

Check-list, mai 2026

Communiquer autour des réseaux thermiques – Recommandations à l’usage des communes

La réussite d’un projet de réseau thermique dépend fortement de la qualité de la communication :

- en amont, pour convaincre de la pertinence du projet et assurer un nombre suffisant de raccordements ;
- pendant la réalisation, pour éviter que les travaux n’impactent négativement la perception du projet ;
- après la mise en service, pour valoriser le projet, renforcer son acceptabilité à long terme et permettre une densification des raccordements.

Les expériences menées dans différentes villes et communes montrent que les autorités et l’administration jouent un rôle clé dans cette communication. Ils doivent :

- informer la population,
- être un point de contact privilégié,
- coordonner les messages entre les différents acteurs impliqués (gestionnaires de réseau, autorités cantonales, mandataires, etc.).

Ce document rassemble des recommandations basées sur des retours d’expérience communaux pour structurer la communication autour d’un projet de réseau thermique.

Contenu

1.	Objectifs de la communication	2
2.	Rôles et coordination des acteurs.....	2
3.	Phase amont – Informer et créer l’adhésion	3
4.	Phase de réalisation – Minimiser l’impact des travaux	5
5.	Phase post-mise en service – Valoriser le projet.....	6
6.	Conclusion.....	6
Annexe:	Exemple de tableau de suivi structuré des actions de communication selon les publics cibles et les canaux	7

1. Objectifs de la communication

La communication autour d'un réseau thermique poursuit plusieurs objectifs :

- ☐ Informer de manière claire et transparente sur les enjeux du projet, les délais, les coûts et les bénéfices attendus.
- ☐ Créer un climat de confiance grâce à une communication régulière, transparente et accessible, ainsi qu'à la disponibilité d'interlocuteurs identifiés.
- ☐ Maximiser la densité de raccordement pour garantir la viabilité économique du projet, en mettant en avant les bénéfices pour les habitants (stabilité des coûts, confort, solution durable).
- ☐ Anticiper et limiter les oppositions en identifiant en amont les préoccupations, en y répondant de manière proactive et en favorisant le dialogue.
- ☐ Minimiser l'impact perçu des travaux grâce à une information anticipée et des mises à jour régulières sur des nuisances.
- ☐ Valoriser les bénéfices climatiques, économiques et locaux du projet.

2. Rôles et coordination des acteurs

Une communication efficace repose sur une répartition claire des rôles :

La commune

- ☐ porte le message de l'intérêt du projet pour la commune dans son ensemble ;
- ☐ garantit la cohérence et la transparence ;
- ☐ coordonne les différents acteurs ;
- ☐ assure un point de contact clair pour la population.

Le gestionnaire de réseau

- ☐ fournit les informations techniques ;
- ☐ répond aux questions liées au raccordement, aux coûts et aux délais ;
- ☐ participe aux séances d'information.

Le canton (le cas échéant)

- ☐ peut jouer un rôle de facilitation, notamment via un soutien financier ou un accompagnement dans la communication des enjeux ;
- ☐ apporte un cadre stratégique ou réglementaire, par exemple en démontrant en quoi le projet de réseau thermique contribue à l'atteinte des objectifs du territoire (stratégie climat, plan directeur, etc.)
- ☐ Lors des communications publiques (séances d'information notamment), tous les acteurs doivent être présents et porter un message coordonné.

3. Phase amont – Informer et créer l'adhésion

Entre l'idée du projet et sa réalisation, la communication est essentielle. La rentabilité des réseaux thermiques dépend fortement de la densité de raccordement. Une communication anticipée et bien structurée permet de convaincre un maximum de clients potentiels le long du tracé et d'assurer la viabilité économique du projet.

La stratégie peut différer selon le contexte :

- commune disposant d'un réseau de gaz existant impacté par le projet ou
- commune aujourd'hui chauffée de manière entièrement décentralisée.

Planification de la communication

- ☐ Elaborer un plan de communication structuré (p.ex. en s'appuyant sur le Guide de la communication climatique pour les communes - OFEV.
→ Un exemple de tableau de suivi structuré des actions de communication selon les publics cibles et les canaux est disponible en annexe.
- ☐ Définir clairement les objectifs, les cibles, les messages et le calendrier.
- ☐ Planifier suffisamment de ressources humaines et budgétaires : la communication est un facteur clé de succès. Si les ressources ne sont pas disponibles à l'interne, il est possible de faire appel à un prestataire externe.

Identification des publics cibles :

- ☐ Décrivez aussi précisément que possible les caractéristiques démographiques, les besoins et les intérêts de ces publics, ainsi que les canaux de communication qu'ils tendent à privilégier. Quels multiplicateurs (organisations, personnes, médias) pourraient diffuser les contenus de communication ?

Exemples de relais concrets :

- régies immobilières et syndicats propriété par étage (PPE)
- associations locales (sportives, culturelles, de quartier)
- entreprises et commerces locaux
- directions d'écoles, établissements médico-sociaux (EMS), crèches
- médias locaux (presse régionale, radios)
- élus communaux et autres figures reconnues localement

Différencier les acteurs à informer et adapter les canaux :

- ☐ Propriétaires privés
- ☐ Régies et PPE
- ☐ Commerces et entreprises
- ☐ Institutions sensibles (écoles, EMS, crèches, etc.)
- ☐ Habitants non concernés par un raccordement mais impactés par les travaux

Choix des canaux : → *Pour les personnes directement concernées, le cumul des canaux est recommandé*

- ☐ Lettre personnelle
- ☐ Séance d'information publique
- ☐ Plateforme en ligne dédiée
- ☐ Point de contact clair tout au long du projet

Autres recommandations :

- ☐ Impliquer les médias de manière proactive.
- ☐ Prévoir la coordination des canaux digitaux et analogiques.
- ☐ Multiplier les formats (FAQ, fiches explicatives, visualisations, présentations).

Contenus et messages

Coordination des messages :

- ☐ Harmoniser le message principal entre la commune et les gestionnaires de réseau.
- ☐ Définir l'ordre des communications : quel acteur communique quand et sur quel niveau d'information.

Transparence :

- ☐ Communiquer le plus tôt possible.
- ☐ Indiquer les délais prévisionnels.
- ☐ Être transparent sur les incertitudes.

Anticipation des questions, création d'opportunités d'échange :

- ☐ Préparer une FAQ (coûts, alternatives, délais, contraintes techniques).
- ☐ Prévoir un temps d'échange lors des séances d'information.
- ☐ Mettre à disposition des interlocuteurs pour les cas individuels, par exemple en fin de séance d'information.

Contenu de la plateforme en ligne :

- ☐ Options d'approvisionnement en chaleur adaptées aux bâtiments
- ☐ Périodes de mise en service du réseau thermique / mise hors-service du réseau de gaz
- ☐ Planning prévisionnel des travaux
- ☐ Contraintes ou défis spécifiques
- ☐ Indications sur les aides financières disponibles
- ☐ Communication factuelle (pas de recommandation individualisée)

Arguments climatiques :

Le contexte climatique renforce l'acceptabilité du projet. Les arguments environnementaux doivent être

- ☐ clairs ;
- ☐ chiffrés ;
- ☐ transparents (impact carbone, part d'énergie renouvelable actuelle, évolution prévue).

Gestion des situations sensibles

- ☐ Faire preuve de compréhension pour les situations individuelles complexes.
- ☐ Orienter les personnes qui ne peuvent pas être raccordées au réseau thermique.
- ☐ Accompagner les personnes dans leur prise de décision.
- ☐ Anticiper les critiques et préparer des réponses argumentées.
- ☐ Surveiller et gérer les discussions sur les réseaux sociaux le cas échéant.

4. Phase de réalisation – Minimiser l'impact des travaux

La communication en phase de réalisation vise à limiter l'impact des travaux sur la vie quotidienne et à préserver l'image du projet. Elle débute idéalement 6 à 12 mois avant le démarrage des travaux.

Communication anticipée

- ☐ Campagne d'information préalable avec planning global.
- ☐ Lettres personnelles aux personnes concernées.
- ☐ Événement d'information spécifique aux travaux.

Identification des publics les plus impactés

- ☐ Riverains directs
- ☐ Commerces
- ☐ Écoles (ex. chemin de l'école)
- ☐ Associations locales

→ Informer via leurs canaux habituels lorsque c'est pertinent (associations de parents d'élèves, sociétés locales, etc.).

Coordination pendant les travaux

- ☐ Assurer la cohérence entre site internet, affichage local et panneaux de chantier.
- ☐ Mettre à jour régulièrement les informations.
- ☐ Communiquer les étapes d'avancement de manière globale (site internet) et locale (affichage par quartier).
- ☐ Ajuster la fréquence des communications selon les groupes de destinataires.

Point de contact attentif et à l'écoute

- ☐ Mettre en place un interlocuteur clairement identifié.
- ☐ Garantir des délais de réponse courts.
- ☐ Documenter et analyser les retours pour ajuster la communication si nécessaire.

5. Phase post-mise en service – Valoriser le projet

Une fois le réseau en service, il est important de clore le projet de manière positive.

Objectifs

- ☐ Remercier la population pour sa patience.
- ☐ Mettre en avant les résultats obtenus.
- ☐ Consolider l'acceptabilité pour d'éventuelles extensions et densifications.

Actions possibles

- ☐ Communication sur les premiers chiffres (taux de raccordement, CO₂ évité, part d'énergie renouvelable).
- ☐ Témoignages d'utilisateurs.
- ☐ Article dans le bulletin communal.
- ☐ Inauguration officielle.

6. Conclusion

La communication autour d'un réseau thermique ne doit pas être considérée comme un élément secondaire du projet et doit accompagner le projet sur toute sa durée. Elle constitue un levier stratégique pour :

- assurer sa viabilité économique,
- garantir son acceptabilité sociale,
- préserver l'image de la commune et
- atteindre les objectifs climatiques locaux.

Une communication planifiée, coordonnée et transparente, menée tout au long du projet – de l'idée à la mise en service – est un facteur déterminant de succès.

Annexe: Exemple de tableau de suivi structuré des actions de communication selon les publics cibles et les canaux

Mesure de communication	Objectif	Groupe cible	Canal / Interface	Responsable	Priorité	Fréquence	Échéance / Date limite	Budget estimé	Remarques / Synergies
Newsletter mensuelle	Informar sur les projets en cours	Membres, partenaires	Email	Chargé·e de mission	● Haute	Mensuelle	31.03.2026	500 CHF	Intégrer contenus du site web
Publication sur les réseaux sociaux	Sensibiliser le grand public	Citoyens, médias	Facebook, LinkedIn, Twitter	Communication	● Moyenne	Hebdomadaire	Continu	200 CHF / mois	Utiliser visuels existants
Organisation d'un webinaire	Partager expertise et retours d'expérience	Communes, villes, experts	Zoom / Teams	Direction	● Haute	Trimestrielle	15.06.2026	800 CHF	Inviter partenaires externes
Conférence annuelle	Présentation des réalisations et objectifs	Membres, médias, partenaires	Salle de conférence / streaming	Comité événementiel	● Haute	Annuelle	30.09.2026	2'000 CHF	Combiner avec remise de prix ARPEA
Mise à jour du site web	Rendre visibles les actions et ressources	Public, membres	Site web	Chargé·e de mission	● Haute	Mensuelle	30.04.2026	300 CHF	Synergie avec newsletter et réseaux sociaux
Communiqué de presse	Annoncer nouvelles initiatives	Médias locaux et nationaux	Presse écrite et digitale	Responsable communication	● Haute	Selon événements clés	Dès le 01.05.2026	400 CHF	Prévoir diffusion multilingue
Campagne de mentorat	Promouvoir le mentorat pour alimentation durable	Communes, villes	Email direct, réunion d'information	Responsable projet	● Moyenne	Semestrielle	01.07.2026	600 CHF	Coordination avec Alliance climatique suisse
Groupes d'échange en ligne	Renforcer l'échange de connaissances	Membres de l'Alliance	Teams / Zoom	Direction	● Basse	6x / an	01.06.2026	0 CHF	Créer calendrier fixe pour l'année

Légende des priorités

- Haute → prioritaire, à réaliser rapidement
- Moyenne → important mais flexible
- Basse → suivi régulier, sans urgence

Vous pouvez ajouter une colonne **"Statut"** pour suivre l'avancement de chaque mesure (Planifié / En cours / Réalisé).