

«Des réponses à des attentes concrètes»

Un vote consultatif sur la fusion du Grand Fribourg aura lieu le 17 mai. Ainsi en a décidé l'Assemblée constitutive, mercredi à Marly lors de sa 11^e session. Le concept de fusion, sur lequel se prononceront les citoyens des neuf communes, a été approuvé le même soir.

XAVIER SCHALLER

GRAND FRIBOURG. «Sur la base du concept de fusion, acceptez-vous que votre commune poursuive le processus de fusion du Grand Fribourg?» Le 17 mai, les citoyens de neuf communes concernées devront répondre à cette question. L'Assemblée constitutive du Grand Fribourg a choisi, mercredi à Marly, la voie du vote consultatif. Lors de sa 11^e session, elle a aussi approuvé ledit concept de fusion. D'ici au scrutin, un travail d'information tous azimuts est prévu. Pour accentuer les mesures en direction du grand public, les délégués ont voté une rallonge de 75 000 francs au 198 000 fr. déjà attribués pour le budget de communication, dont la société Virtù Public Affairs AG a la charge. Son patron, le Châtelais d'origine Xavier Pilloud, explique les grandes lignes de sa stratégie de communication.

la communication n'étaient pas suffisants. Mais il était important d'avoir d'abord un projet défini. Et cela, on ne l'a que depuis mercredi.



Xavier Pilloud: «Tout l'enjeu est de montrer qu'il y a des réponses aux craintes et aux questions légitimes que les gens se posent.» JEAN-BAPTISTE MOREL

Avec ce budget renforcé au niveau de la communication, l'Assemblée constitutive se donne-t-elle les moyens de ses ambitions?

Oui, on peut dire que c'est un bon budget. Dans les années passées, beaucoup de gens disaient que les moyens pour

Quel est, selon vous, le message le plus difficile à faire passer?

On propose un changement relativement grand. Mais l'Assemblée constitutive a bien travaillé, son projet est mûr, bien réfléchi, intéressant. Tout l'enjeu est de montrer qu'il y a des réponses aux craintes et aux questions légitimes que les gens se posent.

Le concept de fusion fait 40 pages, le résumé six bien tassées. Tout le monde ne va pas lire ça. Un des défis est de toucher des gens pas forcément passionnés par la politique...

Absolument. Nous avons donc une double stratégie niveau des publics. La première trame, c'est une campagne par commune. Parce que, malgré tout ce que l'on dit, les gens sont attachés à leurs communes: à la vie, à l'économie, à la politique de leurs communes. Pas tous, mais une grande partie. Nous avons inscrit toute une série de mesures dans ce cadre, notamment le journal de la fusion.

Comment se présentera-t-il?

Ce tout-ménage sera envoyé à plus de 40 000 foyers et entreprises. Nous en préparons neuf versions: la une et la page deux changent pour chaque commune. On peut ainsi aborder les thèmes et les questions que se posent les gens sur le plan communal. Le reste du journal, qui est bilingue, est partagé. L'idée n'est pas de présenter un concept, mais d'expliquer les choses comme *La Gruyère* ou *La Liberté* le font. C'est un investissement important, mais qui

nous paraît essentiel.

Dans chaque commune, nous irons aussi à la rencontre de la population, avec neuf soirées d'information. Des vidéos, en *motion design*, seront aussi diffusées. Avec les outils modernes, si vous habitez à Villars-sur-Glâne, vous voyez la vidéo montée pour cette commune.

Et quelle est l'autre trame?

C'est celle par segments de population. Pour s'adresser également à ceux qui s'identifient à d'autres éléments. Il y a les jeunes et les moins jeunes, les gens actifs dans le domaine de la culture, du sport, dans les diverses associations. Là aussi, l'objectif est de montrer que la fusion est un projet de société, qui répond à des attentes concrètes.

Les suppléments de 75 000 francs vont surtout financer des mesures en faveur du grand public...

Oui. Par exemple une vidéo Easyvote pour les jeunes. C'est une discussion que l'on a souvent avec les délégués: la fusion est un projet pour les jeunes, alors il faut qu'ils aient l'occasion d'en parler. A ce chapitre, nous avons aussi une collaboration avec le Conseil de jeunes pour des séances d'information et des discussions publiques.

Il y a même 5000 francs au budget pour «une chanson de la fusion»...

C'est l'exemple d'une approche un peu plus légère, drôle et grand public. Comme le projet de fusion présente beaucoup de technicité et de complexité, l'idée est d'offrir

aussi quelque chose d'autre. La campagne commence officiellement le 16 mars.

Avant, il y a une phase d'information des exécutifs et des législatifs communaux, et ensuite des différentes associations.

Certains se souviennent de vous comme rédacteur en chef adjoint de Radio Fribourg ou, avant, comme journaliste de La Gruyère. Qu'êtes-vous devenu depuis?

J'ai quitté le journalisme en 2008, après avoir obtenu un brevet fédéral en relations publiques. Je travaille depuis dans ce domaine. J'ai fondé Virtù en 2013, un bureau spécialisé dans la communication institutionnelle, la vulgarisation scientifique et la communication politique. Je défends notamment les intérêts des hautes écoles suisses au Palais fédéral. ■