

# Directives relatives à l'information et à la communication (DirInf)

---



ETAT DE FRIBOURG  
STAAT FREIBURG



# Directives de la Chancellerie d'Etat

du 30 mars 2015

## relatives à l'information et à la communication (DirInf)

---

### *La Chancellerie d'Etat du canton de Fribourg*

Vu la loi du 9 septembre 2009 sur l'information et l'accès aux documents (LInf) ;

Vu l'ordonnance du 14 décembre 2010 relative à l'information sur les activités du Conseil d'Etat et de l'administration (OInf) ;

Vu les articles 25 et 26 de l'ordonnance du 8 avril 2014 sur la gestion des séances du Conseil d'Etat (ci-après : OGSCE) ;

Vu l'ordonnance du 6 décembre 2011 relative à l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg (OIV) ;

*Adopte ce qui suit :*

## CHAPITRE PREMIER

### Dispositions générales

#### **Art. 1** Buts

Les présentes directives ont pour but de :

- a) compléter les dispositions de la législation cantonale relatives à l'information sur les affaires du Conseil d'Etat et de l'administration ;
- b) préciser, au sein de l'administration cantonale, les rôles et attributions en matière d'information.

#### **Art. 2** Champ d'application

##### a) Organes concernés

<sup>1</sup> Les présentes directives s'appliquent à l'administration cantonale, y compris aux établissements personnalisés et aux autres unités rattachées administrativement aux Directions.

<sup>2</sup> Sont toutefois réservés :

- a) de manière générale, le statut d'indépendance de l'Autorité cantonale de la transparence et de la protection des données (art. 31 OInf) ;
- b) pour les règles relatives aux sites Internet, les dérogations découlant de la situation particulière des entités qui ne sont pas soumises à l'obligation d'administrer leurs sites à l'aide du système de gestion de contenu de l'Etat (CMS) (art. 35 al. 2 OInf) ou qui ne sont pas soumises aux exigences relatives à l'identité visuelle (art. 3 al. 1 OIV).

#### **Art. 3** b) Situations particulières

<sup>1</sup> Lors d'événements relevant de la législation sur la protection de la population (catastrophes, situations d'urgence, accidents et sinistres majeurs), l'information est régie par une ordonnance spécifique.

<sup>2</sup> En situation de crise, l'information est assurée par les cellules de crise instituées au sein des Directions et de la Chancellerie.

<sup>3</sup> Les dispositions de la législation sur la publication des actes législatifs relatives à la publication extraordinaire sont en outre réservées.

#### **Art. 4** Aspects linguistiques

<sup>1</sup> La langue de l'information est régie par les articles 2 et 3 OInf.

<sup>2</sup> Sont en outre applicables aux textes rédigés dans le contexte de l'information et de la communication de l'Etat :

- a) les recommandations concernant l'égalité linguistique entre femmes et hommes approuvées par le Conseil d'Etat (lien);
- b) les directives de la Chancellerie d'Etat sur la traduction au sein de l'administration cantonale.

<sup>3</sup> Les règles particulières prévues à l'article 15 pour les communications aux médias sont cependant réservées.

## **Art. 5** Identité visuelle (art. 4 al. 3 OInf)

<sup>1</sup> Le domaine de l'information du public est, en ce qui concerne aussi bien les sites Internet que les documents diffusés dans ce contexte sous forme imprimée ou sous forme électronique, soumis aux exigences de l'ordonnance relative à l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg et de la charte graphique qui l'accompagne, dans les limites fixées par cette ordonnance.

<sup>2</sup> Pour les dossiers issus de décisions du Conseil d'Etat, l'article 25 al. 2 OGSCE est en outre réservé.

<sup>3</sup> Sous réserve de dispenses accordées par le Conseil d'Etat, les unités administratives qui ne sont pas soumises aux règles de l'ordonnance relative à l'identité visuelle sont tenues de mentionner, sur leur site et dans ces documents, leur appartenance à l'Etat de Fribourg (art. 3 al. 2 OIV).

## **Art. 6** Directives particulières

Sont réservées :

- a) les directives prises par les Directions ou les établissements personnalisés en application de l'article 30 OInf ;
- b) les directives prises par la Direction de l'instruction publique, de la culture et du sport relatives aux sites Internet des écoles et à la publication de données personnelles sur ces sites ;
- c) les directives et règles particulières mentionnées aux articles 30 al. 2 et 35.

## **CHAPITRE 2**

### **Organisation**

## **Art. 7** Mise en œuvre générale

<sup>1</sup> Les Directions et la Chancellerie ainsi que leurs unités administratives veillent au respect des principes posés dans les présentes directives, de manière générale et pour toutes les publications qui leur incombent.

<sup>2</sup> La Chancellerie assume également cette responsabilité pour les publications et le site Internet du Conseil d'Etat ainsi que pour les comptes ou profils de l'Etat sur les médias sociaux.

## **Art. 8** Bureau de l'information (art. 6 OInf)

En complément des tâches qui lui sont confiées par l'ordonnance relative à l'information sur les activités du Conseil d'Etat et de l'administration, le Bureau de l'information (ci-après : le BdI) :

- a) veille à la qualité de l'information émanant du Conseil d'Etat et de son administration, en assurant une certaine unité de doctrine en la matière ;
- b) veille à la coordination et à la cohérence de l'information fournie par l'administration ;
- c) tient l'agenda des conférences de presse en vue de sa soumission hebdomadaire au Conseil d'Etat (art. 14 al. 2 OInf et art. 25 al. 3 OGSCE) ainsi qu'un répertoire des remises de documents importants à la presse accréditée ;
- d) établit quotidiennement une revue de presse générale des sujets et thèmes intéressants pour le canton, qu'il met à la disposition des membres du Conseil d'Etat et de l'administration cantonale ;
- e) collabore à la mise en place de cours de formation continue destinés aux collaborateurs et collaboratrices chargés de tâches d'information (art. 4 al. 2 OInf) ;
- f) assume, outre la gestion du site portail de l'Etat et du site du Conseil d'Etat, la gestion du site de la Chancellerie et celle du site consacré à l'identité visuelle de l'Etat ;
- g) fonctionne comme centre de compétence pour les médias sociaux ;
- h) renseigne les Directions et leurs unités administratives sur les problèmes relatifs à la publication d'images (art. 32ss) ;
- i) suit l'évolution des projets de cyberadministration et se tient informé des avancées technologiques dans le domaine de l'information.

## **Art. 9** Correspondants et correspondantes des Directions en matière d'information (art. 7 OInf)

En complément des tâches qui leur sont confiées par l'ordonnance relative à l'information sur les activités du Conseil d'Etat et de l'administration, les correspondants et correspondantes des Directions en matière d'information :

- a) conseillent et assistent leur Direction et ses unités administratives pour tout ce qui relève du domaine de l'information ;
- b) exercent une veille médiatique sur les objets qui relèvent de leur Direction, en se fondant notamment sur le système général de veille mis en place par le BdI ;
- c) assurent l'information de leur Direction et de ses unités administratives sur les dossiers généraux relatifs à la communication discutés au sein de la Conférence des responsables de l'information ;

- d) veillent, en collaboration avec les secrétaires généraux, à ce que le personnel amené à jouer un rôle en matière d'information reçoive les instructions nécessaires à cette activité et, au besoin, une formation adéquate.

### **CHAPITRE 3**

#### **Communication des informations aux médias**

##### **Art. 10** Compétences

<sup>1</sup> La compétence pour fournir aux médias des informations sur les activités de l'administration est régie par les articles 26 et 27 OInf.

<sup>2</sup> Les articles 22 et suivants OInf sont en outre applicables à l'information sur les intentions et décisions du Conseil d'Etat.

##### **Art. 11** Nature des informations (art. 27 OInf)

<sup>1</sup> Sont de nature politique au sens de l'article 27 al. 1 OInf les informations qui :

- a) portent sur des sujets présentant des variantes quant aux solutions à trouver ou suscitant l'expression d'avis divergents ;
- b) concernent des thèmes controversés ou des questions délicates de la vie cantonale ;
- c) nécessitent, vu le contexte particulier dans lequel elles se situent, que l'on tienne compte au mieux des susceptibilités et des réactions éventuelles de particuliers ou du public.

<sup>2</sup> Sont de nature technique ou administrative les informations purement factuelles ainsi que celles qui sont relatives aux modalités de la mesure décidée et qui ne demandent pas d'appréciation sur le fond du sujet.

##### **Art. 12** Moyens d'informer (art. 13ss OInf)

<sup>1</sup> Les Directions et, le cas échéant, leurs unités administratives décident des moyens appropriés pour diffuser leurs informations, en fonction de l'importance qu'elles entendent leur donner.

<sup>2</sup> L'organisation d'une conférence de presse par une unité administrative nécessite l'accord préalable de la Direction concernée. Cette obligation ne s'applique toutefois ni aux préfetures, ni aux unités qui en sont exemptées par leur Direction en application de l'article 30 al. 1 OInf.

<sup>3</sup> Les Directions et leurs unités administratives respectent les principes généraux qui gouvernent l'établissement d'un plan de communication, la rédaction d'un communiqué de presse et l'organisation d'une conférence de presse ou d'un point presse. Ces principes sont précisés en annexe (annexe 1).

##### **Art. 13** Diffusion des informations (art. 29 OInf)

###### a) En général

<sup>1</sup> Dans le respect du principe de célérité, le Bdl veille à une diffusion régulière des informations, tenant compte à la fois du rythme de parution des médias fribourgeois et de la nécessité d'en assurer la meilleure visibilité possible.

<sup>2</sup> Les communications sont réparties sur l'ensemble des moments clés de la semaine, principalement les lundis, mercredis et vendredis matin.

<sup>3</sup> Les réponses du Conseil d'Etat aux consultations fédérales sont publiées sur Internet et sont en principe remises aux médias sans explications complémentaires.

##### **Art. 14** b) Par les unités administratives

<sup>1</sup> Les Directions communiquent au Bdl la liste de leurs unités administratives qui diffusent elles-mêmes leurs informations auprès des médias.

<sup>2</sup> Les unités qui diffusent elles-mêmes leurs informations auprès des médias veillent à coordonner leurs envois avec ceux du Bdl. Elles lui en font d'office parvenir une copie, ainsi qu'au correspondant ou à la correspondante de leur Direction.

##### **Art. 15** Langues et traductions – Règles particulières

<sup>1</sup> Lorsqu'ils font office de communication aux médias, les rapports explicatifs relatifs à des ordonnances du Conseil d'Etat doivent être établis et diffusés dans les deux langues officielles (art. 26 al. 2 OGSCE). Lorsqu'ils sont mis à disposition en tant que simples annexes à une communication, ils peuvent être diffusés uniquement dans leur langue originelle (art. 3 al. 1 OInf).

<sup>2</sup> La traduction des communications destinées aux médias incombe à la Direction chargée du dossier, même lorsque la communication est finalement diffusée au nom du Conseil d'Etat.

## CHAPITRE 4

### Sites Internet de l'Etat

#### Art. 16 Noms de domaines

La gestion des noms de domaines pour les sites de l'Etat incombe conjointement à la Chancellerie et au Service de l'informatique et des télécommunications.

#### Art. 17 Système de gestion de contenu (art. 35 al. 1 OInf)

<sup>1</sup> Le système informatique de gestion de contenu centralisé des sites de l'Etat (CMS) fournit les modèles nécessaires à la présentation des informations et contient une application spécifique destinée à la gestion des actualités.

<sup>2</sup> Au besoin, d'autres applications web peuvent être insérées dans le CMS ; cette insertion a lieu conformément aux exigences de l'ordonnance relative à l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg et de sa charte graphique.

<sup>3</sup> Le navigateur Internet de référence pour le CMS est défini par ce dernier. Dans la mesure du possible, l'organe chargé de la gestion du site veille à ce que les pages publiées soient également compatibles avec d'autres navigateurs et accessibles sur différents supports (tablettes, téléphones mobiles, ...).

#### Art. 18 Gestion des sites

##### a) En général

<sup>1</sup> Les Directions et les unités administratives conçoivent et organisent les sites qu'elles gèrent dans le respect des règles de l'ordonnance relative à l'information sur les activités du Conseil d'Etat et de l'administration, de l'ordonnance relative à l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg et de sa charte graphique ainsi que des présentes directives.

<sup>2</sup> Elles en élaborent le contenu matériel et en assurent la mise à jour régulière.

<sup>3</sup> Les informations et documents qui ne sont plus actuels mais qui présentent néanmoins un intérêt pour le public doivent y être conservés dans une rubrique spéciale « archives ».

#### Art. 19 b) Formation du personnel

<sup>1</sup> Avant d'être habilité à utiliser le CMS, le personnel chargé de la gestion d'un site est tenu de suivre une formation technique de base.

<sup>2</sup> La formation est dispensée par la Chancellerie ; en outre, celle-ci élabore et tient à jour un manuel d'utilisation du CMS.

#### Art. 20 Organisation et présentation des sites

##### a) En général

<sup>1</sup> L'organisation générale et la présentation des sites sont définies dans une charte rédactionnelle (annexe 2) et dans la charte graphique mentionnée à l'article 5. Les pages Internet sont composées selon les structures types proposées par le CMS.

<sup>2</sup> L'insertion de contenus multimédias particuliers est soumise au préalable à la Chancellerie pour validation.

#### Art. 21 b) Accessibilité pour les personnes handicapées

<sup>1</sup> L'information et les prestations de communication ou de transaction proposées sur les sites doivent être accessibles aux personnes handicapées de la parole, de l'ouïe, de la vue ou handicapées moteur.

<sup>2</sup> A cet effet, les sites doivent être aménagés conformément aux standards informatiques internationaux régissant l'accessibilité des pages Internet, reconnus par la Confédération pour ses propres sites. Ils doivent atteindre le niveau de conformité « AA » requis par ces standards.

<sup>3</sup> La Chancellerie veille à l'obtention, pour l'ensemble des sites, d'une certification de conformité délivrée par un organisme reconnu. Elle fournit aux Directions et à leurs unités administratives les instructions nécessaires et fixe les délais utiles en vue de leur mise en œuvre.

#### Art. 22 c) Insertion de publicités

<sup>1</sup> L'insertion sur les sites de l'Etat de publicités, de liens vers des sites commerciaux et de liens vers des sites personnels est interdite.

<sup>2</sup> Toutefois :

a) les logos des logiciels bureautiques et des différents navigateurs, accompagnés des liens vers les logiciels en question, sont autorisés ;

b) la mention d'un ou d'une prestataire externe accompagnée d'un copyright et d'un lien vers son site est également autorisée, mais uniquement dans la page « Contact » du site et sans logo ;

- c) les personnes élues peuvent introduire un lien vers leur page personnelle, à condition que ce lien soit clairement identifié comme tel et n'apparaisse ni dans la zone de contenu, ni dans la zone de navigation principale ;
- d) d'autres dérogations peuvent être autorisées pour des besoins particuliers par la Conférence des responsables de l'information, sur le préavis du Bdl.

**Art. 23** Procédure d'ouverture d'un nouveau site  
a) Création du site

<sup>1</sup> La demande de création de site est adressée à la Chancellerie ; elle comprend notamment :

- a) la liste du personnel chargé de la gestion du site ;
- b) si elle émane d'une unité administrative subordonnée, l'autorisation de création de site délivrée par la Direction compétente ;
- c) lorsque le site est géré en commun par plusieurs Directions ou unités administratives, la désignation de l'entité qui en assume la responsabilité principale.

<sup>2</sup> La création du site dans le CMS est effectuée par la Chancellerie. Celle-ci met à disposition un site standard fonctionnel, doté d'une structure type, d'un nom de site approprié et des autorisations d'accès nécessaires.

**Art. 24** b) Elaboration du site

<sup>1</sup> L'élaboration du site incombe à la Direction ou à l'unité administrative concernée. Elle est préparée dans les deux langues et dans le respect des exigences relatives à la gestion et à l'organisation des sites.

<sup>2</sup> Au besoin, la Chancellerie conseille et assiste le personnel chargé de la gestion du site.

**Art. 25** c) Contrôles

<sup>1</sup> Les sites créés par les unités administratives subordonnées font l'objet d'un double contrôle :

- a) la Direction compétente effectue un contrôle du contenu matériel du site et délivre sur cette base une autorisation de publication préalable ;
- b) le Bdl effectue le contrôle formel requis par l'article 35 al. 3 OInf et délivre sur cette base l'autorisation de publication définitive.

<sup>2</sup> Pour les sites créés par les Directions et les unités administratives rattachées administrativement, seuls le contrôle formel par le Bdl et l'autorisation de publication définitive qui l'accompagne sont requis.

**Art. 26** d) Publication

Une fois que l'autorisation de publication définitive a été délivrée, la première publication du site sur Internet est effectuée par la Chancellerie, en collaboration avec le Service de l'informatique et des télécommunications.

**Art. 27** Actualités  
a) En général

<sup>1</sup> Font l'objet d'une actualité diffusée dans les rubriques prévues à cet effet et reprise dans les fils d'information automatisés (flux RSS) des sites concernés :

- a) les communications aux médias ;
- b) d'autres actualités, en fonction des besoins.

<sup>2</sup> Les actualités comprennent un titre, un chapeau et un contenu. Lorsqu'elles sont tirées d'un communiqué de presse, elles reprennent le texte complet de celui-ci, hormis la mention de la date et des personnes de contact.

<sup>3</sup> Les communications aux médias sont publiées dans les actualités le jour même de leur diffusion auprès des médias ou, lorsque la communication est diffusée sous embargo, au terme de celui-ci.

**Art. 28** b) Répartition des responsabilités

<sup>1</sup> Les Directions et les unités administratives assurent, sur leurs sites, la publication de leurs propres actualités ainsi que la reprise des autres actualités liées à leurs activités.

<sup>2</sup> Le Bdl assure la publication des actualités du Conseil d'Etat et de la Chancellerie. Il procède en outre au tri des autres actualités et coordonne leur diffusion sur les différents sites dont il assume la gestion.

<sup>3</sup> La reprise, sur le site portail, des actualités transmises par le Secrétariat du Grand Conseil, le Conseil de la magistrature et le Tribunal cantonal est régie par l'article 32 al. 3 OInf.

**Art. 29** Site portail

<sup>1</sup> Le site portail de l'Etat a pour adresse [www.fr.ch](http://www.fr.ch). Il sert de voie d'accès vers les différents sites des entités liées à l'Etat de Fribourg, y compris aux sites du Grand Conseil, du Conseil de la magistrature et du Pouvoir judiciaire, ainsi qu'aux thèmes qui y sont traités.

<sup>2</sup> Le site portail comprend notamment :

- a) les actualités dont l'importance justifie qu'elles y soient reprises ;
- b) un flux RSS global regroupant toutes les actualités de l'Etat ;
- c) des informations juridiques sur les conditions générales d'utilisation des sites de l'Etat et sur le respect de la sphère privée des usagers et usagères ;
- d) le portail de cyberadministration, comprenant notamment des services en ligne.

<sup>3</sup> Le BdI réexamine régulièrement le contenu, la structure et la présentation du site portail et y apporte les développements nécessaires.

#### **Art. 30 Sites des Directions et des unités administratives**

<sup>1</sup> En complément du contenu minimal mentionné à l'article 33 al. 2 OInf, les Directions, la Chancellerie et les unités administratives doivent également publier sur leur site :

- a) une carte d'identité de la Direction ou de l'unité, les différents moyens de la contacter ainsi qu'un formulaire de contact doté des mesures de sécurité nécessaires ;
- b) une rubrique « actualités », accompagnée d'un lien vers les actualités du site portail ;
- c) les métadonnées nécessaires au référencement du site.

<sup>2</sup> Les publications suivantes doivent en outre être effectuées conformément à des règles ou directives particulières :

- a) la présentation graphique des organigrammes ;
- b) la publication des extraits des catalogues de prestations (missions, prestations, bases légales) ;
- c) la publication de l'annuaire téléphonique accessible au public.

## **CHAPITRE 5**

### **Médias sociaux**

#### **Art. 31**

<sup>1</sup> Les Directions et les unités administratives peuvent utiliser les médias sociaux pour leur communication, en fonction des besoins et des thèmes qui leur sont propres.

<sup>2</sup> Cette utilisation est régie par le « Guide pratique d'utilisation des médias sociaux » établi par la Chancellerie.

## **CHAPITRE 6**

### **Utilisation d'images dans la communication**

#### **Art. 32 Principes**

<sup>1</sup> L'utilisation d'images, notamment de photographies, dans le contexte de la communication de l'Etat est limitée par :

- a) les droits des auteur-e-s de ces images ;
- b) les droits de la personnalité des personnes figurant sur ces images, notamment leur droit à leur propre image.

<sup>2</sup> L'organe public qui utilise des images dans sa communication veille au respect de la législation sur le droit d'auteur. Si nécessaire, il s'entend au préalable avec l'auteur-e sur l'utilisation de l'œuvre et l'étendue des droits cédés.

<sup>3</sup> La publication d'images représentant des personnes identifiées ou identifiables constitue une communication de données personnelles au public, régie par les articles 11 et 12 LInf et par les dispositions qui suivent.

#### **Art. 33 Consentement des personnes représentées**

##### **a) Accord préalable**

<sup>1</sup> La publication d'images représentant des personnes identifiées ou identifiables requiert le consentement préalable, en principe écrit, des personnes concernées. La durée d'utilisation de l'image et l'étendue de cette utilisation sont au besoin précisées, notamment lorsque l'image est intégrée dans la photothèque mentionnée à l'article 36.

<sup>2</sup> Le consentement est présumé lorsque l'image ne contient aucun élément blessant ou humiliant pour les personnes concernées ou attentatoire à leur honneur et qu'elle remplit au moins l'une des conditions suivantes :

- a) elle représente une scène de foule ou un groupe de personnes, et aucune des personnes y figurant n'est individualisée ni ne constitue un sujet principal de l'image ;
- b) elle a été prise dans un lieu public et se rattache directement à un événement de l'actualité ne touchant pas à la vie privée des personnes ;
- c) elle a été prise dans un lieu public et concerne une personnalité publique ;

d) elle provient d'un ou d'une photographie professionnel-le ou d'une banque d'images garantissant le respect des droits de la personnalité.

<sup>3</sup> Lorsque les personnes représentées sur une image ne sont pas susceptibles d'être identifiées, aucun consentement n'est requis.

#### **Art. 34**     b) Droit au retrait

<sup>1</sup> Toute personne représentée de manière identifiable sur une image publiée sur un site Internet de l'Etat et qui se sent atteinte dans son droit à sa propre image peut, sur simple demande adressée à l'organe chargé de la gestion du site, faire retirer l'image de ce dernier.

<sup>2</sup> Est en outre réservé l'exercice par les personnes concernées des droits en cas d'atteinte qui leur sont conférés par la législation sur la protection des données.

#### **Art. 35**     c) Cas particuliers

Au besoin, les Directions concernées édictent des directives spéciales relatives à l'utilisation d'images représentant des personnes en situation vulnérable, notamment pour les établissements d'enseignement et les établissements médico-sociaux.

#### **Art. 36**     Banques d'images

Le BdI met à disposition sur Internet une photothèque propre à l'Etat, permettant de disposer d'images respectant aussi bien les droits d'auteur que, le cas échéant, les droits de la personnalité des personnes représentées.

### **CHAPITRE 7**

#### **Dispositions finales**

#### **Art. 37**     Droit transitoire

<sup>1</sup> La Chancellerie dispose d'un délai de trois ans pour obtenir la première certification en matière d'accessibilité pour les personnes handicapées requise par l'article 21.

<sup>2</sup> Les Directions et les unités administratives disposent d'un délai d'une année pour contrôler la conformité de leurs sites Internet avec les autres exigences posées par les présentes directives. Elles veillent en particulier à ce que les images publiées sur leurs sites soient compatibles avec les principes qui y sont posés.

<sup>3</sup> Le BdI en fait de même pour les sites dont il assume la gestion.

#### **Art. 38**     Abrogations

Sont abrogées :

- a) les règles en matière d'information sur les activités du Conseil d'Etat et de l'administration du canton de Fribourg, approuvées par le Conseil d'Etat le 5 juin 2007 ;
- b) les directives du 15 octobre 2008 de la Commission Fri-Info relatives aux sites Internet de l'Etat de Fribourg gérés au moyen du CMS Contens.

#### **Art. 39**     Approbation, entrée en vigueur et publication

<sup>1</sup> Les présentes directives entrent en vigueur dès leur approbation par le Conseil d'Etat.

<sup>2</sup> Ne sont pas soumises à approbation :

- a) les annexes mentionnées aux articles 12 al. 3 et 20 al. 1 ;
- b) les modifications ultérieures des directives, lorsqu'elles sont de peu d'importance.

<sup>3</sup> En raison de leur caractère d'intérêt général, les présentes directives sont publiées dans le Recueil officiel fribourgeois, à l'exception de leurs annexes ; celles-ci peuvent être consultées sur le site Internet de la Chancellerie ou auprès du Bureau de l'information.

La Chancelière d'Etat :

D. GAGNAUX-MOREL

### **Approbation**

Les présentes directives ont été approuvées par le Conseil d'Etat le 28 avril 2015.



## ANNEXE 1

### Plan de communication, communiqué de presse et conférence de presse Principes généraux (art. 12 al. 3)

---

#### Comment établir un plan de communication

##### 1. Définir les objectifs de l'information

Avant toute chose, il est essentiel de définir les objectifs de l'information pour chaque objet, afin de mettre en place une stratégie efficace et d'évaluer après coup l'impact des opérations réalisées. Ces tâches incombent au ou à la chef-fe de projet ou au correspondant ou à la correspondante en matière d'information de la Direction.

##### 2. Coordonner les étapes de l'information

Pour que ces objectifs soient bien atteints, un seul mot d'ordre : la coordination. D'abord, il est important de bien définir qui est l'émetteur, ce que doit faire passer le message et qui en sont les récepteurs et, ensuite, de ne pas oublier de coordonner les étapes avec le Bureau de l'information (BdI).

##### 3. Opter pour un vecteur de communication

Les outils de communication doivent être non seulement diversifiés mais également hiérarchisés en fonction de l'information à transmettre et du public à viser. Si la conférence de presse et le communiqué sont parmi les plus utilisés, on recourt aujourd'hui de plus en plus à Internet et aux médias sociaux, qui ont le grand avantage de répercuter rapidement une information, d'atteindre individuellement chaque citoyen et chaque citoyenne et d'offrir une possibilité d'échanges.

##### 4. Veiller au retour de l'information

Une fois la communication effectuée, il est important d'observer la manière dont elle a été reprise. Les médias en ont-ils fait état ? Si oui, le message essentiel a-t-il passé ? Si non, quelle en est la raison ? Ces tâches incombent en premier lieu au ou à la chef-fe de projet et/ou au correspondant ou à la correspondante en matière d'information de la Direction concernée, qui répercutent ensuite leurs observations à la hiérarchie.

##### 5. Tirer les enseignements

Un rapide débriefing permet de tirer les enseignements adéquats. Que faudrait-il faire la prochaine fois pour améliorer la reprise de l'information ?

#### Règles d'un communiqué de presse

1. Le communiqué de presse est écrit dans un **style clair et vulgarisé**. Rien ne sert d'écrire le plus beau des documents s'il est mal compris ou s'il n'est tout simplement pas lu.
2. Le communiqué doit **susciter l'intérêt du ou de la journaliste**. Il faut penser en termes d'originalité, de nouveauté, d'innovation.
3. Le communiqué de presse est doté d'un **titre court et explicite** (au maximum 111 caractères, espaces compris). C'est par lui que le ou la journaliste entre ou non dans la suite du texte. Il est donc primordial d'attirer son attention dès le départ. L'information principale, notamment, doit y figurer.
4. Le communiqué de presse est **toujours daté mais jamais signé**. Par définition, c'est le document d'un jour. Sa datation doit donc être sans équivoque.
5. Le communiqué doit être présenté de façon **aérée** afin d'en faciliter la lecture. Les intertitres sont les bienvenus.
6. Le communiqué est toujours diffusé par le BdI, même s'il n'en est pas l'émetteur. Le document **début donc toujours par un en-tête** qui indique d'où il provient (ex : Le Service X ... La Direction Y ...) Les communiqués sur des objets adoptés par le Conseil d'Etat portent l'en-tête du Conseil d'Etat.
7. En règle générale, le communiqué de presse **doit tenir sur une page A4**. Les journalistes en reçoivent de nombreux chaque jour ; il est donc très important qu'ils puissent aller tout de suite à l'essentiel.
8. Le premier paragraphe est une sorte de résumé de l'information, qui permet au lecteur et à la lectrice de prendre rapidement connaissance du contenu. Pour réussir ce qu'on appelle un « chapeau » en langage journalistique (ou *lead* en anglais), il faut répondre aux six questions suivantes : **Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ?** Puis, le corps du texte revient sur l'information en fournissant plus de détails.
9. A la fin du communiqué, il est très important de mentionner le nom d'une **personne de contact** pour des questions complémentaires et, évidemment, de veiller à ce que cette personne soit joignable lors de la diffusion du communiqué ou dans les plages horaires indiquées sur le communiqué.
10. Important enfin : il faut s'assurer que le texte soit **compréhensible par un ou une non-spécialiste**. Dans l'idéal, le texte peut être soumis, pour relecture, à un œil extérieur au dossier.

## Pense-bête pour l'organisation d'une conférence de presse

1. La **tenue d'une conférence** de presse se décide au niveau du Conseil d'Etat, de la Direction et/ou du service, en accord avec la Direction. Elle est préparée par le ou la chef-fe de service concerné-e et/ou le correspondant ou la correspondante en matière d'information au sein de la Direction.
2. Avant de **fixer la date** d'une conférence de presse, pour éviter toute collision avec un autre événement déjà programmé, il faut prendre contact avec le BdI (T + 41 26 305 10 75 ou [presse@fr.ch](mailto:presse@fr.ch)) qui bloquera la date souhaitée et, sur demande, réservera une salle si la conférence de presse se tient à l'Hôtel cantonal ou à la Chancellerie d'Etat. Le Conseil d'Etat peut aussi demander le déplacement de certaines conférences de presse en raison de son propre agenda.
3. Les **meilleurs jours** pour prévoir une conférence de presse sont le lundi, le mercredi et le vendredi, entre 9 et 12 heures ou, si cela est nécessaire, entre 13 h 30 et 15 heures. L'heure idéale est le matin, à 9 h 30 ou à 10 heures.
4. Une dizaine de jours avant la conférence de presse, le service émetteur fait parvenir au BdI une **invitation à la conférence de presse**, sous forme électronique. Cette invitation mentionne le jour, le lieu et l'heure de la conférence de presse ainsi que les nom, prénom et fonction des différents intervenants et intervenantes. Un court descriptif précise également l'objet de la conférence. Cette invitation est ensuite envoyée aux médias et transmise pour information au ou à la chef-fe de service concerné-e, ainsi qu'au ou à la secrétaire général-e et au secrétariat de la Direction, et, si mentionné sur la note, aux autres intervenants et intervenantes. Sauf urgence, l'invitation doit être envoyée à la presse au minimum une semaine à l'avance.

Les conférences de presse et les prochaines manifestations sont annoncées aux médias une fois par semaine et publiées sur l'espace médias du site de la Chancellerie d'Etat.

5. Deux ou trois jours avant la conférence de presse, il est très apprécié de pouvoir **transmettre aux médias au moins une partie des documents** (le projet de loi, le message explicatif ou tout autre document qui facilite la compréhension du sujet au ou à la journaliste), avec embargo jusqu'à l'issue de la conférence de presse.
6. Le jour de la conférence de presse, un **communiqué** est transmis sur place aux journalistes présents et diffusé de manière électronique par le BdI. La présentation des intervenants et intervenantes peut également être transmise aux médias. Ce communiqué est ensuite publié en principe dans les actualités (*news*) de l'Etat, avec la documentation remise en conférence de presse.
7. Dans l'idéal, une conférence de presse **ne devrait pas dépasser une heure et demie**, questions comprises. Après quelques brefs mots de bienvenue, l'orateur ou l'oratrice principal-e présente par leur nom et prénom les autres personnes participant à la conférence et signale également leur fonction. Chaque orateur et chaque oratrice doit ensuite s'en tenir à son temps de parole : entre dix et quinze minutes au maximum par exposé s'il y en a plusieurs et vingt à trente minutes s'il n'y a qu'un exposé.
8. Le lendemain de la conférence de presse, le service émetteur de la conférence de presse veille au **retour de l'information** en procédant à une revue de presse. C'est une étape très importante en vue de s'améliorer pour la prochaine conférence de presse.
9. La documentation et les présentations lors des conférences de presse doivent se tenir **dans les deux langues** officielles cantonales. Il y a toutefois lieu d'alterner l'allemand et le français et non de répéter chaque information dans les deux langues.

## ANNEXE 2

### Sites Internet – Charte rédactionnelle (art. 20 al. 1)

---

#### 1. Objectifs

La charte rédactionnelle permet d'améliorer :

- > la cohérence du contenu rédactionnel
- > l'ergonomie
- > l'organisation de l'information orientée « client »
- > l'optimisation du référencement des sites par des métadonnées pertinentes.

#### 2. Champ d'application

##### 2.1. Site géré par le CMS Contens

La charte rédactionnelle s'applique aux sites du Conseil d'Etat, de la Chancellerie d'Etat, des Directions ainsi que de leurs unités administratives.

Elle s'applique également, par analogie et dans la mesure du possible, au Grand Conseil et au Pouvoir judiciaire, afin de respecter la cohérence de l'information, le référencement optimal et l'accessibilité.

##### 2.2. Site géré par un autre logiciel

La charte rédactionnelle ne s'applique pas à ces entités.

#### 3. Principes

Afin que la qualité rédactionnelle soit garantie, les points suivants doivent être respectés :

- > Créer du contenu pertinent, dans les deux langues officielles
- > Suivre le « Manuel d'utilisation du CMS », disponible sur Intranet
- > Mettre à jour régulièrement les contenus
- > Insérer de nombreux liens externes pertinents
- > Choisir des titres courts et spécifiques, avec des mots clés si possible
- > Privilégier des textes courts séparés par des titres
- > Créer une bonne navigation entre les pages internes et les sites des autres unités (transversalité)
- > Vérifier le travail et le faire relire.

##### 3.1. Structure du contenu

Privilégier la pyramide inversée : cela consiste à présenter immédiatement l'information principale, en haut de la page, afin d'atteindre efficacement la cible. Présenter d'abord l'essentiel, ce qui est nouveau et proche du lecteur ou de la lectrice et poursuivre en allant du plus important au moins important, en développant les détails, en expliquant le contexte et les conséquences. En général, placer la présentation historique (d'un service, d'un projet) à la fin.

##### 3.2. Style d'écriture et lisibilité

Les tests de convivialité (*usability*) ont montré que les internautes « balaient » (« scannent ») la page en diagonale pour voir s'ils arrivent à localiser l'information qu'ils recherchent. Ils se focalisent sur les zones de la page en relation avec leur objectif et ignorent le reste. Ils lisent systématiquement les liens. Puis, une fois que le contenu recherché est identifié, le processus de lecture n'est plus de type « balayage », et le parcours oculaire revient à la normale.

#### Cinq règles d'or

1. **Aller à l'essentiel** : être concis. Ensuite, donner la possibilité à l'internaute d'affiner son information en suivant un lien
2. **Rédiger des paragraphes courts** : dix lignes au maximum
3. **Rédiger simplement** : une idée par paragraphe et, au maximum, trois voire quatre paragraphes par page
4. **Rendre les textes « scannables »**, c'est-à-dire lisibles rapidement en diagonale :
  - > mettre des mots clés en évidence (gras, liens hypertextes)
  - > ajouter des sous-titres significatifs
  - > utiliser des listes à puces

5. **Etre objectif** : énoncer des faits, du concret. Eviter le langage marketing. Utiliser un langage clair et vulgarisé (pas de jargon technique ou juridique).

### 3.3. Structure de l'information

Déterminer et organiser les contenus en les énumérant, puis les catégoriser et ensuite les structurer.

Pas plus de 3 niveaux :

- > Rubrique/Menu
  - > Sous-menu 1
  - > Sous-menu 2.

Le modèle de page standard des sites Internet soumis à l'ordonnance relative à l'identité visuelle de l'Etat de Fribourg est celui à trois colonnes :

- > Colonne 1, à gauche : navigation, rubriques 1<sup>er</sup> niveau, approche thématique
- > Colonne 2, au centre : information principale (cœur du contenu)
- > Colonne 3, à droite : coordonnées, téléchargements et liens divers (développements).

En fonction de la nature de l'information, d'autres modèles de page peuvent être choisis.

#### 3.3.1. Structure type

Construire la **colonne de gauche** selon le schéma suivant (contenus obligatoires) :

- > Accueil
- > Actualités
- > Présentation
  - > Mission, y compris les rapports d'activité
  - > Prestations, y compris les bases légales (selon directives <sup>1</sup>)
  - > Organisation (présentation des secteurs, du personnel, etc.)
  - > Organigramme (selon directives <sup>2</sup>)
- > Thème 1
- > Thème 2
- > Thème 3, etc.
- > Annuaire.

La **colonne centrale** contient le cœur de l'information. Structurer la page d'accueil tel un mini-portal, constitué de listes à puces avec des mots clés pour indiquer clairement et rapidement à l'internaute ce qu'il peut trouver.

Construire la **colonne de droite** selon l'ordre suivant :

- > Carte d'identité
- > [Thème libre]
- > Liens internes
- > Liens externes
- > A télécharger.

#### 3.3.2. Navigation

Il ne doit pas y avoir de **page vide** ni de mention de type « en construction ». S'il s'agit d'une « page mère » qui possède des sous-pages et pour laquelle il n'y a pas de texte, il faut mettre une redirection vers la sous-page.

- > **Eviter les pages redirigées** automatiquement vers un autre site, indiquer à l'internaute où il va
- > Eviter également les pages masquées dans la navigation
- > Eviter les « culs-de-sac » : depuis une page, l'internaute doit toujours pouvoir aller plus loin ; ajouter des informations interactives (formulaire, liens, fonctionnalités).

#### 3.3.3. Liens

En principe, les **liens externes** pointent vers des sites externes à l'Etat de Fribourg (hors Etat de Fribourg). Ils doivent toujours s'ouvrir dans une nouvelle fenêtre.

Les **liens internes** pointent vers une autre page d'un site de l'Etat, qu'il soit dans le CMS Contens ou non.

Les **liens vers les bases légales cantonales** doivent respecter le format décrit dans le « Manuel d'utilisation du CMS », lien vers la BDLF. En principe, le lien pérenne est utilisé.

<sup>1</sup> Directives du 21 septembre 2010 relatives à la publication sur les sites Internet de l'Etat des extraits des catalogues des prestations (ACE 0907).

<sup>2</sup> Directives du 15 mars 2012 relatives à la présentation graphique des organigrammes des Directions et des unités administratives destinés à l'information du public.

Les liens faits dans un texte (**liens hypertextes**) doivent être pertinents hors du contexte, c'est-à-dire être faits sur des mots ou expressions qui vont permettre aux visiteurs et visiteuses de savoir vers quelle destination mène le lien sur lequel ils vont cliquer. Par exemple, « cliquer ici » est à éviter.

Pour l'insertion de liens vers des sites personnels, voir l'article 22 let. c DirInf.

#### 3.3.4. Documents à télécharger

Les documents à télécharger doivent toujours s'ouvrir dans une nouvelle fenêtre.

Les noms des documents à télécharger doivent être « lisibles ». Le cas échéant, structurer la liste des pdf à télécharger.

Exemple de nom lisible : Aammjj\_genreL\_DIR\_mot\_cle

Soit : 111028\_invitF\_DIAF\_guide\_expatries

- > Pas de signes diacritiques : accents, trémas
- > Pas de caractères spéciaux : +, &, etc.
- > Pas de ponctuation
- > Pas d'espace vide entre les mots (utiliser *underscore*).

#### 3.4. Intitulés

Utiliser des têtes de sections, des listes et une structure cohérente. Faire tenir le texte des menus de navigation (rubrique) sur une seule ligne. Remarque : il est possible de modifier le titre de la page correspondante pour qu'il soit plus complet. Toujours écrire tous les mots du titres (titre du site, les menus et sous-menus de gauche et les titres principaux des pages) en minuscules ; autrement dit, bannir les mots tout en majuscules.

##### Trois règles d'or

1. **Etre signifiant** : à la lecture d'un intitulé, le visiteur ou la visiteuse doit comprendre ce qu'il recouvre et pouvoir deviner le type de contenu appartenant à la rubrique.
2. **Etre complémentaire** : la somme de tous les éléments du menu doit recouvrir tout ce que le site propose à ses internautes. Il ne doit pas exister de contenu n'appartenant à aucune rubrique.
3. **Etre exclusif** : le choix entre deux éléments doit être fait sans hésitation. Un intitulé doit être le seul envisageable pour la personne qui cherche un contenu précis (p. ex. éviter un menu « les bases légales » suivi d'un menu « ordonnances »).

##### 3.4.1. Archives / informations échues

Mettre les informations des années précédentes sous la rubrique ou le sous-menu avec l'intitulé « Archives », ordre chronologique descendant.

#### 3.5. Structure formelle

##### 3.5.1. Métadonnées

Introduire **impérativement** les métadonnées en français et en allemand sur chaque page du site selon les modalités décrites dans le « Manuel d'utilisation du CMS ».

##### 3.5.2. Police de caractères et format

- > Sur tout le site, ne pas modifier la police d'écriture d'origine définie dans les modèles (attention aux « copier-coller » depuis une autre source)
- > Bannir les « gifs » animés (p. ex. texte qui clignote)
- > Utiliser des images ayant la taille préconisée par le « Manuel d'utilisation du CMS » et veiller à leur qualité (résolution, couleurs)
- > Formater les noms des fichiers et des URL (noms de dossier des pages) :
  - > Pas de signes diacritiques : accents, trémas
  - > Pas de caractères spéciaux : +, &, etc.
  - > Pas de ponctuation
  - > Pas d'espace vide entre les mots (utiliser *underscore*).

##### 3.5.3. Carte d'identité et pied de page

Configurer la carte d'identité et le pied de page conformément au « Manuel d'utilisation du CMS ».

##### 3.5.4. Accessibilité

Respecter les principes d'accessibilité (se référer au « Manuel d'utilisation du CMS »).

**Chancellerie d'Etat CHA**

Rue des Chanoines 17, 1701 Fribourg

[www.fr.ch/cha](http://www.fr.ch/cha)