

Projet AGORABUS

PLAN DE COMMUNICATION

Arrêts de Bus Standard ville de Nîmes

PLAN DE COMMUNICATION

Nom / Code projet	AdBs / AGORABUS
-------------------	-----------------

Référence	Stratégie2025/AGORABUS
-----------	------------------------

Chef de projet	
----------------	--

Service/Organisation	M2i / Urbanéo S.A.
----------------------	--------------------

Historique			
Version	Auteur	Description	Date
1.0		Version initiale	03/07/2025

Table des matières

1. Plan de communication	4
2. Publics cibles / Parties prenantes	4
3. Enjeux de communication	5

1. Plan de communication

L'objectif du plan de communication est d'assurer une information claire et cohérente à l'ensemble des parties prenantes sur l'avancement du projet, les décisions prises et les ajustements engagés, tout en garantissant une coordination fluide entre les membres du comité projet, les prestataires et les collectivités locales. Il vise également à renforcer l'adhésion des usagers et de la population grâce à une communication transparente, accessible et adaptée aux différents publics. En anticipant les risques liés à une mauvaise circulation de l'information, le plan contribue à prévenir les blocages et les malentendus, tout en valorisant les étapes franchies et les résultats obtenus. Enfin, il soutient l'acceptabilité sociale du projet et veille à la satisfaction des usagers tout au long du déploiement.

2. Publics cibles / Parties prenantes

Publics cibles / Parties prenantes

Public cible	Objectif de communication	Type de message
 Chef de projet	Pilotage, arbitrages	Synthétique, stratégique
 Équipe projet élargie	Coordination opérationnelle	Détail, plan d'action
 Régie des Transports / Vile	Suivi, validation, image institutionnelle	Planning, livrables
 Prestataires / fournisseurs	Acceptabilité, usage, retours	Vulgarisé, visuel
 Comité de pilotage	Suivi de production, livrables, planning	Technique, précis

3. Enjeux de communication

1. Respect du calendrier

Le projet avance conformément aux jalons critiques : phases de conception, réalisation des prototypes et déploiement des installations sont maîtrisées.

2. Co-conception centrée usagers

Les retours d'usage collectés sont pleinement intégrés aux étapes de validation, garantissant une réponse adaptée aux besoins réels.

3. Innovation urbaine au service de tous

Les nouveaux arrêts visent une amélioration tangible de l'accessibilité, du confort et de la qualité de l'information pour tous les usagers.

4. Transparence du projet

L'ensemble des documents, décisions et étapes clés est mis à disposition des parties prenantes via des canaux de communication appropriés.

5. Valorisation du tissu économique local

Une priorité est donnée aux entreprises régionales pour la réalisation des travaux, renforçant l'impact positif sur l'économie locale.

4. Canaux de supports de communication

Les canaux et supports de communication du projet AGORABUS sont définis en fonction des besoins spécifiques des échanges et des profils des interlocuteurs. Microsoft Teams constitue l'outil central de communication au sein de l'équipe projet, facilitant les échanges quotidiens, le partage de documents et l'organisation de réunions.

Un rythme hebdomadaire de réunions opérationnelles assure un suivi précis et permet des ajustements rapides, tandis que les comités projet mensuels garantissent une gouvernance stratégique par la validation des jalons clés. Pour le suivi des tâches et la gestion agile, l'outil Jira est utilisé afin de structurer le travail en sprints et de suivre l'avancement via des indicateurs visuels comme les burndown charts. Les présentations formalisées (PowerPoint ou PDF) sont réservées aux échanges avec les partenaires institutionnels et les membres du comité de pilotage (COFIL), afin de garantir un niveau de clarté et de professionnalisme adapté.

Une newsletter interne mensuelle est diffusée à l'ensemble des collaborateurs pour fournir une vision synthétique de l'état d'avancement. L'Intranet ou un Drive partagé centralise l'ensemble de la documentation projet, assurant un accès sécurisé et structuré à l'information. Enfin, la communication à destination du public (usagers, riverains) s'appuie sur des campagnes locales multicanales (affichage urbain, réseaux sociaux, flyers), visant à informer sur les différentes phases du projet et à renforcer l'adhésion des parties prenantes locales.

Canal	Utilisation principale
Microsoft Teams	Communication projet quotidienne, coordination
Réunions hebdomadaires	Suivi opérationnel, ajustements
Réunions de comité projet	Point stratégique mensuel
Jira	Suivi des tâches, burndown charts
PowerPoint / PDF	Présentation aux partenaires / COPIL
Newsletter interne	Avancement mensuel synthétique
Intranet / Drive	Stockage et accès aux documents
Campagnes d'information locale	Communication usagers/riverains (affiches, réseaux sociaux)

5. Calendrier et fréquence

Type de communication	Fréquence	Responsable
Point d'équipe projet	Quotidien (15 min)	Chef de projet
Réunion coordination	Hebdomadaire	Responsable de lot
Réunion COPIL	Mensuel	PMO
Reporting usagers / ville	Trimestriel	Responsable communication
Communication externe	Phase par phase	Responsable communication
Retour terrain / acceptabilité	Après chaque installation de ligne	Représentant usagers

6. Rôles et responsabilités(extrait du RACI)

Acteur	Rôle principal
Chef de projet	Validation finale des messages / arbitrage
Responsable communication	Production des supports, diffusion
PMO / AMO	Consolidation des tableaux de bord
Responsable technique	Validation technique des contenus
Représentant usagers	Suivi de l'acceptabilité terrain
Responsable voirie	Coordination avec la ville pour diffusion locale

7. Indicateurs de performance communication

Les indicateurs de performance de la communication du projet AGORABUS constituent des outils clés pour évaluer l'efficacité des échanges, anticiper les éventuels points de blocage et ajuster les dispositifs en continu. Ils s'appuient sur des objectifs concrets :

- Un taux de lecture des mails supérieur à 80 %, garantissant la pertinence et la diffusion effective des messages.
- Un délai moyen de réponse inférieur à 48 heures, assurant réactivité et fluidité décisionnelle.
- Un traitement à 100 % des retours utilisateurs pour chaque ligne déployée, gage d'écoute et d'adaptation aux besoins du terrain.
- Un taux de satisfaction des parties prenantes visé au-dessus de 4/5, mesurant la qualité perçue des contenus, de la fréquence et de la clarté des communications.
- Zéro incident lié à un défaut de communication à chaque phase, témoignant d'un pilotage rigoureux.

Ces indicateurs constituent des leviers essentiels de pilotage qualitatif pour assurer la cohérence, l'adhésion et l'efficacité globale du projet.

Indicateur	Cible / fréquence
Taux de lecture des mails (projet + externe)	> 80 % / mensuel
Délai moyen de retour d'info	< 48h
Nombre de retours utilisateurs traités	100 % / par ligne
Taux de satisfaction des parties prenantes	> 4/5
Nombre d'incidents liés à la communication	0 / phase

8. Outils utilisés

- **Jira** : gestion des tâches, suivi des sprints
- **Teams** : collaboration, appels, fichiers partagés
- **Confluence ou Drive** : documentation projet centralisée
- **PowerPoint / PDF** : communication institutionnelle
- **Tableaux de bord** : KPI, performance
- **Enquêtes terrain / sondages** : retours usagers

9. Plan de gestion des crises

Le plan de gestion des crises du projet AGORABUS vise à anticiper et maîtriser les situations à risque (retards, nuisances, défauts techniques) afin de préserver la continuité du déploiement et la confiance des parties prenantes. Des messages de crise pré-rédigés, transparents et rassurants, sont prêts à être diffusés via des canaux rapides (e-mail, site de la Ville, affichage, communiqués). Le Chef de Projet et le Responsable Communication sont désignés comme porte-parole uniques pour assurer une réponse cohérente et réactive.

- **Scénarios anticipés** : retard installation, protestation riverains, défaut de matériel
- **Message de crise pré-rédigé** : factuel, transparent, engageant
- **Canal rapide** : e-mail, communiqué presse, site ville et affichage aux arrêts concernés
- **Porte-parole désignés** : Chef de Projet, Responsable Communication

10. Matrice Influence / intérêt

La matrice Influence / Intérêt du projet AGORABUS structure la communication selon le niveau d'implication et de pouvoir des parties prenantes.

- Forte influence / fort intérêt (Ville de Nîmes, Régie, Chef de Projet, PMO, COPIL) : gestion étroite, communication personnalisée et implication active à chaque étape.

- Faible influence / fort intérêt (usagers, riverains, associations) : information régulière, claire et accessible pour favoriser l'adhésion et recueillir les retours.

- Forte influence / intérêt ponctuel (médias, prestataires, grand public) : communication maîtrisée et synthétique pour prévenir les risques.

- Faible influence / faible intérêt : surveillance minimale, sans mobilisation excessive.

Influence / intérêt	Faible	Élevé
Élevée	Maintenir informés <ul style="list-style-type: none"> - Médias locaux - Prestataires de maintenance - Grand public occasionnel 	Gérer étroitement <ul style="list-style-type: none"> - Ville de Nîmes - Régie des Transports - Chef de Projet AGORABUS - PMO / AMO - Comité de pilotage
Faible	Surveiller (veille passive) <ul style="list-style-type: none"> - Commerçants de proximité hors zones chantier - Passants non concernés 	Informier régulièrement <ul style="list-style-type: none"> - Usagers réguliers - Associations d'usagers - Riverains immédiats - Personnes à mobilité réduite (PMR)

Historique			
Version	Approbateur(s)	Description	Date
1.0	Régie autonome de transports de la ville de Nîmes	Version initiale	03/07/2025