




# Concept marketing et de communication pour le cadastre RDPPF

**Rapport destiné au service Territoire et économie (Dienststelle Raum und Wirtschaft) du canton de Lucerne et à l'organisme accompagnant l'élaboration du concept**

Lucerne, le 5 septembre 2019



*| Pour une meilleure lisibilité, seule la forme masculine est employée dans le présent rapport. Elle fait indifféremment référence aux hommes et aux femmes.*

**| Auteurs**

Dr Stefan Rieder (direction du projet)  
Dr Christof Schwenkel  
Manuel Ritz  
Sibylle Lehmann  
Clément Bourdin

**| INTERFACE Politikstudien  
Forschung Beratung GmbH**

Seidenhofstrasse 12  
CH-6003 Luzern  
Tel +41 (0)41 226 04 26  
  
Place de l'Europe 7  
CH-1003 Lausanne  
Tel +41 (0)21 310 17 90

[www.interface-pol.ch](http://www.interface-pol.ch)

**| Umsicht**

Agentur für Umwelt & Kommunikation

Klosterstrasse 21a  
CH-6003 Luzern  
Tel .+41 (0)41 410 51 52

[www.umsicht.ch](http://www.umsicht.ch)

**| Mandant**

Service Territoire et économie (Dienststelle Raum und Wirtschaft, Abteilung Geoinformation) du canton de Lucerne

**| Organisme d'accompagnement**

Thomas Hösli, Stefanie Hinn et Daniel Peter (canton de Lucerne)  
Martin Barrucci (canton de Thurgovie), Jean-Marc Buttlinger (canton de Bâle-Campagne), Romedi Filli (canton de Schaffhouse), Philippe Latty (canton de Vaud), René L'Eplattenier (canton de Saint-Gall), Rainer Oggier (canton du Valais), Simon Rolli (canton de Bâle-Ville), Francesco Siragusa (canton de Berne) et Florian Spicher (canton de Neuchâtel)  
Mathias Ritter et Melanie Sütterlin (CCGEO);  
Elisabeth Bürki et Christoph Käser (swisstopo)

**| Durée**

De janvier à septembre 2019

**| Référence du projet**

Projet n° 19-12

<b>Introduction</b>	<b>5</b>
<b>1<sup>ère</sup> partie Analyse de la situation</b>	<b>7</b>
<b>1. Etat des lieux</b>	<b>8</b>
1.1 Produit	8
1.2 Marché (au niveau de l'offre)	10
1.3 Communication réalisée jusqu'à présent	10
1.4 Groupes visés par la communication (au niveau de la demande)	11
<b>2. Communication future : besoins et potentiel</b>	<b>14</b>
2.1 Besoins en communication et canaux de communication possibles	14
2.2 Matrice décrivant l'utilisation du cadastre et le potentiel en termes de communication	17
<b>3. Poursuite du développement des portails cantonaux et perspectives de développement</b>	<b>19</b>
<b>2<sup>ème</sup> partie Stratégie de communication</b>	<b>22</b>
<b>4. Conditions requises pour la stratégie de communication</b>	<b>23</b>
4.1 Le produit	23
4.2 Ressources financières et en personnel des cantons et de la Confédération	23
4.3 Groupe d'utilisateurs des particuliers	24
4.4 Groupe d'utilisateurs des professionnels	24
4.5 Groupe d'utilisateurs des pouvoirs publics	24
4.6 Groupe d'utilisateurs du milieu politique	24
4.7 Groupe d'utilisateur des multiplicateurs	25
4.8 Facteurs de réussite	25

<b>5. Stratégie de communication</b>	<b>27</b>
5.1 Idées directrices	27
5.2 Objectifs	28
5.3 Comment les groupes d'utilisateurs sont atteints	30
5.4 Image et tonalité	31
5.5 Fréquence / déroulement dans le temps	31
5.6 Messages à faire passer (contenu de la communication)	32
5.7 Bilan	35
<b>3<sup>ème</sup> partie Mesures</b>	<b>36</b>
<b>6. Mesures de communication</b>	<b>37</b>
6.1 Travaux préparatoires	37
6.2 Particuliers	38
6.3 Professionnels	39
6.4 Pouvoirs publics	40
6.5 Budget	41
6.6 Réflexion sur les coûts	43
6.7 Recommandation pour le déroulement et l'organisation de la phase de mise en œuvre	43
6.8 Calendrier (provisoire, état en août 2019)	46
<b>Annexe 1</b>	<b>47</b>
<b>Annexe 2</b>	<b>48</b>

# Introduction

La loi fédérale sur la géoinformation (loi sur la géoinformation, LGéo) est en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2009. Elle vise à ce que les autorités fédérales, cantonales et communales, les milieux économiques, la population et les milieux scientifiques disposent rapidement, simplement et durablement de géodonnées mises à jour, au niveau de qualité requis et d'un coût approprié en vue d'une large utilisation (art. 1 LGéo). La réalisation de cet objectif passe par la mise en place d'un cadastre des restrictions de droit public à la propriété foncière (cadastre RDPPF). La constitution et l'exploitation de ce cadastre sont conjointement assumées par la Confédération et les cantons dans le cadre d'une tâche commune. La deuxième étape de l'introduction du cadastre RDPPF (2016–2019) touche actuellement à sa fin. La troisième étape (2020–2023) devra ensuite permettre d'accéder via les portails cantonaux à des informations sur les RDPPF applicables à tous les immeubles de Suisse.

La Confédération a défini les restrictions de propriété les plus importantes devant figurer dans le cadastre RDPPF dès son introduction. Ce cadastre a toutefois vocation à s'étendre à l'avenir pour comprendre des thèmes et des fonctions supplémentaires. La Confédération cofinancera ces développements. Ainsi, et conformément au projet de stratégie du cadastre RDPPF (2020–2023)<sup>1</sup>, son extension devra notamment inclure les suppléments « Modifications à venir et en cours de RDPPF » ainsi que « RDPPF déployant un effet juridique anticipé<sup>2</sup> » dans la Suisse entière. Certains cantons ont également prévu d'étendre le cadastre par des thèmes supplémentaires ou ont déjà partiellement procédé à de telles extensions.

Dans la stratégie du cadastre RDPPF pour les années 2020 à 2023, la Confédération prévoit d'accroître la notoriété de ce cadastre, de façon qu'il soit plus utilisé par la population, les spécialistes, les milieux politiques et économiques ainsi que l'administration (paquet de mesures C de la stratégie). C'est pour pouvoir atteindre cet objectif que le projet prioritaire « Concept marketing et de communication » a été lancé sous la direction du canton de Lucerne (Dienststelle Raum und Wirtschaft, Abteilung Geoinformation), lequel a confié l'élaboration du concept à Interface et à l'agence Umsicht.

Le concept vise à développer des mesures marketing et de communication efficaces et efficaces pour le cadastre RDPPF, en adéquation avec les besoins de tous les intervenants. Une stratégie de communication est développée dans ce cadre et un ensemble de mesures en est déduit.

Le présent concept se compose des trois parties suivantes :

- *1<sup>ère</sup> partie Analyse de la situation* : elle s'est fondée sur la consultation de documents, le test des applications RDPPF existantes et un total de onze entretiens personnels (avec des représentants de groupes ciblés, d'organismes cantonaux responsables du cadastre et aussi de swisstopo). Une discussion a par ailleurs eu lieu avec plusieurs propriétaires fonciers (au sein d'un « focus group »). L'analyse décrit la si-

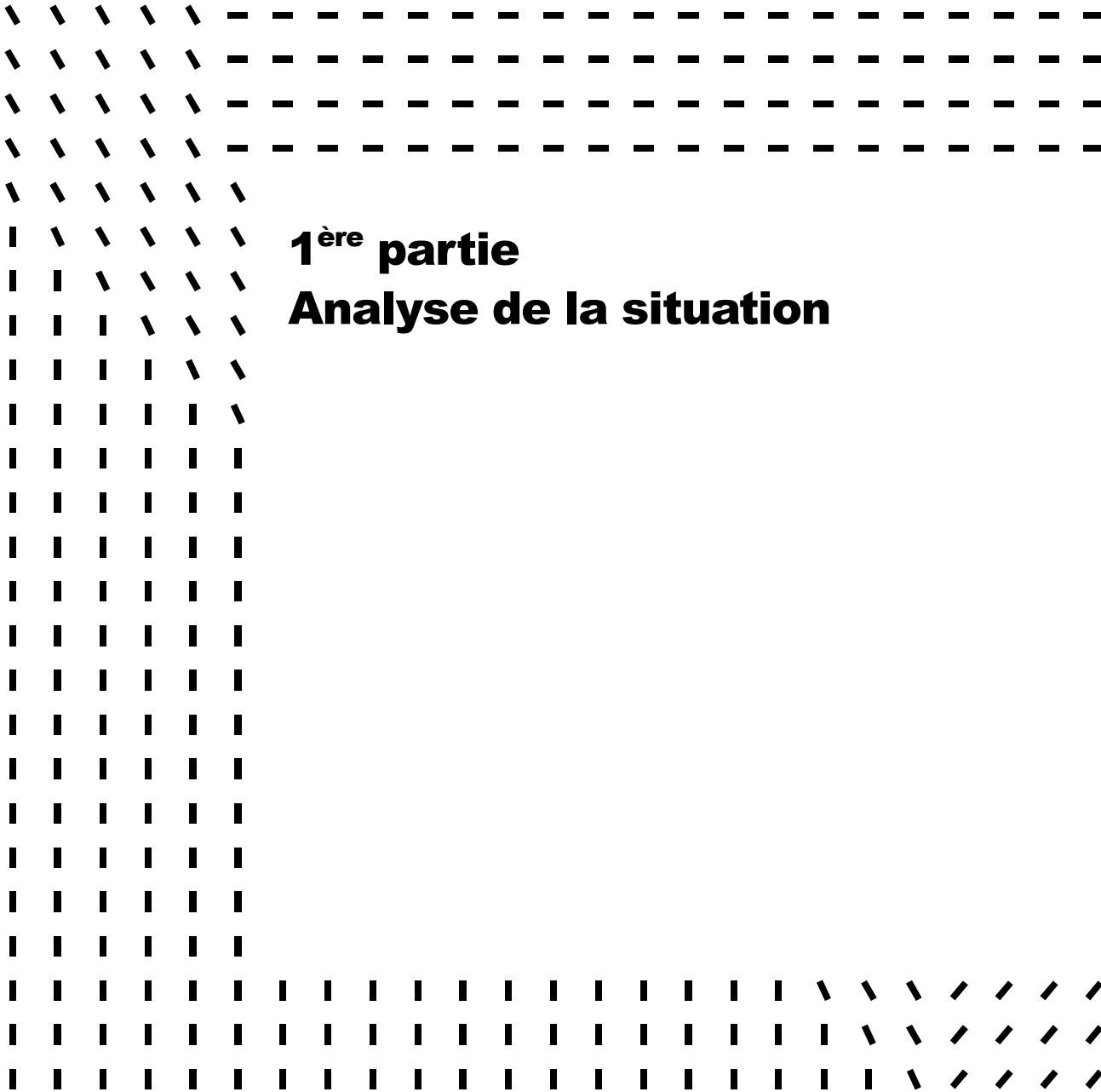
<sup>1</sup> Office fédéral de topographie swisstopo (2018): Stratégie du cadastre des restrictions de droit public à la propriété foncière (cadastre RDPPF) pour les années 2020 à 2023. Version 0.9.1 du document, à la date du 16 mai 2019.

<sup>2</sup> Un effet juridique anticipé existe si la législation spécialisée prévoit que des modifications en cours peuvent déjà avoir un impact sur la propriété foncière.

tuation actuelle, le produit, les activités de communication entreprises jusqu'à présent, le contexte du marché ainsi que les groupes visés par le cadastre RDPPF. Les besoins de ces groupes en communication et des canaux de communication possibles sont en outre exposés. Nos propositions en termes de potentiel des activités de communication sont présentées sous forme de matrice. Un paragraphe est enfin consacré à la poursuite du développement des géoportails cantonaux et aux répercussions qu'elle peut avoir sur la communication. L'analyse de la situation a fait l'objet d'un workshop le 3 mai 2019, auquel ont également participé les membres de l'organisme d'accompagnement représentant la Confédération, les cantons et la CCGEO.

- *2<sup>ème</sup> partie Stratégie de communication* : elle a été formulée à partir des enseignements tirés de l'analyse de la situation. Les messages à faire passer (le contenu de la communication) se déduisent des idées directrices dégagées et des objectifs principaux par groupe d'utilisateurs. Les points clés de la stratégie ont été débattus puis adoptés par l'organisme d'accompagnement lors du workshop du 4 juillet 2019.
- *3<sup>ème</sup> partie Mesures* : un bouquet de mesures chiffrées est présenté dans la troisième partie. Le budget établi met en relation nos réflexions sur les coûts et les bénéfices avec les investissements consentis et les frais d'exploitation annuels. Nous formulons enfin des recommandations pour le déroulement et l'organisation de la phase de mise en œuvre et proposons un calendrier.

Les multiplicateurs les plus importants, leurs canaux de communication et les tarifs des annonces figurent en annexe. La description succincte des différents produits, les modules de texte principaux ainsi que le langage visuel à utiliser seront présentés dans un rapport séparé à l'automne 2019.



**1<sup>ère</sup> partie**  
**Analyse de la situation**

# 1. Etat des lieux

Le produit « Informations RDPPF » va d’abord être décrit plus en détail dans la suite. Des informations sur le contexte du marché, les activités de communication entreprises jusqu’à présent et les groupes visés par la communication sont ensuite fournies.

## 1.1 Produit

Le cadastre RDPPF permet d’accéder en ligne à des informations pouvant influencer sur l’utilisation d’un immeuble.

Les thèmes devant être disponibles d’emblée dans les cadastres cantonaux ont été sélectionnés durant la première phase de l’introduction. Dans notre compréhension des choses, l’introduction du cadastre dans un canton donné sera considérée comme étant complète au début 2020 si des informations sur les 17 RDPPF suivantes issues de 8 domaines différents sont disponibles en ligne pour chacun de ses immeubles :

- *Aménagement du territoire* : plans d’affectation / de zones (1)
- *Routes nationales* : alignements des routes nationales (2), zones réservées des routes nationales (3)
- *Chemins de fer* : zones réservées des installations ferroviaires (4), alignements des installations ferroviaires (5)
- *Aéroports* : zones réservées des installations aéroportuaires (6), alignements des installations aéroportuaires (7), plan de la zone de sécurité des aéroports (8)
- *Sites pollués* : cadastre des sites pollués (9), sites pollués - aéroports civils (10), sites pollués - transports publics (11), sites pollués - domaine militaire (12)<sup>3</sup>
- *Protection des eaux souterraines* : zones de protection des eaux souterraines (13), périmètres de protection des eaux souterraines (14)
- *Bruit* : degré de sensibilité au bruit (15)
- *Forêt* : limites forestières statiques (16), distances par rapport à la forêt (17).

En avril 2019, le cadastre RDPPF couvrait intégralement le territoire de sept cantons, étant introduit dans toutes leurs communes. Dans sept autres cantons, il était possible de s’informer en ligne au sujet des RDPPF précitées dans une partie au moins des communes. Un portail RDPPF existait déjà dans un canton (BS), même si des données n’étaient pas encore disponibles pour l’ensemble des thèmes. 12 cantons n’avaient pas encore introduit le cadastre RDPPF en avril 2019 : Argovie, Appenzell Rhodes-Extérieures, Appenzell Rhodes-Intérieures, Fribourg, Glaris, Grisons, Schaffhouse, Soleure, Saint-Gall, Tessin, Vaud et Zoug. Certains de ces cantons ont cependant mis en ligne sur leur portail SIG des informations relatives à certains thèmes RDPPF (comme les zones de protection des eaux souterraines ou les sites pollués).

Si l’extrait statique, téléchargeable au format PDF, est homogénéisé à l’échelle nationale, les offres cantonales pour la consultation des RDPPF se distinguent par leur grande variété. A titre d’exemple, les utilisateurs accèdent aux informations RDPPF via le navigateur SIG du canton à Zurich ou en Thurgovie, alors que des portails dédiés ont été mis en service à Lucerne ou à Bâle-Campagne. Et les portails cantonaux sont également hétérogènes dans ces deux derniers cantons. Le cadastre se limite parfois aux 17 RDPPF définies et parfois des informations relatives à de nombreuses autres RDPPF ou à

---

<sup>3</sup> Les informations issues du cadastre des sites pollués, domaine militaire, doivent être intégrées sur les portails cantonaux à partir du début 2020.



d'autres thèmes (comme les dangers naturels ou les sites archéologiques) sont disponibles sur le même portail.

Le tableau suivant souligne l'hétérogénéité du produit « cadastre RDPPF » en 2019 (pour les 14 cantons ayant introduit le cadastre RDPPF sur tout ou partie de leur territoire).

#### D 1.1 Etat de l'introduction du cadastre RDPPF dans les cantons

Canton	Etat de l'introduction en 2019	Type du cadastre RDPPF	Thèmes proposés sur le portail pour lesquels des informations sont disponibles	Domaine
Bâle-Campagne	Introduit pour une partie des communes, introduction sur l'ensemble du territoire prévue d'ici à fin 2019	Propre portail RDPPF	RDPPF de la première phase + alignements cantonaux et communaux	<a href="https://geoview.bl.ch/oereb">https://geoview.bl.ch/oereb</a>
Bâle-Ville	Déjà introduit pour certains thèmes, introduction sur l'ensemble du territoire prévue d'ici à octobre 2019	Propre portail RDPPF	RDPPF de la première phase	<a href="https://oereb.bs.ch/s/jgcfh">https://oereb.bs.ch/s/jgcfh</a>
Berne	Introduit pour une partie des communes, introduction sur l'ensemble du territoire prévue d'ici à fin 2019	Propre portail RDPPF et intégration dans le navigateur SIG	Portail RDPPF : 23 thèmes RDPPF Navigateur SIG : totalité des géodonnées de base du canton	<a href="https://oerebview.apps.be.ch/">https://oerebview.apps.be.ch/</a> <a href="https://www.geo.apps.be.ch/de">https://www.geo.apps.be.ch/de</a>
Genève	Introduit sur la totalité du territoire cantonal	Intégration dans le navigateur SIG	RDPPF de la première phase et totalité des géodonnées de base du canton avec d'autres thèmes	<a href="https://www.etat.ge.ch/geoportail/pro/?mapresources=RDPPF">https://www.etat.ge.ch/geoportail/pro/?mapresources=RDPPF</a>
Jura	Introduit pour une partie des communes, introduction sur l'ensemble du territoire prévue d'ici à fin 2019	Propre portail RDPPF	RDPPF de la première phase	<a href="http://geo.jura.ch/crdppf">http://geo.jura.ch/crdppf</a>
Lucerne	Introduit sur la totalité du territoire cantonal	Propre portail RDPPF	RDPPF de la première phase + autres thèmes (ex. : carte des dangers, biens culturels, sites archéologiques, registre foncier, mensuration officielle)	<a href="https://oereb.lu.ch/">https://oereb.lu.ch/</a>
Neuchâtel	Introduit sur la totalité du territoire cantonal	Propre portail RDPPF et intégration dans le navigateur SIG	RDPPF de la première phase	<a href="http://sitn.ne.ch/crdppf/">http://sitn.ne.ch/crdppf/</a>
Nidwald	Introduit sur la totalité du territoire cantonal	Partie RDPPF propre sur le portail du prestataire GIS-Daten	RDPPF de la première phase	<a href="https://www.gis-daten.ch/nw_oereb">https://www.gis-daten.ch/nw_oereb</a>
Obwald	Introduit sur la totalité du territoire cantonal	Partie RDPPF propre sur le portail du prestataire GIS-Daten	RDPPF de la première phase	<a href="https://www.gis-daten.ch/ow_oereb">https://www.gis-daten.ch/ow_oereb</a>
Schwyz	Introduit pour une partie des communes	Intégration dans le navigateur SIG	RDPPF de la première phase et totalité des géodonnées de base du canton avec d'autres thèmes	<a href="https://map.geo.sz.ch/main/wsgi/short/sz_avg_oereb">https://map.geo.sz.ch/main/wsgi/short/sz_avg_oereb</a>
Thurgovie	Introduit sur la totalité du territoire cantonal	Intégration dans le navigateur SIG	RDPPF de la première phase et totalité des géodonnées de base du canton avec d'autres thèmes	<a href="https://oereb.tg.ch/">https://oereb.tg.ch/</a>

Canton	Etat de l'introduction en 2019	Type du cadastre RDPPF	Thèmes proposés sur le portail pour lesquels des informations sont disponibles	Domaine
Uri	Introduit sur la totalité du territoire cantonal	Propre portail et intégration dans le navigateur SIG	RDPPF de la première phase Navigateur SIG : totalité des géodonnées de base du canton	<a href="https://oereb.ur.ch/">https://oereb.ur.ch/</a> <a href="https://www.geo.ur.ch/viewer">https://www.geo.ur.ch/viewer</a>
Valais	Introduit pour une partie des communes, introduction sur l'ensemble du territoire prévue d'ici à fin 2019	Propre portail	RDPPF de la première phase	<a href="https://www.vs.ch/de/web/egeo/cadastre_rdppf">https://www.vs.ch/de/web/egeo/cadastre_rdppf</a>
Zurich	Introduit pour une partie des communes, introduction sur l'ensemble du territoire prévue d'ici à fin 2019	Intégration dans le navigateur SIG	RDPPF de la première phase et totalité des géodonnées de base du canton avec d'autres thèmes	<a href="https://maps.zh.ch/?topic=OerebKatasterZH">https://maps.zh.ch/?topic=OerebKatasterZH</a>

Source : sites Internet des cantons

Outre les portails cantonaux, il est possible d'accéder aux informations RDPPF via le site Internet [cadastre.ch](http://cadastre.ch) géré par swisstopo. L'option « Accès au cadastre RDPPF » comprend une carte de la Suisse, permettant de sélectionner un immeuble et d'accéder au portail du canton concerné, voire (pour certains cantons) d'obtenir directement un extrait RDPPF statique.

La mise en œuvre par les cantons met ainsi en lumière la grande hétérogénéité de leurs portails. En outre, les organismes cantonaux responsables du cadastre n'ont pas tous la même approche en matière de modalités d'accès aux informations. S'il est important, aux yeux de certains, que les utilisateurs ne puissent accéder aux informations cantonales que via le portail du canton, d'autres sont favorables à un accès via [cadastre.ch](http://cadastre.ch).

### 1.2 Marché (au niveau de l'offre)

En leur qualité de source d'information officielle mise gratuitement (dans la plupart des cas) à la disposition des citoyens, les portails cantonaux ne sont pas vraiment concurrencés par d'autres portails (privés).

On ne dénombre actuellement qu'un seul prestataire privé permettant l'accès numérique à des données RDPPF : c'est la société SIX AG avec sa plateforme de processus « Terravis ». Via cette plateforme, les clients accèdent non seulement à des données du registre foncier et de la mensuration officielle, mais aussi à des données RDPPF issues actuellement de 15 cantons. Terravis est utilisé par les banques, les instituts de crédit, les assurances, les caisses de pension, les officiers publics, les instituts de prévoyance, les avocats, les géomètres et les administrations publiques. L'utilisation des offres de Terravis est payante, la base de calcul du forfait de base varie en fonction du groupe d'utilisateurs<sup>4</sup>.

### 1.3 Communication réalisée jusqu'à présent

L'analyse de la situation a également porté sur la communication réalisée jusqu'à présent à propos du cadastre RDPPF. Les principaux instruments de communication mis en œuvre jusqu'au printemps 2019 sont les suivants :

- *Communiqués aux médias* : la Confédération et les cantons ont profité de chaque nouvelle mise en service du cadastre (dans les premiers cantons pilotes, dans son

<sup>4</sup> Cf. <https://www.six-group.com/terravis/fr/home/auskunft/preise.html>, accès le 24 avril 2019.

propre canton) pour adresser un communiqué aux médias, la Confédération ayant en fait mis un modèle d'information des médias à la disposition des cantons. A en croire les personnes interviewées, les médias se sont montrés peu intéressés par ces informations.

- *Présentations lors de manifestations* : les organismes responsables du cadastre l'ont notamment présenté à l'administration de leur propre canton, à des conférences cantonales (comme la COSAC) et aux administrations communales. Des manifestations existantes ont surtout été utilisées à cette fin (par exemple celle de l'association des secrétaires municipaux ou celle de l'association des administrateurs des constructions). Des associations professionnelles ont aussi été ciblées dans le cadre de manifestations (comme celles d'associations de notaires et d'officiers publics ou lors de séminaires d'aménagistes). Tous les ans en novembre, swisstopo, la CCGEO et CadastreSuisse coorganisent une manifestation d'information sur le cadastre RDPPF. Elle s'adresse aux cantons, aux communes et aux milieux spécialisés.
- *Articles dans des publications spécialisées* : différents articles consacrés au cadastre RDPPF ont paru dans des revues spécialisées. Il s'agit de publications de la Confédération et des cantons (revue spécialisée « cadastre » de swisstopo, «Raumentwicklung aktuell» de l'Office de l'aménagement du territoire du canton de Zurich, «Zürcher Umweltpraxis» du service de la protection de l'environnement du canton de Zurich) et ponctuellement de publications d'associations (comme « Géomatique Suisse » ou «Der Zürcher Hauseigentümer»).
- *Brochure destinée au public* : swisstopo a résumé en quelques pages, dans la brochure intitulée « Le cadastre des restrictions de droit public à la propriété foncière (cadastre RDPPF) », les tenants et les aboutissants, l'importance, l'utilité ainsi que le mode de fonctionnement du cadastre RDPPF. Cette brochure s'adresse à un large public. Elle a été tirée à 22 000 exemplaires en tout, dans quatre langues différentes. Elle peut par ailleurs être téléchargée sur cadastre.ch et sur le site Internet de certains cantons.
- *Site Internet cadastre.ch* : ce site Internet de swisstopo fournit une vue d'ensemble des informations relatives à la propriété foncière. En plus du registre foncier et de la mensuration officielle, le cadastre RDPPF y est exposé et un guide du cadastre RDPPF est mis à la disposition des professionnels (il comporte à son tour un modèle PowerPoint pour la communication concernant les RDPPF). D'après les statistiques Internet de swisstopo, les accès à cadastre.ch sont majoritairement directs et ne transitent pas par des moteurs de recherche ou d'autres sites Internet. Entre mars et juin 2018, le nombre d'accès à cadastre.ch a oscillé entre 3500 et 4500 par mois environ. Au total, cadastre.ch est surtout consulté par des professionnels et très peu par la population, même parmi les propriétaires fonciers.
- *Information sur le site Internet de collectivités territoriales* : outre la Confédération et les cantons, certaines communes fournissent des informations sur le cadastre RDPPF sur leur propre site Internet et utilisent pour cela les modèles cantonaux<sup>5</sup>.

Il a été indiqué à plusieurs reprises lors des entretiens qu'une attention insuffisante a été portée aux mesures de communication en raison de la charge de travail que la mise en place du cadastre a représenté pour les cantons.

#### 1.4 Groupes visés par la communication (au niveau de la demande)

C'est en vertu du projet de plan de mesures associé à la stratégie du cadastre RDPPF pour les années 2020 à 2023 que nous avons formé les groupes clés concernés par le cadastre, donc visés par le concept marketing et de communication. Nous établissons ici

---

<sup>5</sup> Cf. par exemple sur <http://www.romont-jb.ch/habiter-a-romont/> ou <https://www.horgen.ch/archiv/232645>, accès le 17 avril 2019.

une distinction entre le type de groupe ciblé (particuliers, professionnels, pouvoirs publics) et le domaine d'utilisation habituel du cadastre (évaluation, études/aménagement, construction, autres).

**D 1.2 Vue d'ensemble des groupes visés par le cadastre**

	Evaluation	Etudes / aménagement	Construction	Autres
Particuliers	Acheteurs (potentiels), propriétaires fonciers	Maîtres d'ouvrage (potentiels)		Autres personnes intéressées (par exemple par des projets d'aménagement près de chez eux)
Professionnels	Banques, assurances, notaires, agences immobilières	Architectes, bureaux d'études et d'ingénieurs, bureaux d'aménagement du territoire, agences immobilières	Architectes, bureaux d'études et d'ingénieurs, agences immobilières	Bureaux du domaine de l'environnement
Pouvoirs publics, milieu politique	Services communaux et cantonaux dans le domaine immobilier et fiscal	Services communaux et cantonaux dans le domaine des constructions et de l'aménagement (notamment les administrations communales des constructions), services fédéraux		Services cantonaux et communaux de l'environnement, secrétariats de départements et parlementaires

Dans le cadre de l'évaluation de la 2<sup>ème</sup> phase du cadastre RDPPF réalisée en 2017, des enquêtes ont été conduites auprès de particuliers (personnes possédant elles-mêmes un bien foncier /immobilier et/ou concernées par une vente ou un achat au cours des cinq dernières années), de professionnels (notaires, banquiers, agents immobiliers, bureaux d'études et d'architectes) et de représentants des pouvoirs publics (administrations communales des constructions, services cantonaux). Les informations suivantes relatives aux groupes visés revêtent de l'importance pour l'élaboration du concept marketing et de communication :

**I Particuliers**

- Un tiers d'entre eux a déjà entendu parler au moins une fois du cadastre RDPPF.
- 8% d'entre eux ont déjà utilisé le cadastre.

**I Professionnels**

- Le cadastre RDPPF est très connu parmi les notaires.
- 17% des acteurs du secteur immobilier et 18% des aménagistes et des architectes interrogés n'ont pas connaissance de l'existence du cadastre RDPPF.
- Les groupes professionnels visés recourent au cadastre.
- Les aménagistes et les architectes ainsi que le secteur immobilier concentrent le potentiel d'accroissement le plus fort pour l'utilisation du cadastre.
- Rares sont ceux, parmi les professionnels des groupes visés, à entrevoir une utilité importante pour leur clientèle dans leur propre accès direct aux informations.
- Les sites pollués constituent les RDPPF les plus importantes pour le secteur immobilier, les données du registre foncier étant perçues comme le thème le plus utile pour d'autres requêtes.
- Les plans d'affectation constituent les RDPPF les plus importantes pour les aménagistes et les architectes, les données du registre foncier étant également perçues comme le thème le plus utile pour une extension du cadastre.

**I Pouvoirs publics**

- Le cadastre RDPPF est très connu au sein des administrations des constructions et des services cantonaux.

- C'est au sein des pouvoirs publics que le cadastre est le plus utilisé (la part des utilisateurs est plus élevée que parmi les professionnels).
- Les communes voient majoritairement l'utilité pour leurs clients dans le fait que ces derniers ont un accès propre et direct aux informations RDPPF.
- Les communes les plus petites jugent le cadastre moins utile que celles d'une certaine taille.
- Les plans d'affectation constituent les RDPPF les plus importantes pour les communes, les conduites de réseaux et les données du registre foncier étant perçues comme les thèmes les plus utiles pour une extension du cadastre.

## 2. Communication future : besoins et potentiel

C'est à partir de l'état des lieux décrit ainsi que des entretiens avec les acteurs interrogés et quelques propriétaires (focus group) que les bases de la communication future ont été établies. Elles sont présentées dans la suite, en commençant par les besoins en communication et les canaux de communication potentiels pour chaque groupe visé. Une matrice indique ensuite l'utilisation actuelle ainsi que le potentiel de communication tel que nous l'évaluons.

### 2.1 Besoins en communication et canaux de communication possibles

Ici aussi, nous établissons une distinction entre les trois groupes visés que sont les « particuliers », les « professionnels » et les « pouvoirs publics ».

#### I Particuliers

Le plan de mesures associé à la stratégie RDPPF prévoit d'accroître la notoriété du cadastre RDPPF auprès du grand public. Ce n'est toutefois pas une priorité, aux yeux de la plupart des acteurs interrogés, que le grand public sache ce qu'est un cadastre RDPPF ou que l'on peut accéder à des informations foncières via les géoportails cantonaux. La question des ressources limitées joue un rôle majeur ici, puisque l'on associe une forte charge de travail aux activités de communication indifférenciées, s'adressant donc à l'ensemble de la population. Un déficit de notoriété important du cadastre a cependant été identifié parmi les propriétaires fonciers et les personnes en passe d'accéder à la propriété (que la construction soit déjà en cours ou qu'elles n'en soient encore qu'au stade de la recherche d'un terrain).

Trois des quatre propriétaires fonciers ayant participé au focus group ont utilisé le cadastre RDPPF. C'est plutôt par hasard qu'ils l'ont découvert, en cherchant des informations sur un thème (potentiel solaire, zones de dangers) ou par le biais des cartes de randonnée bien connues de swisstopo. Les propriétaires fonciers considèrent les moteurs de recherche comme des portes d'entrée importantes, étant toutefois entendu que la recherche ne porte vraisemblablement pas sur l'abréviation RDPPF.

Au total, les propriétaires fonciers considèrent que la notion de « RDPPF » et plus encore celle de « cadastre »<sup>6</sup> sont bien encombrantes. On estime que seule une petite partie des propriétaires sait ce qu'est un cadastre. Il vaudrait mieux parler d'informations foncières. L'expression « de droit public » est toutefois accueillie positivement par le focus group – elle dénote le sérieux, inspire confiance et donne foi en la correction et la qualité des informations.

Les propriétaires fonciers du focus group ont un regard fondamentalement positif sur le produit et sont surpris par la quantité d'informations disponibles. A leurs yeux, le bénéfice réside clairement dans la possibilité d'obtenir des informations en toute transparence durant la recherche d'un immeuble. La mise en place d'un portail spécifique par chaque canton n'est pas vue comme un problème par les participants du focus group, d'une part, parce qu'on ne s'intéresse généralement qu'aux immeubles d'un canton donné et d'autre part parce que le fédéralisme suisse les a habitués aux prestations de services différentes

---

<sup>6</sup> *Note du traducteur* : l'appréciation ainsi portée sur le terme allemand « Kataster » n'est pas intégralement transposable au terme français « cadastre ».

d'un canton à l'autre. Les propriétaires fonciers déplorent en revanche l'absence de fonction de recherche par thème dans les portails RDPPF présentés aux membres du focus group.

Les canaux de communication suivants nous semblent importants pour s'adresser aux particuliers :

- *Moteurs de recherche* : dans l'idéal, les mots-clés pertinents (par exemple exposition + bruit + immeuble) doivent permettre d'accéder rapidement à des informations RDPPF. Qu'ils accèdent aux informations via un portail RDPPF, un navigateur SIG ou cadastre.ch est sans importance pour les utilisateurs.
- *Communes* : leurs canaux de communication (communications officielles, revues communales, sites Internet, médias sociaux, etc.) sont jugés pertinents pour s'adresser aux particuliers qui recherchent un terrain ou s'apprêtent à faire construire. Il est crucial que le lien vers le cadastre RDPPF cantonal figure au bon endroit sur le site Internet de la commune, afin que les informations soient aussi utilisées au sein de la commune (par l'administration). Les organes de publication des communes sont très lus, en règle générale : une information régulière à propos des RDPPF et des nouveautés est donc recommandée.
- *Associations des propriétaires fonciers* : les revues internes de l'APF-HEV et de Casafair / HabitatDurable sont lues et permettent de s'adresser à de nombreux propriétaires fonciers. Se tourner vers cette dernière association peut également constituer une option pour informer les propriétaires.
- *Plateformes de recherche immobilière* : il est fréquent que l'intérêt des particuliers pour les RDPPF ne s'éveille qu'à partir du moment où ils commencent à consulter les plateformes immobilières (comme homegate.ch). Il pourrait s'agir d'un canal de communication potentiel.
- *Salons ouverts au public* : les propriétaires aiment se rendre sur les salons destinés au public. Des informations sur les RDPPF peuvent être fournies sur les salons eux-mêmes ou sur leurs sites Internet (bauen-wohnen.ch, bau-energie.ch, bauen-modernisieren.ch, bea-messe.ch, olma-messen.ch, luga.ch, etc.).
- *Télévision/portails vidéo en ligne* : la télévision ou les plateformes de vidéo en ligne constituent un canal possible pour s'adresser aux particuliers. L'utilité concrète du cadastre devrait y être présentée et illustrée à l'aide d'exemples (comme celui d'un propriétaire foncier ayant acquis un bâtiment se trouvant sur un site pollué, ce qu'il ignorait totalement).
- *Presse écrite* : des articles traitant du cadastre RDPPF publiés dans la presse écrite (dans le Beobachter par exemple) auraient également un fort retentissement. Ici aussi, le point de départ devrait être un exemple concret.

#### I Professionnels

Les acteurs interrogés utilisant le cadastre RDPPF dans un cadre professionnel voient notamment du potentiel dans un accroissement de sa notoriété auprès des aménagistes et des architectes du secteur immobilier ainsi qu'auprès des banques et des assurances. Cet avis est en phase avec les résultats de l'évaluation de 2017. Le produit est apprécié et son utilité est reconnue. S'agissant de la communication envers les groupes professionnels visés, passer par des multiplicateurs – autrement dit utiliser les canaux existants des associations et des groupements d'intérêt – est majoritairement jugé opportun. On estime enfin que le domaine de la formation, initiale et continue, recèle aussi du potentiel.

Nous considérons que les canaux suivants sont appropriés pour la communication visant ces groupes :

- *Manifestations d'associations* : la Confédération et les cantons pourraient profiter des manifestations existantes des associations (où se réunissent les professionnels d'un secteur donné) pour informer sur les RDPPF. Une coopération avec des multiplicateurs du domaine environnemental serait notamment envisageable.
- *Publications et newsletter/médias sociaux d'associations* : l'idéal, pour s'adresser à des utilisateurs potentiels du cadastre, serait de faire paraître des articles dans des revues associatives (comme celle de l'association des estimateurs immobiliers ou les publications de la SIA) concernant le cadastre RDPPF. Des informations pourraient par ailleurs être insérées dans des newsletters ou dans les groupes des associations sur les médias sociaux. Une coopération avec des plateformes d'entreprises (comme le blog de l'immobilier de Wüest und Partner) serait aussi envisageable ici.
- *Formations initiales et continues de professionnels* : le thème des RDPPF n'est abordé que ponctuellement durant les formations initiales et continues dans les domaines de la construction et de l'immobilier, par exemple lors du cours « droit de la construction » de la SVIT-School en Romandie. L'école pourrait très bien envisager de proposer une manifestation de formation continue concernant les informations foncières de droit public, en collaboration avec la Confédération et les cantons. En outre, des informations sur les RDPPF pourraient être fournies lors de modules de formation continue (CAS, DAS ou MAS) de diverses hautes écoles, concernant des domaines différents. Un ancrage plus fort du cadastre RDPPF est aussi requis dans la formation de base des géographes, des architectes, des ingénieurs et des spécialistes de la gestion financière et immobilière.

#### I Pouvoirs publics

Les communes revêtent une importance clé en leur qualité de multiplicateur vis-à-vis de la population. L'administration communale des constructions interrogée considère que les portails RDPPF conviennent parfaitement et juge important que les particuliers se préoccupent des RDPPF lorsqu'ils demandent une autorisation de construire. Les communes constituent par ailleurs un groupe spécifique visé par le cadastre. Il ressort notamment des entretiens et de l'évaluation de 2017 que les communes les plus petites pourraient être mieux informées encore sur le cadastre. On peut enfin s'interroger sur la persistance des informations transmises lorsque l'on sait qu'une seule manifestation a été organisée ou est prévue dans la plupart des cantons pour l'introduction du cadastre.

Selon l'évaluation de 2017, le cadastre est connu des services cantonaux chargés des constructions, de l'environnement, de l'aménagement du territoire et du développement économique. Sa fréquence d'utilisation est élevée. Dans d'autres secteurs de l'administration cantonale en revanche (comme les transports ou l'agriculture), le cadastre souffre d'un déficit manifeste de notoriété. Les acteurs interrogés en arrivent enfin à la même conclusion concernant les parlementaires cantonaux et les membres des gouvernements cantonaux.

De notre point de vue, le cadastre pourrait gagner en notoriété auprès des pouvoirs publics en recourant aux canaux suivants :

- *Manifestations et organes de publication d'associations* : en matière de communication envers les communes, la Confédération et les cantons pourraient profiter des structures existantes des associations (comme la SIA, les associations des secrétaires municipaux ou des administrateurs des constructions, la société suisse des entrepreneurs, etc.), à savoir les manifestations qu'elles organisent et leurs organes de publication.
- *Information directe des élus* : dans les petites communes en particulier, on pourrait envisager d'informer directement la nouvelle équipe sortie des urnes (maire ou con-



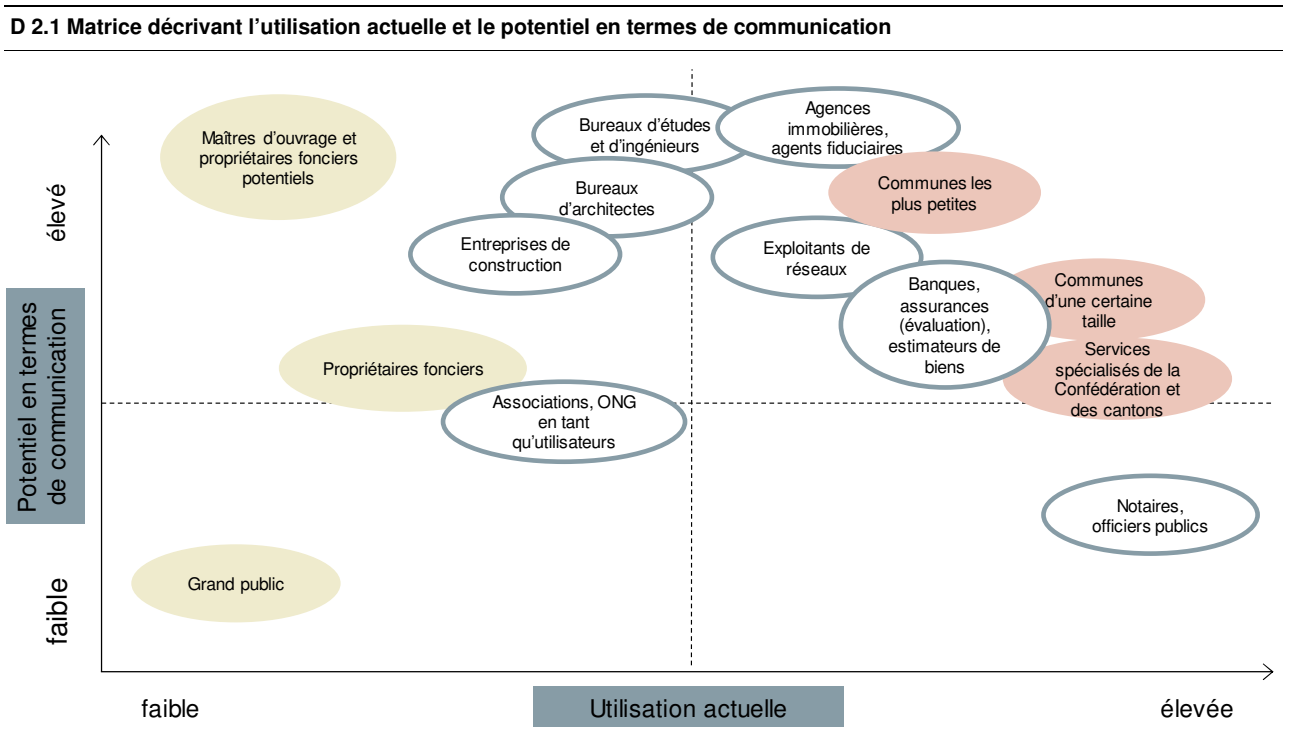
seiller chargé des constructions) pour assurer la continuité des connaissances relatives au cadastre RDPPF. A l'échelle cantonale, les décideurs au niveau politique sont en outre importants, puisque c'est d'eux que dépend l'attribution à moyen voire à long terme des ressources financières et en personnel nécessaires à la poursuite du développement du cadastre RDPPF.

- *Canaux existants dans les administrations cantonales* : on peut se servir des instruments disponibles (Intranet, newsletter, manifestations internes de formation continue ou autres événements similaires).

Les collaborateurs des communes et des cantons sont généralement membres d'associations professionnelles, participent aux journées d'études et aux formations continues qu'elles organisent et lisent les revues spécialisées. Ils sont donc aussi atteints via ces canaux en leur qualité de « professionnels ».

**2.2 Matrice décrivant l'utilisation du cadastre et le potentiel en termes de communication**

C'est au vu des développements du chapitre 1 et du paragraphe 2.1 que nous avons essayé de positionner les différents groupes visés en fonction de leur utilisation actuelle du cadastre et de leur potentiel en termes de communication. Le résultat est le suivant.



Source : présentation d'Interface

Sur l'axe des X, les groupes visés sont représentés en fonction de l'intensité de l'utilisation actuelle du cadastre. Si le grand public ainsi que les maîtres d'ouvrage ou les propriétaires fonciers potentiels utilisent peu le cadastre, les notaires et les officiers publics de même que les services spécialisés de la Confédération et des cantons en font un usage intensif. La répartition des groupes visés le long de l'axe des Y est le fruit de nos réflexions en termes de potentiel pour la communication. En raison des ressources limitées, nous attribuons un faible potentiel aux activités de communication visant à accroître la notoriété du cadastre auprès du grand public. Nous estimons de même que le potentiel est faible pour les notaires et les officiers publics : la nature même de leur tra-

vail fait qu'ils ont fréquemment besoin d'informations RDPPF et ils les utilisent là où elles sont disponibles en ligne. C'est donc auprès des maîtres d'ouvrage ou des propriétaires fonciers potentiels ainsi qu'auprès des bureaux d'études et des agences immobilières que le potentiel, en termes d'activité de communication, nous semble le plus élevé pour accroître la notoriété et l'utilisation du cadastre.

### 3. Poursuite du développement des portails cantonaux et perspectives de développement

Aujourd'hui, la plupart des cantons (et des communes) mettent à disposition leurs informations géoréférencées, cadastre RDPPF compris, via leurs géoportails dont l'objectif principal est généralement le suivant :

« assurer un accès centralisé à toutes les données géoréférencées du canton ».

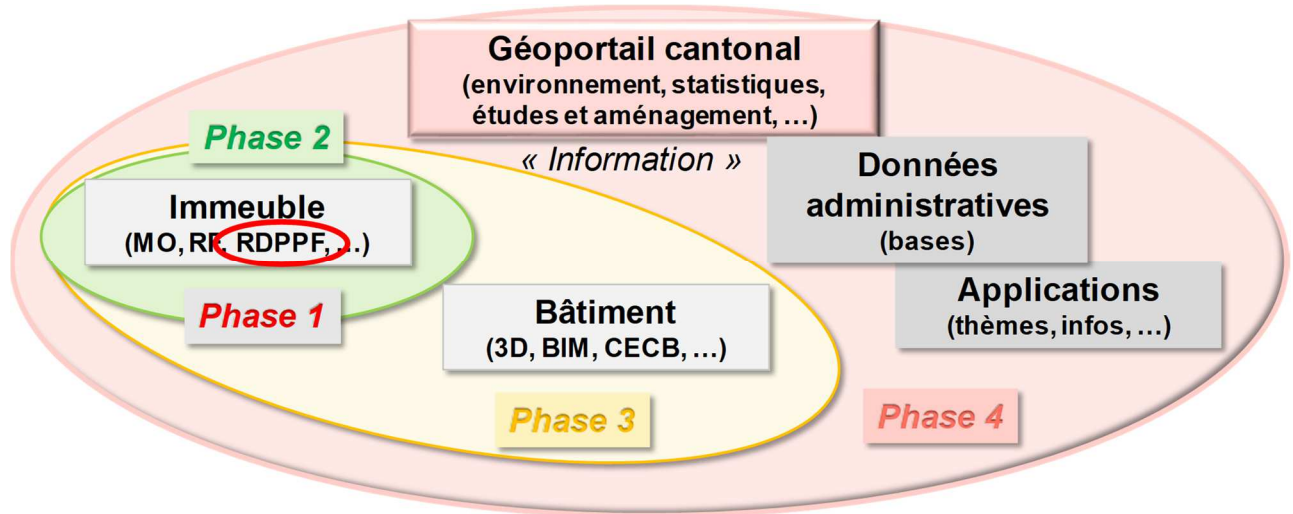
Il ressort de l'analyse de l'utilisation des géoportails cantonaux que différentes offres sont particulièrement prisées. Les informations relatives aux domaines suivants sont ainsi les plus recherchées dans la durée :

- *Autorisations de construire* : la délivrance d'une telle autorisation dépend directement des informations géoréférencées concernant un projet de construction (comme une zone d'affectation, un secteur de protection ou une distance par rapport à la forêt). Les informations requises sont rassemblées et évaluées dans le cadre du traitement de la demande. En bien des endroits, le dépôt de documents auxquels sont joints des extraits du registre foncier et du cadastre RDPPF est d'ores et déjà prescrit.
- *Restrictions à l'utilisation d'un bien-fonds* : il est souvent primordial (en cas de rénovation ou de vente, par exemple) de connaître les restrictions à l'utilisation d'un objet ou d'un immeuble, prescrites par les pouvoirs publics. Ces restrictions ne figurent pas toutes dans le cadastre RDPPF.
- *Informations concernant un lieu* : les informations demandées concernent souvent des thématiques très différentes : les autorisations de construire délivrées, le contenu des plans d'affectation, l'exploitation agricole, le peuplement forestier dominant ou des sites de fouilles archéologiques.

L'analyse permet de conclure que les utilisateurs ne souhaitent pas exclusivement recourir à des offres telles que le cadastre RDPPF, mais s'intéressent aussi à d'autres informations.

La représentation graphique suivante fournit une vue d'ensemble schématique du contenu des géoportails cantonaux. Il y est indiqué comment ces derniers peuvent poursuivre leur développement (phases 2 à 4).

D 3.1: vue d'ensemble du contenu et poursuite possible du développement des géoportails cantonaux



Source: représentation réalisée par le canton de Lucerne

Du point de vue des cantons, le marketing du cadastre RDPPF constitue un premier pas vers le marketing des géoportails cantonaux considérés comme des offres globales. Les cantons doivent cependant rester libres de définir l'ampleur et le calendrier de réalisation des phases 2 à 4. On estime qu'il est judicieux de combiner différentes offres pour lesquelles des acteurs différents sont compétents afin de parvenir à un « système d'informations foncières » considéré comme une offre particulière des géoportails cantonaux.

Il est proposé de subdiviser les activités marketing ainsi, dans l'optique et dans l'intérêt des cantons et des utilisateurs (cf. représentation graphique) :

- *Phase 1* : le cadastre RDPPF fait l'objet d'un marketing actif et la notoriété des offres est accrue. C'est ce qui est visé avec le présent concept marketing. Durant cette phase, le cadastre RDPPF doit également être introduit sur l'intégralité du territoire pour les restrictions retenues. En outre, son contenu doit aussi être étendu conformément à la stratégie du cadastre RDPPF pour les années 2020 à 2023.
- *Phase 2* : le système d'informations foncières considéré comme une offre des géoportails cantonaux est mis en œuvre et proposé aux utilisateurs intéressés. Ainsi, les données de la mensuration officielle, du registre foncier et des restrictions de droit public à la propriété foncière doivent être combinées, de façon à pouvoir être obtenues au sein d'un extrait.
- *Phase 3* : le système d'informations foncières est étendu par des informations sur les bâtiments pour former un véritable « système d'information de la propriété ». Il doit non seulement permettre de répondre à des requêtes portant sur l'immeuble concerné (phase 2), mais également fournir des informations sur les bâtiments, relatives notamment à la propriété par étages, aux surfaces des étages, aux volumes, à l'utilisation, etc. Une extension de l'outil d'interrogation et d'analyse par des informations en 3D offre une plus-value supplémentaire.
- *Phase 4* : le développement du géoportail cantonal se poursuit pour en faire un système d'information spatial homogène et intégré. Toutes les exigences en matière de géoinformation sont satisfaites, que ce soit pour des décisions, des études ou des aménagements, de la surveillance ou du contrôle de processus spatiaux. Le géoportail cantonal combine les RDPPF, le système d'informations foncières et le système d'information de la propriété de façon à pouvoir proposer une offre complète (cartes

en ligne, applications spécialisées, services de téléchargement de données, etc.). L'interconnexion et l'intégration des applications atteignent un nouveau niveau de qualité avec le passage croissant au numérique des processus administratifs. Ainsi, toutes les géodonnées cantonales doivent être portées au même niveau de qualité que les données RDPPF (mise en relation avec des dispositions juridiques, actualité, fiabilité, etc.).

Avec l'extension et l'interconnexion des offres sur les géoportails cantonaux, c'est aussi le cercle des utilisateurs potentiels des informations et par suite, celui des groupes visés par la communication, qui s'élargit. Outre la poursuite du développement du contenu des portails, les modifications techniques doivent elles aussi être prises en compte lors de l'élaboration d'instruments de communication. La capacité des données à être traitées par informatique ou le développement d'applications en 3D relèvent de cette catégorie.

Un vrai défi pour les cantons résulte tout autant de l'extension du contenu que de l'évolution technique du produit qu'est le cadastre RDPPF, à savoir que l'accès aux informations doit rester simple et intuitif. C'est notamment essentiel pour les groupes d'utilisateurs non professionnels, si l'on veut que les activités de communication puissent produire un effet.



**2<sup>ème</sup> partie**  
**Stratégie de communication**

## 4. Conditions requises pour la stratégie de communication

Les conditions requises pour la stratégie de communication sont récapitulées et interprétées dans la suite, sur la base de la première partie (analyse de la situation). On note la présence de quelques défis du point de vue du marketing et de la communication qu'il s'agira de prendre en compte.

### 4.1 Le produit

Le cadastre RDPPF reste en cours de constitution. De nouveaux cantons ouvrent constamment l'accès au cadastre RDPPF sur tout ou partie de leur territoire. Considéré globalement, le cadastre RDPPF est très hétérogène.

#### I Couverture territoriale

- L'offre ne couvre pas pleinement le territoire ; certains cantons font totalement défaut, d'autres n'ont pas encore mis toutes les communes en ligne.

#### I Couverture thématique

- Plusieurs cantons n'ont pas encore mis tous les thèmes en ligne.
- Quelques cantons proposent des informations sur les 17 thèmes RDPPF définis par la Confédération, d'autres sur des thèmes RDPPF supplémentaires et d'autres encore fournissent des informations supplémentaires.

#### I Offre et accès

- Si le cadastre RDPPF est introduit : il est possible d'obtenir un extrait statique (en pdf), les offres cantonales sont toutefois très hétérogènes (via navigateur SIG, leurs propres plateformes).
- Pas d'adresse URL homogène, avec une logique de désignation propre (ex. : [www.rdppf.GE.ch](http://www.rdppf.GE.ch), [www.rdppf.NE.ch](http://www.rdppf.NE.ch), etc.).
- Portails hétérogènes.

#### I Calendrier

- L'objectif d'une introduction du cadastre RDPPF avec une couverture territoriale complète dans tous les cantons d'ici à la fin 2020 pour les 17 thèmes retenus ne sera vraisemblablement pas atteint.
- Cela signifie que la communication doit faire état de cette hétérogénéité afin de ne pas susciter d'attentes ensuite déçues chez l'utilisateur.

### 4.2 Ressources financières et en personnel des cantons et de la Confédération

Jusqu'à présent, les cantons ont déployé peu d'efforts par eux-mêmes en matière de communication. La Confédération a pris diverses mesures. Il n'y a cependant pas eu de répartition systématique du travail et de collaboration coordonnée avec les cantons.

Les ressources financières et en personnel des cantons sont faibles voire inexistantes, celles de la Confédération étant limitées. Le concept marketing et de communication doit donc suivre une stratégie à petit budget. Les mesures proposées doivent présenter un caractère polyvalent (multifonctionnel) et le mode opératoire doit être organisé avec un maximum d'efficacité.

Il s'agit donc de tirer le meilleur parti de moyens limités.

### 4.3 Groupe d'utilisateurs des particuliers

Le cadastre RDPPF intéresse peu le grand public, dans la mesure où il n'a pas besoin des informations fournies. En revanche, le cadastre revêt de l'intérêt pour ceux qui acquièrent, vendent ou veulent utiliser un terrain, donc pour des propriétaires fonciers actuels et futurs ainsi que pour des maîtres d'ouvrage.

### 4.4 Groupe d'utilisateurs des professionnels

Le cadastre RDPPF se révèle intéressant pour tous les groupes d'utilisateurs concernés par les biens fonciers, leur utilisation, leur évaluation et leur vente. Il s'agit notamment des acteurs suivants :

- bureaux d'architectes [priorité 1/P1]
- bureaux d'études et d'ingénieurs [P 1]
- agences immobilières, agents fiduciaires [P 1]
- bureaux d'aménagement du territoire [P 1]
- banques [P 2]
- assurances [P 2]
- caisses de pension [P 2]
- exploitants de réseaux (distribution d'électricité, adduction d'eau, entreprises de transports comme les CFF, de télécommunication comme Swisscom, etc.) [P 2]
- bureaux dans le domaine environnemental [P 3]
- notaires/officiers publics [P 3]
- entreprises de construction [P 3]
- associations environnementales [P 3].

Les professionnels endossent aussi un rôle important de multiplicateur en leur qualité de conseillers de propriétaires fonciers futurs et actuels (exception faite des associations environnementales et des entreprises de construction).

### 4.5 Groupe d'utilisateurs des pouvoirs publics

Le cadastre RDPPF est intéressant pour les représentants des pouvoirs publics spécialisés dans des domaines particuliers : secteurs immobilier et fiscal, gestion de biens immobiliers, construction, aménagement, environnement, nature, forêt ou autres semblables.

Au sein des communes, des cantons et des offices fédéraux, les collaborateurs spécialisés font partie du groupe d'utilisateurs des professionnels du fait même du métier exercé, si bien qu'ils sont ainsi atteignables par les associations professionnelles correspondantes. Il s'agit dans le même temps de multiplicateurs, par le fait qu'ils produisent du contenu et des liens figurant dans les organes de publication de leurs communes et de leurs cantons.

### 4.6 Groupe d'utilisateurs du milieu politique

Les parlementaires aux niveaux de la Confédération et des cantons sont des législateurs et octroient à ce titre le mandat d'établissement du cadastre RDPPF. C'est via le processus budgétaire au niveau cantonal qu'ils mettent à disposition les moyens financiers et en personnel nécessaires à cette fin. S'ils ne sont pas des utilisateurs directs du cadastre RDPPF, d'autres le sont en revanche dans leur entourage.

Les membres des exécutifs cantonaux et communaux devraient connaître le cadastre RDPPF qui peut se révéler utile pour eux.



Les hommes et les femmes politiques sont bien représentés dans les comités directeurs des grandes associations et sont bien informés des thèmes d'actualité via les organes de ces associations.

#### 4.7 Groupe d'utilisateur des multiplicateurs

Sont considérés comme des multiplicateurs des personnes, des institutions, des organes de publication et des médias transmettant à des tiers des informations et des connaissances spécialisées, des savoir-faire particuliers, des résultats de recherche et des avis autorisés et contribuant ainsi à leur propagation.

Nombreux parmi les groupes d'utilisateurs visés sont ceux qui peuvent être atteints via des multiplicateurs. Ces derniers doivent surtout servir à faire connaître le cadastre RDPPF. Ils s'intéressent à toutes les nouveautés pour les diffuser via leurs propres canaux, dès lors que leurs membres peuvent en tirer un bénéfice (supplémentaire).

Recourir à des multiplicateurs est un moyen simple et peu onéreux d'accroître la notoriété du cadastre RDPPF. C'est donc bien une voie à suivre.

**I** Multiplicateurs pour des propriétaires fonciers actuels et futurs ainsi que pour des maîtres d'ouvrage :

- Confédération, cantons et communes avec leurs canaux de communication
- Associations de propriétaires fonciers : APF-HEV Suisse, Hausverein (désormais Casafair / HabitatDurable)
- Plateformes immobilières comme homegate.ch, immoscout24.ch, newhome.ch
- Eventuellement Google Ads.

**I** Multiplicateurs pour des professionnels :

- Associations professionnelles avec leurs organes de publication (versions numériques et imprimées), leurs manifestations et leurs offres de formation initiale et continue.

**I** Multiplicateurs pour les pouvoirs publics :

- Associations professionnelles avec leurs organes de publication (versions numériques et imprimées), leurs manifestations et leurs offres de formation initiale et continue.

#### 4.8 Facteurs de réussite

Les attentes envers un produit numérique ne cessent de grandir (en matière par exemple de convivialité, de vitesse, de fiabilité, d'utilité, etc.) et les utilisateurs deviennent toujours plus exigeants. Le cadastre RDPPF doit donc remplir certaines conditions pour conserver son attrait auprès des groupes d'utilisateurs, être utilisé régulièrement et plus souvent encore à l'avenir.

Le nom « cadastre des restrictions de droit public à la propriété foncière » (cadastre RDPPF dans sa forme abrégée) se révèle « encombrant », peu évocateur et connoté de manière globalement négative dans l'optique d'une communication élargie :

- « cadastre » : cette notion vieillotte et dépassée est largement inconnue<sup>7</sup> : on ne sait pas ce qu'est un cadastre

---

<sup>7</sup> Note du traducteur : l'appréciation ainsi portée sur le terme allemand « Kataster » n'est pas intégralement transposable au terme français « cadastre ».

- « restriction de propriété» elle limite l'usage que l'on peut faire de sa propriété, ce que l'on n'aime pas entendre
- 0/- « de droit » : neutre/négatif, parce que des connaissances juridiques sont requises
- + « public » : connoté positivement, inspire confiance, dénote le sérieux

(- négatif, + positif, 0 neutre)

Nous recommandons par conséquent de rebaptiser le cadastre RDPPF en « Informations foncières RDPPF » pour la communication élargie (cf. § 6.1.4 sur le nouveau nom).

Sur le plan juridique, le nom de cadastre RDPPF reste conservé dans les lois, les ordonnances, les directives et les instructions où il est question de lui.

Les informations foncières RDPPF

- sont conviviales (Usability)
- sont *la* source des informations foncières sur les restrictions de droit public à la propriété foncière
- sont optimisées, tant qualitativement que quantitativement (actuelles, elles couvrent intégralement le territoire pour tous les thèmes)
- sont simples d'utilisation
- apportent ainsi une plus-value à tous leurs utilisateurs
- présentent des avantages par rapport à des offres similaires
- sont de plus en plus largement utilisées et recommandées à des tiers.

## 5. Stratégie de communication

La stratégie de communication effective est développée dans ce chapitre : les idées directrices dégagées et les objectifs principaux propres à chaque groupe d'utilisateurs permettent de déduire les messages à faire passer (le contenu de la communication), puis de définir l'image, la tonalité et le calendrier de la campagne marketing et de communication à mettre en place.

### 5.1 Idées directrices

- Les informations foncières RDPPF étant un produit numérique, les actions promotionnelles doivent surtout concerner des supports numériques. Il est important que les groupes d'utilisateurs puissent consulter et tester les informations foncières RDPPF en quelques clics à peine. Cela doit aussi bien se refléter dans les mesures proposées que dans le budget.
- Les informations foncières RDPPF sont un service qui vise à s'inscrire dans la durée, évoluant et se modifiant constamment, mais lentement. Il s'agit de les ancrer profondément auprès des groupes d'utilisateurs pour qu'ils se familiarisent avec elles et y reviennent sans cesse. Cela signifie qu'il faut placer des liens vers elles à des endroits stratégiquement importants.
- L'utilisateur doit trouver un lien direct vers les informations foncières RDPPF partout où il peut rechercher ou consulter des informations foncières : il en va notamment ainsi des plans du registre foncier, des plans d'affectation communaux, des cartes de protection des eaux, des cartes des dangers ainsi que des géoportails et des portails SIG de la Confédération, des cantons et des communes.
- L'utilisateur doit trouver un lien vers les informations foncières RDPPF là où sa recherche porte sur la construction et les autorisations de construire, donc sur les sites Internet des cantons et des communes et sur ceux des associations de propriétaires fonciers.
- L'utilisateur doit trouver un lien vers les informations foncières RDPPF là où il recherche des biens fonciers ou immobiliers, c.-à-d. sur les principales plateformes immobilières.
- L'utilisateur doit trouver un lien vers les informations foncières RDPPF là où il est question du financement de biens fonciers ou immobiliers, à savoir sur les sites Internet de banques, d'assurances et de caisses de pension.
- Les professionnels de différents domaines (construction, étude, conseil, rénovation et financement de biens immobiliers) doivent être informés de l'utilité des informations foncières RDPPF par leurs propres associations professionnelles via un maximum de canaux (numériques et analogiques).
- Tous les autres canaux de communication analogiques et numériques des acteurs précités doivent aussi être mis à profit pour faire connaître les informations foncières RDPPF (sites Internet, Facebook, newsletter, revues spécialisées et communales, manifestations, formations initiales et continues organisées par les communes, les cantons, la Confédération, les associations professionnelles, les associations de propriétaires fonciers, etc.).
- L'utilisateur doit rapidement trouver les informations foncières RDPPF de son canton lorsqu'il passe par un moteur de recherche (optimisation de ces derniers).
- L'utilisateur doit aussi trouver les informations foncières RDPPF sur Wikipedia.
- Pour des raisons de coût et d'efficacité, les multiplicateurs principaux sont aussi bien utilisés pour les particuliers et les professionnels que pour le milieu politique.

- Les mesures doivent être conçues dans l’optique d’une mise en œuvre polyvalente (multifonctionnelle) par un maximum de multiplicateurs (utilisation à plusieurs reprises pour tous les canaux accessibles).
- Les multiplicateurs doivent être appelés directement au téléphone pour leur présenter les informations foncières RDPPF et vanter leur utilité, ce qui les persuadera de communiquer à leur sujet et de proposer un lien vers elles.
- La priorité est donnée aux associations professionnelles (pour le lancement de la campagne), puis viennent les cantons et enfin les communes, traitées canton par canton.
- Des annonces sont insérées là où elles sont nécessaires et judicieuses, un échange de bons procédés se substituant au paiement.
- Une agence ou un responsable de la communication (« agence » désigne les deux options dans la suite) doit se charger du marketing des informations foncières RDPPF ainsi que de la surveillance et du contrôle des mesures mises en œuvre. Cette prestation de service est destinée aux cantons.
- Les cantons participent activement à la mise en œuvre du concept marketing et de communication. Ils bénéficient du soutien de l’agence pour cela.
- L’agence surveille et documente les mesures mises en œuvre et leurs auteurs. Elle rédige un rapport succinct à ce sujet tous les six mois. Elle évalue par ailleurs le rapport coût /efficacité des mesures mises en œuvre au bout d’un an et propose – au besoin – des modifications ou une pondération différente.
- L’utilisation des informations foncières RDPPF (nombre de clics, thèmes) est analysée tous les six mois.
- La Confédération et les cantons mettent les moyens nécessaires à disposition pour la mise en œuvre du concept marketing et de communication.
- Ce concept doit être mis en œuvre rapidement (dans un délai de deux ans).
- Les produits du concept marketing et de communication doivent être créés en français et en allemand durant la première année. Le canton du Tessin souhaiterait ne pas communiquer en 2020, n’ayant mis en ligne que trois communes à la mi-2019. Il est donc judicieux de concentrer la campagne sur la Suisse alémanique et la Suisse romande en 2020. Seules les activités couronnées de succès seront étendues au Tessin en 2021. Toutefois, certaines activités concernent d’emblée la Suisse entière (comme les articles dans les revues spécialisées d’associations nationales).
- Il serait opportun, du point de vue de la communication et du marketing, que les informations foncières RDPPF soient disponibles au plus vite partout en Suisse (pour les 17 thèmes prévus actuellement) et que les noms de domaines les concernant soient homogènes pour tous les cantons.
- Que les informations foncières RDPPF soient accessibles via un portail qui leur est propre ou en étant intégrées au navigateur SIG est d’une importance très secondaire.

## 5.2 Objectifs

Les groupes d’utilisateurs principaux (particuliers, professionnels, pouvoirs publics, milieu politique et multiplicateurs) sont délimités dans la suite et les buts devant être atteints pour chacun d’entre eux sont présentés.

### 5.2.1 Particuliers

- Maîtres d’ouvrage et propriétaires fonciers actuels et futurs
- Le grand public n’est pas visé ici : n’ayant pas besoin des informations fournies par le cadastre RDPPF, il l’utilisera peu, voire pas du tout.

**I Objectifs souhaités**

- Les propriétaires fonciers actuels et futurs savent qu'ils ne peuvent pas utiliser leur bien comme bon leur semble, mais qu'ils doivent respecter certaines conditions, les restrictions de droit public à la propriété foncière.
- Les propriétaires fonciers actuels et futurs savent où ils peuvent consulter en ligne, simplement, rapidement et sur un même site, les principales restrictions de droit public à la propriété foncière grevant un immeuble.

**5.2.2 Professionnels**

- Architectes, aménagistes, ingénieurs, urbanistes, agents immobiliers et fiduciaires (priorité 1), personnel des banques, des assurances, des caisses de pension et des exploitants de réseau (priorité 2).

**I Objectifs souhaités**

- Les professionnels savent où ils peuvent consulter en ligne, simplement, rapidement et sur un même site, les principales restrictions de droit public à la propriété foncière.
- Les professionnels savent que l'on peut analyser les différentes informations dans leur contexte sur les géoportails cantonaux. L'extrait de carte de l'immeuble peut être déplacé et agrandi de façon dynamique.
- Les professionnels savent que les informations foncières RDPPF peuvent leur épargner une tâche fastidieuse, celle consistant à collecter les différentes informations auprès des services compétents puis à les combiner entre elles.

**5.2.3 Cas particulier : formation initiale et continue de professionnels**

- Associations professionnelles : elles forment de futurs professionnels et donc des utilisateurs des informations foncières RDPPF et gèrent le programme de ces formations.

**I Objectifs souhaités**

- Les associations professionnelles tiennent compte des RDPPF dans leurs offres de formation continue.
- Elles œuvrent à l'intégration des informations foncières RDPPF dans le programme des formations.

**5.2.4 Pouvoirs publics**

- Les communes, surtout les petites et celles de taille moyenne, qui utilisent encore peu les informations foncières RDPPF à l'heure actuelle, de même que les services spécialisés de la Confédération et des cantons, notamment ceux des domaines des transports et de l'agriculture.

**I Objectifs souhaités**

- Les spécialistes dans les communes savent où ils peuvent consulter en ligne, simplement, rapidement et sur un même site, les principales restrictions de droit public à la propriété foncière.
- Les spécialistes savent qu'ils peuvent afficher ou masquer les différentes informations à leur gré et les présenter en superposition les unes des autres.
- Les spécialistes dans les communes savent que les informations foncières RDPPF peuvent leur épargner une tâche fastidieuse, celle consistant à collecter les différentes informations auprès des services compétents puis à les combiner entre elles.

### 5.2.5 Milieu politique

- Les femmes et les hommes politiques sont des législateurs et octroient à ce titre le mandat d'établissement du cadastre RDPPF. C'est via le processus budgétaire au niveau cantonal qu'ils mettent à disposition les moyens nécessaires à cette fin.

#### I Objectifs souhaités

- Les femmes et les hommes politiques savent que le cadastre RDPPF met en ligne simplement, rapidement et sur un même site, les principales restrictions de droit public à la propriété foncière.
- Les femmes et les hommes politiques savent que les informations foncières RDPPF sont un instrument important, très utilisé dans le monde professionnel et par les propriétaires fonciers.
- Les femmes et les hommes politiques sont prêts à mettre à disposition à l'avenir aussi des ressources financières et en personnel pour le cadastre RDPPF et la poursuite de son développement.

### 5.2.6 Multiplicateurs

- Les grandes associations (professionnelles) s'adressent à différents groupes répertoriés ici et les atteignent de façon idéale. Elles sont donc essentielles en leur qualité de multiplicateurs pour mettre en œuvre le présent concept.

#### I Objectifs souhaités

- Les multiplicateurs reconnaissent l'utilité des informations foncières RDPPF pour leurs membres (ou les groupes qu'ils visent).
- Les multiplicateurs informent ces derniers à propos des informations foncières RDPPF et renvoient vers le cadastre RDPPF partout où c'est judicieux.

## 5.3 Comment les groupes d'utilisateurs sont atteints

Les informations foncières RDPPF restent en cours de constitution. De nouveaux thèmes, des communes supplémentaires et d'autres thèmes viennent constamment s'y ajouter. Leur développement n'est pas achevé, si bien que l'on ignore encore ce qu'elles contiendront exactement à l'avenir et quelles seront leurs réelles possibilités.

Il est donc judicieux d'insérer un lien vers le cadastre RDPPF sur un maximum de sites Internet. Cela ne doit avoir aucune incidence sur les fonctions proposées par ce cadastre ou sur les services qu'il rend. Autrement dit, lorsque les utilisateurs cliquent sur le lien, ils sont dirigés vers la version actuelle du cadastre. Aucune mise à jour n'est requise. Une réactualisation à l'aide de textes indicatifs aurait été lourde et nécessairement fréquente.

### 5.3.1 Particuliers

Comme il est impossible de contacter directement les propriétaires fonciers actuels et futurs faute d'adresses, ils sont atteints indirectement via des multiplicateurs.

### 5.3.2 Professionnels

Contacté directement ces groupes impliquant une charge de travail trop lourde et les adresses requises étant par ailleurs difficiles à obtenir, ces groupes sont contactés indirectement via des multiplicateurs.

### 5.3.3 Pouvoirs publics

Des kits de communication prêts à l'emploi doivent être mis gratuitement à la disposition des pouvoirs publics pour leurs canaux de communication numériques et analogiques.

giques. Ils doivent en outre être contactés directement (par téléphone) afin de les conseiller et de les encourager à recourir à ces moyens de communication.

#### 5.3.4 Milieu politique

Les femmes et les hommes politiques ne font pas l'objet d'un ciblage particulier. Ils sont atteints via des multiplicateurs.

#### 5.3.5 Multiplicateurs

Des kits de communication prêts à l'emploi doivent être mis gratuitement à la disposition des multiplicateurs pour leurs canaux de communication numériques et analogiques. Ils doivent en outre être contactés directement (par téléphone) afin de les conseiller et de les encourager à recourir à ces moyens de communication.

### 5.4 Image et tonalité

L'image que les informations foncières RDPPF veulent projeter doit se traduire concrètement dans le langage utilisé et l'identité graphique choisie, tout en restant en adéquation avec celle de l'émetteur du message, à savoir les pouvoirs publics. Les informations foncières RDPPF sont toujours d'une parfaite actualité, leurs données sont mises à jour et vérifiées. Quant aux pouvoirs publics, ils sont fiables, sérieux et d'une parfaite correction.

En conséquence, la présentation retenue est

- **claire** un nom simple
- **numérique** c'est aussi visible au niveau de la communication / des canaux
- **fiable** les données sont correctes, à jour et contrôlées
- **durable** pérennes, les informations foncières RDPPF visent avant tout à s'inscrire dans la durée
- **honnête** les informations foncières RDPPF restent en cours de constitution et évoluent en permanence
- **partenariale** les informations foncières RDPPF sont une œuvre commune de la Confédération et des cantons
- **innovante** le développement des informations foncières RDPPF se poursuit, la Suisse est l'un des premiers pays à introduire un tel service
- **sérieuse** l'identité graphique reste sobre.

### 5.5 Fréquence / déroulement dans le temps

Les informations foncières RDPPF visent avant tout à s'inscrire dans la durée. Une fréquence d'information élevée n'est donc pas nécessaire. Leur marketing s'apparente plus à une tâche de fond, de sorte que la campagne de publicité ne peut pas être ponctuelle.

Aussi, nous proposons une campagne de deux ans, de septembre 2020 à septembre 2022.

Les informations concernant les informations foncières RDPPF doivent être diffusées une fois dans la Suisse entière au début de la campagne, en septembre 2020. Ensuite, la priorité sera donnée à l'insertion des liens et au placement des kits de communication auprès des communes et des cantons ainsi qu'auprès des multiplicateurs. Si cette démarche est fructueuse, les renvois vers les informations foncières RDPPF depuis les sources les plus diverses seront fréquents et récurrents, si bien que leur existence sera de plus en plus largement connue.

Nous savons d'expérience que seules 5 à 10 % des personnes interrogées donnent suite à une invitation écrite et insèrent effectivement un lien, publient un texte transmis ou invitent un orateur lors d'une manifestation qu'elles organisent. C'est pourquoi il est important de s'adresser à la « bonne » personne, parce que compétente, et de nouer un lien direct pour s'assurer de sa collaboration. C'est un travail chronophage, une tâche de fond qui nécessite du temps, nous estimons la durée nécessaire à deux ans.

### 5.6 Messages à faire passer (contenu de la communication)

Les messages à faire passer (le contenu de la communication) sont répertoriés dans la suite et il est précisé quels contenus sont judicieux pour quels groupes d'utilisateurs.

#### 5.6.1 Informations foncières RDPPF : les messages principaux à faire passer

- **Fiabiles**  
Elles sont toujours actuelles et fiables.
- **Utiles à tous**  
Elles profitent tout autant aux particuliers (propriétaires fonciers actuels et futurs) qu'aux pouvoirs publics et aux professionnels de divers secteurs (aménagement, architecture, immobilier, fiducie, finance et gestion de réseaux).
- **Clares**  
Elles indiquent de façon claire, aisément compréhensible et sous forme de document pdf, tout ce qu'il faut savoir concernant un immeuble.
- **En cours de constitution**  
Elles sont constamment étendues à d'autres thèmes et à d'autres secteurs.
- **Dynamiques**  
Les différentes informations peuvent être étudiées dans leur contexte sur les géoportails cantonaux. L'extrait de carte de l'immeuble peut être déplacé et agrandi de façon dynamique.
- **Sources d'un gain de temps**  
Elles permettent de s'épargner une tâche fastidieuse, celle consistant à collecter les différentes informations auprès des services compétents puis à les combiner entre elles. C'est un gain de temps et d'argent pour les particuliers, les acteurs économiques et les pouvoirs publics.
- **Transparentes**  
Grâce aux informations foncières RDPPF, les documents adoptés et en vigueur sont accessibles simplement et rapidement.
- **Innovantes**  
La Suisse est l'un des premiers pays au monde à les introduire.

Le tableau suivant précise quels messages concernent quels groupes d'utilisateurs :



**D 5.1 Messages et groupes d'utilisateurs**

Mot-clé	Contenu	Particuliers	Professionnels	Pouvoirs publics	Milieu politique	Formation
Fiables	Les informations foncières RDPPF sont toujours actuelles et fiables.	x	x	x		x
Utiles à tous	Les informations foncières RDPPF profitent tout autant aux particuliers (propriétaires fonciers actuels et futurs) qu'aux pouvoirs publics et aux professionnels de divers secteurs (aménagement, architecture, immobilier, fiducie, finance et gestion de réseaux).	x	x	x	x	x
Clares	Les informations foncières RDPPF indiquent de façon claire, aisément compréhensible et sous forme de document pdf, tout ce qu'il faut savoir concernant un immeuble.	x	x	x		
En cours de constitution	Les informations foncières RDPPF sont constamment étendues à d'autres thèmes et à d'autres secteurs.	x	x	x	x	x
Dynamiques	Les différentes informations peuvent être étudiées dans leur contexte sur les géoportails cantonaux. L'extrait de carte de l'immeuble peut être déplacé et agrandi de façon dynamique.		x	x		x
Sources d'un gain de temps	Les informations foncières RDPPF permettent de s'épargner une tâche fastidieuse, celle consistant à collecter les différentes informations auprès des services compétents puis à les combiner entre elles C'est un gain de temps et d'argent pour les particuliers, les acteurs économiques et les pouvoirs publics.		x	x	x	x
Transparentes	Grâce aux informations foncières RDPPF, les documents adoptés et en vigueur sont accessibles simplement et rapidement.		x	x	x	x
Innovantes	La Suisse est l'un des premiers pays au monde à introduire les informations foncières RDPPF.		x	x	x	

**5.6.2 Thèmes RDPPF pour le storytelling**

Le cadastre RDPPF comprend 17 thèmes issus de 8 domaines différents. Ces thèmes n'ont pas tous la même importance pour les divers groupes d'utilisateurs. Le tableau suivant indique les thèmes du cadastre RDPPF qui se prêtent le mieux à la rédaction d'articles (storytelling) pour chacun des groupes d'utilisateurs.

**D 5.2 Thèmes RDPPF et storytelling**

	Particuliers	Professionnels	Pouvoirs publics
Liste des thèmes RDPPF pour le storytelling par ordre de priorité (de 1 à 4)			
<b>Sites pollués</b>			
Cadastre des sites pollués	2	2	2
Cadastre des sites pollués – domaine militaire			
Cadastre des sites pollués – domaine des aéroports civils			
Cadastre des sites pollués – domaine des transports publics			
<b>Chemins de fer</b>			
Zones réservées des installations ferroviaires			
Alignements des installations ferroviaires			
<b>Aéroports</b>			
Zones réservées des installations aéroportuaires			
Alignements des installations aéroportuaires			
Plan de la zone de sécurité			
<b>Protection des eaux souterraines</b>			
Zones de protection des eaux souterraines	3	3	3
Périmètres de protection des eaux souterraines			
<b>Bruit</b>			
Degré de sensibilité au bruit (dans les zones d'affectation)	4	4	4
<b>Routes nationales</b>			
Zones réservées des routes nationales			
Alignements des routes nationales			
<b>Aménagement du territoire</b>			
Plans d'affectation (cantonaux/communaux)	1	1	1
<b>Forêt</b>			
Limites forestières statiques			
Distances par rapport à la forêt			

**I** Ordre de priorité (de 1 à 4)

- Plans d’affectation, en particulier les plans de zones communaux
- Sites pollués
- Eau, resp. protection des eaux souterraines
- Bruit

D’autres thèmes (comme la forêt ou les routes nationales) peuvent également être intéressants pour les professionnels et les pouvoirs publics.

**I** Perspectives

Les cartes des dangers présenteront un grand intérêt à l’avenir, même si elles ne font pas encore partie des informations foncières RDPPF aujourd’hui.

Le tableau suivant récapitule les mots-clés principaux et les questions les plus importantes pour le storytelling.

**D 5.3 Mots-clés et questions pour le storytelling**

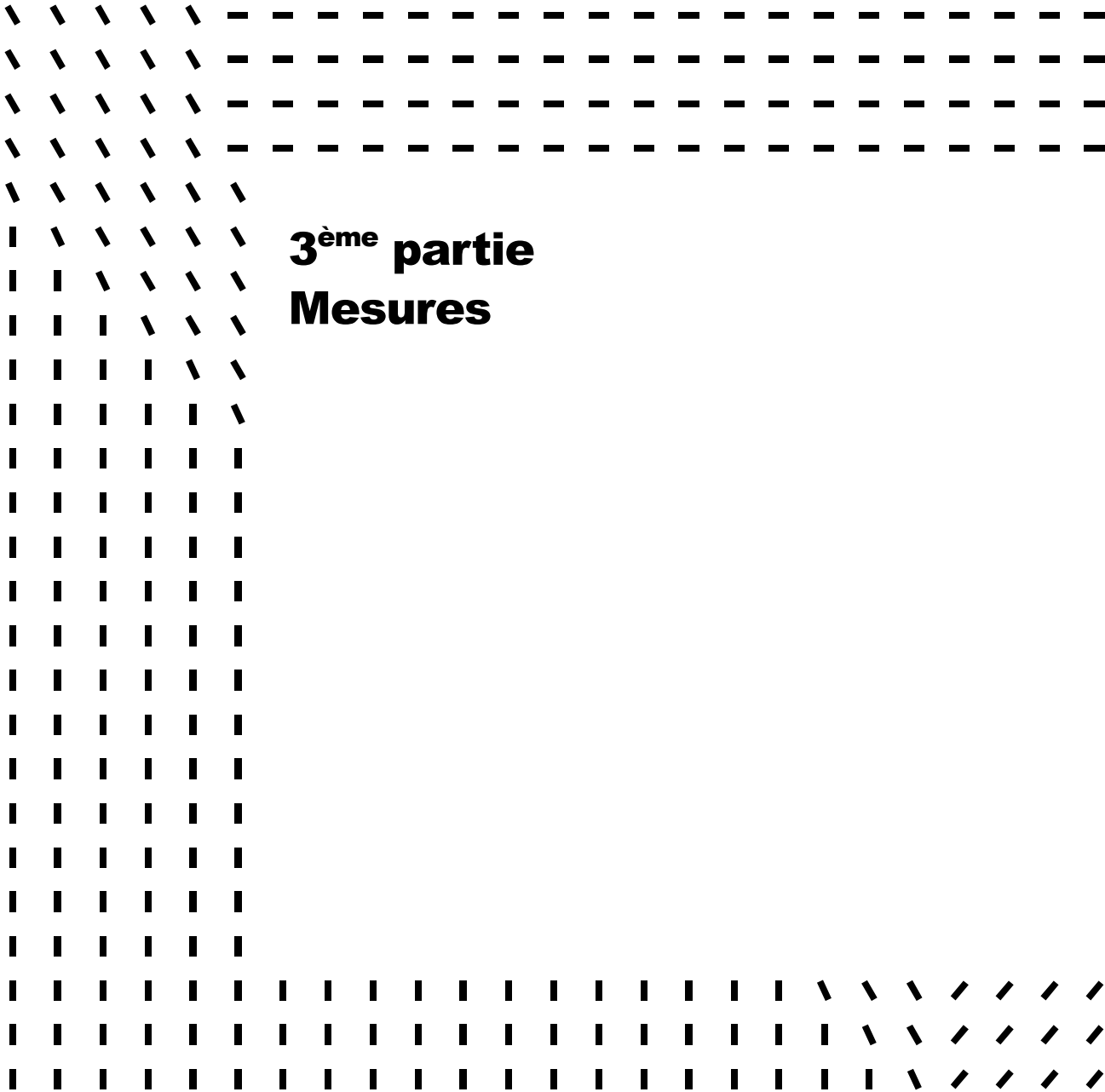
Thèmes pour le storytelling	Contenu / mots-clés / questions
Plans de zones communaux	Hauteur / densité maximale des constructions ? Quels alignements sont à respecter ? Où est-il interdit de construire ? etc.
Sites pollués	Le sous-sol de mon terrain est-il pollué ? Par quoi ? Quelles sont les conséquences financières pour moi si je construis malgré tout ?
Eaux souterraines	Mon terrain est-il concerné ? Ai-je le droit de construire ? Comment dois-je construire ? Que faut-il respecter ?
Bruit	A quel niveau de bruit suis-je exposé là où je vis / construis ? Quelles en sont les conséquences pour la construction ? Comment dois-je planifier cela ? Quelles mesures de protection contre le bruit dois-je prendre ?

**5.7 Bilan**

C’est sur fond de ressources financières et en personnel restreintes pour la communication et de situations hétérogènes dans les cantons (en termes d’état de réalisation ou en matière de géoportails) qu’il faut faire connaître les informations foncières RDPPF aux groupes d’utilisateurs principaux pour qu’ils se servent davantage de cet outil de recherche dynamique ou de ses extraits statiques. Les groupes d’utilisateurs doivent identifier les avantages que recèlent les informations foncières RDPPF (un gain de temps et d’argent résulte d’un accès simplifié à des données fiables).

C’est pourquoi la présente stratégie de communication mise surtout sur l’effet produit par des multiplicateurs et sur une large insertion de liens vers les cadastres RDPPF cantonaux. La communication est par conséquent à envisager comme une tâche de fond et non comme une campagne limitée dans le temps.

Le grand public n’est pas visé ici.



**3<sup>ème</sup> partie**  
**Mesures**

## 6. Mesures de communication

Dans la suite, le bouquet de mesures propre à chaque groupe d'utilisateurs est développé et chiffré (budget), sur la base de la stratégie de communication. Le budget est mis en relation avec les investissements consentis et les frais d'exploitation annuels dans le paragraphe consacré au rapport coût/bénéfices. Nous fournissons par ailleurs des recommandations pour le déroulement et l'organisation de la phase de mise en œuvre et proposons un calendrier.

La description succincte des différents produits, les modules de texte principaux et le langage visuel à utiliser seront présentés dans un rapport séparé à l'automne 2019.

### 6.1 Travaux préparatoires

En raison des défis déjà esquissés, nous recommandons de réaliser quelques travaux préparatoires avant le lancement de la campagne de communication. Ils réduisent l'hétérogénéité du produit, servent à tous les groupes d'utilisateurs et aident enfin les mesures de communication à produire leurs effets, permettant ainsi l'ancrage à long terme des informations foncières RDPPF.

#### 6.1.1 Travaux portant sur les informations foncières RDPPF elles-mêmes

- Introduire un domaine homogène pour tous les cantons (LU, UR, TG en disposent déjà)  
Proposition : [www.rdppf.SIGLEDUCANTON.ch](http://www.rdppf.SIGLEDUCANTON.ch), soit [www.rdppf.ge.ch](http://www.rdppf.ge.ch), [www.rdppf.ne.ch](http://www.rdppf.ne.ch) etc.
- Introduire les informations foncières RDPPF dès que possible sur tout le territoire
- Mettre en ligne au plus vite les 17 thèmes RDPPF
- Introduire une fonction de recherche

#### 6.1.2 Créer une page Wikipedia

Une page Wikipedia sur les informations foncières RDPPF est créée.

#### 6.1.3 Optimisation des moteurs de recherche

Tous les sites Internet cantonaux doivent être optimisés pour les moteurs de recherche sur la base des mots-clés suivants (d'autres restent encore à définir) :

- RDPPF + cadastre + informations foncières
- Restriction de droit public à la propriété foncière + immeuble
- Immeuble (bien-fonds, terrain, parcelle)
- Zone de danger + immeuble
- Bruit, exposition au bruit + immeuble
- Alignements + immeuble
- Sites pollués + immeuble

#### 6.1.4 Modifier le nom « cadastre RDPPF »

Le nom « cadastre des restrictions de droit public à la propriété foncière » (cadastre RDPPF dans sa forme abrégée) est remplacé par celui d'« informations foncières RDPPF » pour la communication élargie.

**Titre :** informations foncières RDPPF

**Sous-titre :** informations sur les restrictions de droit public à la propriété foncière (RDPPF)

**Claim (affirmation) :** Les informations foncières RDPPF fournissent en un seul clic une vue d'ensemble des principales restrictions de droit public à la propriété foncière grevant un immeuble.

L'avantage de ce nouveau nom réside dans le maintien de l'abréviation RDPPF (pour un usage interne et pour les domaines des cantons), le terme encombrant de « cadastre » disparaissant au profit de l'expression « informations foncières » qui se comprend d'elle-même.

L'abréviation « RDPPF » dans la dénomination « informations foncières RDPPF » pourra être omise avec le temps, en fonction des orientations ou des développements futurs.

Sur le plan juridique, le nom de cadastre RDPPF reste conservé dans les lois, les ordonnances, les directives et les instructions où il est question de lui.

#### 6.1.5 Identité graphique

Il n'existe à ce jour aucune identité graphique homogène pour les informations foncières RDPPF. Pour les activités marketing et de communication, il faut au moins

- Titre/nom
- Claim (affirmation)
- Identité visuelle ou graphique
- Image(s) associée(s) (photos ou autres)

Cette identité doit faire l'objet d'une utilisation systématique.

## 6.2 Particuliers

Tous les travaux préparatoires servent aussi au groupe d'utilisateurs des particuliers.

### 6.2.1 Présence sur les plateformes immobilières

- Annonce/bannière pour un an sur les plateformes (par ordre de priorité) homegate.ch, Immoscout24.ch, newhome.ch
- Bloc de texte et lien vers le cadastre RDPPF (cantonal si c'est possible, sinon vers [www.cadastre.ch](http://www.cadastre.ch)) en tant que service à la clientèle, par exemple « Ceci pourrait aussi vous intéresser » sur [www.immoscout24.ch](http://www.immoscout24.ch) (slidebox)

### 6.2.2 Tester Google Ads

- Google Ads doit être testé durant un mois.

### 6.2.3 Kit de communication pour les communes

I Sites Internet de communes

- Slogan et lien direct sur la page d'accueil (si c'est possible/judicieux)
- Slogan et lien direct dans un domaine thématique comme Construire & Habiter ou Autorisations de construire

- Texte abrégé pour le site Internet dans un domaine thématique comme Construire & Habiter ou Autorisations de construire
- Bannière Internet pour le domaine Autorisations de construire

#### I Médias sociaux

- Texte abrégé et image (photo ou autre) pour Facebook

#### I Revues communales

- Article illustré pour les revues communales, fondé sur un exemple concret et susceptible d'intéresser un maximum de lecteurs
- Annonce d'opportunité en formats portrait et paysage (annonce gratuite)

#### I S'adresser à la commune en sa qualité de multiplicateur

- Lettre / courriel d'information pour les chancelleries communales
- Lettre / courriel d'information pour les administrations des constructions
- Contact téléphonique direct et conseil pour toutes les communes

### 6.2.4 Kit de communication pour les associations de propriétaires fonciers

#### I Revues associatives et sites Internet

- Bannière publicitaire sur [www.casafair.ch](http://www.casafair.ch) (format portrait)
- Article spécialisé illustré pour les revues associatives fondé sur un exemple concret et susceptible d'intéresser un maximum de lecteurs
- Annonce d'opportunité en formats portrait et paysage, si c'est possible
- Si le texte est publié : annonce payante dans la revue de l'association des propriétaires fonciers (Der Schweizerische Hauseigentümer) et dans celle de Casafair (Casanostra), mais uniquement si c'est nécessaire ou en échange d'autre chose.
- Insertion éventuelle d'un dépliant au format A5 dans la revue associative

#### I Médias sociaux

- Texte abrégé et image (photo ou autre) pour Facebook

#### I S'adresser aux associations en leur qualité de multiplicateur

- Contact téléphonique direct avec APF-HEV et Casafair/HabitatDurable pour donner plus de poids à la campagne de communication
- Offre de présentation brève (gratuite) par des représentants de la Confédération et des cantons lors de journées d'études / de manifestations

### 6.3 Professionnels

Un kit de communication est mis à la disposition des associations professionnelles pour le groupe d'utilisateurs des professionnels.

#### 6.3.1 Kit de communication pour les associations

##### I Sites Internet des associations professionnelles

- Slogan et lien direct sur le site Internet, si c'est possible dans les domaines thématiques
- Texte abrégé pour le site Internet

##### I Médias sociaux

- Texte abrégé et image (photo ou autre) pour Facebook
- Texte abrégé pour Twitter, éventuellement

**I Revues spécialisées**

- Article illustré pour les revues associatives fondé sur un exemple concret et susceptible d'intéresser un maximum de lecteurs
- Annonce d'opportunité en formats portrait et paysage

**I Newsletter**

- Trois articles courts différents pour des newsletters (lettres d'information) avec lien, fondés sur des exemples concrets

**I Manifestations / journées d'études / assemblées de membres**

- Bref exposé basé sur quatre à six diapositives (ppt) pour les journées d'études spécialisées et les assemblées de membres aux niveaux national et cantonal
- Indoor-Rollup (visuel à dérouler) pour les manifestations
- Dépliant au format A5 à présenter / distribuer

**I S'adresser aux associations spécialisées en leur qualité de multiplicateur**

- Lettre / courriel d'information pour l'agence ou le département communication
- Contact téléphonique direct avec les associations pour donner plus de poids à la campagne de communication
- Offre de présentation brève (gratuite) par des représentants de la Confédération et des cantons lors de journées d'études spécialisées / de manifestations

**6.4 Pouvoirs publics**

Un kit de communication est mis à disposition pour le groupe d'utilisateurs des pouvoirs publics.

**6.4.1 Kit de communication pour les cantons**

- Insertion d'un lien sur les géoportails et les portails SIG, resp. là où beaucoup de requêtes sont déjà formulées aujourd'hui
- Insertion de liens sur les pages correspondantes de sites Internet cantonaux avec slogans pour les 17 thèmes RDPPF, notamment pour ces domaines :  
Plans d'affectation, plans de zones, construction, autorisations de construire, zones à bâtir et autres semblables.  
Environnement, sites pollués, bruit, protection des eaux, eaux souterraines, forêt et autres semblables.  
Transports : routes nationales, chemin de fer, transport aérien, transports publics
- Texte court pour le site Internet
- Page thématique avec texte et image (photo ou autre)
- Bannière Internet

**I Médias sociaux**

- Texte abrégé et image (photo ou autre) pour Facebook
- Texte abrégé pour Twitter

**I Organes de publication cantonaux (comme ZUP, Umwelt Aargau...)**

- Article illustré fondé sur un exemple concret et susceptible d'intéresser un maximum de lecteurs
- Annonce d'opportunité en formats portrait et paysage

**I Newsletter**

- Trois articles courts différents pour des newsletters (lettres d'information) avec lien, fondés sur des exemples concrets



**I Manifestations pour les communes / les spécialistes**

- Bref exposé basé sur quatre à six diapositives ppt pour les membres des exécutifs, les spécialistes (au sein des communes, des offices des constructions), etc.
- Indoor-Rollup (visuel à dérouler) pour les manifestations
- Dépliant au format A5 à présenter / distribuer

**I Salons destinés aux spécialistes ou au grand public**

Assurer une présence autonome sur un salon spécialisé revient très cher pour les informations foncières RDPPF (surface et prix du stand, aménagement et construction, présence sur le stand). De telles dépenses ne s'amortissent pas. En revanche, si des cantons sont présents pour une autre raison, leur programme d'encouragement « Energie » par exemple, rien n'interdit de leur demander s'ils acceptent la mise en place de supports promotionnels et la diffusion d'informations sur leur stand :

- Indoor-Rollup (visuel à dérouler)
- Dépliant de quatre pages au format A5 à présenter / distribuer

**I S'adresser aux cantons en leur qualité de multiplicateur**

- Lettre / courriel pour le département communication ou le service spécialisé
- Contact téléphonique direct avec le département communication ou le service spécialisé pour donner plus de poids à la campagne de communication
- Offre de présentation brève lors de journées d'études spécialisées / de manifestations.

**6.5 Budget**

Le présent concept estime l'investissement minimal à 300 000 francs sur deux ans. L'accent est clairement mis sur l'insertion de liens vers les informations foncières RDPPF (assurée par l'agence, la personne effectuant un service civil (civiliste) et le personnel des cantons) et par des mesures pour la présence en ligne. Les produits imprimés ne doivent jouer qu'un rôle mineur.

S'il devait s'avérer impossible, pour des raisons organisationnelles, d'engager un civiliste, le travail prévu pourrait aussi être confié à des étudiants. Cela renchérirait toutefois le budget de 124 000 francs (TVA incluse).

**6.5.1 Pondération de l'enveloppe budgétaire**

40 %	118 000 francs	Insertion de liens, placement auprès des multiplicateurs
15 %	45 000 francs	Trois kits de communication
22 %	70 000 francs	Annonces et frais afférents
15 %	45 000 francs	Produits imprimés et imprévus
8 %	22 000 francs	Taxe sur la valeur ajoutée

---

**Total      300 000 francs**

**6.5.2 Coût estimatif de chaque mesure et compétences**

Les mesures doivent être mises en œuvre de façon à permettre une utilisation multifonctionnelle. Le présent budget, prévu sur deux ans, est une estimation uniquement destinée à pondérer les différentes mesures qui y sont inscrites.

Nous partons du principe que les travaux préparatoires incombent aux cantons et à la Confédération. Ces étapes de travail sont répertoriées, mais leur coût n'est pas chiffré.

**D 6.1 Etapes de travail**

<i>Produit</i>	<i>Etape de travail</i>	<i>Coût [francs]</i>	<i>Compétence</i>
Travaux préparatoires	Réserver et mettre en place une URL pour chaque canton		Ct.
	Introduire des fonctions de recherche		Ct. / Conf.
Page Wikipedia	Structure et texte, consultation, traduction FR et IT, illustration, mise en ligne	7 000	Agence /Conf.
Optimisation des moteurs de recherche	Parcourir en détail et optimiser les textes des sites Internet de la Confédération et des cantons ou produire un guide, traduction FR et IT	6 000	Agence /Conf.
Nouvelle identité	Nom et claim (affirmation) en DE/FR/IT, conception complète avec identité visuelle et typographie, exécution en DE/FR/IT, images (photos ou autres) associées, consultation	12 000	Agence /Conf.
Annonces, versions en ligne et imprimée	Texte et organisation de toutes les annonces et bannières en DE/FR/IT	6 000	Agence /Conf.
	Déroulement de l'insertion	4 000	Agence /Conf.
2 ans	Coût des annonces sur les portails immobiliers	20 000	Agence
2 ans	Coût des annonces placées auprès des associations de propriétaires fonciers Casafair / HabitatDurable et APF-HEV	20 000	Agence
2 ans	Coût des annonces chez les associations professionnelles	20 000	Agence
Médias sociaux	3 textes abrégés et image (photo ou autre) pour Facebook, 3 textes abrégés pour Twitter en DE/FR/IT	6 000	Agence /Conf.
Textes (articles)		27 000	Agence /Conf.
	Texte pour les revues communales et texte court pour Internet	2 700	Agence /Conf.
	Texte pour les associations de propriétaires fonciers	1 600	Agence /Conf.
	3 textes pour les associations professionnelles	8 100	Agence /Conf.
	3 textes courts pour les newsletters	1 600	Agence /Conf.
	Présentation ppt pour diverses utilisations	1 100	Agence /Conf.
	Autres textes selon les besoins	3 300	Agence /Conf.
	Consultation et traduction	11 600	Agence /Conf.
Dépliant (tirage : 50 000 ex.)	Texte en DE/FR/IT, graphisme et impression	19 000	Agence /Conf.
7 Indoor-Roll-up	Texte en DE/FR/IT, graphisme et envoi, 2 ans, admin.	8 000	Agence /Conf.
Imprévus		18 000	Agence
Agence (2 ans à 10%)	Direction du projet, contacts avec la Confédération, CadastreSuisse, la CCGEO, les cantons et les associations, suivi du civiliste, administration, évaluation, rapport final	60 000	Agence
Civiliste (2 ans à 100%)*	4000 heures de travail : relance téléphonique auprès des com-	45 000	Agence

Produit	Etape de travail	Coût [francs]	Compétence
	munes, optimisation des moteurs de recherche, modification du nom pour tous les cantons, envoi de matériel, travail de bureau		
Total intermédiaire	Total sans TVA	278 000	
	TVA à 7,7 %	22 000	
Total		300 000	
Frais par année		150 000	

\* Variante avec des étudiants : 4 000 heures de travail à 40 francs = 160 000 francs. Cela renchérirait le budget de 124 000 francs (TVA incluse).

### 6.6 Réflexion sur les coûts

Quelques réflexions portant sur les dépenses engagées jusqu'à présent vont être livrées dans la suite et mises en lien avec le budget proposé.

Le coût de la mise en place du cadastre RDPPF dans les huit cantons pilotes a été estimé à 24 millions de francs, les frais d'exploitation annuels étant évalués à 1,85 million de francs\*. Il résulte d'une extrapolation sommaire de ces valeurs que l'investissement consenti pour introduire le cadastre RDPPF dans toute la Suisse est compris entre 50 et 80 millions de francs, les frais d'exploitation annuels oscillant entre 4 et 6 millions de francs.

Dans l'idéal, de tels investissements intègrent déjà le coût du marketing et de la communication pour les années à venir (mesures de base, frais de mise en œuvre aussi dans l'idéal).

Les groupes d'utilisateurs des informations foncières RDPPF étant soumis à des fluctuations incessantes (nouveaux propriétaires fonciers, nouveaux spécialistes), le marketing en devient une tâche permanente. C'est pourquoi un montant équivalant au moins à 3 à 5% des frais d'exploitation annuels devrait être consacré à la communication et au marketing. Cela représenterait une somme comprise entre 150 000 et 250 000 francs par an en se fondant sur des frais d'exploitation annuels grossièrement estimés à 5 millions de francs.

Le budget proposé de 300 000 francs pour deux ans (donc de 150 000 francs par an) pour la mise en œuvre du présent concept équivaut donc à la limite inférieure ainsi définie (sans prise en compte des frais d'investissement) et ne peut être respecté qu'en tablant sur une participation des cantons et un recours à des civilistes. Il devra être revu à la hausse si c'est impossible.

\* Introduction du cadastre des restrictions de droit public à la propriété foncière (cadastre RDPPF): évaluation de la 2<sup>ème</sup> étape, enquêtes 2016/2017 (mesures initiales), Interface

### 6.7 Recommandation pour le déroulement et l'organisation de la phase de mise en œuvre

L'ancrage des informations foncières RDPPF sur les sites Internet des multiplicateurs, notamment des communes, est une tâche particulièrement chronophage. Nous indiquons par conséquent dans la suite comment organiser au mieux cette longue phase de mise en

œuvre. La participation des cantons est importante dans ce cadre, car sans leur engagement et leur concours, le présent concept marketing et de communication est difficile à mettre en œuvre.

### 6.7.1 Groupe de suivi de la communication

Un groupe composé de cinq membres (deux représentant la Confédération, deux les cantons et un la CCGEO) suit les activités de communication. Il se réunit tous les trois mois pour faire le point. Il supervise les opérations et décide au bout d'un an si la campagne – en particulier l'insertion des annonces, l'agence et le recours aux civilistes – doit être poursuivie ou si des adaptations sont requises.

### 6.7.2 Agence

En raison de l'hétérogénéité des cantons (ressources financières et en personnel très variables), nous proposons d'instaurer une agence pendant deux ans avec un volume horaire réduit (10% d'un emploi à temps plein, soit 400 heures de travail). Dans l'idéal, l'agence assure simultanément la mise en œuvre des mesures de communication. Cette tâche est confiée à un prestataire externe si l'agence ne peut pas s'en charger.

L'agence

- met en œuvre le concept marketing et de communication pour le compte de la Confédération et des cantons
- assiste et conseille les cantons et la Confédération
- réagit vite et sans formalisme inutile à des demandes et à des besoins individuels ou nouveaux émanant de la Confédération, des cantons, des communes et des associations
- est l'interlocuteur des multiplicateurs
- assume la responsabilité du suivi (monitoring) et du contrôle (controlling)
- remet tous les six mois un bref rapport à la Confédération et aux cantons
- recherche des civilistes au profil adapté et les embauche
- supervise et forme les civilistes
- adapte les mesures au besoin et en développe d'autres le cas échéant.

L'agence décharge la Confédération et les cantons de tous les travaux opérationnels et intervient lorsque la charge de travail est maximale.

### 6.7.3 Civilistes

Les informations foncières RDPPF visent un ancrage à long terme et doivent donc être accessibles depuis un maximum de géoportails et de sites Internet de communes et de cantons. Nous savons d'expérience que seuls 5 à 15 % des acteurs sollicités (ici les 2255 communes et les 26 cantons du pays) donnent suite à une invitation écrite.

Nous recommandons par conséquent d'opter pour des relances téléphoniques. Cette tâche assez répétitive demande beaucoup de temps, de sorte qu'il est financièrement impensable de la confier à l'agence ou à un prestataire externe. C'est pourquoi nous proposons d'embaucher pour cela un civiliste à temps plein durant deux ans via l'agence. Il ne devrait pas s'agir de missions de courte durée, limitées à quelques semaines, mais d'engagements de 6 à 12 mois, sachant qu'une période d'initiation est par ailleurs requise. Autrement dit, il faudrait se mettre en quête de deux à quatre civilistes, de langue maternelle française ou allemande suivant les besoins.

S'il devait s'avérer impossible d'embaucher un civiliste pour des raisons organisationnelles, ce travail pourrait aussi être confié à des étudiants. Un renchérissement du budget en résulterait.

#### I Estimation du volume de travail

– Cantons : 40 heures par canton pour l'analyse des sites Internet (optimisation des moteurs de recherche, placement des liens, page thématique, autres possibilités)	1 000 heures de travail
– Communes de taille moyenne et d'une certaine ampleur : 1300 communes à 2 heures chacune	2 600 heures de travail
– Temps d'initiation, heures internes	400 heures de travail
<b>Total :</b>	<b>4 000 heures de travail</b>

#### 6.7.4 Tâches incombant aux cantons

Les cantons jouent un rôle central dans la mise en œuvre du concept marketing et de communication.

Chaque canton

- désigne un interlocuteur (personne de contact)
- met en œuvre les mesures proposées par l'agence (insertion de liens, page thématique, contenu de la newsletter, etc.)
- aide à l'acquisition d'adresses (des communes par exemple)
- fournit des contacts en son sein (pour l'insertion de liens dans les différents thèmes, les sections cantonales d'associations professionnelles, etc.)
- analyse tous les six mois les nombres de visiteurs / clics sur son cadastre
- met éventuellement une personne à la disposition du pool de conférenciers.

#### 6.7.5 Tâches incombant à la Confédération

En sa qualité de mandante, la Confédération joue le rôle le plus important dans la mise en œuvre du concept marketing et de communication.

La Confédération

- instaure le groupe de suivi de la communication, en est responsable et le dirige,
- mandate, cofinance et contrôle l'agence ainsi que les mesures,
- élabore un programme de mise en œuvre en collaboration avec l'agence et tous les cantons,
- approuve de nouvelles mesures avec le groupe de suivi de la communication ou en adapte certaines que l'agence propose au besoin,
- insère des liens vers les informations foncières RDPPF sur ses différents sites Internet.

Ces tâches peuvent également être prises en charge par un canton, suivant le modèle de financement (projet prioritaire) retenu.

#### 6.7.6 Pool de conférenciers pour les manifestations

Un pool est formé, les conférenciers étant chargés de présenter les informations foncières RDPPF lors de manifestations locales en cas de demande en ce sens. L'agence se charge de la mise en relation. Ses membres doivent eux aussi pouvoir assurer de telles présentations.

**6.8 Calendrier (provisoire, état en août 2019)**

Le calendrier indiqué se fonde sur une campagne de deux ans devant être lancée à l'automne 2020. Les travaux préparatoires doivent être lancés sans tarder pour que ce calendrier puisse être respecté.

Octobre 2019	Formation du groupe de suivi de la communication Consultation de la dernière partie du concept marketing et de communication avec brève description des différents produits, des modules de texte, des images symboles/du langage visuel
Décembre 2019	Appel d'offres pour l'agence
Mai 2020	Entrée en fonction de l'agence et du civiliste
Juin 2020	Création des produits (DE et FR) par l'agence
Septembre 2020	Lancement de la campagne en Suisse alémanique et en Suisse romande Début des relances auprès des communes et des cantons par le civiliste
Novembre 2020	Examen des mesures prises et décision de les poursuivre ou non en 2021
Décembre 2020	Création des produits en IT par l'agence
Janvier 2021	Début de la mise en œuvre au Tessin
Juni 2021	Examen des mesures prises et décision de les poursuivre ou non en 2021/2022
Août 2021	Seconde vague de communication, si nécessaire
Septembre 2022	Fin de la campagne avec analyse et rapport final
Pour information :	
Mars – mai 2021	Répétition de l'enquête pour l'évaluation du cadastre RDPPF destinée au Conseil fédéral et au Parlement (mandat légal)

# Annexe 1

Les multiplicateurs principaux, leurs canaux de communication et les prix des annonces sont indiqués ici.

<b>DA 1 Liste des associations de propriétaires fonciers avec les canaux de communication et les prix des annonces</b>			
Association des propriétaires fonciers APF-HEV	Internet	56 800 visites par mois	
	Revue	Tirée à 332 840 exemplaires	
	Internet	1 bannière Internet par mois	1 500 francs
		HEV-Schweiz.ch/Eigentum/Baubereich/Baugesetze (Pas de version en français du site)	
	Revue	1 annonce dans la revue 1/16 <sup>e</sup> page 86x90	1 813 francs
Casa fair / HabitatDurable	Internet	13 000 visites par mois	
	Revue	Tirée à 15 000 exemplaires	
	Internet	1 an, 1 bannière publicitaire Skyscraper	3 000 francs
		1 an, 1 bouton	1 500 francs
	Revue	1 annonce dans la revue (43x125,5mm)	360 francs

Etat en juillet 2019

<b>DA 2 Liste des plateformes immobilières avec les prix des annonces</b>			
homegate.ch	120 000	insertions de la bannière publicitaire	3 000 francs
immoscout24.ch	1 000	clics sur la bannière publicitaire	2 500 francs
	1 000	clics sur la slidebox	3 000 francs
newhome.ch	100 000	insertions de la bannière publicitaire	1 500 francs
	250 000	insertions de la bannière publicitaire	3 500 francs
	400 000	insertions de la bannière publicitaire	5 000 francs

Par ordre de priorité (selon le classement des portails immobiliers suisses), état en juillet 2019

## Annexe 2

La liste des personnes interrogées dans le cadre de l'analyse de la situation et celle des propriétaires consultés (focus group) sont fournies ici.

### DA 3 Personnes interrogées

<i>Nom</i>	<i>Prénom</i>	<i>Canton/organisation</i>
Spicher	Florian	République et canton de Neuchâtel
Gamma	Christian	Canton d'Argovie
Oggier	Rainer	Canton du Valais
Buttliger	Jean-Marc	Canton de Bâle-Campagne
Käser Bürki	Christoph Elisabeth	Office fédéral de topographie swisstopo
Odermatt	Hugo	Arlewo Immobilien und Beratung AG, responsable du pôle Evaluation
Krebs	Annekäthi	Association des propriétaires fonciers de Suisse APF-HEV
Schmidt	Nicolas	Basler & Hoffmann AG, ex-chef de projet, cadastre RDPPF, canton de Zurich
Joergensen	Karin	SVIT School en Suisse romande
Windler	Renata	Responsable des projets archéologiques, archéologie cantonale, canton de Zurich
Hess	Eva	Ville de Langenthal, inspectrice des constructions

### DA 4 Propriétaires consultés (focus group)

<i>Nom</i>	<i>Age</i>	<i>Description</i>
N.N. (femme)	50–60	A acheté une maison dans la commune de Kriens en 2019
N.N. (homme)	60–70	A fait construire une maison dans la commune de Malters au début des années 1990, a acheté une maison en Valais il y a moins de 5 ans
N.N. (homme)	50–60	A acheté et vendu une maison dans la commune d'Adligenswil au cours des 10 dernières années, a acheté une maison dans la commune de Buchrain il y a moins de 5 ans
N.N. (homme)	40–50	A acheté une maison dans la commune d'Adligenswil il y a moins de 10 ans, a hérité une maison à Lucerne (en ville) il y a environ 7 ans