ;
- l'application mobile (en développement) : définition des contenus, phases de test et collaboration avec le prestataire technique.

Appui stratégique et animation du dispositif interne

Le chargé de communication agit en tant que conseiller auprès de la Municipalité et des services communaux. Il les accompagne dans la formulation de messages clairs et accessibles, propose des formats adaptés aux enjeux et contribue à la lisibilité de l'action publique. Il est également force de proposition pour faire évoluer les outils, intégrer de nouvelles pratiques ou ajuster les contenus aux attentes du public. Enfin, il assure l'animation du réseau interne de communication, en favorisant la circulation de l'information entre les services, l'administration et les partenaires externes (graphistes, imprimeurs, développeurs, etc.).

Par cette fonction polyvalente, le chargé de communication constitue un maillon essentiel de la communication institutionnelle, garant de sa cohérence, de sa qualité et de son efficacité au quotidien.

6.3. Rôle du secrétariat municipal

Le secrétariat municipal occupe une fonction d'interface essentielle entre les autorités politiques, l'administration et le chargé de communication. Il contribue à la mise en œuvre concrète de la politique de communication, en assurant la coordination administrative, la circulation de l'information et le bon déroulement des processus internes. Sa mission combine à la fois une vision transversale portée par le secrétaire municipal adjoint et un travail de soutien quotidien assuré par les collaboratrices du service.

Appui à la planification éditoriale

En étroite collaboration avec le chargé de communication, le secrétariat municipal participe à la coordination et au suivi du calendrier éditorial de différents supports (site internet, RS, *COMM'une info*, etc.). Il veille au respect des échéances, anticipe les besoins de coordination et contribue à l'articulation des contenus en fonction de l'actualité et des priorités fixées par la Municipalité.

Contribution des collaboratrices du service

Les collaboratrices du secrétariat municipal jouent un rôle central dans le soutien opérationnel de la communication. Leur travail quotidien inclut notamment :

- la préparation et la diffusion des communications officielles (convocations, ordres du jour, annonces publiques) ;
- la mise en forme et le contrôle administratif de documents destinés à être publiés (préavis, extraits de décisions, communications légales) ;
- la gestion de certaines mises à jour du site internet ;
- le suivi administratif de certaines campagnes d'information, qu'il s'agisse de tout-ménages, d'affichages ou de documents transmis à l'imprimerie ;
- l'accueil et l'orientation des demandes de la population ou des partenaires, qui peuvent ensuite être relayées vers les services communaux ou la Municipalité.

Par ce travail de fond, elles garantissent la rigueur des contenus, la traçabilité des processus et la fluidité de la circulation de l'information à l'intérieur comme à l'extérieur de l'administration. Leur rôle, souvent discret, est pourtant indispensable à la bonne exécution de la politique de communication.

Supervision technique en lien avec les prestataires

Le secrétaire municipal adjoint intervient dans la gestion technique de certains outils de communication, en particulier le site internet. Il coordonne certaines relations avec les prestataires spécialisés (développeurs, hébergeurs, etc.) et s'assure de la maintenance fonctionnelle des plateformes utilisées.

Un rôle de charnière

Par sa position transversale, le secrétariat municipal constitue un maillon clé entre vision stratégique et mise en œuvre opérationnelle. Il assure le lien entre les orientations politiques définies par la Municipalité et leur traduction concrète dans les outils de communication. Collaborateur stratégique de premier plan du chargé de communication, le secrétaire municipal adjoint en soutient l'action au quotidien, tandis que les collaboratrices du service assurent la continuité administrative et la fiabilité de la diffusion des informations.

6.4. Rôle des services communaux

Les services communaux jouent un rôle essentiel dans le dispositif de communication publique. À la fois producteurs d'information et partenaires de sa diffusion, ils contribuent activement à l'alimentation des contenus, à leur validation et à leur valorisation.

Contribution à la production de contenus

Les services sont les premiers relais de terrain des projets, prestations et actualités. Leur mission en matière de communication s'exerce principalement à travers

- la transmission de contenus bruts : textes, visuels, données techniques ou calendriers ;
- la proposition de sujets à intégrer dans les supports institutionnels (*COMM'une info*, site internet, réseaux sociaux, « tout ménage », affichage...) ;
- la validation des informations rédigées par le chargé de communication, lorsqu'elles relèvent de leur domaine de compétence ;
- la participation à des campagnes transversales, notamment dans les domaines de la mobilité, de l'environnement, de la prévention ou de la culture.

Publication décentralisée et coordination avec le chargé communication

Certains services, après formation, disposent d'un accès autonome à des rubriques spécifiques du site internet communal, à leurs pages de service et à l'agenda des manifestations, principalement géré par l'administration générale. Cette autonomie s'inscrit dans une logique de gestion décentralisée, encadrée par le chargé de communication, qui assure la relecture, la cohérence éditoriale et, si nécessaire, un appui technique.

Le lien entre les services et le chargé de communication est permanent. Il permet de garantir la fluidité des échanges, la pertinence des contenus, et l'adéquation des messages avec les enjeux locaux et les attentes des usagers.

Par leur expertise métier et leur proximité avec les publics, les services communaux enrichissent la communication de la Commune. Leur implication est déterminante pour assurer une information complète, fiable, réactive et ancrée dans la réalité quotidienne du territoire.

6.5. Cas particuliers : Maison Picson – Bibliothèque – Travailleuse sociale de proximité

Certaines entités actives dans les domaines socioculturel, éducatif ou de prévention disposent d'une autonomie partielle en matière de communication. Bien qu'intégrées administrativement à la Commune, elles gèrent leur propre présence numérique et assurent la promotion de leurs activités par des canaux adaptés à leurs publics cibles.

Leur autonomie en matière de communication repose sur :

- la spécificité de leurs missions et de leurs publics cibles,
- une confiance dans leur capacité à gérer leurs propres canaux dans le respect de la charte graphique et des principes de neutralité,
- un dialogue régulier avec le chargé de communication, garant de la cohérence globale du dispositif.

Cette organisation souple permet de concilier réactivité, proximité et cohérence, tout en valorisant la diversité des initiatives portées par les différents acteurs communaux.

Maison Picson

La Maison Picson, centre social et culturel de la Commune, dispose de son propre site internet et gère ses comptes sur Facebook et Instagram.

Cette autonomie de communication permet de relayer efficacement

- les événements culturels organisés sur place ou avec des partenaires,
- les activités associatives hébergées,
- les projets sociaux ou intergénérationnels développés au sein de la structure.

L'équipe de la Maison Picson travaille en étroite coordination avec le chargé de communication de la Commune, notamment pour l'insertion d'événements dans l'agenda collaboratif, la valorisation d'actions dans le journal *COMM'une info* ou le relais ponctuel via les réseaux sociaux communaux.

Bibliothèque de Blonay – Saint-Légier

La bibliothèque communale bénéficie également d'une communication semi-autonome. Elle dispose de son propre site internet et de comptes sur Facebook et Instagram.

Ces canaux sont utilisés pour

- annoncer les nouveautés, les horaires et les fermetures exceptionnelles,
- relayer les animations, lectures publiques, accueils de classes ou expositions,
- promouvoir la lecture auprès de différents publics, en particulier les enfants et les familles.

La bibliothèque alimente également certains contenus diffusés sur les canaux communaux, notamment via l'agenda des manifestations en ligne.

Travailleuse sociale de proximité (TSP)

La travailleuse sociale de proximité (TSP), rattachée à la Maison Picson, dispose d'un compte Instagram dédié à la valorisation des activités proposées aux jeunes de la Commune.

Ce canal permet de

- promouvoir les ateliers, sorties, animations ou projets co-construits avec les adolescents,

- relayer les messages de prévention,
- donner de la visibilité aux initiatives locales jeunesse.

Ce dispositif de communication, plus souple et ciblé, s'inscrit dans une logique d'adaptation aux usages numériques des publics jeunes, tout en maintenant un lien avec la stratégie globale de la Commune.

6.6. Recours à des prestataires externes

La Commune recourt également, sur mandat, à des prestataires externes pour la réalisation de supports nécessitant une expertise spécifique :

- Graphistes (mise en page de *COMM'une info*, flyers, affiches) ;
- Imprimeurs locaux pour les tirages ;
- Prestataire de solution web, d'hébergement, développeurs pour l'application ou le site ;
- Vidéastes ou photographes pour des projets visuels ponctuels.

La coordination de ces collaborations est assurée par le chargé de communication et/ou le secrétariat municipal, en lien étroit avec les services porteurs de contenu. Ce recours à des professionnels permet de renforcer la qualité visuelle, technique et narrative de la communication publique, tout en maîtrisant les délais et les coûts.

6.7. Évolution et gouvernance future

La gouvernance de la communication communale repose sur des fondations solides, tout en conservant une capacité d'adaptation essentielle face aux évolutions des pratiques, des outils et des attentes citoyennes. À ce jour, la Municipalité a fait le choix de ne pas instituer de commission municipale permanente dédiée à la communication, considérant qu'un tel dispositif, incluant des conseillers communaux, pourrait introduire une forme de politisation de l'information communale, contraire au principe de neutralité qui la guide.

Elle privilégie à l'inverse une approche souple, transversale et pragmatique, fondée sur un dialogue permanent entre l'exécutif, l'administration, le chargé de communication et, selon les projets, les professionnels externes impliqués. Ce mode de fonctionnement garantit une réactivité forte, une cohérence dans les messages et une circulation fluide de l'information, tout en préservant la maîtrise institutionnelle des contenus diffusés.

Dans une logique d'ouverture et d'innovation, la Municipalité reste néanmoins favorable à la création ponctuelle de groupes de travail thématiques, mobilisés autour de projets spécifiques. Ces groupes peuvent intervenir, par exemple, pour accompagner l'évolution de certains outils (identité visuelle, refonte du site, développement d'une plateforme participative, gestion de la communication de crise), ou encore pour associer la société civile à des campagnes ciblées (jeunesse, durabilité, culture, etc.). Cette gouvernance modulable permet de tester des formats, de recueillir des avis, d'élargir les perspectives, sans rigidifier l'organisation actuelle.

Ce fonctionnement agile et structuré s'inscrit pleinement dans le cadre légal cantonal. En vertu de l'article 4 de la Loi sur les communes, la répartition des compétences entre le Conseil communal (organe législatif) et la Municipalité (organe exécutif) confère à cette dernière la compétence résiduelle en matière de communication. En l'absence de disposition spécifique, il appartient donc à la Municipalité de définir, coordonner et mettre en œuvre la politique de communication communale. Cette règle, rappelée dans les documents de référence cantonaux, garantit la légitimité de l'exécutif à piloter cette fonction essentielle.

7. Communication interne

Depuis la fusion, la Commune a progressivement mis en place une politique de communication interne visant à renforcer la cohésion administrative, fluidifier les échanges et garantir à chaque membre du personnel un accès équitable, structuré et régulier à l'information. Cette démarche repose sur un ensemble d'outils complémentaires, formels et informels, ainsi que sur un pilotage transversal assuré par le chargé de communication, en lien étroit avec le secrétariat municipal adjoint, les ressources humaines et les chefs de service.

7.1. Extranet communal

Mis en service en 2024, l'extranet communal constitue un espace numérique sécurisé, destiné à l'ensemble du personnel administratif et technique de la Commune. Accessible depuis les postes de travail et certains appareils mobiles, il permet de centraliser les documents organisationnels, de faciliter la circulation d'informations internes et de soutenir la coordination entre les services.

Pensé comme un point d'accès centralisé, il répond aux objectifs suivants :

- garantir un accès équitable aux documents de référence ;
- structurer la diffusion des informations organisationnelles (hors messages opérationnels) ;
- harmoniser les pratiques à l'échelle de l'administration.

Ses principales fonctionnalités incluent :

- des actualités internes (annonces, changements organisationnels, informations générales) ;
- des documents RH (formulaire, procédures liées aux congés, absences, formations, règlements) ;
- des fiches de service, organigrammes et éléments de coordination ;
- un accès direct aux éditions PDF de *Pipelette*, le journal interne du personnel ;
- un répertoire de documents utiles liés aux procédures transversales.

Le contenu est mis à jour conjointement par le secrétariat municipal, les ressources humaines et le chargé de communication, chacun selon son domaine de compétence.

7.2. *Pipelette* : le journal interne du personnel

Lancé en novembre 2024, *Pipelette* est le journal interne du personnel communal, conçu pour renforcer la cohésion au sein des équipes, valoriser les métiers et encourager une culture de travail partagée. Il complète l'extranet en adoptant une approche plus humaine, conviviale et narrative, accessible à tous les profils.

Ses objectifs sont multiples :

- créer du lien entre les services et les personnes ;
- mettre en lumière les métiers, les missions et les engagements individuels ;
- partager les projets collectifs, les réussites et les temps forts de la vie administrative ;
- encourager une dynamique d'équipe fondée sur la reconnaissance, la curiosité et la bienveillance.

Chaque numéro comprend de manière non exhaustive :

- un mot d'introduction du chargé de communication ;
- des portraits d'agents communaux, présentant leur quotidien professionnel ;
- un point d'actualité sur des projets transversaux ou à fort impact collectif ;
- des rubriques légères et illustrées : anecdotes, photos d'archives, quiz, souvenirs d'équipe, moments partagés ;
- des interviews plus personnelles, pour découvrir les collègues sous un autre angle.

Pipelette est rédigé et coordonné par le chargé de communication, en collaboration avec les ressources humaines, le secrétaire municipal adjoint et les services communaux. Les contenus peuvent être proposés directement par le personnel communal ou émerger des échanges lors des réunions de service. Ce support est pensé comme un projet collectif, avec la volonté affirmée de le co-construire dans un esprit bienveillant et inclusif.

Le ton adopté se veut simple, vivant et accessible à toutes et tous. *Pipelette* paraît trois fois par an, est diffusé par newsletter à l'ensemble du personnel, et une dizaine d'exemplaires imprimés sont déposés dans les lieux de vie de la Commune. Chaque édition est également archivée en PDF sur l'extranet, pour une consultation à tout moment.

7.3. Outils transversaux et logiques de coordination

Outre l'extranet et *Pipelette*, la Commune mobilise plusieurs outils pour faciliter la coordination interne et la circulation de l'information :

- eSéance est l'outil officiel pour la gestion des séances, la circulation des documents et la traçabilité des décisions entre les services, le secrétariat municipal et la Municipalité ;
- des réunions de chefs de service et séances interservices sont organisées régulièrement pour assurer une coordination transversale, anticiper les besoins et partager les actualités ;
- des moyens informels comme les échanges WhatsApp, les appels directs ou les discussions spontanées sont valorisés pour leur efficacité, tout en appelant à un minimum de traçabilité lorsqu'ils concernent des décisions ou des instructions officielles.

7.4. Gouvernance et animation de la communication interne

La coordination de la communication interne est assurée par le chargé de communication, en collaboration avec :

- le secrétariat municipal, pour la cohérence stratégique et organisationnelle ;
- le service des ressources humaines, pour les informations à caractère RH, logistique ou réglementaire ;
- les chefs de service, qui assurent la remontée, la diffusion et l'adaptation de l'information dans leurs équipes.

Des dispositifs de consultation ponctuelle sont également mis en place afin de recueillir l'avis des équipes. À ce titre, un sondage mené en 2024 auprès des chefs de service et de secteur a permis d'obtenir des retours concrets sur la qualité de la communication interne, la circulation de l'information et l'usage des outils existants. Les enseignements tirés de cette enquête alimentent aujourd'hui les réflexions et ajustements en cours.

7.5. Objectifs et perspectives

La stratégie de communication interne vise à :

- renforcer la cohésion entre les deux anciens sites (Blonay et St-Légier-La Chiésaz) ;
- structurer les canaux d'information pour plus de clarté et d'efficacité ;
- valoriser les métiers et les personnes, en créant un climat de reconnaissance mutuelle ;
- garantir l'égalité d'accès à l'information, quel que soit le service ou la fonction ;
- favoriser un environnement de travail transparent et bienveillant, propice à la coopération.

Des évolutions sont encore en cours pour harmoniser les pratiques, améliorer l'ergonomie des outils, encourager une culture commune post-fusion et intégrer des formats innovants. Cette démarche s'inscrit dans une volonté continue de faire progresser la communication interne comme levier de cohésion, de motivation et de performance collective.

8. Statut du journal *COMM'une info*

Le journal communal *COMM'une info* constitue l'un des piliers de la stratégie de communication publique de la Commune de Blonay – Saint-Légier. À la fois outil d'information, vecteur de lien social et support de valorisation du territoire, il incarne la volonté municipale de renforcer la transparence, la proximité et l'implication citoyenne.

8.1. Une publication officielle à vocation informative

COMM'une info est un journal édité par la Commune de Blonay – Saint-Légier. Sa ligne éditoriale est encadrée par une charte rédactionnelle adoptée en 2023, qui définit avec précision son positionnement, ses objectifs et ses principes de fonctionnement.

Cette charte repose sur quatre fondements essentiels :

- la neutralité politique : le journal adopte un positionnement strictement non partisan. Aucune tribune politique, opinion personnelle ou prise de position électorale n'y est admise. Cette règle garantit l'impartialité des contenus et leur conformité à l'intérêt général.
- l'absence de visée commerciale : *COMM'une info* n'est pas un support publicitaire. Seules les mentions relatives aux commerçants membres du GCAB ou du GCAS sont

autorisées, dans un cadre clairement défini. Le journal reste à l'abri de toute influence économique directe.

- une ligne éditoriale constructive et orientée vers le territoire : la publication met en lumière les projets communaux, les services publics, les événements, les initiatives citoyennes et les talents locaux. L'objectif est de refléter la vitalité de la Commune, de valoriser les actions concrètes menées au service de la collectivité, et de renforcer le sentiment d'appartenance.
- une exigence de qualité, de clarté et d'accessibilité : les contenus sont rédigés dans un langage clair, les informations sont systématiquement vérifiées, la mise en page est soignée et l'identité graphique cohérente. Chaque numéro répond à un souci de lisibilité et de rigueur informative.

Dans cet esprit, *COMM'une info* ne se veut ni un lieu de débat public, ni un espace d'expression libre ou de confrontation d'opinions. Il ne vise pas à susciter la polémique, mais à expliquer, illustrer et rendre visible l'action publique locale. Son ambition est d'offrir à la population un repère fiable, régulier et accessible sur la vie communale, tout en stimulant l'intérêt pour les enjeux collectifs.

8.2. Rythme de publication et diffusion

COMM'une info est publié sept fois par an et diffusé en version papier à l'ensemble des foyers de la Commune de Blonay – Saint-Légier. Chaque numéro est tiré à environ 5'900 exemplaires, sous forme de « tout ménage », garantissant ainsi une couverture complète du territoire communal et un accès équitable à l'information publique.

En parallèle, le journal est également disponible au format numérique sur le site internet de la Commune, via un espace dédié accessible à l'adresse www.blonay-saint-legier.ch/comm-une-info. Ce "sous-site" regroupe l'ensemble des ressources liées à la publication, afin d'en faciliter la consultation, la réutilisation ou la participation.

Les contenus accessibles en ligne incluent

- les éditions en cours et archivées,
- une sélection d'articles et des galeries photos,
- le calendrier éditorial annuel,
- les règles de participation (formats, délais, critères éditoriaux),
- la composition du groupe de rédaction,
- les coordonnées de contact (rédaction, publicité, GCAB, GCAS, etc.),
- les règles concernant les annonces publicitaires.
- l'impressum et la charte rédactionnelle intégrale.

Cette double diffusion, à la fois papier et numérique, permet de toucher un public large et diversifié, tout en garantissant l'accessibilité du journal aux personnes qui privilégient la lecture en ligne, la recherche d'archives ou la contribution à la vie communale. Elle incarne la volonté de la Commune de conjuguer tradition, ouverture et modernité dans ses outils de communication.

8.3. Une gouvernance pluraliste et professionnelle

La production de chaque numéro de *COMM'une info* repose sur une gouvernance structurée, qui associe compétences professionnelles, pluralité des regards et cadre institutionnel clair.

La coordination générale est assurée par une rédactrice en cheffe externe, mandatée par la Commune pour garantir la qualité rédactionnelle, la cohérence graphique et le bon déroulement de chaque édition. Elle pilote la conception du journal, veille au respect de la charte rédactionnelle et assure l'équilibre entre les différentes contributions. Elle travaille en lien étroit avec le chargé de communication et le secrétaire municipal adjoint, qui coordonnent la planification éditoriale, le lien avec les services communaux et la relation avec les prestataires (graphiste, imprimeur, photographes).

La conception des contenus est encadrée par un groupe de rédaction pluraliste, qui se réunit à chaque numéro pour valider les thématiques, relire les contenus sensibles et formuler des ajustements si nécessaire.

Ce groupe est composé :

- de quatre membres de la Municipalité,
- du secrétaire municipal,
- du secrétaire municipal adjoint,
- du chargé de communication,
- d'un représentant du GCAB,
- d'un représentant du GCAS,
- de la graphiste du journal,
- et de la personne en charge de la coordination publicitaire.

En amont de chaque séance plénière, un sous-groupe de coordination, constitué de la rédactrice en cheffe, du secrétaire municipal adjoint et du chargé de communication, prépare le travail éditorial. Il effectue une présélection des sujets proposés, élabore l'ordre du jour de la prochaine séance de rédaction, et propose, le cas échéant, des évolutions de fond ou de forme concernant la ligne ou la structure du journal.

Les articles publiés dans *COMM'une info* sont en grande partie rédigés par la rédactrice en cheffe du journal, en collaboration étroite avec les services de la Commune, mais aussi par des contributeurs externes. Toutes les contributions sont encadrées par des règles strictes, telles que définies dans la charte rédactionnelle, notamment en matière de ton, de neutralité et de pertinence.

La validation finale des contenus est toujours collective, avant transmission à la graphiste puis à l'impression. Ce processus garantit la qualité des informations, le respect du cadre éditorial et la diversité des voix représentées, dans un esprit de cohérence institutionnelle et d'ouverture maîtrisée.

8.4. Une ouverture cadrée aux contributions

Dans un esprit de participation citoyenne et de valorisation des initiatives locales, *COMM'une info* s'ouvre régulièrement à des contributions extérieures. Les sociétés locales, associations, commerçants ou habitantes et habitants de la Commune peuvent ainsi proposer des articles destinés à figurer dans le journal. Cette ouverture, encouragée par la Municipalité, s'exerce toutefois dans un cadre éditorial strict, garant de la cohérence du message institutionnel.

Pour être acceptées, les contributions doivent répondre à un ensemble de critères définis par la charte rédactionnelle et les modalités de fonctionnement du journal.

Ce cadre permet de maintenir un équilibre entre ouverture à la société civile et exigence éditoriale, en garantissant que chaque contribution s'insère harmonieusement dans l'ensemble du numéro. Il permet également de préserver la lisibilité du journal, sa crédibilité auprès du public et la cohérence des messages portés par la Commune à travers ce support.

8.5. Rubriques récurrentes et logique éditoriale

Le contenu éditorial de *COMM'une info* est organisé autour de rubriques thématiques, qui structurent chaque numéro et permettent d'aborder les multiples facettes de la vie communale. Ces rubriques, bien que non systématiques à chaque édition, reviennent régulièrement en fonction de l'actualité, des priorités institutionnelles et des ressources disponibles.

Parmi les formats les plus fréquemment mobilisés figurent :

- des informations pratiques relatives à l'administration, aux prestations offertes par les services ou aux démarches à effectuer ;
- des présentations de chantiers et travaux communaux, incluant des informations concrètes sur les dates, les impacts et les contacts utiles pour les usagers ;
- des retours sur les décisions politiques qu'il s'agisse des séances du Conseil communal ou de communications de la Municipalité ;
- des reportages photos mettant en valeur les événements récents et la vie locale ;
- des portraits de personnalités engagées, de membre du personnel communal ou de figures locales ;
- une chronique historique rédigée par l'archiviste communal, qui propose un éclairage patrimonial sur le territoire ;
- des actualités économiques, notamment l'ouverture de commerces, des anniversaires d'activité ou des projets d'intérêt général portés par des entreprises locales ;

- un agenda des manifestations, qui recense les événements à venir organisés sur le territoire communal ;
- une page dédiée à la Maison Picson, qui met en lumière ses activités sociales, culturelles et intergénérationnelles.

Par ailleurs, le journal participe à la promotion économique locale, dans une logique de valorisation du tissu commercial et artisanal. Cette visibilité est encadrée par des critères précis. Les articles consacrés aux entreprises locales sont admis à condition qu'ils :

- concernent des membres actifs du GCAB ou du GCAS,
- traitent d'une actualité concrète, pertinente et susceptible d'intéresser un large public (nouvelle activité, évolution significative, événement marquant),
- soient rédigés dans un format informatif, explicatif et non promotionnel,
- respectent les exigences de neutralité, de ton et d'utilité définies par la charte rédactionnelle.

8.6. Financement et partenariat

Le journal *COMM'une info* repose sur un modèle de financement mixte, combinant soutien public et contributions indirectes du tissu économique local. Cette organisation alimente le financement du support tout en préservant son indépendance éditoriale et sa cohérence institutionnelle.

D'une part, une subvention communale couvre une partie des frais liés à la production du journal, notamment les coûts rédactionnels, graphiques et d'impression. Ce soutien public assure la continuité de la publication et témoigne de l'importance accordée à la communication avec la population.

D'autre part, un partenariat encadré avec les associations économiques locales (GCAB et GCAS) permet de financer une part des coûts par le biais de recettes publicitaires. Ces annonces sont strictement réservées aux membres de ces deux groupements, dans le cadre d'un accord transparent et conforme à la ligne éditoriale du journal. Il est important de préciser qu'aucune contribution financière directe n'est versée à la Commune par les associations elles-mêmes. Seules les annonces commandées individuellement par leurs membres sont facturées, selon des conditions définies.

Par ailleurs, les sociétés locales reconnues par la Municipalité bénéficient d'un droit à une annonce gratuite par an, à condition qu'elle concerne une manifestation non lucrative organisée sur le territoire communal.

Ce modèle équilibré garantit :

- une péréquation entre financement public et apport économique local ;
- le respect de la ligne éditoriale, sans influence commerciale ;
- une ouverture maîtrisée aux acteurs économiques de proximité.

Il constitue ainsi un levier efficace pour concilier exigence journalistique, transparence institutionnelle et soutien à la vie économique locale.

8.7. Retour sur l'enquête de satisfaction

En octobre 2024, la Commune de Blonay – Saint-Légier a mené une enquête de satisfaction auprès de la population afin d'évaluer la perception et l'usage du journal *COMM'une info*. Près de 700 lecteurs ont répondu à ce sondage, confirmant l'importance du journal dans le paysage informatif local et apportant des indications précieuses sur les attentes actuelles et futures.

Les résultats mettent en lumière un fort attachement au journal, avec 96 % des répondants déclarant lire chaque édition. La majorité des lecteurs se montrent satisfaits de la forme actuelle du journal, appréciant son ton informatif, sa présentation soignée et son équilibre entre textes et images. La fréquence de parution, le format papier et la diversité des sujets traités sont également plébiscités. La ligne éditoriale est perçue comme claire et pertinente, en particulier pour les tranches d'âge supérieures à 60 ans, qui composent une part importante du lectorat.

Toutefois, plusieurs pistes d'amélioration ont émergé, exprimées notamment par les tranches plus jeunes ou par des lecteurs souhaitant une approche plus dynamique. Parmi les suggestions les plus fréquentes figurent :

- un renforcement de la couverture de la vie politique communale, jugée encore insuffisamment lisible par plus de la moitié des participants ;
- une meilleure représentation des jeunes, des familles et des thématiques émergentes (durabilité, innovations locales) ;
- davantage de portraits, d'histoires de proximité, de contenus pratiques ou participatifs ;
- une modernisation visuelle modérée, sans remise en cause du style actuel, ainsi qu'une complémentarité numérique accrue, par exemple avec des formats interactifs ou une version digitale enrichie ;
- enfin, une ouverture plus marquée à l'interaction citoyenne, via des contributions, sondages ou propositions de sujets.

En réponse à ces enseignements, la Municipalité a souhaité faire évoluer le journal de manière progressive et ciblée, sans bouleverser son identité.

8.8. Évolutions à venir : deux nouvelles rubriques

À la suite de l'enquête de satisfaction menée en automne 2024 auprès des lectrices et lecteurs de *COMM'une info*, la Municipalité a décidé d'enrichir la structure éditoriale du journal avec l'introduction de deux nouvelles rubriques à l'automne 2025. Ces ajouts répondent à une double ambition : renforcer la dimension pédagogique du journal et favoriser une participation plus large des publics cibles.

Rubrique "Autorité et décisions politiques"

Cette nouvelle page vise à mieux faire connaître le fonctionnement des institutions locales, et en particulier du Conseil communal. Son objectif est de renforcer la compréhension du système politique communal et de rendre les processus de décision plus lisibles pour l'ensemble de la population.

La rubrique adopte un ton pédagogique, apolitique et synthétique, à destination d'un large public. Elle ne traite pas directement des décisions de la Municipalité — celles-ci étant déjà abordées dans d'autres articles du journal — mais se concentre sur le travail du pouvoir législatif local. Chaque édition propose, de manière non systématique :

- une présentation condensée des décisions prises lors des deux dernières séances du Conseil communal ;
- un encadré pratique annonçant les prochaines dates de séance ;
- un focus thématique lié au contexte des élections communales de 2026, avec des éclairages sur les rôles des élus, les objets politiques, les procédures ou le calendrier électoral ;
- un lien direct vers la page dédiée du site internet communal, pour consulter l'ensemble des informations officielles et accéder aux documents complets.

Les contenus sont élaborés à partir des procès-verbaux validés, par la rédactrice en cheffe en collaboration avec le chargé de communication et le secrétaire municipal adjoint.

Rubrique "La Voix des Jeunes"

Destinée à la jeunesse de la Commune, cette rubrique vise à offrir un espace d'expression encadré, participatif et accessible, spécifiquement conçu pour valoriser les initiatives, préoccupations et idées portées par les jeunes générations. Elle ambitionne d'encourager l'implication des jeunes dans la vie locale et de leur offrir une véritable visibilité dans un support institutionnel.

Ce projet est coordonné par la travailleuse sociale de proximité de la Commune, en lien étroit avec la rédactrice en cheffe, le chargé de communication et le secrétaire municipal adjoint. Il est conçu sur une base de quatre publications par an, avec un processus de production participatif.

La démarche éditoriale prévoit :

- l'identification d'une thématique par édition, issue d'échanges avec les jeunes (élèves, groupes organisés, activités locales) ;

- la rédaction des articles par les jeunes eux-mêmes, accompagnés dans cette tâche par la travailleuse sociale de proximité, qui assure un appui à la formulation et à la mise en forme des contenus ;
- un soin particulier accordé à des formats plus accessibles, interactifs ou visuels, en lien avec les codes de communication actuels des jeunes publics.

Cette rubrique s'inscrit dans une logique d'ouverture, d'inclusion et d'expérimentation éditoriale, en résonance avec les orientations de la politique jeunesse de la Commune.

9. Information régulière sur les décisions municipales

Le Commune de Blonay – Saint-Légier accorde une grande importance à l'information régulière de la population sur les décisions et les activités de la Municipalité. Elle recherche en permanence un équilibre entre transparence, accessibilité des contenus et efficacité des moyens mobilisés. L'objectif est de diffuser une information claire et compréhensible, centrée sur les sujets présentant un intérêt concret pour les habitantes et habitants, sans surcharger les supports de données techniques ou administratives.

9.1. Pratiques actuelles

Les décisions prises par la Municipalité ou l'administration communale font déjà l'objet d'une communication adaptée, en fonction de leur nature, de leur portée et de leur intérêt pour la population. Selon les cas, la diffusion des décisions peut s'effectuer par un ou plusieurs canaux.

Dans le journal communal *COMM'une info* : lorsqu'un sujet appelle un développement approfondi, il fait l'objet d'un article explicatif, illustré et contextualisé. Ce traitement permet de rendre l'information plus accessible et compréhensible, tout en assurant une bonne visibilité.

Sur le site internet communal :

- via la rubrique *Actualités* : les décisions majeures ou urgentes (budget, projets de travaux, mobilité, mesures environnementales, annonces publiques) y sont relayées de manière réactive, avec un lien vers les documents de référence si nécessaire.
- via la création de *pages thématiques* dédiées pour les projets ou décisions d'envergure : lorsqu'un sujet appelle un suivi sur plusieurs mois ou un fort besoin d'explication, une page spécifique peut être mise en place regroupant les documents, les échéances, les actualités et les contacts utiles.

Par voie d'affichage ou par « tout ménage », lorsque la loi l'exige (votations, préavis, mises à l'enquête) ou que l'information présente un intérêt public large et immédiat (modifications réglementaires, consultations, événements exceptionnels).

Par voie de communiqué de presse, en particulier lorsque l'information est susceptible d'intéresser les médias locaux ou régionaux, ou lorsqu'un enjeu spécifique appelle une diffusion plus large.

Sur les réseaux sociaux : certaines informations font l'objet de publications spécifiques, lorsque le format, la lisibilité et l'importance du message s'y prêtent. Ces publications renvoient généralement au site internet pour plus de détails ou vers une page dédiée.

Comme mentionné précédemment dans ce rapport, une nouvelle rubrique est aussi intégrée au journal *COMM'une info* pour renforcer l'information sur la vie politique locale. Elle propose :

- Une synthèse des décisions récentes du Conseil communal, tiré des deux dernières séances ;
- Un encadré sur les dates de séances et les moyens de s'y intéresser ou de participer ;
- Des contenus pédagogiques « mode d'emploi » sur les objets politiques, les élections ou le fonctionnement du Conseil communal (notamment en lien avec les élections 2026).

Les décisions municipales continueront d'être traitées dans des articles spécifiques lorsque leur portée le justifie (nouvelle prestation, changement majeur, projet structurant, etc.).

En l'état, la Commune ne dispose pas d'un mécanisme automatique de publication systématique des décisions municipales, tel que pratiqué par certaines autres collectivités (ex. : Ville de La Tour-de-Peilz).

9.2. Une logique d'information sélective

La Municipalité assume l'adoption d'une logique de communication sélective et contextuelle, fondée sur la pertinence des contenus et l'impact réel des décisions sur la vie de la population. Plutôt que de systématiser la mise en valeur de l'ensemble des décisions administratives ou politiques, elle privilégie une approche ciblée, visant à informer clairement sur les sujets les plus marquants ou utiles pour les habitantes et habitants.

Cette stratégie repose sur plusieurs principes :

- via choisir le canal le plus adapté au message et au moment ;
- mettre en valeur les décisions ayant un impact tangible sur la vie locale ;
- maintenir des contenus clairs et accessibles ;
- optimiser l'utilisation des ressources administratives.

Cette stratégie garantit une information institutionnelle lisible et proportionnée, tout en laissant la place à une information approfondie lorsque le sujet le requiert. Consciente des évolutions possibles, la Municipalité reste ouverte à l'adoption de nouveaux formats, en fonction des attentes de la population et des moyens disponibles.

10. Ressources externes et participation

La communication publique est un domaine en constante évolution, porté par de nouvelles attentes citoyennes, des innovations numériques et des approches renouvelées de la relation entre institutions et population. Afin de rester à la hauteur de ces défis, la Commune de Blonay – Saint-Légier s'inspire des expériences menées ailleurs. Une veille régulière est assurée par le chargé de communication pour repérer des outils, méthodes ou formats susceptibles d'enrichir les pratiques locales, tout en respectant les spécificités du territoire communal.

10.1. Veille sur les pratiques des autres communes

La Commune accorde une attention particulière aux pratiques de communication développées par d'autres collectivités locales, notamment celles de taille comparable en Suisse romande. Cette veille informelle, assurée par le chargé de communication, permet d'identifier des démarches innovantes, des outils pertinents ou des formats inspirants, tout en respectant les spécificités du contexte communal.

Elle s'effectue selon plusieurs modalités complémentaires :

- l'analyse régulière des publications institutionnelles en ligne (journaux communaux, newsletters, pages thématiques, contenus réseaux sociaux) ;
- les échanges informels entre spécialistes lors de rencontres intercommunales ou de collaborations ponctuelles ;
- l'observation des nouvelles pratiques numériques, telles que les plateformes de participation citoyenne, les applications mobiles ou les formats interactifs ;
- une veille professionnelle, rendue possible par l'inscription du chargé de communication à plusieurs newsletters spécialisées, plateformes d'échange et magazines dédiés à la communication publique, en Suisse comme à l'étranger. Cette veille documentaire permet de suivre les dernières évolutions du métier, d'identifier des tendances émergentes, et de repérer des exemples concrets de mise en œuvre.

L'objectif de cette démarche est d'alimenter la réflexion locale en matière de communication, en repérant des pratiques adaptables au contexte spécifique de Blonay – Saint-Légier.

Dans cette dynamique d'amélioration continue, le chargé de communication a également déposé, en juin 2025, une demande d'adhésion à l'A3C-Romandie (Associations des chargés de communication de communes romandes). Cette affiliation offrira un accès privilégié à un réseau professionnel structuré, facilitant le partage d'expérience, les retours de terrain, ainsi que l'accès à des ressources spécialisées dans le domaine de la communication publique.

Par cette veille active, la Commune affirme sa volonté de rester à l'écoute des évolutions du métier, de nourrir sa propre stratégie par l'expérience des autres, et de faire progresser sa communication dans un esprit de professionnalisation, d'innovation et de proximité.

10.2. Une collaboration constructive avec les sociétés locales

La Commune de Blonay – Saint-Légier entretient une relation étroite et constructive avec les sociétés locales et les associations actives sur son territoire. Consciente de leur rôle essentiel dans l'animation, la cohésion et le rayonnement de la vie communale, elle leur apporte un soutien régulier et sur demande en matière de communication, par le biais de différents canaux adaptés à leurs besoins et aux ressources disponibles.

Ce soutien se manifeste principalement à travers :

- la publication d'annonces ou d'articles dans *COMM'une info*, selon les modalités fixées par la charte rédactionnelle ;
- la mise en valeur d'événements ou d'initiatives dans l'agenda communal, sur les réseaux sociaux, ou par le biais de l'affichage public, en lien avec la programmation locale ;
- le relais ponctuel de moments de vie associative (campagnes de recrutement, anniversaires, résultats sportifs ou culturels) lorsque ces sujets présentent un intérêt pour un large public ;
- un appui sur demande pour la réalisation de supports visuels ou de documents de communication, avec conseils techniques, retours graphiques ou suggestions éditoriales.

Ce soutien est proposé de manière réactive et contextualisée, en fonction de la pertinence du sujet, de la disponibilité des canaux et dans le respect des principes de neutralité, d'équité et de lisibilité qui régissent la communication institutionnelle.

Mais cette relation n'est pas à sens unique. Le lien avec les sociétés locales nourrit également le dispositif communal, en créant des occasions d'échange, d'inspiration et d'apprentissage mutuel. Pour le chargé de communication, ces collaborations sont l'occasion de découvrir d'autres manières de faire, d'observer des pratiques issues du monde associatif, de s'ouvrir à des formats différents et de s'adapter à des logiques de terrain souvent inventives et proches du public. Cette dynamique de dialogue entre l'administration et le tissu associatif local contribue à renforcer la qualité et l'ancrage de la communication publique dans la réalité quotidienne du territoire.

En cultivant ces relations, la Commune renforce non seulement son rôle de facilitateur, mais elle s'enrichit aussi d'une diversité d'expériences, de savoir-faire et de sensibilités qui alimentent en retour sa propre capacité à communiquer de manière vivante et connectée aux réalités locales.

10.3. Participation citoyenne

La Commune de Blonay – Saint-Légier s'attache à favoriser l'expression de la population à travers des dispositifs de participation ponctuels, activés selon les besoins des projets ou les enjeux soulevés. Cette démarche, encore non formalisée dans une stratégie permanente, repose aujourd'hui sur une logique souple et réactive, adaptée aux ressources disponibles et aux contextes spécifiques.

Plusieurs formats de participation sont d'ores et déjà mobilisés :

- des consultations ouvertes, par exemple sous forme de sondages publiés dans *COMM'une info*, permettant de recueillir l'avis de la population sur des sujets précis tels que la dénomination des habitants, la mobilité douce ou la qualité de l'information communale ;
- des réunions d'information publique, organisées dans le cadre de projets structurants : urbanisme, réorganisation de services, évolutions réglementaires ou grands chantiers. Ces rencontres visent à informer, mais aussi à écouter et à dialoguer ;
- des groupes de travail ad hoc, constitués de manière ponctuelle avec des publics concernés ou volontaires (parents d'élèves, jeunes, sociétés locales, acteurs culturels ou sportifs), afin de coconstruire des propositions ou de tester de nouvelles approches.

Cette approche pragmatique permet de stimuler l'implication citoyenne sans alourdir les processus décisionnels. Elle favorise l'adhésion aux projets, enrichit les réflexions locales et contribue à une meilleure compréhension des enjeux par les parties prenantes.

La Municipalité reconnaît cependant que les attentes en matière de participation évoluent, notamment chez les jeunes générations ou dans le cadre des politiques de durabilité. C'est pourquoi elle envisage, dans les années à venir, d'approfondir cette dimension participative de

manière plus ciblée, en l'articulant avec des thèmes prioritaires tels que la jeunesse, la mobilité douce, l'urbanisme ou les questions environnementales.

Le développement de dispositifs numériques (plateforme participative, sondages en ligne), de formats plus souples (boîtes à idées, appels à projets, ateliers collaboratifs) ou d'événements fédérateurs pourrait faire partie des pistes explorées, en fonction des ressources disponibles et des retours d'expérience accumulés.

Ainsi pensée, la participation citoyenne s'intègre progressivement dans la culture administrative locale, comme un levier d'écoute, de co-construction et d'innovation démocratique.

11. Conclusion du rapport

Depuis la fusion des Communes de Blonay et de Saint-Légier-La Chiésaz, la Municipalité a engagé, avec détermination, la construction d'un dispositif de communication publique à la fois cohérent, accessible et en phase avec les attentes de la population comme les ressources à dispositions. La présente politique de l'information communale s'inscrit dans une dynamique de professionnalisation, de structuration et de transparence qui caractérise l'action municipale depuis le début de la législature 2022-2026.

Les avancées majeures de la période, notamment à travers la réalisation d'un bon nombre des objectifs en matière de communication inscrits dans le programme de législature, témoignent de cette ambition.

En communication interne, deux avancées majeures ont marqué cette période : la mise en place de l'extranet communal, qui centralise les informations organisationnelles et facilite leur circulation, et la création du journal interne, devenu un vecteur de cohésion et de valorisation du travail des services.

En communication externe, la nomination d'un chargé de communication a permis de coordonner et structurer l'ensemble des actions, de professionnaliser la production de contenus et d'assurer une cohérence éditoriale et visuelle sur tous les supports. Le développement de la présence sur les réseaux sociaux, l'évolution continue du site internet et la refonte du journal communal *COMM'une info* ont renforcé la visibilité des actions municipales et facilité l'accès à l'information publique.

La diversification des canaux avec notamment l'arrivée d'une nouvelle application mobile témoigne de la capacité d'adaptation de la Commune face à des usages et attentes en constante évolution.

L'état des lieux dressé dans ce rapport montre que la communication communale repose sur des bases solides : un ensemble d'outils variés et complémentaires, une gouvernance partagée et efficace, une attention constante à la lisibilité et à la neutralité des contenus, ainsi qu'une volonté affirmée de proximité avec la population.

Consciente de ses responsabilités, la Municipalité souhaite poursuivre cette trajectoire avec rigueur, ouverture et pragmatisme, en maintenant trois exigences fondamentales :

- garantir la qualité de l'information, qu'elle soit factuelle, explicative ou pédagogique ;
- assurer l'égalité d'accès à cette information, en tenant compte des réalités numériques et des préférences de chacun et chacune ;
- préserver la cohérence des messages, dans le respect du cadre institutionnel, de la neutralité et des valeurs de service public.

Pour la prochaine législature, et sans préjuger des priorités de la future Municipalité, l'état des lieux dressé dans ce rapport pourrait constituer une base utile pour envisager, le moment venu, l'élaboration d'une stratégie de communication structurée, incluant notamment :

- des orientations claires, définies collectivement et alignées sur les priorités politiques ;
- des objectifs mesurables, permettant d'évaluer les progrès accomplis sur quatre ans ;
- une planification des moyens humains, techniques et financiers nécessaires à leur mise en œuvre ;
- un processus d'évaluation périodique, garantissant l'adaptation de la stratégie aux besoins de la population et aux évolutions technologiques.

Parce qu'une commune bien informée est une commune vivante, la communication restera un levier essentiel de la démocratie locale, du vivre-ensemble et de la confiance entre autorités et

population. Consolider les acquis de la législature actuelle tout en mettant en place un cadre stratégique évolutif constituera la meilleure garantie pour maintenir, dans les années à venir, une communication publique à la fois efficace, moderne et au service de toutes et tous.

12. Réponse au postulat

À travers ce rapport, la Municipalité de Blonay – Saint-Légier a souhaité présenter de manière la plus exhaustive possible sa politique de l'information communale, en répondant également point par point aux questions soulevées dans le postulat. Cette politique repose sur des principes clairs : garantir une information publique accessible, fiable et régulière, tout en préservant la neutralité institutionnelle, la lisibilité des messages et la diversité des canaux.

L'écosystème de communication développé ces dernières années témoigne d'une démarche proactive et structurée. Il combine des outils traditionnels – comme le journal *COMM'une info*, les envois « tout ménage » ou l'affichage – avec des dispositifs numériques – site internet, réseaux sociaux, application mobile – assurant ainsi une couverture large et complémentaire.

La répartition des responsabilités, articulée autour d'un chargé de communication transversal et d'un secrétariat municipal garant de la coordination interne, offre souplesse et réactivité tout en maintenant un haut niveau de cohérence dans la diffusion de l'information.

Concernant la proposition de créer une commission municipale dédiée à la communication, la Municipalité privilégie une gouvernance souple, fondée sur le dialogue permanent entre les élus, l'administration et les professionnels de la communication. Plutôt qu'un dispositif formel, elle mise sur des groupes de travail ponctuels, activés selon les besoins, permettant d'associer des compétences spécifiques sans rigidifier le fonctionnement actuel. Cette approche garantit une capacité d'adaptation forte, tout en respectant le cadre légal cantonal qui confère à l'exécutif la compétence de piloter la communication publique.

S'agissant de la publication régulière des décisions municipales, la Municipalité a fait le choix d'une stratégie modulée, fondée sur la pertinence et l'utilité des informations pour la population. Ce choix assumé privilégie la qualité à la quantité, en valorisant les décisions à forte portée citoyenne par des formats adaptés (articles explicatifs, rubriques pédagogiques, publications numériques). Le lancement en 2025 d'une nouvelle rubrique dédiée aux décisions du Conseil communal dans le *COMM'une info* s'inscrit dans cette logique d'évolution progressive et ciblée.

Enfin, la Municipalité reste pleinement consciente que la communication publique est un domaine en constante évolution. Elle s'engage à poursuivre sa veille sur les bonnes pratiques d'autres collectivités, à renforcer les démarches participatives adaptées à son territoire, et à faire évoluer ses outils en fonction des retours d'expérience et des attentes de la population.

Dans cet esprit, la politique de l'information communale continuera de s'ajuster, dans un équilibre entre professionnalisation, ouverture et pragmatisme, au service d'une commune vivante, transparente et proche de ses habitantes et habitants.

La Municipalité estime ainsi avoir répondu à ce postulat.

Nous vous remercions, Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs les Conseillères et Conseillers, de votre attention.

AU NOM DE LA MUNICIPALITÉ

Le syndic

A. Bovay



Le secrétaire adj.

J.-M. Guex

Délégation municipale : M. Alain Bovay, syndic