

PROCES VERBAL

Réunion de bureau

Lundi 20 janvier 2025 à 18H

Salle de réunion Communauté de Communes du Val d'Amour

Présents

Etienne Rougeaux	P
Virginie Pate	P
Alain Bigueur	P
Paulette Giancatarino	P
Philippe Brochet	P
Sandra Hählen	P
Stéphane Ramaux	P
Jean Marie Truchot	P
Jean Baptiste Chevanne	P
Christian Vuillet	P
Jean Théry	P

Pour avis technique

Rémi Gauthier	P
Mélanie Besson	P
Dominique Morel	P

Le président souhaite ses vœux de santé aux membres du bureau.

Philippe Brochet est nommé secrétaire de séance.

1. Stratégie de communication

Intervention de Mélanie Besson, chargée de communication

Etienne Rougeaux : Avec la précédente chargée de mission qui était graphiste, la communauté de communes a beaucoup avancé sur les supports de communication et les visuels. Avec Mélanie Besson, l'objectif est de travailler sur la stratégie de communication et mettre de la cohérence entre les supports.

Mélanie Besson : Arrivée début octobre, titulaire d'une formation en matière de stratégie de communication et d'une expérience de 15 ans dans le privé sur le sujet. Après un mois de présence, établissement d'un rapport d'étonnement à partir duquel elle a ensuite défini une stratégie de communication.

1.1. Rapport d'étonnement

Une image positive de la collectivité

Avant même l'entretien d'embauche, image positive via le site web, les réseaux, le bâtiment, les projets conduits.

Lors de l'arrivée dans la collectivité, un accueil bienveillant à la fois des agents et des élus rencontrés.

Des projets stimulants

Des équipes d'agents professionnelles et disponibles qui ont permis de faire un état des lieux de la communication et de commencer à comprendre le fonctionnement de la collectivité.

Une vision de la collectivité innovante et performante, des sujets portés très diversifiés, avec des compétences non obligatoires très valorisantes.

Un ancrage local important.

Une communication impactante

La communication est visuellement impactante, avec :

- Une charte graphique moderne, dynamique et dans l'air du temps,
- Des supports de communication très variés,
- Un effet très foisonnant en première approche.

Une communication abordée sous l'angle du « produit de communication »

- Une **communication opérationnelle** avec une charte graphique, mais sans charte éditoriale ni guide d'usage,
- Une communication réalisée **au coup par coup**, et sans harmonisation. On communique sur un événement, on n'anticipe pas ou peu, et on ne capitalise pas par la suite sur l'événement,
- Manque une **vision ombrelle**, et en réalité pas de stratégie de communication globale, ce qui ne permet pas d'inscrire les actions de communication dans un cadre identifié : on fait de la communication pour répondre à un besoin global qu'il faut identifier,
- **Sollicitation des cibles** (publics) très différente selon la cible. On sollicite peu voire pas certaines cibles, on sursollicite d'autres,
- On ne **fait pas d'actualités**, on traite pour l'essentiel des « retours sur » ce qui est très différent.

Chaque service déploie son produit de communication en silo (en fonction du service), sans vision globale basée sur une stratégie, ce qui entraîne :

- Un effet confetti,
- Une communication de réaction et peu d'anticipation,
- Absence de symétrie des intentions : cibles mobilisées de manière très différentes,
- Une perte d'efficacité : on constate une baisse de mobilisation et de fréquentations.

Détail par supports :

- **Site** : il est dans l'air du temps, très design, et développe des services pratiques en ligne. Néanmoins, il est trop détaillé sur certaines pages et trop dense, et l'information est éclatée sur différents sites qui ne sont pas tous à la nouvelle charte graphique.
- **Newsletters** :
 - Très bon taux d'ouverture (de 30 à 70% selon la newsletter, sachant qu'un bon taux d'ouverture est situé aux environs de 12 à 15%),
 - Elles sont cependant trop nombreuses, très longues et peu harmonisées. Il est souhaitable également de programmer les envois afin d'éviter de tout concentrer sur une journée ou une période très courte.
Sandra Hählen : Une newsletter ouverte ne veut pas dire lue.
- **Bulletin** : Il s'agit du seul canal dont on est sûr qu'il touche tous les habitants du Val d'Amour. Son souci est sa durée de vie qui est longue, qui ne permet pas l'actualité. L'agenda par exemple devient vite obsolète. Un format moins dense, mais plus régulier, permettrait de faire de l'actualité.

Paulette Giancatarino : Il est compliqué de mobiliser les élus locaux pour la distribution, si le rythme est plus soutenu ce ne sera pas tenable.

Rémi Gauthier : nous avons sollicité la Poste pour connaître le coût d'une distribution organisée par leur soin et éviter de faire appel aux élus.

Paulette Giancatarino : Il y a un risque que le document ne soit pas distribué avec les Stop pub.

Rémi Gauthier : Non, avec une distribution via la Poste, nous ne serions pas concernés.

- **Les réseaux sociaux :** Il y a plusieurs comptes, et par conséquent une information éclatée. L'information est très autocentré et nous sollicitons peu les cibles. Les sujets touchent peu les habitants (ces sujets-là sont sur le site web). Sur les réseaux, il faut également un planning éditorial afin de rythmer les publications et mieux impacter les cibles. Enfin, il faut parvenir à mobiliser les collaborateurs et les élus pour qu'ils deviennent eux-mêmes des ambassadeurs.

En conclusion

- De nombreux supports très opérationnels,
- Des messages en silo, par service, sans coordination ni cadencement,
- Des contenus qui ne sont pas nécessairement aux bons endroits,
- Des cibles peu ou pas suffisamment sollicitées.

1.2. Stratégie de communication

- La communication doit être envisagée comme une conversation. Elle doit se passer là où sont les cibles.
- Il faut générer du lien, de l'interaction et de la connivence.
- Elle ne doit plus être descendante, mais elle doit se passer là où sont les cibles.

Objectifs :

La communication poursuit 2 objectifs :

- L'attractivité : valorisation du service public, des personnes, du territoire,
- Le positionnement de marque : utilité, reconnaissance et identification immédiate,
- Les cibles : agents / élus / habitants.

Chaque action de communication doit répondre à l'un ou aux deux objectifs et doit s'inscrire dans une démarche globale.

Les cibles :

- Il y a 3 cibles prioritaires:
 - o Les habitants,
 - o Les agents,
 - o Les élus.
- Il y a également des cibles périphériques:
 - o Les communautés : entreprises, touristes, candidats sur les postes, ...
 - o Les relais d'opinion : la presse, les politiques, les influenceurs,
 - o Le grand public.

Comment ?

- **Organiser la communication** en 2 niveaux en garantissant une vision globale des sujets / supports / cibles:
 - o Niveau macro, stratégique,
 - o Niveau micro : en appui au service pour gérer le quotidien,
- **Ne plus penser en service émetteur mais en termes de cibles :**
 - o Mise en place d'un comité éditorial technique,

- Mise en place d'un comité éditorial ponctuel avec les élus : pour la gestion du bulletin d'information, en amont de gros évènements (inauguration, séminaire des élus).
- Qualifier les demandes faites au service communication, ce qui garantit que le besoin est réel et mûr,
- S'astreindre aux chartes graphiques et éditoriales sur l'ensemble des supports : logo, couleurs, ton éditorial professionnel, positif et humain, voire chaleureux,
- Décliner les gabarits existants et développer les réflexes « bons usage » : affiches avec logo, harmonisation des Newsletters, optimiser les réseaux sociaux.

Les bonnes pratiques

- Anticiper, même sans avoir tous les éléments,
- Optimiser,
- Détailer la demande,
- Réduire les coûts en imprimant en masse,
- Echanger : les bonnes idées naissent des discussions informelles.

Paulette Giancatarino : il y a beaucoup de choses qui ont été abordées et la présentation bouscule nos représentations.

Mélanie Besson : Il faut coordonner les actions et apporter de la cohérence.

Stéphane Ramaux : Qui assure cette cohérence ?

Mélanie Besson : C'est mon travail.

Alain Bigueur : Au niveau de la presse, il faut impérativement améliorer les choses. Quand on fait les conférences de presse du festival, il n'y a personne.

Mélanie Besson : il faut probablement viser plus large que les seuls locaux.

Etienne Rougeaux : Partage totalement l'analyse et les préconisations pour améliorer la situation. Nous avons eu une chargée de mission qui était une excellente graphiste et une excellente productrice de supports. Avec Mélanie Besson, nous avons une communicante dont ce n'est pas le travail de réaliser les supports mais d'organiser les actions. La question de l'organisation et de la planification y compris annuelle doit se poser. L'organisation proposée va apporter de la rigueur, et la communication deviendra le souci de tout le monde.

Paulette Giancatarino : la vidéo sur les vœux est très bien.

Sandra Hählen : Quelle est l'interactivité avec les communes ? Les communes font souvent des bulletins d'information, ont des sites web pour certaines. Nous avions évoqué un soutien de la CCVA aux communes notamment pour les bulletins. Chaque commune a son niveau de communication avec ses propres moyens, déconnectés de ceux de l'intercommunalité. Peut-être faut-il travailler avec les communes pour qu'il y ait une cohérence territoriale.

Etienne Rougeaux : Cela dépasse la seule communication, mais renvoie à la relation au sein du bloc communal. Mutualiser les choses peut aller très loin. Il pourrait y avoir une maquette de bulletin avec une charte graphique, pour pouvoir ensuite aller négocier des tarifs. Sur le fonds, la question est toute autre.

Sandra Hählen : Pour les communes qui ont un site, y a-t-il un lien sur les sites pour aller sur la CCVA ?

Rémi Gauthier : depuis les pages dédiées aux communes sur le site de l'intercommunalité, les liens vers les sites web et les réseaux sociaux sont présents.

Sandra Hählen : Jura Tourisme édite un magazine de destination une fois par an. Peut-être pourrions-nous mutualiser pour avoir un magazine à la fois départemental et local.

Christian Vuillet : Dans la revue Jura Mag il y a déjà une page pour le Val d'Amour.

Sandra Hählen : Oui. On réfléchirait à autre chose.

Etienne Rougeaux : Jura tourisme traite tant des questions touristiques que des questions d'attractivité, avec un volet qui peut glisser sur le développement économique.

Mélanie Besson : La CCVA va engager une réflexion sur le marketing territorial en se faisant accompagner par un tiers. Il faut peut-être intégrer les échanges de bonnes pratiques entre l'interco et les communes dans ce cadre.

Etienne Rougeaux : Sur l'attractivité, il ne s'agit pas de remplacer une démarche départementale.

Sandra Hählen : Il faudrait une interaction plus forte entre communes et EPCI. Les communes sont relativement solidaires au sein du bloc communal, et cela permettrait de marquer la solidarité.

Etienne Rougeaux : Il s'agit d'un vrai sujet politique à poser en conférence des maires.

Alain Bigueur : Le bulletin communal existe depuis très longtemps.

Mélanie Besson : On constate depuis quelques temps un effet boomerang sur la communication papier. Un moment donné on a arrêté le papier pour le tout dématérialisé. Cet épisode nous a noyé sous les mails. On revient peu à peu au papier, de manière partielle. On peut difficilement se passer d'un support papier.

Etienne Rougeaux : On a voulu un bulletin assez qualitatif. L'exemple de l'Interview publiée de Michel Campy reste intemporel, on peut conserver le bulletin.

Christian Vuillet : Dans le dernier bulletin il y a un certain nombre d'article (non signés d'ailleurs) que l'on pourrait reprendre.

Etienne Rougeaux : Par rapport aux remarques avec les communes, nous proposons une intervention de Mélanie en conférence des maires. Si une réflexion doit être lancée sur la communication dans les communes, il faudra en échanger pour mutualiser des supports.

Sandra Hählen : Il faut envisager ça sous l'angle de mutualiser des savoir-faire.

Etienne Rougeaux : Il y aura une stratégie de communication avec des règles de bases, qui évolueront nécessairement avec le temps.

Paulette Giancatarino : Sans perdre de vue que l'on doit alimenter en permanence par exemple un site web, ou des newsletters.

Alain Bigueur : Sur le site de la CCVA y a-t-il moyen de faire un lien pour renvoyer vers le bulletin.

Etienne Rougeaux : Il faut préparer la conférence des maires en listant les possibles pour travailler le sujet durant 2025.

2. Présentation de la Convention Territoriale Globale (CTG)

Paulette Giancatarino : La nouvelle CTG est élaborée sur la période 2025 2029. Elle a peu évolué par rapport à la CTG précédente.

Dominique Morel : La CAF est le plus gros financeur de la politique enfance (469 000€ en 2024). La MSA intervient de manière moindre. La CTG 2025 2029 sera cosignée par la CAF et la MSA. La CTG s'inscrit dans la même logique que le projet de territoire.

Il y a au total 32 actions prévues notamment sur la consolidation et l'amélioration des services. Nous sommes déjà bien structurés sur le Val d'Amour. La signature prévue le 27 mai 2025.

La CTG est une démarche de réflexion qui contribue à rédiger un projet social de territoire. On y retrouve tous les sujets couverts par la CAF (enfance, petite enfance, RPE, handicap...maison des services).

Jean Marie Truchot : La CTG est-elle un document gravé dans le marbre pour les 5 années ?

Dominique Morel : Oui, mais par ailleurs, certaines actions pourront être évolutives. Un des axes couvre l'attractivité des métiers afin d'améliorer les conditions de travail pour fidéliser les agents.

Stéphane Ramaux : Quel est le montant de l'aide de la CAF par rapport à la dépense ?

Dominique Morel : En moyenne, la dépense est assurée à 60% par la CCVA, 25% par la CAF et 15% par les familles.

Pour les tarifs aux familles, il sera proposé de se baser sur l'évolution annuelle sur les indices de prix à la consommation. L'objectif est d'éviter de se retrouver dans la situation précédente lorsque les tarifs sont restés identiques pendant plus de 10 ans.

3. Aménagement complémentaire ZA des Prés Bernard

Pour rappel, nous avons rétrocédé la gestion des voiries et annexes à la commune de Bans. La municipalité a constaté un problème d'évacuation des eaux pluviales sur une partie du site. Il faut de ce fait revoir l'aménagement.

Nous avons été sollicités par la commune de Bans pour participer à l'aménagement.

Paulette Giancatarino : Il y a un souci du côté de Mont sous Vaudrey également. Il faudrait une visite des services techniques pour voir s'il n'y a pas quelque chose de commun à faire.

Etienne Rougeaux : La commune nous a transmis 2 devis. Un devis pour reprendre le profil du fossé qui s'élève à 2 295€ HT, et un devis pour buser le fossé d'un montant de 20 055€ HT.

Il semble normal que nous rétrocédions des équipements en fonctionnement, mais pas nécessairement d'aller sur un busage. Aussi, il est proposé que la communauté de communes prenne à sa charge le coût de reprofilage du fossé pour garantir l'évacuation, soit un montant de 2 295€ HT.

A l'unanimité le bureau valide cette proposition.

4. Financement de l'ADIE

L'Association pour le Droit à l'Initiative Économique (ADIE) est une structure nationale implantée dans le Jura. Elle joue un rôle essentiel dans l'accompagnement des porteurs de projet n'ayant pas accès aux financements traditionnels. L'ADIE propose des microcrédits, des formations et un suivi personnalisé pour favoriser la création et la pérennité d'activités économiques sur notre territoire. Reconnue d'utilité

publique, l'association travaille à lever tous les obstacles administratifs, bancaires, psychologiques, auxquels se heurtent les personnes qui ont envie d'entreprendre mais qui n'ont pas le capital social, culturel, ou financier.

L'accompagnement de l'ADIE cible en priorité les personnes éloignées de l'emploi, favorisant ainsi leur retour à une activité productive. Elle joue un rôle clé dans l'inclusion économique et sociale des publics vulnérables.

En 2024, l'ADIE a soutenus financièrement 78 entrepreneurs sur le Jura dont 4 entrepreneurs du Val d'Amour.

Le modèle économique de l'Adie repose sur :

- L'autofinancement : marge dégagée sur le microcrédit,
- Les financements publics sous forme de subventions,
- Les financements privés sous forme de mécénat ou de don.

Soutenir l'ADIE, c'est encourager la création d'entreprises locales et contribuer au dynamisme économique du Jura. Ce soutien et ce partenariat permettrait à l'Adie d'intervenir physiquement sur le territoire, en organisant des permanences régulières à France Services à Ounans.

Etienne Rougeaux : quelle est la complémentarité avec Dole Initiative Territoire ?

Jean Marie Truchot : Quel est le domaine de compétence des entrepreneurs du territoire aidés ?

Stéphane Ramaux : il s'agit plutôt de microentreprises ?

L'ADIE sollicite un soutien financier de 1 000 € pour l'année 2025 afin de renforcer son action locale.

Philippe Brochet : Il s'agit d'une aide classique ?

Virginie Pate : C'est une subvention. L'ADIE participerait aux permanences à France Services.

Etienne Rougeaux : Il faut voir la complémentarité avec Dole Initiative Territoire. Si l'ADIE intervient de manière spécifique sur certains publics, pourquoi pas. Mais il faut avoir les éléments d'information. Il serait également nécessaire d'en discuter avec Cyril Bréro pour voir le lien entre sortie de RSA et création d'activité.

Virginie Pate : Il s'agit plus de toucher un public plutôt plus éloigné de l'emploi.

La décision est reportée dans l'attente d'informations complémentaires, notamment :

- Quelle complémentarité avec les autres outils de la création d'entreprise notamment Dole Initiative Territoire ;
- Quelles sont les créateurs qui ont été accompagnés dans le Val d'Amour.

5. Communication sur les stades de Mont sous Vaudrey et Mouchard

Etienne Rougeaux : La communauté de communes a été sollicitée par le club de foot de Mont sous Vaudrey suite à sa montée en R1. N'ayant pas la compétence sportive, nous pourrions proposer d'utiliser le stade pour communiquer sur la communauté de communes. De la même manière, nous pourrions

réaliser la même opération sur Mouchard. L'objectif est de communiquer pour toucher un nouveau public, là où il y a du monde.

Alain Bigueur : Il y a d'autres terrains de foot. Il faut mettre des conditions comme par exemple la montée en régionale.

Sandra Hählen : Quid d'Arc et Senans ?

Rémi Gauthier : L'affichage se fait au choix entre Arc et Senans et Mouchard.

Stéphane Ramaux : Il faut cadrer ce type d'interventions car d'autres clubs peuvent solliciter la communauté de communes.

Etienne Rougeaux : On définit un cadre et on revient en bureau.

6. Proposition tarifaire sur la ZA de Bel Air

Virginie Pate ne participe pas aux débats ni au vote.

Nous devons proposer un tarif à l'UCAFT pour la cession du terrain maintenant que nous avons fixé un prix de référence. Il est rappelé que l'UCAFT porte une activité liée à une AOP non délocalisable.

Lors du conseil communautaire, il a été indiqué que le tarif de base serait de 20 e avec une marge de négociation de 5€ pour les très grandes surfaces.

Le bureau par 6 voix pour, 3 abstentions et 1 contre valide la proposition à 15€ le m².

Un contact a été pris avec Rémi Gauthier, qui gère l'agence immobilière spécialisée sur le foncier économique de Century 21. Un rendez-vous a lieu prochainement.

Jean Baptiste Chevanne : Doit-on faire du bénéfice ou rentrer dans nos frais ?

Etienne Rougeaux : Lors des débats en bureau, il a toujours été question de rester sur des tarifs abordables, qui permettent cependant à la collectivité de couvrir ses frais.

Sandra Hählen : Le montant légèrement plus bas se justifie par la superficie.

Paulette Giancatarino : Souhaite savoir où en est la réflexion sur les terrains en AUY à Mont sous Vaudrey.

Virginien Pate : le sujet n'a pas avancé depuis la rencontre qui a eu lieu avec les propriétaires il y a quelques années.

7. Proposition d'intervention pour la lutte contre le frelon asiatique

La FREDON propose de mener une lutte collective à l'échelle du Pays Dolois. Pour se faire, l'objectif est d'équiper les communes de pièges.

Le bureau est-il favorable à l'acquisition de pièges de manière collective ?

Christian Vuillet : Il est nécessaire de lutter contre le frelon qui va proliférer à la fois pour la protection des populations mais aussi des ruchers. Il est également nécessaire d'avoir une approche collective.

C'est la raison pour laquelle nous souhaitons proposer aux communes d'installer des pièges pour limiter les nids et ce lors des périodes propices au piégeage, à savoir 2 fois dans l'année au printemps et à l'automne.

L'idée retenue est de proposer aux communes qui le souhaitent des pièges. Le piège doit être sélectif pour retenir le frelon asiatique.

Le piège est proposé à 37€ en achat collectif. La proposition est de 4 pièges par communes. Les premières cibles sont les ruchers.

Paulette Giancatarino : Peut-on prêter les pièges aux particuliers ?

Etienne Rougeaux : Une fois que la commune est équipée elle fait comme elle le souhaite.

Stéphane Ramaux : Pour la destruction des nids, y a-t-il une possibilité d'un tarif groupé ou non ?

Le bureau propose que la communauté de communes prenne à sa charge 2 pièges par communes pour les communes volontaires, et sollicite les communes pour savoir si elles souhaitent acquérir des pièges complémentaires.

8. Questions diverses

8.1. Calendrier de la microcrèche

Le bureau valide le calendrier d'ouverture et de fermeture de la microcrèche pour 2025 comme suit :

Année 2025 : calendrier de fermeture de la micro-crèche :

- Semaine du 28 avril au 2 mai (1 semaine)
- Vendredi 9 mai : journée pédagogique
- Vendredi 30 mai : pont de l'Ascension (Les établissements scolaires seront fermés)
- Mercredi 4 juin : séminaire des agents
- Semaines du 4 au 22 août (3 semaines)
- Le lundi 10 novembre
- Du vendredi 26/12 au 03/01/2026

8.2. Budget

Alain Bigueur : Par rapport au budget, il est compliqué de tenir une feuille de route à -5%.

Paulette Giancatarino : En enfance c'est très compliqué également, sauf à ce que l'on réduise le budget d'animation ce qui reviendrait à faire de la garderie. Ça ne correspondrait alors plus à ce que doit apporter comme service un accueil de loisirs.

Etienne Rougeaux : Le contexte actuel fait que nous n'avons toujours pas de budget. L'objectif au niveau de la communauté de communes est de respecter une tendance à la baisse. Quand on voit la courbe du budget des accueils de loisirs, on se rend bien compte que l'équation n'est pas simple.

Nous avions prévu une intervention d'Alexis Joram devant les élus. Nous le ferons mais une fois que le projet de loi de finances sera adopté.

8.3. Scolaire

Philippe Brochet : Y-a-t-il une possibilité de discuter dans le courant de l'année 2025 du sujet de la prise de compétence scolaire au niveau de l'intercommunalité ? Le sujet n'est pas d'imposer une position, mais à minima d'en échanger de manière sereine et posée.

Etienne Rougeaux : Le fait de prendre la compétence signifierait un passage en force sur le sujet du scolaire. La réussite du projet intercommunal réside dans le compromis.

Philippe Brochet : L'objectif n'est pas de passer en force mais d'engager la discussion.

Alain Biguer : Nous allons signer une convention de ruralité ce ne serait pas un bon signe de remettre le sujet en débat.

Alain Biguer précise une nouvelle fois que les élèves de l'école de La Vieille Loyer n'iront jamais au groupe scolaire de Chamblay.

Etienne Rougeaux : Pour voir comment la compétence scolaire fonctionne notamment via le SIVOS de la Loue, il est certain que ce serait plus simple si la CCVA gérait tout. Mais sur la compétence scolaire, le compromis et la concertation sont la base. Si on veut que la CCVA fonctionne il faut que l'on soit capable de s'écouter. Sur des sujets aussi complexes, il faut que le sujet soit abordé de manière transparente.

8.4. Tourisme

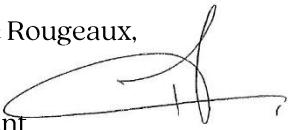
Jean Marie Truchot : Des dégradations conséquentes ont eu lieu sur la vigne conservatoire durant les congés de fin d'année. Un dépôt de plainte a été fait. Les vigneron verront au printemps pour la réparation des dégâts. Il faut être solidaire avec eux, et voir comment les aider si des travaux conséquents sont à faire.

Philippe Brochet : Pour l'entretien des chemins pédestres, comment ça se passe ?

Jean Marie Truchot : Il y a actuellement une revue avec les associations pour le balisage et les signalements. Une remontée aux emplois verts sera faite. Il y a de plus en plus de frênes qui tombent. De plus en plus de sentiers se referment du fait de la forte poussée de végétation en 2024.

La séance est levée à 20H30

Etienne Rougeaux,



Président

Philippe Brochet



Secrétaire de séance