

Création d'un poste au service communication

Rapporteur : M. Gabriel BAULIEU, Vice-Président

AVIS	
Commission n°1	Validation du Vice-Président
Séance du 26/09/05	Favorable
Bureau	
Séance du 20/10/05	Favorable
Le 24/10/05	

Le Grand Besançon magazine a pour objectif de créer une identité communautaire et un sentiment d'appartenance au Grand Besançon. Par l'information qu'il véhicule sur les communes (projets, acteurs, associations...) et sur l'actualité et les grands projets du territoire, le magazine permet aux communes et à leurs habitants, de mieux se connaître, de renforcer les liens et de partager des projets communs.

Le journal a également pour mission d'expliquer le rôle fondamental de la Communauté d'Agglomération pour son territoire en matière économique ou encore dans les domaines du transport, des infrastructures, de l'environnement, du tourisme...

Il s'attache à faire connaître la Communauté d'Agglomération, ses champs d'actions et toutes ses compétences, et à combler son déficit d'image par une information précise, accessible et vivante et favoriser son rayonnement et son attractivité.

Après 3 ans d'existence, le magazine a reçu un bon accueil du public qui s'est familiarisé avec son contenu. Il a un taux de lecture très satisfaisant. Cependant il souffre d'un problème d'identification. Les habitants du Grand Besançon n'en retiennent pas le titre et le confondent souvent avec les supports de la Ville de Besançon et du Département.

En effet, quatre magazines par an, soit une périodicité trimestrielle, ne permettent pas une bonne identification du support ; les délais de parution entre chaque numéro sont trop longs pour que le lecteur puisse avoir une habitude de lecture et une attente du magazine. La périodicité bimestrielle permettra alors aux lecteurs de se familiariser davantage avec le magazine.

De plus, l'information du magazine sera plus « fraîche » et le suivi des grandes réalisations de la Communauté d'Agglomération plus vivant parce qu'il collera mieux à l'actualité.

Le passage d'une périodicité trimestrielle à périodicité bimestrielle aura des conséquences sur le coût total des piges et notamment des reportages photos et sur la charge de travail pour le service communication.

Au-delà du changement de périodicité du magazine, le service communication connaît une montée en charge de son activité due au développement des compétences et de la nécessité de communiquer sur leurs actions dont voici quelques exemples : dans le domaine économique (l'ouverture de TEMIS INNOVATION, le nouveau pôle de compétitivité et la nécessité d'avoir une communication plus offensive localement, nationalement et internationalement), la prise de compétence de la collecte et le transfert du CNR.

Il est proposé de renforcer le service en recrutant une personne. Ce recrutement est motivé par l'urgence, l'importance de répondre à la charge de travail supplémentaire et d'accroître la capacité du service communication dès le début d'année 2006.

Cette proposition de recrutement anticipe les décisions à prendre pour 2006 en matière de ressources humaines dont un prochain Bureau sera amené à débattre.

→ Recrutement d'un(e) chargé(e) de publication / journaliste auprès du service communication et de la mission relations avec les élus poste relevant du cadre d'emplois des attachés territoriaux

OBJECTIFS

- participer en interne à la rédaction du magazine pour alléger le coût des piges extérieures
- (il est néanmoins nécessaire de garder des pigistes pour la diversité du ton journalistique, le dynamisme et la qualité du magazine),
- résorber le travail supplémentaire induit par la nouvelle périodicité : suivi de réalisation, de fabrication et de diffusion du magazine, recherche importante de sujets potentiels auprès des 59 communes...,
- rédiger diverses publications (rapport d'activité, lettre économique, plaquettes...)
- gérer le suivi des relations presse (rédaction de communiqué set dossiers de presse, organisation des conférences),
- travailler avec la mission relation avec les élus.

Actuellement la rédaction du magazine est assurée à 100% par trois pigistes sous la responsabilité et le contrôle de la responsable communication. Le recrutement d'un(e) chargé(e) de publication / journalistique pourrait permettre de diminuer le coût de ces piges. Le temps de travail du chargé(e) de publication / journalistique pour la rédaction et le suivi de réalisation du magazine (recherche de sujets auprès des communes, relecture et calibrage des textes, suivi de fabrication, de distribution...) a été évalué par le service communication à 1 mois par numéro ce qui laisse un mois de travail pour des missions supplémentaires (rédaction de divers publications et communiqués de presse, suivi relations presse, organisation des conférences de presse). Elle aura également en charge d'autres missions diminuant par là même les coûts externes. A titre d'information, l'externalisation du poste « rédaction/rewriting » de divers documents (rapport d'activité, plaquettes, lettre interne, lettre économique, communiqué de presse) est évalué à 15 000 € pour l'année.

Indications financières

Evaluation des dépenses	Minoration de charges
Coût annuel d'un poste : - 40 650 €	Diminution des piges des journalistes : - 2 000 €
	Diminution des prestations externes : - 15 000 €

A la majorité, le Conseil de Communauté se prononce favorablement sur la création de ce poste relevant du cadre d'emplois des attachés territoriaux.

Pour extrait conforme,

Rapport adopté à la majorité :

Pour : 94

Contre : 2

Abstention : 1

Le Président