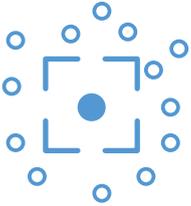


QUOI: Campagne anti-référendaire

QUAND: Votations du 27 septembre 2020

QUI: Echallens

Dossier: «Vente d'un terrain au Canton pour la construction d'un Gymnase»



CONTEXTE

De quoi on parle?

Un projet de longue date

Le projet d'implantation d'un Gymnase à Echallens remonte à 10 ans (2010).

Dès 2013, le Canton a conduit un nombre important d'études pour viabiliser l'implantation d'un Gymnase à Echallens et ce, pour répondre aux besoins croissants de places pour les étudiants vaudois. En mars 2019, le Canton abandonne le projet au lieudit Aux Trois Sapins. Le site de Court-Champ, à l'entrée Sud du Bourg, est alors retenu.

Le projet se précise et... se crispe

Le 6 avril 2020, la commission du Grand Conseil chargée de rapporter sur l'EMPD se prononce favorablement sur les propositions d'achat des fractions de la parcelle concernée et sur la participation financière à divers frais d'infrastructures. Le 26 mai 2020, le Grand Conseil suit, avec une seule abstention, les conclusions de la Commission. Le **28 mai 2020, le Conseil communal d'Echallens** se prononce par 50 oui, 4 non et 0 abstention pour les conclusions de la Commission qui ne différaient pas de celles de la Municipalité.

Dans la foulée du résultat du vote du Conseil communal, un groupe de citoyens démarre une récolte de signatures pour lancer un référendum contre la vente de la parcelle au Canton.



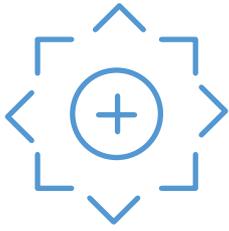
ENJEUX

Qu'est-ce qu'on risque?

Incito&Co est approché pour accompagner le projet de Gymnase et la vente de la parcelle au canton. Le contexte pour les Challengenoises et les Challengenois est nouveau. Si le nombre suffisant de signatures (15% du corps électoral) est récolté, les habitants d'Echallens, habitués à une vie politique calme et consensuelle, seront confrontés à un référendum municipal.

A un niveau supérieur se greffent les tensions entre Canton et Communes quant à la répartition des charges et 2020, synonyme de Covid, plonge la population dans une incertitude, notamment économique. Le climat global n'est donc pas à l'investissement et le facteur confiance pour gouverner devient crucial.

L'objectif prioritaire des partisans pour un Gymnase dans le Gros-de-Vaud est donc de se mobiliser et d'organiser une campagne. L'enjeu ? Ne pas réduire à néant un travail politique d'une décennie. A noter que le projet de Gymnase a fait l'unanimité au sein des députés du Gros-de-Vaud et il a remporté une large adhésion au sein du Conseil Communal d'Echallens.



PÉRIMÈTRE D'INTERVENTION

Ce que nous avons fait.

L'accompagnement par Incito&Co se situe sur deux niveaux:

- Le conseil stratégique avant et pendant la campagne
- La mise en œuvre d'un dispositif de communication évolutif.

Hypothèses de travail

- A. Le référendum contre la vente d'un terrain pour accueillir un Gymnase à Echallens s'inscrit dans une confrontation classique qui oppose un registre **émotionnel** (la ligne d'argumentation des référendaires) et un registre **rationnel** (celle des forces en faveur d'un gymnase).
- B. Si le registre rationnel tend à moins facilement mobiliser, il peut, habilement structuré, désamorcer les attaques émotionnelles en les battant en brèche avec des **faits concrets**.
- C. A l'échelle d'une commune, les référendaires arrivent à ratisser plus large que l'objet même du vote et jouent sur les dossiers qui font **débat** (en particulier d'autres aménagements) et une **défiance** contre l'équipe exécutive en place.
- D. Dans les dossiers liés à de la construction, ici une infrastructure, les thématiques de densification (LAT) et leurs implications concrètes pour les habitants permettent aux référendaires de jouer sur le registre «stop au bétonnage» qui bien souvent sort du cadre strict de l'objet soumis au vote.
- E. Usuellement, et c'est également le cas dans le dossier d'Echallens, nous préconisons de démarrer une campagne de manière réactive avec une possibilité de monter en puissance en fonction de l'évolution du climat de la campagne.

Dispositif

Dans la phase d'immersion, Incito&Co propose systématiquement un dispositif complet aux membres du comité de soutien. Ceux-ci, avec leur sensibilité et leur parfaite connaissance du Bourg, peuvent ensuite évaluer la pertinence des actions proposées et opérer un choix éclairé. A titre d'exemple, le comité n'a pas souhaité marquer le territoire avec des outils extérieurs (affichages SGA, LandArt, Banderoles) afin d'éviter de donner l'impression d'une campagne trop ostentatoire.

Au final, nous avons déployé les outils suivants:

- **Argumentaire:** afin de clarifier les faits et les messages clés, les hiérarchiser et en disposer dès le début de la campagne, quitte à ne les activer qu'en cours de campagne, voire jamais.
- **Calendrier d'engagement:** fixer sur un agenda les différentes opérations de terrain tout en s'assurant de couvrir tous les endroits de passage du territoire.
- **Visuel de campagne:** élaborer un logo simple et compréhensible véhiculant le OUI du scrutin à venir de manière visible et positif.
- **Microsite Internet:** développer une présence numérique mise à jour en continu.
- **Création,** développement et production des outils de campagne: flyers, tous ménages, silhouette, annonces presse, relations presse.
- **Débat contradictoire:** organiser, mettre en place, préparer les intervenants, définir le format avec les parties, élaborer les supports de présentation.

- **Testimoniaux** : lancer une campagne de soutien de la part des acteurs du Bourg (étudiants, commerçants, chefs d'entreprise, seniors).
- **Animation du Comité** « Pour un Gymnase à Echallens » : organiser des réunions hebdomadaires permettant de tirer les enseignements des opérations conduites, récolter les échos des habitants et planifier les prochaines actions ; monitorer les activités des référendaires ; validation des éléments de langage et les maquettes d'outils.

Au cours de la campagne, Incito&Co a évalué la pertinence d'occuper le territoire des médias sociaux. Le faible écho du site Internet et de la page Facebook des référendaires a fait prendre la décision au comité de ne pas investir ces outils.

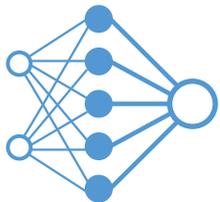
« Soyez préparés pour le pire, espérez pour le meilleur » – proverbe anglais

Posture et ton

Dans toute campagne politique, il faut se poser la question de la posture et de l'attitude que l'on souhaite adopter. Si par nature, les référendaires puisent dans un registre émotionnel et privilégie l'attaque, le choix est moins évident pour les défenseurs. S'opposent ainsi le relationnel à l'émotionnel, l'attaque à l'explication, la fronde à l'information.

Proactif ou réactif ?

Une fois la posture adoptée, se pose généralement la question du timing. Quand faut-il sortir du bois ? Dans un dossier en faveur d'un projet, nous préconisons généralement de démarrer la campagne par une phase d'observation. En revanche, il faut mettre en place les ressources (membres du comité, outils, argumentaire) dès la validation par les autorités des signatures récoltées, donc la confirmation que le référendum aura bien lieu. Il est en effet dangereux de dévoiler tout son jeu dès les premiers jours de campagne au risque de manquer d'arguments, de s'essouffler et de tourner ensuite en rond.



APPRENTISSAGES
Ce que l'on a appris

La coupure estivale

Que faire des semaines estivales durant lesquelles le délai référendaire court mais les rues du Bourg sont vides ? Nous avons planifié les ressources et l'activation des outils de manière adéquate pour ne pas divulguer notre stratégie trop tôt. Ceci nous a également permis de monter en puissance sur les dernières semaines et d'allouer les membres du comité à des tâches précises et visibles sur le territoire du Bourg.

Mobiliser ses réseaux

En matière d'activation des relais, il est parfois difficile de demander aux acteurs d'afficher clairement leur position. Le constat est d'autant plus marqué lorsqu'il s'agit de commerçants, de patrons d'entreprise ou de différentes associations d'une ville de taille moyenne dans laquelle la proximité entre les habitants, les élus et les acteurs du territoire est forte. Le recours aux relais, invitant chaque personne convaincue à en parler à son proche entourage, est alors vivement conseillé pour mobiliser plus largement les citoyens.

Appel au vote

Selon notre expérience, il ne suffit pas de convaincre les citoyens, il faut encore les encourager, par tous les moyens possibles, à voter ! C'est souvent décisif. A Echallens l'objet municipal a été porté par un agenda fédéral très fourni (congé parental, achat des avions de combat, loi sur la chasse).



CONCLUSION Pour quel résultat ?

Avec un taux de participation de 57.06% le OUI au Gymnase l'a emporté avec 1'396 voix pour le OUI (59.6%) et 908 voix pour le NON (40,4%).



Quelques exemples d'outils utilisés dans le cadre de notre intervention (annonce, flyer, site internet, carte postale, etc.)



TESTIMONIAUX Ce qu'ils en pensent

« Toute l'équipe d'Incito&Co nous a permis, en tant qu'association pour le OUI au Gymnase, de canaliser nos efforts. A chaque étape décisive, nous avons pu compter sur leur expérience, leurs conseils et leur réactivité en matière de production de messages et d'outils, ce qui a certainement constitué un élément décisif dans le résultat. »

Jean-Luc Miserez, Président

« Leur point de vue externe au Bourg nous a permis de prendre en considération des aspects nouveaux dans la manière de mettre en perspective le projet. Leur approche structurée nous a soutenus dans cette campagne qui était une première pour Echallens. »

Hervé Delay, Secrétaire