

Avant lire

Initialement, ce document devait être un rendu d'étude ; il a aujourd'hui l'ambition de témoigner d'une rencontre avec les hommes et les femmes que sont les directeurs de communication des collectivités territoriales². Il est donc le reflet d'un parcours humain, partiel et probablement partial, ne se limitant pas à une mise en statistiques des dircoms. La mise en mots des préoccupations et réflexions des dircoms occupera une place importante dans ce qui suit.

L'objectif de l'étude est de mettre en scène le regard que portent les dircoms interrogés sur leurs pratiques professionnelles et sur l'évolution de leur métier, face à l'impact des technologies de l'information et de la communication, et en particulier d'internet.

Quelles conséquences sur les organisations et quels besoins en formation se dessinent ?

Quelles actions est-il possible d'entreprendre pour les aider dans leur parcours ?

Le temps est bien loin du premier journal d'entreprise, en 1882, qui sous-titrait : « Travaillez - Priez- Et ne faites pas grève »³. Personnage aussi emblématique qu'atypique au sein de la fonction publique, le dircom supporte encore parfois un regard méfiant sur ces « gens de la com », tout en stigmatisant sur leur fonction beaucoup d'attentes pour valoriser un service public parfois malmené et auquel tous sont profondément attachés.

Internet a pu amplifier espoirs et utopies, tout en favorisant de nouveaux rapports entre tous les acteurs publics. A l'aune de nouveaux enjeux communicationnels que nous évoquerons, comment les dircoms vivent-ils leur métier, comment le ressentent-ils, et comment voient-ils évoluer celui-ci dans son rapport à internet ? C'est ce que nous avons

² Nous utiliserons indifféremment les termes de collectivité territoriale et collectivité locale pour caractériser les communes, les intercommunalités, les conseils généraux et les conseils régionaux.

³ Entreprise Fabriksen, Hollande.

voulu découvrir en laissant une large place à l'énonciation par les principaux intéressés, que ce soit dans le rendu du questionnaire en ligne, ou dans celui des entretiens qui ont été menés.

Ce travail prétend être une part de vérité, à un moment donné, et pour une partie des dircoms. En renvoyant aux acteurs cette image d'eux-mêmes, nous avons voulu mieux comprendre et surtout donner à comprendre aux directeurs de communication les enjeux d'internet dans leur métier, avec le constat rassurant d'avoir affaire à de vrais professionnels très conscients des exigences de leur métier.

Nous évoquerons quelques questions qui nous apparaissent fortement emblématiques des enjeux à venir, comme la démocratie locale, les politiques TIC⁴, la place du citoyen et/ou de l'utilisateur, l'évolution d'internet et du métier de communicant vers le multimédia par exemple.

Enfin, parce que des attentes précises sont venues en matière d'échanges et de formation, nous évoquerons des pistes possibles pour y répondre de façon pragmatique.

Ce travail est centré, autant que faire se peut, sur la problématique du « dircom et internet ».

Pour élargir le champ de cette étude, il sera utile de vous reporter au blog⁵ mis en place et à l'étude de Philippe Heymann de 2002⁶.

Nous serions enfin très intéressés à recevoir commentaires et suggestions de la part des lecteurs de cette étude, et des dircoms en particulier, qui ont renvoyé aussi d'eux-mêmes une image profondément humaniste de l'approche de leur métier.

Nota

Les écrits de cette étude n'engagent que leur auteur. Je remercie l'association Communication publique pour la possibilité qui m'a été donnée d'effectuer ce travail avec une totale liberté de ton et de méthodologie.

Philippe Deracourt, le 18 janvier 2006

⁴ Ce sigle sera utilisé pour désigner les technologies de l'information et de la communication.

⁵ <http://blog.communication-publique.fr>

⁶ Les évolutions du métier de communicateur public, disponible intégralement sur le blog en téléchargement, et en annexe sous forme de synthèse.