

E. Quelques axes d'actions

Ce parcours avec des dircoms a déjà amené à émettre quelques suggestions dans les paragraphes précédents, dans lesquels ont été envisagées des possibilités d'initiatives. Il s'agit ici plus d'évoquer des grands axes d'actions dans un objectif d'aide à la professionnalisation des dircoms.

■ Renforcer la place des TIC dans la formation initiale

De nombreux dircoms ont suivi une formation supérieure à la communication.

Aujourd'hui se dessinent, sous des formes diverses, des évolutions dans ce domaine avec des formations généralistes de la fonction publique, dans les IEP, les IRA, l'ENACT,... qui comprennent des apports complémentaires en communication. Cela est parfois inclus dans le cursus, parfois sous formes de spécialités ou d'options.

Il y a donc d'une part, des cursus et des diplômes en information et communication (Celsa, Universités, ...), et d'autre part, un apport de formation en communication à des formations autres, qu'elles soient dispensées dans des écoles de commerce, d'ingénieurs ou de gestion.

Or, sur le sujet qui nous intéresse-la formation des dircoms-les deux catégories d'approches évoquées ci-dessus semblent présenter des faiblesses notoires en communication numérique.

□ Il semblerait donc utile d'initier, avec des professionnels et des responsables d'écoles, une réflexion sur la place particulière de la communication numérique dans les formations en communication, dans les formations généralistes et, de mieux dissocier les besoins propres du dircom de ceux des membres de son équipe sur ce sujet.

■ Les métiers du numérique et le dircom

Mieux définir les missions du dircom exige de mieux définir les métiers des équipes de communication. A partir de la diversité des situations, il s'agit de pousser encore plus dans la voie d'une professionnalisation de l'ensemble des acteurs concernés. Il s'agirait aussi de ne pas laisser aux responsables de l'administration électronique le monopole des initiatives sur le sujet, et d'aborder les problématiques métiers du numérique avec l'angle de la communication.

Le travail engagé par le CNFPT, les réflexions de l'ENACT, mais aussi de spécialistes du travail, pourraient constituer un terreau pour des groupes de travail au sein d'associations ou d'organismes publics, sur le thème générique « Le numérique dans les métiers de la communication ». Un aspect spécifique aux dircoms devrait être préservé.

■ Développer les relations avec l'université

En dehors de cette étude, on constate un énorme travail au sein des universités françaises et étrangères. Cette recherche recoupe deux champs forts intéressants pour les dircoms :

- celui de l'information et de la communication, du numérique, des médias
- celui des métiers, du travail, de l'innovation.

Le constat a été fait également d'une recherche parfois coupée des professionnels, et de professionnels ignorants des travaux de la recherche.

Or les contacts pris, avec les dircoms comme avec des chercheurs, révèlent un souhait de travailler plus ensemble, mais sur des sujets bien identifiés.

Une association de dircoms pourrait donc être un facteur d'initiatives avec des universitaires qui, pour être productives et utiles, devront s'inscrire dans la durée.

■ Des mises en réseau associatives

Le besoin d'échanges est revenu comme un leitmotiv tout au long de cette étude. Avec en contre point cependant la question du manque de temps. L'offre associative apparaît insatisfaisante, en particulier sur la communication numérique pour les dircoms.

Les demandes qui semblent émerger sont de trois catégories différentes : échanges dans la proximité, échanges thématiques, échanges entre pairs de collectivités de même nature.

Les échanges de proximité nécessitent de penser le territoire approprié. La dimension territoriale pertinente semble être un compromis entre proximité et effet de taille, pour de grandes régions géographiques (Sud-ouest, Ouest, Sud-est, ...). L'animation de ces régions sera déterminante.

□ **Il s'agit de penser une vie associative de façon décentralisée, avec une information qui circule en réseau (ce qui se fait dans une région intéresse les autres qui peuvent décider de faire aussi ou se contenter d'en reprendre les retombées).**

□ **Les échanges thématiques** (comme par exemple la communication sur internet envers les jeunes, ou vers les publics en difficultés, ou sur la communication autour des enjeux européens,...) peuvent être portés au plan national, à partir d'une région, dans la proximité, ou animés par un réseau sur internet.

Les problématiques de communication numérique se prêtent bien à ce type de fonctionnement.

□ **Les échanges entre pairs** de collectivités de même nature devront trouver des formes, des échelles, et identifier des questions précises. Par exemple, la demande d'échanges entre dircoms de régions doit probablement être croisée avec d'autres initiatives et ne pas se limiter à des réunions.

Dans tous les cas, la volonté d'identifier des problématiques spécifiques de la communication numérique doit être préservée pour contribuer au besoin de professionnalisation des dircoms, d'acceptation de la culture numérique comme une valeur essentielle de cette professionnalisation.

□ **L'association pourrait peut-être initier, par exemple, une étude sur le web des régions qui est une question posée aujourd'hui. Le travail avec les départements pourrait plus être imaginé à l'échelle des grandes régions géographiques. D'autres acteurs de la communication numérique (associations, organismes publics, organismes privés, entreprises,...) occupent une place importante et particulière dans ce domaine de la communication devrait.**

La valorisation des adhérents, la décentralisation des décisions et la mise à leur disposition d'un extranet collaboratif constituent une des clés du succès. La relation avec les autres « faiseurs de web » est également à penser.

Faire débattre cette étude par les dircoms

Cette étude vise à permettre aux professionnels que sont les dircoms de porter un regard sur leur métier, d'agir pour répondre à leurs attentes et besoins.

Il nous semble donc utile de leur proposer d'échanger entre eux à ce propos, de donner leur point de vue sur les axes d'actions proposés, voire de faire d'autres propositions.

Nous proposons donc de rendre cette étude accessible au plus grand nombre. Elle est consultable en ligne sur le blog en accès libre ; pour permettre commentaires, ajouts, contributions et suggestions. Elle est téléchargeable et imprimable pour les adhérents de Communication publique, pour les partenaires et sur demande. Une version imprimée est disponible.

Quelques initiatives autour de cette étude seront également organisées à Paris et en régions.