



Fiche pédagogique

Le cadre d'une communication

Age des élèves concernés :
Cycle 2

Lien avec des objectifs du Plan d'études :

Education numérique

[EN 21](#)

Développer son esprit critique face aux médias

Français

[L1 21](#)

Lire de manière autonome des textes variés et développer son efficacité en lecture

Durée estimée :
3 – 4 périodes

Matériel nécessaire :
Accès internet

Mots clés :

Communication, information, références, image, réseaux sociaux.

Introduction

Qu'est-ce que communiquer ?

Communiquer revient à *transmettre* un message qui peut être informatif mais qui peut aussi être de l'ordre des émotions, des opinions, des principes. Si l'objectivité et la neutralité définissent l'information, c'est la subjectivité qui est au cœur de l'acte de communiquer.

Communiquer sert un ou des objectif(s) : obtenir quelque chose, faire adhérer à une thèse, créer de nouveaux comportements, modifier sa propre image, etc. Communiquer implique donc l'attente d'une réaction des destinataires.

Les individus communiquent, bien sûr, mais aussi des structures plus influentes – gouvernements, entreprises, influenceurs, etc. Pour ce faire, ils ont recours à des supports médiatiques : photographies, vidéos, textes, publiés dans des articles, diffusés à la télévision, sur les réseaux sociaux, et à des dispositifs qu'il s'agira ici de mettre à jour : références utilisées, cadrage et mise en scène de l'image, destinataires ciblés...

L'analyse de ces cadres permet *in fine* d'identifier ce qui précède tout acte de communication – sa motivation – et de garder son libre arbitre face à la réponse attendue.

Objectifs

- Mobiliser et développer ses connaissances langagières (lexicales, grammaticales) et extra-langagières (connaissance du monde, références culturelles...)
- Distinguer l'explicite de l'implicite
- Comparer et analyser des spécificités de différents supports médiatiques et réfléchir sur les enjeux des messages véhiculés

Pistes pédagogiques

SÉANCE INTRODUCTIVE - CE QU'EST COMMUNIQUER

- Citer des situations quotidiennes de communication : dans un commerce, au sein de la famille, à l'école.

- Utiliser l'**Annexe 1** pour définir ce qu'est la communication, en établir les critères et la différencier de l'information.

- A partir des discussions précédentes, lister les types d'émetteurs possibles : gouvernements, citoyens, sportifs, entreprises, etc.

ACTIVITÉ 1 - SPORT ET SPONSORS : QUAND LES MARQUES COMMUNIQUENT

- Montrer les **photos a.** de l'**Annexe 2**. Les élèves connaissent-ils la sportive ? Il s'agit Wendy Holdener.

- L'identifier plus précisément : Wendy Holdener est une skieuse alpine suisse.

- Proposer les activités de l'**Annexe 2**.

- Confronter les observations à un geste devenu célèbre de Cristiano Ronaldo : lors de l'Euro 2021, il ôté du champ de la caméra un des sponsors officiels de l'événement montrant ainsi sa parfaite maîtrise des cadres de communication.

ACTIVITÉ 2 -

COVID19 : UNE CONFÉRENCE DE PRESSE DU CONSEIL FEDERAL

Avec l'**Annexe 3**, la classe analyse le mode de communication choisi par le Conseil fédéral autour de la Covid 19 et le compare avec une allocution du président de la république française.

ACTIVITÉ 3 -

UN SOMMET A GENÈVE : UNE RENCONTRE BIEN CADRÉE

- Contextualiser : en juin 2021, le président des Etats-Unis, Joe Biden, et le président de la Fédération de Russie, Vladimir Poutine se sont retrouvés à Genève. Cette rencontre s'inscrivait [dans un contexte politique tendu entre les deux pays](#).

- A l'aide de l'**Annexe 4**, analyser comment le (dé)cadrage d'une photo officielle permet d'en cerner les objectifs.

ACTIVITÉ 4 -

UNE COUPURE D'EAU

- Contexte : communication « de crise » pour une commune qui doit informer ses habitants d'une eau devenue impropre à la consommation.

- Avec l'**Annexe 5**, étudier l'exemple d'une communication menée sur les réseaux sociaux, avec ses avantages et ses limites

Pour aller plus loin

Informé ou communiqué ? Une fiche proposée par le CLEMI.

<https://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/informer-ou-communiquer.html>

Cécile Desbois-Müller, médiatrice culturelle, août 2021.



ANNEXE 1 : QU'EST-CE QUE COMMUNIQUER ?
- FICHE POUR LES ENSEIGNANT.E.S -

1. Distribuer aux élèves les images ci-après. Les présenter comme des captures d'écran de comptes Twitter, récoltées autour du thème de la Covid19.
2. Etudier les **images a.** et **images b.** selon ces critères :
 - *Emetteur / destinataire* : qui produit le message ? qui le reçoit ?
 - *Sujet du message* : de quoi ça parle ?
 - *Forme langagière* : le vocabulaire est-il neutre ou subjectif ? S'adresse-t-on aux lecteur.trices ou pas (utilisation du « vous ») ? Quel type d'image ?
 - *Références du message* : quelles idées / modèles / archétypes connus de l'émetteur.trice et du destinataire le message utilise-t-il ?

Et finalement...

- *Objectif du message* : donner une information et/ou susciter une réaction ?

Image a.

Emetteur : TDG, Tribune de Genève / **Destinataires** : ses lecteurs et lectrices

Sujet : la Suisse semble affronter une quatrième vague de la Covid19.

Forme : style direct, forme neutre.

Références : le masque (emblématique de l'épidémie).

Objectif : le message vise à donner une information (cliquer sur le lien).

Image b.

Emetteur : le gouvernement français / **Destinataires** : les Français.e.s

Sujet : campagne de vaccination

Forme : utilisation de l'impératif (injonction), vouvoiement (adresse aux lecteurs et lectrices), infinitif répété trois fois (injonction, conseil, leitmotiv ?)

Références : acte banal de la vaccination (sur la photo) ; case à cocher (tâche remplie)

Objectif : inciter les Français à aller se faire vacciner.

3. Différencier la nature de ces deux tweets.

Image a. : relate un fait dans le but d'**informer**. Il s'agit d'une information.

Image b. : sert un **objectif** (modifier un comportement). C'est de la communication.

4. Analyser un autre exemple de communication (**image c.**)

Image c.

Emetteur : l'humoriste suisse Thomas Wiesel / **Destinataires** : celles et ceux qui suivent son compte et (sans doute ?) les gouvernements dont il se moque.

Sujet : comparaison des stratégies de vaccination en France et en Suisse

Forme : registre de l'humour

Références : les différences culturelles entre la Suisse et la France

Objectif : faire rire, donner son point de vue.

5. A partir de ces réflexions, faire émerger une définition de la communication.
Il s'agit d'un message dont le cadre contient :

- un **émetteur** qui s'adresse à un **destinataire** ;
- une **forme** (langage écrit, oral ou visuel) qui sert un discours **subjectif**.
- des **références** : concepts partagés par celui qui les émet et celui qui les reçoit.
- un **objectif** : convaincre ; modifier un comportement ; faire rire ou réfléchir ; etc.

**ANNEXE 1 : INFORMER OU COMMUNIQUER ?
– DOCUMENTS POUR LES ÉLÈVES**

Image a. Un tweet du quotidien *La tribune de Genève*



Image b. Un tweet du gouvernement français



Image c. Un tweet de l'humoriste Thomas Wiesel



Thomas Wiesel  @wieselT · Jul 19

...

🇫🇷: si vous vous vaccinez pas, votre vie quotidienne sera bientôt une galère
🇨🇭: un vaccin = une tranche de cake, ça vaut trop la peine non ?

Un gâteau contre un vaccin anti-Covid sur la Place fédérale



💬 31

↻ 90

❤ 1K



ANNEXE 2 : SPORT ET SPONSORS, QUAND LES MARQUES COMMUNIQUENT – FICHE POUR LES ENSEIGNANT.E.S –

1. Montrer les photos de Wendy Holdener (images a. et b.) :

- Analyser le premier plan :
 - o Qu'est-ce qui apparaît sur le dossard ou les vêtements de la sportive ? Des logos de marques, comme Swisscom, Electrolux (électroménager), Bauhaus (bricolage).
 - o Pourquoi porte-t-elle ces logos ? Ce sont des sponsors qui soutiennent financièrement ou matériellement la skieuse en échange de leur promotion.
 - o Qualifier son attitude : joie, fierté, dynamisme... une attitude très positive.
- Analyser l'arrière-plan : pointer les logos (associer Audi à son logo ; préciser : e-tron est le nom de la première voiture électrique d'Audi).
- Identifier les cadres de cette communication :

- o **Emetteurs** : les marques / **Destinataires** : journalistes, téléspectateurs.trices, supporter.trice.s de la sportive.
- o **Références** : sport (*fair play*, compétition, dépassement de soi) ; victoire (médaillles, podium...) ; jeunesse.
- o **Objectifs** : être visibles sur un événement ; bénéficier des valeurs positives incarnées par la sportive ; améliorer son image de marque pour vendre.

2. Visionner ce [reportage de la RTS \(2018\)](https://www.rts.ch/play/tv/lactu-en-video/video/la-skieuse-wendy-holdener-acclamee-chez-elle?urn=urn:rts:video:9472212)

- Résumer le sujet : arborant ses trois médailles olympiques, Wendy Holdener est chaudement accueillie à Unteriberg, son village natal.
- Est-ce que des logos ou noms de marques apparaissent à l'image ? Lesquels ?
- Conclure : ici, les marques communiquent dans un format censé délivrer de l'information.

3. Montrer les images du compte Instagram de la sportive (images c.).


- Quel nouveau sponsor apparaît ? Caffè Latte, marque du groupe laitier Emmi.
- Dans quelles situations la sportive est-elle photographiée ? Dans une usine Emmi, lors d'un événement officiel, le soir dans un chalet.
- Traduire le texte du premier commentaire : « Taadaa emmicaffe latte est mon nouveau sponsor principal. J'ai vraiment hâte de travailler avec eux ces prochaines années. Et hey, j'aime aussi vraiment mon nouveau casque ». Qu'en penser ? Utilisation intensive de la subjectivité, renforcée par les smileys, les commentaires, la photo prise en intérieur (vie privée).
- Synthétiser le cadre de cette communication :

- o **Emetteur** : le groupe Emmi derrière les posts de la sportive / **Destinataires** : public (jeune) des réseaux sociaux ;
- o **Forme** : émoticônes, textes courts, registre familier ;
- o **Références** : soutien d'une entreprise nationale ; valeurs suisses (montagne, chalet, etc.)
- o **Objectifs** : profiter de la popularité de la sportive, recherche de complicité avec le public des réseaux sociaux.

4. Conclure sur la multiplicité des supports de communication utilisés par les marques (affiches, télévision, réseaux sociaux...) pour utiliser l'image d'une sportive. Qu'en pensent les élèves ?

**ANNEXE 2 : SPORT ET SPONSORS, QUAND LES MARQUES COMMUNIQUENT
– IMAGES A DISTRIBUER –**

Images a.

	
<p>Wendy Holdener en 2019 Source : site officiel de la sportive World Cup Finals Soldeu 2019, © Alain Grosclaude/Agence Zoom</p>	<p>Wendy Holdener en 2018 Photo par Roland Osbeck, roland@osbeck.org; source : wikipedia</p>

ANNEXE 3 : COVID19, UNE CONFÉRENCE DE PRESSE DU CONSEIL FEDERAL – FICHE POUR LES ENSEIGNANT.E.S –

1. Regarder les premières minutes [du journal de la RTS daté du 17.02.21 \(à partir de 4'45\)](#) et l'**image a.** qui en est extraite.
2. Identifier les personnes présentes à l'image :
 - Les intervenants (s'aider des précisions amenées par le journaliste à l'antenne)
Le président de la Confédération : Guy Parmelin
Le chef du département fédéral de l'intérieur : Alain Berset
Le chef du département fédéral des finances : Ueli Maurer
Le vice-chancelier de la Confédération : André Simonazzi.
 - Les auditeurs : des journalistes équipés d'ordinateurs, de caméras, etc. Ceux-ci peuvent poser des questions aux intervenants.
 - Le traducteur en langue de signes (surimpression).
3. Identifier le lieu de la conférence :
 - Salle de presse du Palais fédéral. Le Palais fédéral se situe à Berne, c'est le siège du Conseil fédéral (gouvernement).
 - Analyser le décor très sobre, la présence de drapeaux suisses, la configuration en amphithéâtre.
4. Faire émerger le cadre de cette communication :

- **Emetteur** : le Conseil fédéral / **Destinataires** : les journalistes sur place qui paraissent à l'image, puis les téléspectateurs.trices.
 - **Références** :
 - o Salle de conférence : rôle joué par le Conseil dans la gestion de la crise ;
 - o Décor neutre, disposition en amphithéâtre : travail, étude, échanges.
 - o Pluralité des intervenant.es : fonctionnement fédéral de la Suisse ;
 - **Forme** : les informations sont données sur un ton posé, neutre (volonté d'écarter le registre émotionnel).
 - **Objectif(s)** : informer ? Montrer que le Conseil fédéral agit comme un acteur responsable, transparent ? Rassurer le peuple suisse ? Etc.
5. Utiliser la **photo b.** pour comparer cette conférence avec une allocution du président de la République française, Emmanuel Macron.
 - Contextualiser : le 12 mars 2020, Emmanuel Macron annonce la fermeture des écoles et conseille aux personnes âgées de rester chez elles.
 - Analyser le cadre :

- o **Emetteur** : l'Elysée / **Destinataires** : les téléspectateur.trice.s
 - o **Forme** : intervention télévisuelle du chef de l'Etat de l'ordre du discours ; Emmanuel Macron y apparaît seul, filmé de près (plan poitrine).
 - o **Références** : Palais de l'Elysée (décor imposant et luxueux) ; statut du chef d'Etat ; drapeaux européens et français (légitimité du pouvoir) ;
 - o **Objectif(s)** : faire comprendre la gravité de la situation ; incarnation d'un pouvoir fort (cadre serré ; le seul interlocuteur) ; imposer / faire accepter des restrictions de liberté, etc.
6. Conclure sur la façon dont les deux dispositifs reflètent deux incarnations différentes du pouvoir politique.

**ANNEXE 3 : COVID19, UNE CONFÉRENCE DE PRESSE DU CONSEIL FÉDÉRAL
– DOCUMENTS POUR LES ÉLÈVES –**

Image a. Extrait du journal télévisé de la RTS du 17.07.21



Image b. Extrait de l'adresse aux Français d'Emmanuel Macron le 12.03.20



ANNEXE 4 : UN SOMMET A GENÈVE, UNE RENCONTRE BIEN CADRÉE — FICHE POUR LES ENSEIGNANT.E.S —

1. Une image officielle de la rencontre

- **Montrer l'image a. :**
 - o Identifier sa source en lisant la légende : [site de la Ville de Genève](#).
 - o Les élèves savent-ils où se déroule cette rencontre ? [Dans le parc La Grange, au sein d'une villa de la Ville, près du lac Léman](#).
Insister sur le côté prestigieux du site ; le situer dans Genève.
- **Lire les 3 plans de l'image :**
 - o Au premier plan, identifier les personnages : [à gauche, Vladimir Poutine ; à droite, Joe Biden ; au milieu, Guy Parmelin, président de la Confédération](#).
Sont-ils tous sur le même plan ou l'un d'eux est-il un peu plus en avant ? Qui est au centre ? Qualifier leur attitude ([concentrée, attentive...](#)).
 - o Au deuxième plan, identifier les drapeaux américain, suisse et russe.
Mettre en évidence le tapis rouge : que symbolise-t-il ? Pour qui est-il déployé ? [Il est là pour Poutine et Biden dont on reconnaît la stature internationale](#).
Insister aussi sur la sobriété et le dépouillement qui ont été choisis.
 - o A l'arrière-plan, les portes sont-elles ouvertes ou fermées ? Pourquoi ? Insister sur la perspective créée.
 - o Conclure sur le cadrage serré autour des trois dirigeants. Quelle impression cela donne-t-il ? [Evoquer l'importance du moment incarnée par ces trois hommes sur qui tout reposerait](#).
- **Synthétiser l'ensemble du cadre de communication**

- o **Emetteurs** : les trois pays / **Destinataires** : le monde entier.
- o **Forme** : cadrage serré sur trois personnes, en pied.
- o **Références** : dignité (des dirigeants, du décor qui fuit le spectaculaire) ; espoir d'une entente (rôle de la perspective) ; relations politiques internationales.
- o **Objectifs** : créer un moment solennel (historique ?) ; afficher sa bonne volonté (Poutine et Biden) ; reconnaître / afficher la place de l'Europe et/ou de la Suisse dans le jeu diplomatique ainsi que le rôle de deux grandes puissances ; marquer la réussite de ce sommet ; etc.

2. La même image sous un autre angle

- **Observer l'image b. extraite d'un journal de la RTS** : d'où a-t-elle été filmée ? Qualifier le cadrage large. Que laisse-t-il apparaître ? [Présence d'autres personnes, notamment le service d'ordre, les journalistes \(on voit un micro\), etc.](#)
- **Quelle impression donne cette image par rapport à la précédente ? Pointer :**
 - o le décentrage opéré ;
 - o la place prise par le bâtiment ;
 - o l'éloignement de la caméra (effet de rapetissement des personnes).
- **En quoi n'a-t-elle pas la même portée que la précédente pour les dirigeants ?**
[Le sujet de cette image n'est plus la stature internationale des dirigeants mais la révélation des coulisses de leur rencontre. Elle révèle :](#)
 - o l'intervention d'une multitude de personnes qui ont participé, de près de ou loin, à tenue de cette rencontre
 - o l'aspect avant tout symbolique de la photo officielle.

3. Un cadre encore plus élargi (avec les élèves les plus âgés)

- Montrer les **images c.** du journal *L'illustré* : où ont-elles été prises ?
A l'extérieur du parc, à son entrée et sur les bords du lac qui le jouxent.
- Qu'aperçoit-on dans les trois images ? Des barricades, des camions militaires, l'armée.
- Lire ou résumer [cet article](#) qui détaille les mesures prises par la Ville de Genève pour assurer la sécurité des présidents.
Au total, 4 000 agents, soldats et autres services de sécurité sont déployés pour assurer la sécurité des délégations américaine et russe.
L'armée de l'air suisse surveille l'espace aérien.
Les bateaux ne sont pas autorisés à sortir du port ; les drones sont interdits.
- Confronter ces images et informations avec la première photo étudiée :
 - Peut-on deviner ce qui se passe à l'extérieur du parc La Grange ?
 - Discuter de la contradiction possible entre le message passé par la photographie officielle – **importance de la rencontre, marquer le moment historique, etc.** - et l'organisation qui l'entoure – **ville bouclée, enjeux médiatiques, etc.**
- Conclure : une communication est toujours orientée vers un objectif précis qui ne dit pas tout de la réalité.

**ANNEXE 4 : UN SOMMET A GENÈVE, UNE RENCONTRE BIEN CADRÉE
— DOCUMENTS À DISTRIBUER —**

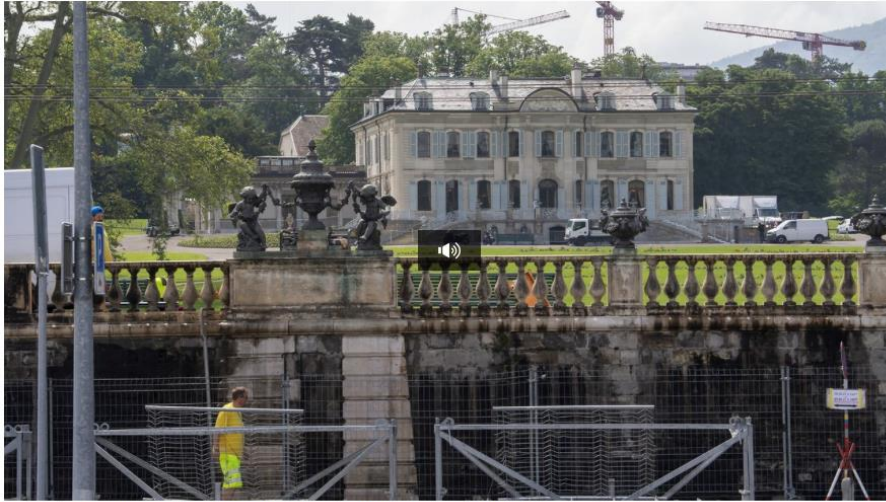
Image a.



Source : Ville de Genève : <https://www.geneve.ch/fr/actualites/rencontre-entre-biden-vladimir-poutine>
© KEYSTONE/ REUTERS POOL / Denis Balibouse

Image b. Extrait du journal de la RTS.





La Villa La Grange accueillera le sommet Biden-Poutine à Genève / Le 12h30 / 1 min. / le 10 juin 2021

Images c. Source : journal *L'illustré*



Aux abords du parc La Grange, l'armée déploie différents véhicules de communication et de détection.
Niels Ackermann / Lundi3



Les accès au parc La Grange, très apprécié des Genevois à cette saison, sont fermés au public pour quelques jours. Niels Ackermann / Lundi3

ANNEXE 5 : UNE COUPURE D'EAU – FICHE POUR LES ENSEIGNANT.E.S –

1. Expliquer le contexte : en juillet 2021, la commune de La Tène (NE) doit informer ses usagers que l'eau du robinet n'est plus potable. Pour cela, elle communique avec eux par le biais de contenus qu'elle publie elle-même.
2. Montrer l'ensemble des images ci-après et identifier leur support : [compte Facebook de la municipalité](#).
3. Imprimer et découper les images ; proposer aux élèves de remettre les vignettes dans l'ordre de l'événement.
Combien de temps l'événement dure-t-il ? Donner les dates ([du 1^{er} au 5 juillet 2021](#)).
4. Lire les posts et les analyser :
<https://www.facebook.com/page/640286919399960/search/?q=contamination>

- **Emetteur** : [commune de La Tène](#) / **Destinataires** : les habitant.e.s, notamment celles et ceux abonné.e.s au compte.
- **Forme** : pointer le fort contraste entre...
 - Les titres : quels effets créés par l'utilisation de majuscules, de points d'exclamation ? [Urgence, alerte, place laissée à l'émotion](#).
 - Les contenus : « [avérée](#) », « [démontrent](#) », « [mis en évidence](#) »...
[Vocabulaire simple et factuel, qui privilégie la clarté](#).
- **Objectifs de la municipalité** :
 - o ... en termes d'information : [alerter les habitants d'un problème de pollution ; les informer des lieux de ravitaillement et de l'évolution de la situation](#).
 - o ... en termes de communication : [entretenir l'image d'une municipalité responsable ; réactive \(elle tient informé.e.s ses habitant.e.s\) ; transparente ; moderne \(la municipalité utilise beaucoup les réseaux sociaux\)](#).

5. Quelles limites à cette façon de communiquer ?
 - o Risque d'exclusion numérique : [tous les usagers \(notamment les plus vulnérables\) sont-ils connectés à Internet ? Disposent-ils d'un téléphone ou d'un ordinateur ? D'un compte Facebook ? Est-ce que d'autres médias ont été utilisés pour communiquer \(radio locale, télévision, boîtes postales, visites\), etc. ?](#)
 - o Pas de place pour les échanges : [peu de commentaires reçus ; les questions posées \(importantes\) sont restées sans réponse](#).
 - o Des informations incomplètes : les messages informent-ils sur la source de la pollution (question posée sans réponse) ?
Que penser du post ci-dessous, paru juste avant la contamination ? Pourquoi la commune devrait-elle communiquer sur cet événement ([clarifier ou écarter son lien](#)) ?



6. Conclure : le cadre numérique choisi permet d'informer massivement et en temps réel, mais il exclut certains destinataires et fait l'impasse sur la cause de la crise.

ANNEXE 5 : UNE COUPURE D'EAU – DOCUMENTS POUR LES ÉLÈVES –

Posts sur le compte Facebook de la municipalité de La Tène

 **Commune de La Tène**
1. Juli • 🌐

!! COMMUNIQUE DU CONSEIL COMMUNAL / SUSPICION DE CONTAMINATION DE L'EAU À LA TÈNE !!

Le Conseil communal informe la population d'une suspicion de pollution du réseau d'eau potable de La Tène.

En effet, ce jeudi 1er juillet, l'analyse d'un prélèvement d'eau effectué dans le quartier du Closel à Marin a révélé la présence de germes (bactéries).... [Mehr ansehen](#)

8_00b_Eau temporairement non potable

Attention – eau contaminée
L'eau potable doit être bouillie

Zones touchées: **La Tène**

L'eau doit être brièvement portée à ébullition.
L'ébullition garantit la destruction des éventuels germes pathogènes.

Il est nécessaire de faire bouillir l'eau pour les usages suivants, en particulier:

- Boisson, préparation de boissons (p. ex. glaçons)
- Préparation de la nourriture
- Lavage des dents
- Raison médicales (nettoyage des plaies, rinçage du nez, etc.)






Commune de La Tène

2. Juli · 🌐

!! COMMUNIQUE DU CONSEIL COMMUNAL / CONTAMINATION AVÉRÉE DU RÉSEAU DE L'EAU À LA TÈNE !!

Les plus récentes analyses, dont les résultats ont été connus ce matin, ont confirmé la contamination du réseau d'eau de La Tène. L'origine de cette contamination est pour l'instant inconnue et elle est activement recherchée. Des mesures sont prises pour assainir le réseau d'eau.

Comme déjà communiqué hier, la population de l'ensemble de la commune de La Tène (Marin, Epagnier, Thielle et Wa... [Mehr ansehen](#)



COMMUNE-LA-TENE.CH

Commune de La Tène: COMMUNIQUE DU CONSEIL COMMUNAL / Contamination avérée du réseau d'eau de La Tène

Les plus récentes analyses, dont les résultats ont été connus ce matin, ont confirmé la...

👍 Gefällt mir

➦ Teilen



Commune de La Tène

3. Juli · 🌐

!! COMMUNIQUE DU CONSEIL COMMUNAL / CONTAMINATION AVÉRÉE DU RÉSEAU DE L'EAU À LA TÈNE: LES DERNIERS RÉSULTATS MONTRENT UNE AMÉLIORATION DE LA SITUATION !!

Les campagnes d'analyse réalisées hier par le SCAV et Viteos démontrent que la situation du réseau de l'eau de la commune est rassurante. En application du principe de précaution, il est toujours recommandé à la population de la commune (Marin, Epagnier, Thielle et Wavre) de faire bouillir l'eau du robinet avant de la consomm... [Mehr ansehen](#)



COMMUNE-LA-TENE.CH

Commune de La Tène: COMMUNIQUE DU CONSEIL COMMUNAL / Contamination du réseau d'eau potable de La Tène: les derniers résultats montrent une amélioration de la situation

👍 7

8 Mal geteilt

👍 Gefällt mir

💬 Kommentieren

➦ Teilen



Commune de La Tène

5. Juli · 🌐

!! COMMUNIQUE DU CONSEIL COMMUNAL / RÉSEAU D'EAU POTABLE DE LA TÈNE: FIN DE L'ALERTE, L'EAU EST À NOUVEAU POTABLE !! 💧

Les dernières analyses réalisées samedi et dimanche par Viteos et le SCAV démontrent que l'eau du réseau de la commune est à nouveau de qualité irréprochable. Elle peut donc dès à présent être bue sans crainte pour la santé.

Des analyses de routine faites le mardi 29 juin 2021 dans le cadre de l'autocontrôle ont mis en évidence une possible contamination bactéri...

[Mehr ansehen](#)



COMMUNE-LA-TENE.CH

Commune de La Tène: COMMUNIQUE DU CONSEIL COMMUNAL / Réseau d'eau potable de La Tène : Fin de l'alerte, l'eau est à nouveau potable

Les dernières analyses réalisées samedi et...

   12

2 Kommentare 30 Mal geteilt