



KARINE



KARINE GAGNON

Mardi, 18 février 2020 05:00 MISE À JOUR Mardi, 18 février 2020 05:00

Tout grand projet d'infrastructure de transport en commun implique un investissement substantiel pour bien le communiquer et l'expliquer. Le tramway de Québec n'y échappe pas.

Dans son rapport déposé avant les Fêtes, **le vérificateur général de la Ville de Québec, Michel Samson, avait noté des lacunes sur le plan des communications pour le projet. « Les besoins ont été sous-estimés en 2018 et ont tardé à être définis ».**

Puis, M. Samson s'inquiétait du fait que la Ville n'ait pas mesuré l'efficacité de ses actions au niveau des communications. Pour un projet de cette envergure, **l'acceptabilité sociale est cruciale.**

Il est vrai qu'à bien des égards, la Ville de Québec donne l'impression d'improviser. Le report des comités de bon voisinage en représente un bon exemple. Puis, pour plusieurs raisons, certains porte-parole du projet, comme le maire, Rémy Normand et Daniel Genest, directeur de bureau, n'ont pas offert leur 110 % depuis un an.

Mais même si ces porte-parole avaient été extraordinaires, il faudrait tout de même investir dans une campagne de publicité, de promotion et de communication sous diverses formes. C'est ce que fera la Ville, qui ajoute environ 2,5 millions aux 488 000 \$ injectés jusqu'à maintenant.

Contre la désinformation

Il en va de la responsabilité d'un décideur public de tout mettre en œuvre pour expliquer et communiquer son projet dans le sens du monde. On parle, après tout, d'un projet de 3,3 milliards de dollars. L'idée d'y consacrer 0,09 % du budget n'apparaît absolument pas exagérée.

En plus de rappeler pourquoi on fait le projet, il faut aussi s'assurer d'écouter la population et de répondre à toutes ses questions et

préoccupations. Cela s'effectue par le biais de soirées de consultations publiques, ce qui implique, là aussi, des coûts.

C'est d'autant plus vrai à Québec, où beaucoup de désinformation plombe l'acceptabilité sociale du projet. Le phénomène est bien connu : répétez des mensonges à répétition, et des gens finiront par croire qu'il s'agit de la vérité.

Il ne faudrait toutefois pas que la Ville tombe dans le piège de donner l'impression qu'on tente de « vendre » le projet ou de l'entrer dans la gorge des gens en y injectant des millions.

Il sera donc primordial de procéder de façon judicieuse et avec doigté. Reste que cette opération charme est non seulement nécessaire, mais aurait dû débiter bien avant.