

Rapport de la Commission des finances

Préavis municipal n° 69 relatif à une demande de crédit d'investissement pour la réalisation d'une campagne de communication image

Gland, le 28 octobre 2024

Madame la Présidente,
Mesdames et Messieurs les Conseillères et Conseillers,

La Commission des finances (ci-après : COFIN), composée de :

M.	Nicolas Pellet	PLR, 1er membre
M.	Samuel Freuler	GDG, rapporteur
M.	Alain Bringolf	GDG
M.	Jérôme Frachebourg	GDG
Mme	Angelita Galvez	PS-Les Verts-e-s
Mme	Iulica Gorgoni	PS-Les Verts-e-s
M.	Evan Lock	GDG
M.	Rasul Mawjee	PLR
Mme	Isabelle Wegmann	UDC

s'est réunie les 7, 23 et 28 octobre 2024.

Excusé-e-s

Le 7 octobre : Alain Bringolf, Jérôme Frachebourg et Isabelle Wegmann.

Remerciements

Les membres de la COFIN remercient Madame la Syndique Christine Girod et Madame Marie Jobin Cheffe de l'Ocom ainsi que Messieurs Gilles Davoine, Municipal, et Julien Ménoret, Chef du Service des finances, de l'économie et des sports, pour la qualité des informations fournies dans le cadre des réponses écrites à leurs questions ainsi que lors de la séance du 23 octobre 2024.

Préambule

Notre ville a beaucoup évolué ces dernières décennies, d'une part par la croissance de sa population, mais également par toutes les prestations que nos autorités ont fait évoluer et étoffées en fonction des besoins et attentes. Les habitants de Gland sont pour la plupart heureux d'habiter la commune et de bénéficier d'une offre complète tant au niveau sportif que culturel ainsi que de liens efficaces avec les grandes villes de la Romandie.

Malgré ces constatations positives, la Municipalité estime que notre ville souffre d'une image déficiente à l'extérieur de celle-ci, ce qui prêterait son attractivité pour de futurs collaborateurs ainsi que pour l'installation de nouvelles entreprises.

Informations

Afin de rendre le concept plus appréhendable, la Municipalité a, sous le sceau du secret de commission, dévoilé quelques éléments de la campagne imaginée par l'agence Plates-Bandes Communication. Le concept mélange effectivement le côté décalé avec des éléments très qualitatifs dans le but de faire oublier les clichés liés au nom et au côté cité-dortoir.

Selon les dires de la Municipalité, l'objectif est de replacer la ville conformément à ses qualités, rattraper la différence de perception par rapport aux autres villes de Romandie, sans toutefois se présenter comme meilleurs. Somme toute, il s'agit là d'une perspective très vaudoise.

Par rapport au buzz déjà actif actuellement, nos autorités souhaitent que les médias s'intéressent vraiment à ce qui se passe sur le territoire, aux évolutions en profondeur de la ville, aux multiples associations, etc... et non aux clichés comme on a pu le voir à « Mise au point » par exemple.

Les objectifs principaux de cette campagne sont complexes :

- *Renforcer l'attractivité de la ville*
- *Favoriser l'essor économique*
- *Positionner l'administration en tant qu'employeur-attractif*
- *Se donner les moyens de soigner la cohésion sociale*

En bref, donner envie aux entrepreneurs et sociétés de venir s'installer à Gland, faciliter le recrutement au sein de l'administration et renforcer le sentiment de fierté des Glandois envers leur ville.

Par ailleurs, nous tenons à rappeler à l'adresse du Conseil, que l'OCOM dispose d'un budget annuel de CHF 183'500.- et la promotion économique de CHF 95'000.- (chiffres 2024) sans compter les traitements des ETP correspondants- (3.1 resp. 1.3) qui font déjà un travail remarqué pour rajeunir et professionnaliser l'image de notre commune.

Les questions du Conseil par rapport à la résolution des problèmes de circulation/sécurité/gestion de la croissance avant de vouloir attirer encore plus de personnes sur notre territoire reçoivent la réponse traditionnelle : nous étudions déjà un PDMS et une refonte du TUG, l'étude sur la politique du logement est en cours, tout comme le PACom et pour finir que la Municipalité travaille sur le postulat Buffat ayant trait à la sécurité.

Appréciations

La COFIN a apprécié une fois encore la transparence dont font preuve nos autorités ainsi que l'enthousiasme qui anime la défense de ce préavis.

Néanmoins, nous n'avons pas été convaincus de la nécessité d'opérer cette campagne de communication. En effet l'objectif et les destinataires finaux de celle-ci ne nous sont pas apparus très clairement. N'y aurait-il pas un petit côté nombriliste à toute cette démarche ?

Une foule d'études très importantes sont déjà en cours, leur résultat se fait attendre, parfois depuis très longtemps et celles-ci nous paraissent clairement prioritaires dans l'action de notre Municipalité.

Pourquoi ne pas laisser faire le bouche à oreille citoyen, et garder la qualité de vie glandoise pour les « insiders » ?

Conclusions

Tenant compte de toutes les actions déjà en cours pour promouvoir l'image de la ville au travers des différents budgets réguliers, tenant compte du fait que nous n'avons pas été convaincus du bien-fondé de cette dépense ainsi que des objectifs qu'elle poursuit, la Commission des finances recommande, à la majorité de ses membres, de refuser les conclusions du préavis municipal n° 69 et de prendre les décisions suivantes :

- I. de refuser le préavis municipal n° 69 relatif à une demande de crédit d'investissement pour la réalisation d'une campagne de communication image ;
- II. de ne pas accorder à la Municipalité le crédit d'investissement de CHF 395'000.- ;
- III. de ne pas autoriser la Municipalité à emprunter la somme de CHF 395'000.-.

Signatures des membres de la Commission des finances

Nicolas Pellet 1 ^{er} membre	Samuel Freuler Rapporteur	Alain Bringolf Membre
Jérôme Frachebourg Membre	Angelita Galvez Membre	Iulica Gorgoni Membre
Evan Lock Membre	Rasul Mawjee Membre	Isabelle Wegmann Membre