

Carrefour des Communes et Communautés de Communes du Finistère 2010



Actes de la conférence :

« Communiquer à mi-mandat »

*Conférence animée par Jean-Louis LE CORVOISIER,
animateur de colloque*

Jeudi 30 septembre 2010 au Quartz à Brest

Association des Maires du Finistère

1 rue Parmentier 29200 Brest – Tél. : 02 98 33 88 70 – Fax : 02 98 33 88 71

Courriel : amf29@wanadoo.fr – Site : www.amf29.asso.fr

Communiquer à mi-mandat

Intervenants :

Bruno COHEN-BACRIE, Responsable de la communication de la ville d'Echirolles (Isère), Enseignant à l'Institut de communication et des médias (Grenoble) ;

Christian de LA GUERONNIERE, Directeur de l'Agence de communication publique IDcommunes ;

Marie-Thérèse GOURLAOUEN, Maire de Pouldreuzic et Vice-Présidente de la CC du Haut Pays Bigouden, en charge de la communication.

La conférence est animée par Jean-Louis LE CORVOISIER, animateur de colloque

Jean-Louis LE CORVOISIER

Nous allons donc aborder les grandes questions de la communication des communes et des communautés. Ensuite, nous pourrons échanger directement avec les intervenants, vous pourrez poser des questions, apporter vos témoignages et vos commentaires.

Christian de La Guerronnière, vous avez donc lancé ce baromètre de la communication locale, qui est résumé dans ce document de quelques pages, que l'on trouve très facilement sur Internet, sur votre site, me semble-t-il, et sur le site de l'Institut CSA également.

Il s'agit d'une étude qui est assez intéressante à bien des points de vue. Dans les grandes lignes, je voudrais que l'on commence par les points positifs de la communication locale, parce qu'il y a finalement beaucoup de points positifs dans la communication exercée par les collectivités.

Christian de LA GUERONNIERE

Cela dépend de la façon dont on regarde la chose. Je suis sûr que si l'on questionnait les élus qui sont dans cette salle, ils diraient que la communication coûte cher. Je suis sûr qu'il n'y a pas une personne dans la salle qui est capable de nous donner précisément le montant du budget communication de la commune ou de la communauté. Pourquoi ? Parce que les budgets sont éclatés dans les différentes directions, parce que l'on fait en sorte, consciemment ou inconsciemment, que ce budget ne soit pas lisible. Le budget pour les routes, le budget pour la voirie, le budget pour je ne sais quoi, on sait le dire à l'euro près ; la communication, jamais.

Il y avait donc un problème du côté de ceux qui émettent. Il y a une espèce de trouble : la communication, on en a un peu honte. Nous nous sommes dit qu'il fallait questionner les Français pour voir comment, eux, voyaient la chose. Ont-ils effectivement cette vision un petit peu parallèle ? Pas du tout. Je pense que pour beaucoup d'entre nous, professionnels de la communication, mais aussi pour beaucoup d'élus, c'est un enseignement plutôt nouveau. Les Français nous disent, pour 36 % d'entre eux, qu'il n'y a pas assez de communication publique au niveau de la commune, de l'intercommunalité, du département ou de la région. Ils ne sont que 2 % à dire explicitement qu'il y en a trop. Nous sommes vraiment sur un terrain où il y a une attente clairement exprimée : la majorité des gens trouvent cela très bien, s'y intéressent, et plus d'un tiers d'entre eux voudraient qu'il y en ait plus. Je crois qu'il faut déjà se désinhiber, il ne faut pas avoir peur, il faut y aller. Les Français attendent qu'on leur parle, qu'on leur explique ce qui se passe, qu'on les emmène dans un destin commun.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Reprenons quelques chiffres principaux. La communication locale :

- donne une image positive du territoire, pour 75 % des personnes interrogées. C'est énorme ;
- amène à modifier les habitudes dans le sens des bonnes pratiques, pour 72 % ;
- permet d'être au courant de l'actualité de ma commune ou de ma collectivité et des grands projets, pour 70 %.

Ce sont des chiffres considérables, si nous les comparons à ceux de la radio, de la télévision locale, de la presse écrite.

Christian de LA GUERONNIERE

Oui, mais d'une certaine manière ce n'est pas non plus si étonnant que cela. Nous sommes tous des animaux politiques en puissance. Les Français se passionnent pour la politique. Quoiqu'en disent, effectivement, les crises électorales successives, nous voyons bien que le débat est vivace et vivant, même s'il y a effectivement une espèce de cassure, de désillusion, mais cela n'enlève rien au fait que les Français se passionnent pour la chose publique.

Une chose serait intéressante à mettre en regard, nous ne disposons pas d'études précises sur ce sujet, mais il y a des approximations. Nous savons que nous dépensons à peu (les quatre niveaux de collectivité confondus) deux euros par habitant et par mois pour la communication. Ce n'est rien. La mairie, la communauté, le département, la région, tout cela additionné, nous dépensons pour la communication deux euros par habitant et par mois. Lorsque vous voyez ce que dépensent les marques (Coca-Cola, Nike, les banques, les assurances, etc.), je ne serais pas capable de faire le même ratio, mais nous savons que c'est dans des proportions qui n'ont aucune commune mesure. Nous sommes à la fois sur des attentes énormes, un intérêt tangible sur un sujet éminemment légitime, et l'on n'ose pas ; on n'y va pas ; on n'y met pas les moyens. De plus, nous avons effectivement des initiatives de certains députés ou autres qui veulent taxer les dépenses de communication, qui veulent les limiter à 0,3 % des dépenses des collectivités... Des choses totalement fantaisistes, mais qui sont tout de même exprimées. D'une certaine manière, on entretient donc cette espèce de paranoïa sur la communication, alors que, lorsque l'on regarde les choses objectivement, on est à côté de la plaque en faisant cela. Les Français attendent qu'on leur parle et ils attendent que l'on fasse des choses avec eux, pour eux, et en se préoccupant d'eux.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Justement, un autre chiffre : la communication des collectivités permet de comprendre les décisions politiques locales, pour 54 % des personnes interrogées.

Bruno Cohen-Bacrie, quel est votre premier commentaire sur les propos que vient de tenir Christian de La Gueronnière ?

Bruno COHEN-BACRIE

Puisque nous avons une assemblée dans laquelle il y a des élus, je crois qu'il est important de souligner qu'il y a une communication d'autant plus forte qu'il existe une volonté « politique » (entendue au sens noble du terme, pas politicien) de la part des élus d'informer le citoyen, de favoriser la transparence, de lui donner le maximum d'éléments d'information sur le projet. Ce

point me paraît très important : souligner combien la communication va avoir de la force parce que, à un moment, il y a une équipe municipale qui défend son existence et le rôle qu'elle peut jouer. Ce faisant, je souligne aussi l'importance du lien entre les communicants que nous sommes et les élus, c'est-à-dire que nous sommes là aussi pour effectivement décliner un projet, pour le mettre en valeur, pour en souligner les points forts, les réalisations, et nous avons besoin de cette volonté politique, nous avons besoin de la sentir pour que nous puissions avoir une communication qui a de la force. Voilà le premier point.

Le deuxième point est un point sur lequel nous serons sans doute amenés à revenir dans le débat. Je crois que la communication locale dans les collectivités tient beaucoup de sa force à ses modes de diffusion, qui sont des éléments très importants. Nous aurons sans doute le débat et la discussion sur la complémentarité des médias, donc je n'anticipe pas.

La notoriété du journal municipal, qu'il soit trimestriel dans certaines petites communes, voire annuel lorsque c'est une revue, ou mensuel dans les plus grandes communes, tient beaucoup à son mode de diffusion qui est vraiment particulier. D'abord, il est gratuit, cela n'a l'air de rien, mais c'est tout de même un aspect. Ensuite, il est dans toutes les boîtes aux lettres, c'est-à-dire qu'il va vers le citoyen ; il n'y a pas d'acte de volontariat, on le récupère. En revanche, pour aller se connecter sur le site d'une commune quelle qu'elle soit, il faut quand même aller se connecter, et en général nous le faisons individuellement. Le journal, lui, va passer de main en main, parfois dans le foyer, parfois même il va rester sur le réfrigérateur. Je comprends cet attachement que l'on peut tous avoir à l'outil papier comme étant un des symboles forts de la communication territoriale.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Marie-Thérèse Gourlaouen, vous qui êtes élue, parlez-nous de votre publication.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Je m'exprime évidemment en tant que maire d'une petite commune, je vais essayer de donner mon témoignage, cet après-midi, et en tant que responsable de la communication de la communauté de communes.

Plusieurs chiffres m'ont intéressée dans cette étude, en particulier lorsque l'on demande, dans le sondage : « estimez-vous important, très important d'être informé ? » Au niveau de la commune, 93 % des personnes répondent positivement à cette question. Si je prends l'exemple de ma commune, c'est tout à fait exact. Chaque année, nous publions un bulletin municipal, et chaque année les habitants de la commune attendent avec impatience la publication du bulletin. Il est pour eux une source de documentation, il est aussi un outil pour comprendre la politique municipale, un outil pour comprendre la commune et pour s'informer aussi sur le passé de la commune. C'est un journal qu'ils gardent bien précieusement chez eux.

Le bulletin de la communauté de commune est annuel. Il est également très attendu par la population, même si, à ce niveau-là, j'ai peut-être moins de retours que pour ma commune. Il est vrai que la communication est importante aux deux niveaux. Nous allons certainement parler, tout à l'heure, de la multiplication des outils.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Oui, nous y reviendrons tout à l'heure.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Dans le dernier questionnaire de ce sondage, nous voyons que ces outils, l'outil papier tout d'abord, sont très importants, que ce soit dans les communes rurales ou dans les villes beaucoup plus importantes. Ce chiffre-là aussi m'a frappée. Cela signifie que les gens, dans les grandes villes, dans les villes moyennes ou dans les petites communes attendent de la communication de la part de leurs élus.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Vous nous confirmez donc cette attente. Vous avez même parlé « d'impatience ».

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Oui, chez nous du moins, c'est de l'impatience.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Abordons le thème central de cet après-midi : « Communiquer à mi-mandat ». Est-ce que l'on communique sur le bilan, sur le projet ? Après tout, Christian de La Gueronnière, la période de mi-mandat signifie-t-elle réellement quelque chose pour le citoyen ?

Christian de LA GUERONNIERE

Je ferais un tout petit détour pour répondre à votre question. Au fond, au-delà de l'aspect quantitatif des chiffres que nous avons évoqués, ce sondage nous dit une chose. Il nous dit que les Français veulent plus de sens, ils veulent comprendre ce qui se passe et où l'on va. Voilà le grand enseignement. Nous sommes très bons pour leur expliquer les horaires de la piscine, du cinéma, les associations... Tout cela fonctionne très bien, c'est bien reconnu, c'est purement opérationnel ; *satisfecit*. Mais le gros problème est qu'ils ne comprennent pas ce que vous faites. Ils ne comprennent pas où vous les emmenez. Là, nous arrivons sur la question du mi-mandat. Je pense que si le mi-mandat doit servir à quelque chose, c'est bien de se réapproprier collectivement (les élus, les services et les habitants) le sens de l'action publique. A mon avis, le mi-mandat est d'abord une opération d'évaluation de la politique publique : qu'est-ce que l'on a fait, qu'est-ce qui a fonctionné, pas fonctionné ? C'est une opération où l'on va aussi remesurer les attentes, et c'est une opération où l'on va se remettre en marche sur des bases reconsolidées. A ce moment-là, et seulement à ce moment-là, la communication peut intervenir et avoir une certaine utilité. Mais si l'on considère le mi-mandat comme une opération de communication, à mon avis, « on se plante » complètement.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Bruno Cohen-Bacrie, vous partagez cette idée ?

Bruno COHEN-BACRIE

Effectivement, je pense que c'est d'abord un temps éminemment symbolique.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Surtout pour les élus.

Bruno COHEN-BACRIE

Surtout pour les élus, mais nous l'avons vu, les citoyens ne tiennent pas rigueur aux collectivités de leur donner de l'information sur les projets. Le programme sur lequel les équipes ont été élues est maintenant loin dans les têtes, la crise est passée par là, qui plus est. Je pense qu'il n'est donc pas inintéressant de se saisir de ce moment, avec quelques réserves que nous évoquerons sans doute tout à l'heure, notamment liées à la période, qui est un peu particulière puisqu'il va y avoir des élections. Il n'est pas inintéressant pour les élus, d'une part, de dresser un bilan de ce qui a pu être réalisé et, d'autre part, peut-être de recalibrer – parce que la question se posera – un certain nombre d'engagements que l'on avait pu prendre vis-à-vis du citoyen. Parfois, certains programmes de travaux que l'on imaginait pouvoir réaliser vont peut-être devoir être différés. Il me paraît important de se saisir de ce temps, même si c'est effectivement un temps symbolique.

Juste une chose qu'il me paraît important d'ajouter et qui me frappe beaucoup : la communication des collectivités est vraiment une pédagogie de la répétition, et chacun d'entre vous le vit lorsque nous avons des remarques des citoyens. Lorsque nous avons ces documents de bilan, nous avons souvent le sentiment, une fois que nous les avons édités, que les gens savaient. En fait, nous nous rendons compte, bien que les élections de 2014 soient encore assez loin, que nous devons de toute façon en repasser, d'ici là, par beaucoup de phases d'explication. Dans le cadre, par exemple, de la communication du ou des candidats, il y aura sans doute besoin d'un bilan de mandat. La difficulté de ce type de communication tient à ce que, souvent, elle a un côté très globalisant. On dit au citoyen : voilà ce que nous avons fait et ce que nous allons faire, et puis l'on s'imagine que le citoyen sait. Bien souvent, on se rend compte que l'on a communiqué à un moment « t », mais au moment « t+1 », le citoyen a déjà plus ou moins oublié ce que vous lui avez dit.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Marie-Thérèse Gourlaouen, avez-vous prévu de communiquer spécialement à mi-mandat ?

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Non, pas spécialement de communiquer à mi-mandat. Mais il est vrai que ce mi-mandat peut être l'occasion de faire le bilan de ce que nous avons déjà fait, d'expliquer nos programmes, d'expliquer les projets pour les trois années à venir. Comme le disait Monsieur Bruno Cohen-Bacrie, il faut toujours expliquer, et l'on ne doit pas seulement communiquer à mi-mandat, mais communiquer régulièrement avec nos citoyens. Je crois que cela est important.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Vous avez souligné tout à l'heure que la place du journal papier restait très importante. Christian de La Gueronnière, lorsque l'on se penche justement sur le journal papier, nous voyons une attente paradoxale. Nous constatons qu'il est considéré comme utile et pratique, par 83 % des personnes interrogées, et en même temps nous avons une immense majorité de citoyens qui dit : « *Oui, mais il y a un manque d'objectivité et de transparence.* » Cela paraît paradoxal. Il est très bien, mais finalement il n'est pas si bien que ça.

Christian de LA GUERONNIERE

Je crois que nous sommes tous un peu « Docteur Jekyll et Mister Hyde », autant celui qui émet que celui qui lit. Je crois que cela veut surtout dire que les Français ne sont pas dupes de ce qu'est cette publication : ce n'est pas la presse libre et indépendante, c'est la presse de la collectivité, donc un point de vue orienté. C'est ce qu'ils expriment à travers ce sentiment, tout simplement, avec peut-être en plus ce fond de méfiance qui est culturel, historique, qui est dans nos gênes vis-à-vis du politique ; nous sommes toujours un petit peu dans ce rapport de fascination/répulsion avec nos élus. Je pense que c'est aussi cela que nous voyons à travers ces chiffres.

Finalement, ils ne nous disent pas qu'ils n'aiment pas le journal municipal. Ils nous disent clairement qu'ils l'aiment et qu'ils l'attendent. Il est intéressant de constater, lorsque nous leur demandons : « à l'avenir, quel est l'outil que vous attendez le plus ? », que cela reste le journal municipal. Nous ne sommes pas du tout dans des fantasmes de numérique, on ne veut pas avoir de l'information sur nos écrans, partout. On mesure aussi que cela arrive, mais loin derrière. C'est toujours le journal municipal qui, en termes d'attentes pour demain, reste le support de prédilection.

Ce chiffre que vous avez évoqué sur le manque de transparence, le manque d'objectivité, rejoint effectivement ce que j'appelais « le grand enseignement de l'enquête », c'est-à-dire la question du sens. Lorsqu'on lit ce journal, on est très content de recevoir l'information pratique, d'avoir la photo du « gamin », de voir le récit de la fête de l'école, tout cela marche très bien. Mais encore une fois, « ça ne mange pas de pain », d'une certaine manière, cela n'implique pas. On est content de l'avoir, on apprécie le support, mais il manque cette dimension où l'on ne nous dit pas où l'on va. C'est la raison de ce sentiment de manque de transparence, de manque de crédibilité.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Bruno Cohen-Bacrie, manque de transparence, manque d'objectivité, le journal d'une collectivité peut-il, doit-il aborder tous les problèmes ?

Bruno COHEN-BACRIE

Un sociologue, non loin d'ici, à Rennes, Christian Le Bart, a écrit, en 2003, à l'occasion de Cap'Com, un article sur la presse des collectivités. Il disait : « *Le journal municipal donne une vision euphorique du territoire* », en décrivant un territoire qui serait apaisé, pacifié, dans lequel tout va bien. Au-delà de la formule, il faut tout de même souligner que les journaux, quelle que soit la taille des communes, ont beaucoup progressé, plutôt dans le sens d'ailleurs de devenir de véritables magazines. Je crois que cela est vrai y compris dans les petites communes dans lesquelles nous avons des gens qui se sont formés, qui se sont approprié un certain nombre de techniques. Et puis, il ne faut pas oublier non plus que les gens, aujourd'hui, ont beaucoup d'autres sources d'information, c'est-à-dire que le journal municipal n'est pas une source unique. Si nous écrivions énormément de bêtises, je pense que les gens auraient de toute façon tous les moyens de contredire ce que nous avons pu faire passer.

Je crois qu'il est plutôt sain que les concitoyens nous disent que c'est un support qui manque d'objectivité. Mais cela me fait penser aux journalistes de la presse quotidienne régionale, avec qui nous discutons et qui nous disent : « *Oui, mais vous, les communicants des collectivités, vous êtes finalement à la solde des élus* », en oubliant parfois que derrière ces grands journaux il y a aussi des groupes de presse souvent importants, il y a de la publicité qui rentre ou qui ne rentre pas, et elle conditionne parfois aussi le contenu rédactionnel de ce qu'ils pourront écrire. Encore une fois, que

l'on puisse avoir ce reproche de la part des gens qui ont répondu à l'enquête me paraît plutôt sain, mais il me semble qu'il y a tout de même une tendance assez nette à la professionnalisation. Dans toutes les collectivités, je trouve que l'on a fait des efforts pour essayer d'avoir des journaux qui soient aussi représentatifs que possible de la réalité. Et s'ils ne l'étaient pas, je pense que de toute façon il ne serait pas très difficile de le voir, et ce serait très risqué.

Jean-Louis LE CORVOISIER

On peut donc aborder, par exemple, des problèmes d'alcoolisation massive des jeunes dans un centre-ville. Peut-on en parler dans le journal municipal, ou laisse-t-on cela aux faits divers du quotidien local ?

Bruno COHEN-BACRIE

Si vous lisez le quotidien régional *Le Matin* et que vous avez quatre voitures qui ont brûlé, vous restez sur des faits, qui sont en général décrits avec un titre un peu traumatisant en une du journal. Quand vous traitez de la sécurité dans le journal municipal ou dans la publication annuelle, vous avez tout de même le moyen d'expliquer la diversité des actions que la collectivité met en œuvre sur ces questions, la complexité aussi. Je crois que le journal municipal peut, à un moment, apporter cette dimension pédagogique ; ce n'est pas le rôle de la presse quotidienne régionale qui est dans des rythmes tout à fait différents. Quand on est sur un rythme quotidien, on est plutôt sur l'événementiel, effectivement.

Prenons l'exemple de la sécurité, parce que c'est sans doute le plus emblématique. Nous devons apporter des éléments qui vont permettre aux citoyens de comprendre que la question de la sécurité est complexe, que les faits divers sont aussi le produit de situations et que, en face, les collectivités déploient une gamme d'outils qui est très différente et qui essaie de produire du vivre ensemble.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Quand on est à mi-mandat, on arrive souvent à la concrétisation des projets que l'on a mis en place, et l'on est donc sur des sujets de fond. Il ressort aussi de votre étude que les citoyens demandent à ce que l'on améliore leur information sur le budget, sur le PLU, sur la répartition des rôles entre les différentes collectivités ; ce n'est pas facile de communiquer sur de tels sujets. C'est paradoxal en ce sens que, lorsque l'on communique sur ces sujets, le lecteur citoyen dit : « *c'est imbuvable, je ne comprends rien. Il y a des graphiques partout, c'est impossible à lire* », et en même temps il veut qu'on lui explique.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Marie-Thérèse Gourlaouen, chez vous il n'y a pas de communicant, pas de directeur de la communication, pas d'attaché de presse, pas de service de communication. Comment parvenez-vous à informer clairement vos habitants sur ces sujets, comme le PLU, le budget ?

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Evidemment, dans une petite commune nous n'avons pas de personnel en charge de la communication. A Pouldreuzic, il y a une équipe, dirigée par l'un de mes adjoints, qui s'occupe de

la communication et du bulletin municipal. Il est vrai que ce n'est pas facile, pour des sujets comme le PLU et le budget, de se mettre au niveau du citoyen moyen, je dirais...

Jean-Louis LE CORVOISIER

Là, nous rejoignons ce qui vient d'être dit. Vous voulez vous mettre au niveau du citoyen moyen, mais le citoyen n'est peut-être pas si moyen que vous le pensez.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Non, non, justement. La population est tellement diverse qu'il y a des personnes qui comprennent tout de suite un article sur le PLU ou un article sur le budget, mais je pense que cela doit être assez ardu pour une partie de la population. Il faut donc être assez clair dans les articles et rédiger ces articles sur le budget, sur le PLU ou sur d'autres thèmes en se basant sur des sources diverses, pour qu'ils soient compris par l'ensemble de la population. Nous pensons que certains thèmes sont rébarbatifs, mais ils intéressent quand même la population.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Oui, vous avez des retours.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Oui.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Bruno Cohen-Bacrie, chez vous, quelle est la technique pour rendre accessibles des informations qui ne sont pas toujours claires, parfois pour les élus eux-mêmes. Lorsque l'on s'intéresse aux finances publiques, c'est déjà assez ardu, alors pour des citoyens qui ne sont pas forcément passés par des études juridiques, c'est un peu compliqué.

Bruno COHEN-BACRIE

Si nous, élus et communicants, nous avons la formule magique, nous vous le dirions, parce que je pense que, à un moment, nous traitons de sujets complexes. Là, nous avons cité des sujets complexes. Lorsque l'on parle d'urbanisme, c'est compliqué. Lorsque l'on parle de possibilités de construire sur tant de mètres carrés, le citoyen comprend.

Il y a tout de même quelque chose qui me frappe. En communication, en général, je pense que l'on n'est jamais assez simple. C'est vraiment une remarque toute bête, de bon sens. Quand un article est prêt et que vous le faites tourner à trois personnes différentes autour de vous, qui sont dans des positionnements différents, vous avez souvent des remarques de bon sens sur l'emploi de tel terme ou sur telle ambiguïté. Nous parlions tout à l'heure de la pédagogie, je crois qu'un des enjeux pour nous est vraiment la simplicité, c'est-à-dire d'arriver à dire les choses simplement, en ayant toujours à l'esprit que celui qui nous lit ne sait pas forcément. La difficulté que nous avons, nous, communicants, est que nous sommes dans cette vie locale où beaucoup d'informations nous

parviennent, nous sommes un peu « le nez dans le guidon ». Nous avons donc toujours le sentiment que ce que nous écrivons est compréhensible, dans la mesure où, nous, nous avons ces informations. Et le test est vite vu. Lorsque vous discutez avec des habitants qui sont un peu plus éloignés de la chose publique, ils vous disent : « *Oui, mais ce que vous nous dites là, par exemple, nous ne le savons pas.* »

Il y a quelques jours, je discutais avec le maire qui revenait d'une réunion qui s'était passée à l'agglomération et dans laquelle était passée une délibération très importante qui concernait la Ville. Il me disait : dans cet exemple d'une délibération prise au niveau de l'agglomération sur un projet communal, il est frappant de voir que si je ne vais pas voir le service communication en disant qu'il faut que nous en parlions parce que cela a des répercussions importantes pour la vie locale, nous risquons de ne pas en parler, tout simplement parce que cela a été adopté au niveau de l'agglomération, et l'agglomération, c'est loin, pour les citoyens.

Dernière chose. Aujourd'hui, nous avons beaucoup de collectivités qui communiquent, et je pense que cela complique aussi le message. Disons que lorsque ces collectivités sont de même obédience, parfois il y a un peu de lisibilité du message. Mais lorsque vous avez dans votre boîte aux lettres quatre publications émanant de quatre collectivités différentes qui n'ont pas forcément les mêmes positions sur un certain nombre de questions, pour le citoyen qui vous lit, il n'est pas évident de savoir qui dit vrai.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Je reviens au baromètre. Une des demandes des citoyens, Christian de La Gueronnière, est de dépasser l'information strictement municipale, c'est-à-dire que le journal municipal s'ouvre à tout ce qui se passe dans la Ville, la vie associative, entre autres, mais pas seulement. Est-ce que l'on n'attend pas trop, en tant que citoyen, du journal municipal ?

Christian de LA GUERONNIERE

Je ne vois pas précisément à quels chiffres vous faites allusion, parce que je n'avais pas cet enseignement en tête. Je vois surtout que le citoyen baigne dans un univers d'informations – comme le disait Bruno tout à l'heure –, avec effectivement les outils de communication de la collectivité. Nous n'avons pas encore parlé du site Internet, des autres brochures, des événements, des élus qui sont sur le terrain ; il y a de multiples canaux. Mais il y a aussi la télévision. Mais il y a aussi le café du coin. Mais il y a aussi tout ce que l'on voit sur Internet et qui ne vient pas de la collectivité, et sur ce point les collectivités sont déjà distancées par toutes sortes d'initiatives citoyennes ou commerciales qui organisent l'information sur Internet. En fait, le citoyen se moque un petit peu de qui est l'émetteur, si c'est la communauté, si c'est la commune ou le département, si c'est le *City Web Magazine* qui s'est monté par je ne sais quelle initiative, s'il l'a appris par celui qui tient le café du coin ; ce qui compte pour lui, c'est qu'il ait l'information. Après, finalement, il se moque un petit peu de savoir si la CC a mis 10 %, la région a mis 25 % et la commune a mis 22 % pour qu'il y ait une belle pépinière d'entreprises dans sa ville. Effectivement, il faut parler simplement, mais concrètement, de ce que l'on fait pour lui. Il demande à ce que l'on soit proche de ses préoccupations, et pas qu'on lui raconte le PLU, le SCoT et les difficultés d'entente entre telles et telles collectivités.

Il faut simplement changer de focale. Nous sommes tous conditionnés par ce que nous faisons, par les outils que nous utilisons, etc. Si nous travaillons sur un SCoT, nous allons vouloir parler du SCoT, mais nous avons tout faux, nous commençons mal. Il faut voir ce qu'il y a dans le SCoT qui

se traduit en quelque chose de concret pour les habitants, dans le périmètre de l'outil de communication que nous allons utiliser pour expliquer cela.

Bruno COHEN-BACRIE

Pour élargir un tout petit peu, je crois qu'il est important de ne pas mythifier la communication en général, et il ne faut pas la charger de trop d'enjeux. Je pense que nous avons parfois tendance à considérer que, par la communication, nous allons pouvoir lever des ambiguïtés, et puis nous nous rendons compte que cela est beaucoup plus complexe.

Le cas de figure s'est sûrement posé, d'une réunion publique qui ne marche pas bien, dans laquelle vous avez fait ce qu'il fallait en termes de communication : il y a eu beaucoup d'invitations, il y a eu des affiches, vous avez l'impression d'avoir un matériel qui, normalement, était bien distribué, et puis la réunion ne marche pas bien. Et l'on vous dit : « nous n'avons pas assez communiqué », oubliant au passage qu'une réunion, c'est aussi la manière dont est formulé le thème, le choix d'une salle, le choix d'une heure (les traditions ne sont pas les mêmes d'une ville à une autre). Ce sont beaucoup de paramètres, et je constate que nous avons parfois un petit peu tendance à considérer la communication comme un outil que l'on charge de beaucoup trop d'enjeux.

Je rappelle souvent que la communication est d'abord et avant tout un outil d'accompagnement de stratégies qui sont définies par les élus, et la communication vient finalement accompagner ces stratégies. Pour prendre un exemple tout simple, je ne crois pas que la communication a le pouvoir de changer l'image d'une commune. Elle a le pouvoir, à un moment, dans la durée, d'accompagner des stratégies développées par des équipes municipales qui visent, à terme, effectivement, à renforcer l'attractivité, à faire évoluer la commune. A un moment, la communication va venir accompagner ces messages. Si l'effet côte ouest a si bien marché à Nantes, c'est bien parce que, à un moment, cette politique de communication était calée sur un travail qui était accompli par des équipes municipales.

Je crois qu'il est vraiment important de dire qu'il ne faut pas la charger non plus de trop d'enjeux.

Jean-Louis LE CORVOISIER

La communication peut être diverse. Nous avons fait allusion à Internet tout à l'heure. Marie-Thérèse Gourlaouen, à Pouldreuzic avez-vous un site Internet ?

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Eh non ! Nous sommes en retard par rapport à d'autres communes du Finistère, certainement. De même pour la communauté de communes. Nous sommes en voie de réalisation du site pour la communauté de communes. Pour notre commune, théoriquement ce sera en ligne dans quelques semaines, je l'espère.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Qu'allez-vous mettre dans ce site ? Par rapport au journal papier, quelle sera la différence ? Y en aura-t-il une ?

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Il y aura certainement des différences. Premièrement, les personnes qui vont sur Internet, qui s'intéressent à Internet, ne sont pas obligatoirement les mêmes que celles qui s'intéressent au support papier. Je pense que nous allons retrouver certaines rubriques, identiques, mais le site Internet est quelque chose de plus dynamique, de plus réactif : des informations qui vont changer au jour le jour, je l'espère ; une présentation de la communauté ; une présentation de la commune ; peut-être plus d'informations que dans un bulletin qui ne paraît que tous les ans, qu'il soit municipal ou communautaire. Nous verrons à l'usage. Dans un an, deux ans, je pourrai vous dire exactement comment nous avons travaillé sur les sites Internet.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Là, en plus, avec les compteurs, vous saurez combien vous avez eu de visites. Vous avez beaucoup d'informations.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Il est grand temps que nous mettions ces sites en ligne, que ce soit les sites des communes ou le site de la communauté.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Bruno Cohen-Bacrie nous parlait tout à l'heure des réunions publiques, elles sont aussi un moyen de communication important. Comment se passe, chez vous, le contact direct avec la population ?

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Je vais donner mon témoignage et celui aussi d'autres collègues. Dans les petites communes, c'est un contact au jour le jour, évidemment. Je suis assez disponible au quotidien pour recevoir les habitants de la commune, soit sur rendez-vous soit lorsqu'ils viennent en mairie pour telles ou telles questions. Ils n'hésitent pas, dans les petites communes, à aller voir le maire chez lui, à téléphoner. Cela fait partie de notre travail au quotidien, c'est à la fois prenant, mais c'est aussi intéressant.

Une petite anecdote. Il y a quelques semaines, on sonne chez moi, je vais ouvrir à un voisin qui avait trouvé une tortue. Il était venu apporter cette tortue au maire : « *Que dois-je faire de cette tortue ? Je ne sais pas.* »

Jean-Louis LE CORVOISIER

Mais le maire a réponse à tout !

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Il a réponse à tout. Il a trouvé à qui appartenait la tortue. Plus sérieusement, il y a le contact au quotidien avec la population.

Par ailleurs, les réunions de quartier que nous avons commencé à organiser dans la commune sont très importantes également.

Jean-Louis LE CORVOISIER

En fin de compte, le premier média, ou *medium*, de la collectivité, chez vous, ce sont les élus.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Ce sont les élus. Ce n'est pas seulement le maire, mais aussi les adjoints et les élus, qui sont les représentants du maire et de la commune dans leurs quartiers. Je sais que tous les élus ont des contacts réguliers avec la population. Ce sont eux qui reçoivent les critiques, qu'elles soient positives ou négatives : l'herbe n'a pas été coupée, le trottoir est en mauvais état, que fait le maire, que fait la commune ?

Jean-Louis LE CORVOISIER

Ce sont de petites choses, mais c'est la vie quotidienne, c'est ce que l'on attend de l' élu.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

C'est la vie au quotidien dans une petite commune. Je pense que dans les plus grandes villes c'est différent, oui.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Bruno Cohen-Bacrie, à l'heure où l'on dispose de toutes sortes d'outils de communication (papier, Internet, *smartphone*, etc.), le contact direct avec l' élu est quelque chose que l'on ne doit pas oublier, même dans des communes plus grandes.

Bruno COHEN-BACRIE

Rien, à mon avis, ne remplace le contact direct avec le citoyen. Je pense que l'on est plutôt dans l'idée de se dire qu'il y a besoin d'une gamme d'outils pour aller vers les gens, des outils qui sont plutôt complémentaires et qui ne doivent pas être pensés les uns contre les autres, mais vraiment dans une complémentarité, pour toucher d'autres publics. Il est certain que la première chose importante pour le citoyen est le contact avec ses élus, d'où l'importance d'une communication qui s'adresse aussi aux élus. Que ce soit dans les petites communes, et plus encore dans les intercommunalités, le citoyen est convaincu d'avoir en face de lui des gens qui sont les sachants, ceux qui savent.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Et [*le citoyen est convaincu*] que tous les élus savent.

Bruno COHEN-BACRIE

Pour un élu, qui a souvent une situation professionnelle, qui va passer en mairie après ses heures de travail, avant de rentrer chez lui, en général tardivement, la difficulté est d'avoir accès à l'information. Comme il y a une attente très forte du citoyen, qui est convaincu que l'élu a forcément réponse à tout, il est important, dans un certain nombre d'instances, de penser à l'information des élus. Je le vois à l'échelle d'une commune, entre un « simple » conseiller municipal et un adjoint, il y a une grosse différence en termes d'accès à l'information. Dans les communes, ce chantier est important, mais il est bien pris en compte. Il est encore plus important dans les intercommunalités où, là, nous avons des élus de deuxième degré pour qui l'accès à l'information est loin d'être évidente.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Marie-Thérèse Gourlaouen, vous constatez ce problème, tous les élus ne sont pas à égalité dans l'implication au niveau de la communication.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Oui, c'est exact. C'est un peu le statut – si je peux employer ce terme – qui explique cela aussi. Peut-être que d'autres collègues, en tant que maires, ont pu aussi organiser au niveau d'une commune telle ou telle réunion d'information, comme cela peut se faire aussi au niveau d'une communauté de communes, ou des rencontres entre élus communautaires pour qu'ils puissent se connaître, ce qui est important au niveau d'une communauté de communes.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Dans les difficultés concrètes de la communication, Christian de La Gueronnière, on communique différemment selon que l'on est une communauté de communes ou une commune, c'est aussi ce que vous relevez.

Christian de LA GUERONNIERE

Nous avons fait une autre étude – que je ne vais pas vous dérouler, rassurez-vous – pour essayer de comprendre comment fonctionnait la communication intercommunale. Là, nous nous sommes adressés non pas aux Français, mais à ceux qui sont responsables de cette communication. Nous avons détecté que dans 50 % des cas il n'y avait pas de responsable de la communication. Il n'y a pas de service de la communication, donc cela se passe, un peu comme vous l'avez dit, avec des élus qui s'impliquent avec les moyens du bord. L'enquête date de l'année dernière, donc cela a peut-être évolué entre-temps, mais c'est quand même récent. Il faut avoir ce chiffre en tête : 50 % des communautés n'ont pas de service communication. Dès lors, nous voyons bien que la communication ne peut pas être la même.

Après, il y a la question de la coordination, de l'imbrication des deux communications, la communication des communes membres et la communication de la communauté. La bonne recette, selon moi, mais là aussi notre étude montre que cela ne concerne qu'une minorité de cas, c'est des communications qui soient articulées, c'est-à-dire que l'on ne va pas rajouter une couche, mais s'organiser pour combler les trous, pour partager les registres de la communication et faire en sorte que, en se préoccupant du citoyen (qui, lui, finalement s'intéresse assez peu aux subtilités

administratives ou institutionnelles) l'on s'arrange pour que le message lui arrive le plus simplement, le plus évidemment possible. C'est du bon sens, de l'organisation. Il faut juste se mettre autour d'une table et se dire : maintenant, comment fait-on ? Si j'osais faire un parallèle, je dirais : où est l'intérêt communautaire de la communication ? Et nous partageons : d'un côté c'est moi ; de l'autre c'est toi. Cela ne se fait, malheureusement, que dans 15 ou 20 % des cas. Cela veut dire que dans le reste des cas, lorsqu'il y a de la communication, elle est « sauvage », c'est-à-dire que chacun y va de manière assez indépendante, et à l'arrivée le citoyen doit faire le tri.

En ce qui concerne les outils de communication, l'intercommunalité, j'ai presque tendance à dire « malheureusement », n'a rien inventé. Elle ne fait que reproduire, finalement, ce qu'elle a vu au niveau des communes. Elle utilise les mêmes outils, les mêmes canaux, évidemment avec moins de moyens, mais sans imagination particulière.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Il est peut-être très difficile, pour un élu qui s'est investi sur un dossier dans sa commune, qui l'a porté, qui s'est bien battu, de voir qu'il doit partager avec l'intercommunalité, qui arrive par derrière et dit : « *OK, finalement ça passe, on y va, on fait le projet.* » Il faut que je partage ma communication. J'ai fait tout le « boulot », et on va finalement croire que c'est l'intercommunalité qui l'a fait. Il peut y avoir des soucis de limites de frontières, difficiles à passer, pour ces élus.

Christian de LA GUERONNIERE

En fait, c'est beaucoup plus concret que cela, il y a une frontière qui est électorale, tout simplement. L'élu est élu dans sa commune, il n'est pas du tout élu à l'échelle intercommunale. A un moment donné, c'est dans sa commune qu'il rend des comptes et qu'il a un bilan. Cela peut nous ramener, éventuellement, au sujet du bilan de mi-mandat. C'est cela, foncièrement, qui explique qu'il y a plus de moyens de communication dans la commune, alors que les moyens financiers sont clairement à la communauté, et également l'imagination de ce fameux projet que les Français attendent.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Bruno Cohen-Bacrie, si vous aviez non pas des conseils, mais des tuyaux à donner à des petites communes ou à des communes moyennes pour améliorer la communication, quels seraient-ils ?

Bruno COHEN-BACRIE

Vous le disiez tout à l'heure, et je me faisais la remarque : nous n'avons pas de site Internet. Mais je préfère que nous assumions le fait de ne pas avoir de site Internet, plutôt que faire ce que nous avons fait il y a plus d'une dizaine d'années, c'est-à-dire assumer d'avoir un site Internet d'une page avec juste la photo des élus, et nous disions : nous avons un site Internet. Je crois qu'il ne faut pas se précipiter. Il y a souvent des engouements successifs autour des outils, et chaque ville a ses rythmes, ses traditions, son histoire, sa volonté ou pas de communiquer plus ou moins. Je crois vraiment qu'il ne faut pas bousculer cela. Je pense qu'un site Internet est utile lorsqu'il a une dimension interactive et qu'il peut amener du service. Or, bien souvent, les sites Internet que nous avons, notamment dans un certain nombre de grandes collectivités, sont surtout des sites vitrines qui sont finalement des outils de promotion et de valorisation de la collectivité.

Il me paraît très important d'avoir finalement une vision très pratique des outils. Par exemple, ce n'est pas parce que l'on va vous dire, demain, qu'il y a des *blogs*, des réseaux sociaux et que ce sont des outils fantastiques, qu'il faut s'engouffrer dans cette brèche avant de se poser la question de savoir si elle présente une utilité pour la collectivité. Finalement, l'intérêt de l'enquête est de nous amener à beaucoup de bon sens, c'est-à-dire que nous nous rendons compte que les gens sont sur des choses assez simples. Finalement, ils nous disent : le journal municipal, nous le connaissons parce qu'il vient vers nous. Même s'il y a un petit peu de suspicion, c'est quand même un outil dont nous nous servons. Ils n'écartent pas Internet, mais nous voyons bien que ce n'est pas tout à fait le même niveau de perception, donc nous sommes bien dans l'idée de nous dire que c'est un outil qui est finalement complémentaire. Je crois qu'il faut s'appuyer sur ce bon sens-là, plutôt que de vouloir à tout prix, pour faire comme les autres, ouvrir un réseau social qui, peut-être, n'aura pas beaucoup d'utilité pour une commune.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Marie-Thérèse Gourlaouen, vous souhaitiez revenir sur la communauté de communes.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Oui, je voudrais compléter ce que vous disiez tout à l'heure sur la communication de la communauté de communes en donnant notre témoignage, celui de la communauté de communes. Je suis en charge de la Commission communication. Dans cette commission, il y a plusieurs élus venant de toutes les communes de la communauté de communes. Ce groupe travaille sur le bulletin communautaire et travaille aussi sur la mise en route du site Internet.

Par rapport à un bulletin communal, comment concevons-nous le bulletin de la communauté ? Nous essayons de rédiger des articles qui intéressent l'ensemble de la communauté, c'est-à-dire des articles différents de ceux que l'on peut rédiger dans une commune, même si l'on retrouve le budget, la vie des associations, puisque nous avons des associations communautaires. Nous parlons des compétences de la communauté. Voilà un petit peu comment nous concevons notre journal « intercommunes », si vous voulez.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Ce n'est donc pas une compilation des articles de chaque commune.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Non, non, ce sont vraiment des articles pour la communauté de communes, tout simplement.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Bruno Cohen-Bacrie, pour revenir à Internet, on n'est pas obligé d'avoir un site Internet de la commune. Cela dit, on peut se retrouver avec des opposants extrêmement actifs, qui font des *blogs* qui sont très lus, qui sont très offensifs. Dans ce cas-là, comment répond-on ? Est-ce que l'on crée un *blog* qui répond, ou est-ce qu'on laisse faire ? Quelle est la meilleure piste possible ?

Bruno COHEN-BACRIE

Dans tous les cas, je crois que ce serait un peu le piège dans lequel il ne faut pas tomber. Sous prétexte que des gens vont, par exemple, venir envahir un forum parce qu'ils ont vu là une opportunité, je ne crois pas que la collectivité doive forcément s'abaisser à répondre de la même manière. La collectivité a ses outils, ses modes de faire, et je crois qu'il faut qu'elle s'appuie dessus.

Evidemment, c'est bien d'avoir un site Internet, parce que c'est un outil qui va amener de nouveaux publics vers l'information. Je pense, par exemple, aux jeunes, si tant est qu'ils viennent vers ces sites-là. Dans la communication des collectivités, dans les années 80 (l'après décentralisation), chaque commune devait à tout prix se distinguer de l'autre par un slogan, par un logo, il y a eu toute cette vogue-là. Je dis simplement qu'il est bien de revenir aux fondamentaux, c'est-à-dire qu'il est très important d'avoir d'abord des outils qui sont pensés en complémentarité, plutôt que d'avoir une compilation d'outils à tout prix.

Nous parlions tout à l'heure de l'articulation, qui est un aspect important pour la compréhension du citoyen. Je pense qu'il est bien d'arriver à ménager, par exemple dans le journal de la commune, une rubrique dédiée à l'intercommunalité et dans laquelle nous pouvons justement expliquer quelles sont ces articulations-là. De la même manière, vous avez un certain nombre de journaux intercommunaux dans lesquels des places sont prévues pour les communes, mais elles ne doivent pas se borner à la valorisation des atouts touristiques, parce que ce n'est pas ce que le citoyen attend, à mon avis. Lorsque l'on parle d'articulation, et lorsque cette articulation est possible, parce qu'elle n'est pas toujours voulue, y compris par les élus des différentes collectivités, il est important que l'on utilise, dans le journal municipal, les pages dont on dispose pour expliquer comment fonctionne l'intercommunalité, ce qu'elle apporte. Je ne crois pas que cela se joue en disant : à toi cela ; à moi, cela, mais plutôt : quelles sont les interpénétrations sur un dossier, quels sont les financements ?

Il y a des choses qui ont beaucoup contribué à la communication intercommunale ces dernières années, notamment lorsque vous exercez la compétence des déchets, les personnes que les habitants voient derrière les camions, à six ou sept heures, ce sont les gens de l'intercommunalité, qui étaient parfois les anciennes personnes qui travaillaient dans les communes. Cela fait sans doute beaucoup plus que n'importe quelle plaquette de communication.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Christian de La Garonnière, que l'on soit à mi-mandat ou à la fin, il faut de toute façon que l'on s'inscrive dans une véritable stratégie de communication, même dans une petite commune.

Christian de LA GUERONNIERE

Oui, la stratégie est la mère de toutes les communications. Là, je souscris à 120 % à ce que disait Bruno tout à l'heure, cette stratégie n'a de sens que par rapport à l'action politique. Elle n'existe pas par ailleurs, elle n'est pas pensée dans un cabinet, si prestigieux soit-il. C'est vraiment un continuum : l'élection ; l'action ; la communication.

Une stratégie peut aussi être quelque chose d'extrêmement complexe, élaboré, quand on est dans un grand territoire, avec de nombreux acteurs. Cela peut être quelque chose d'assez simple, exactement ce que vous avez décrit, c'est-à-dire que l'on se met autour d'une table, à trois ou quatre, représentant à peu près les différents acteurs du territoire, pour réfléchir ensemble et faire les choses

simplement. Le mot « stratégie » n'est ni un grand mot ni un gros mot, c'est juste du bon sens et il faut simplement avoir l'exigence intellectuelle et opérationnelle de passer par cette phase-là, et de le faire avec la validation politique. Là, vous êtes des élus, donc cela va de soi. Dans certains autres cas, cela peut être un peu plus complexe. Mais il faut impérativement qu'une stratégie de communication soit politique. Voilà le premier point.

Je voudrais juste revenir un tout petit peu sur Internet, si vous le permettez. Il y a peu de temps, j'étais dans une enceinte comme celle-là, mais en tant que spectateur. A notre place, il y avait de grands groupes, de grandes entreprises mondiales qui discutaient du phénomène des réseaux sociaux. Elles disaient deux choses qui recoupaient complètement les réflexions que nous avons essayé de conduire en observant ce qui se passe dans le secteur public :

- Premièrement, aujourd'hui, qu'on le veuille ou non, l'information n'est plus verticale ; elle est horizontale. Ce phénomène est mondial et concerne aussi les collectivités locales ou ce qui se passe dans les territoires. Ce n'est même plus un débat, c'est un fait. Tout le monde a acté cela, en tout cas les grands groupes, qui ont des moyens de communication et d'actions ultrapuissants que vous n'avez pas.
- Deuxièmement, nous ne pouvons pas agir sur ce phénomène. Ce n'est même pas la peine d'essayer, on ne peut pas, même à coup de milliards d'euros, si tant est que nous les ayons, nous ne pouvons pas. Ce n'est même pas la peine d'essayer d'avoir des espèces de contre-stratégies, d'investir des millions d'euros pour mettre des outils très efficaces ; cela ne fonctionnera pas.

La seule chose que nous pouvons faire est d'anticiper et de s'insérer, c'est-à-dire être partie prenante du débat, être une voix dans le concert des voix et essayer d'orienter les choses. Quelque part, c'est faire de la politique sur Internet.

Je crois qu'il faut retenir ceci : aujourd'hui, Internet ce n'est plus faire une page, comme vous l'expliquiez, en mettant la photo des élus ou en racontant deux ou trois choses sur le territoire. Il faut que cela y soit, mais ça ne suffit pas. Ce n'est plus seulement faire du service en ligne. C'est aussi et surtout accepter d'être dans une relation aux autres, dans une relation au monde entier ; une relation horizontale, libre, et dans laquelle nous ne sommes qu'une voix parmi d'autres.

Voilà l'éclairage que je voulais donner sur la manière dont Internet évolue aujourd'hui.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Il faut l'accepter.

Questions / réponses

Jean-Louis LE CORVOISIER

Je vous propose de communiquer ensemble, de passer aux questions, aux témoignages, aux commentaires que vous pouvez faire au sujet de ce qui vient d'être dit par nos différents interlocuteurs. Qui souhaite prendre la parole en premier ?

Christian GUICHARD, adjoint au maire de Melgven

Melgven est une commune de 1 300 habitants, faisant partie de la communauté de communes de Concarneau-Cornouaille, donc une très forte communauté de communes.

Je voudrais parler du bulletin municipal, parce que je suis responsable du bulletin municipal. On dit toujours que, pour les commerçants, par exemple, le bulletin municipal est leur premier outil de communication, leur vitrine. Normalement, le premier outil de communication d'une commune, ce sont ses élus. Comme vous le disiez tout à l'heure, il faut toujours être à la disposition de nos concitoyens.

Une fois par an, le bulletin municipal est distribué par les élus, c'est-à-dire que nous allons dans les quartiers, nous distribuons les bulletins. Je peux vous assurer qu'il y a un contact extraordinaire avec les habitants. Nous sommes toujours très contents d'aller distribuer nos professions de foi lorsqu'il y a des élections, mais en dehors des élections les gens apprécient encore beaucoup plus. Nous distribuons un bulletin qui sort deux fois par an. Nous ne le faisons pas l'hiver, il fait trop froid, la nuit tombe de bonne heure, etc., mais au mois de juin, lorsque nous le faisons, je peux vous assurer du succès auprès des habitants. Voilà la première chose que je voulais dire.

Je voudrais aussi continuer sur ce que Monsieur Cohen-Bacrie a dit tout à l'heure, au sujet des bulletins municipaux. Sur notre bulletin municipal, depuis déjà trois ans, une page est entièrement consacrée à la communauté de communes. Nous expliquons bien aux gens, par exemple, que toutes les compétences qui sont perdues par la commune sont récupérées par la communauté de commune et que cela constitue un ensemble. Cela fait effectivement plus de trois ans que nous faisons cela.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Et cela fonctionne bien, avez-vous des retours ?

Christian GUICHARD

Oui. Vous savez, dans beaucoup d'endroits les gens ne savent même pas ce qu'est la communauté de communes. C'est aussi à nous, sur nos bulletins municipaux, d'expliquer ce qu'est la communauté de communes. Le risque est grand, pour nous, de passer en communauté d'agglomération, puisque nous avons plus de 50 000 habitants et qu'il y a une ville de plus de 15 000 habitants, Concarneau. Ce sera encore différent, mais il faut commencer à habituer les gens, il faut leur présenter cela, et le bulletin municipal est une des façons de le faire.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Merci pour votre témoignage.

Marie-Thérèse Gourlaouen, ce contact direct, vous le connaissez aussi.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Oui, ce contact direct avec la population, nous le connaissons aussi à Pouldreuzic puisque, depuis deux ans, les élus distribuent également le bulletin sur le territoire de la commune. Pour nous, c'est une fois l'an, mais il est vrai que c'est un moment privilégié. Le territoire est découpé en secteurs et

les élus, deux par deux, font cette distribution, qui donne lieu à des échanges avec la population. Nous discutons, nous buvons le café. Bref, c'est un moment intéressant, et je suis d'accord avec vous.

Sur la deuxième partie de votre remarque, dans notre communauté de communes nous avons choisi cette présentation des compétences dans le bulletin communautaire. Nous procédons donc un petit peu différemment.

Jean-Louis LE CORVOISIER

En tout cas, le contact direct fonctionne. N'avez-vous pas de rapports trop difficiles ?

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Cela arrive, évidemment.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Cela fait partie du métier, si je puis dire.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Cela fait partie du métier. Oui, il y a des moments difficiles.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Y a-t-il d'autres questions, commentaires, dans la salle ?

Bernard COPIN, adjoint à la commune de Roscanvel

Je voudrais juste apporter un témoignage à propos du site Internet. Dans les communes littorales, dans une petite ville comme la nôtre, près de la moitié des habitations ne sont utilisées que l'été. Or ces personnes qui vivent dans toute la France (à Paris, ou même à Brest) aiment bien savoir ce qui se passe dans le village, et je peux vous assurer que le site est de plus en plus consulté, parce que les personnes qui ne sont pas là aiment bien communiquer.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Eh bien, cela va inciter Pouldreuzic à faire des efforts pour son site Internet !

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Exactement, et la communauté de communes aussi.

Bernard COPIN

Il faut que ce site soit animé, il est vrai que la difficulté est là. Un ami, qui est conseiller également, fait partie de l'animation. A chaque petit événement de la commune, il prend les photos et elles sont mises sur le site, régulièrement. Nous avons trouvé une personne qui s'occupe de La Poste et qui consacre huit heures par semaine à Internet.

Jean-Louis LE CORVOISIER

La communication sur Internet peut aider aussi pour le tourisme.

Bernard COPIN

Oui, tout à fait, c'est vaste. Mais nous parlions de l'intérêt pour les habitants qui ne sont que saisonniers.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Oui, j'entends bien. Mais il est vrai que cela peut aider : on va chercher le site de l'Office du tourisme, puis le site de la commune. Ce qui prouve que le côté « carte postale » a aussi un intérêt !

Adjoint - Commune de Plabennec

Je vais faire allusion à un hebdomadaire que j'affectionne particulièrement, mon voisin aussi. Mon voisin est Christian Calvez, Président de la Communauté de communes des Abers. Je suis Vice-Président à la communauté de communes et adjoint à Plabennec, une commune au nord de Brest, de 8 000 habitants. Je m'occupe notamment de l'information.

Je ferai allusion au *Canard enchaîné*, notamment la rubrique du concours de celui qui publie le plus souvent sa « bobine ». Je voulais vous faire partager mon impression, et savoir si vous la partagez. Dans le Finistère, à travers les journaux municipaux des collègues, c'est un sport que l'on ne pratique pas – et particulièrement dans le Léon, peut-être, mais je m'avance un peu, là –, comme s'il y avait une certaine réserve, voire une certaine éthique à ne pas se mettre en avant. En tout cas, depuis 2008, nous avons développé ce souci de ne pas valoriser notre image et notre ego, même si nous nous sommes fait plaisir en publiant, dans le premier numéro semestriel, nos « bobines », à « Trombinoscope »...

Jean-Louis LE CORVOISIER

Pour le premier, c'est normal, il faut que l'on sache qui vous êtes.

Adjoint - Commune Plabennec

Par la suite, il s'agit avant tout de valoriser les services municipaux, les agents municipaux et ce qu'ils font, valoriser nos réalisations, et tâcher aussi de s'adresser à tous les habitants, c'est-à-dire ne pas s'adresser seulement à notre électorat, même s'il représente 60 % de la population. Nous nous adressons à tout le monde. Derrière cela, il y a le souci de développer l'appartenance à la

commune. En fait, c'est un moyen de véhiculer un travail collectif, autour de : qu'est-ce qu'être Plabennecois ? Comment être plabennecois, et bien l'être ensemble, et aller de l'avant.

Jean-Louis LE CORVOISIER

J'entends bien aussi que vous valorisez les agents, les services et les réalisations. Je crois qu'il est important aussi de mettre en valeur les agents des collectivités.

Y a-t-il une autre intervention, dans la salle ?

Jean-Victor GRUAT, maire de Brennilis

Brennilis est une commune de 450 habitants, dans les Monts d'Arrée. Nous avons un journal municipal de quatre pages, que nous publions tous les mois. Il est distribué de façon militante, tous les mois, par les élus. Ce contact direct est très bien accueilli par la population. Si, par hasard, *La Gazette* a du retard, les gens se demandent ce qui se passe. Mais nous avons aussi un site Internet, depuis 2004, qui est un site Internet vivant, c'est-à-dire que nous le faisons nous-mêmes, nous ne l'avons pas confié à une entreprise extérieure.

Depuis deux ans, au site Internet est ajouté un flux RSS d'information (presque quotidien), de ce qui se passe dans la commune et alentours. Nous utilisons le site pour passer des informations, des brèves, des photos, mais aussi pour rendre des dossiers accessibles aux gens. Par exemple, nous avons un dossier PLU. Tout le document du PLU est accessible sur Internet, et cela a été apprécié durant l'enquête publique. Nous avons un dossier SPANC, un dossier Agenda 21, etc.

Tout cela est fait à l'interne, disons que nous bricolons un peu. Nous nous posons la question de savoir, si l'équipe qui sait le faire et qui est en place actuellement n'est plus là, comment cela pourra continuer.

J'ai une question sur les chiffres que vous avez donnés au début, sur le coût consacré par les différentes communes à leur communication. J'ai noté un montant plafond que certains souhaiteraient appliquer à la communication, de l'ordre de 0,3 % des dépenses, si j'ai bien compris. C'est à peu près ce que nous dépensons en faisant tout à l'interne. J'ai aussi noté un chiffre de deux euros par habitant et par mois, et cela représente à peu près douze fois ce que nous dépensons. J'aurais aimé savoir ce qu'il y a dans les deux euros par habitant et par mois. Y a-t-il, par exemple, le salaire du communicant ?

J'ai entendu dire que quelqu'un faisait La Poste et Internet. Chez nous, c'est La Poste et la bibliothèque, mais je crois que c'est ce genre de regroupements qu'il faut rechercher.

Un site Internet qui n'est jamais mis à jour parce que c'est beaucoup trop cher, ne sert pas à grand-chose ; c'est une vitrine sale. Et si nous devons payer quelqu'un pour refaire au jour le jour le site Internet, ce sont des sommes astronomiques.

Qu'y a-t-il dans les deux euros par mois et par habitant ?

Jean-Louis LE CORVOISIER

Nous pouvons saluer le bel effort que vous accomplissez. En faire autant, dans une commune de 450 habitants, c'est assez extraordinaire.

Jean-Victor GRUAT

Le site est « brennilis.com » !

Jean-Louis LE CORVOISIER

Vous avez raison, vous aurez encore plus de visites.

Christian de LA GUERONNIERE

Il est vrai qu'en faisant cela, vous poserez un « sacré *challenge* » à ceux qui vous succéderont.

Plus sérieusement, sur ces deux euros, comme je l'ai rapidement dit tout à l'heure, ce n'est qu'une estimation macroéconomique. Ce n'est pas moi, ni mon entreprise, qui en est l'auteur, c'est Cap'Com, le réseau des communicants publics territoriaux, qui s'est risqué dans un article, en analysant des chiffres issus des publications des associations d'élus, en recoupant tout ce qui provient des régions, des départements, des communautés et des communes. Dans ces deux euros, il y a les quatre niveaux, il est donc normal que ce soit douze fois supérieur à votre petite commune de 450 habitants, puisque nous avons bien, là, additionné tous les moyens de communication que nous avons pu évaluer à travers différentes sources. Avec une approche macro, parce que nous n'avons pas les données qui permettraient d'additionner chaque budget de communication qui, comme je l'ai dit en introduction, en général n'est pas identifiée clairement. Avec des données macroéconomiques en provenance des quatre niveaux de collectivité, et en les ramenant, par un jeu de division, à la dépense par mois et par habitant, nous sommes arrivés à ce chiffre de deux euros. C'est un chiffre approximatif, qui donne juste la mesure de ce dont nous parlons, et qui mériterait évidemment d'être extrêmement affiné en fonction d'où l'on est : dans la commune, dans le département, dans la région, etc.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Nous saluons Bruno Cohen-Bacrie, qui a un avion à prendre et qui doit donc partir très discrètement, comme je le souligne en même temps qu'il s'en va ! Il vous salue donc tous et vous remercie de votre écoute attentive et de votre participation, ici, aujourd'hui.

Y a-t-il d'autres questions, ou d'autres témoignages que vous souhaitez nous apporter ?

Alain LUCAS, maire de la commune de Plobannalec-Lesconil (3 352 habitants)

Tout à l'heure, Monsieur Jean-René Joncour nous a dit qu'il y avait 283 communes dans le Finistère, et 238 communes qui ont moins de 3 500 habitants, c'est le cas effectivement de ma commune. Il est bien entendu que les outils de communication ne sont pas les mêmes pour les communes comme Brest et pour ces 238 communes qui ont moins de 3 500 habitants. Je vois mal les élus de la commune de Brest ou de la communauté urbaine aller distribuer le bulletin municipal dans toutes les boîtes. Chez nous, cette distribution est faite par notre garde champêtre, mais c'est à peu près la même chose.

Nous avons un bulletin municipal qui paraît quatre fois par an. Mais quelle que soit la périodicité de ces bulletins municipaux, ils sont un des outils de communication. Nous avons également, bien sûr, un site Internet, où nous affichons le PLU, les Conseils municipaux. Pour revenir à ce que disait

Marie-Thérèse tout à l'heure, je pense que le meilleur vecteur de communication pour une commune de la taille des nôtres, ce sont les élus. Il est bien entendu que les élus ne connaissent pas tout, mais il existe des commissions. Dans des communes de la taille de la nôtre, les élus qui sont sur le terrain sont connus de la population. Ils sont sur le terrain, ils sont présents et ils sont prêts à communiquer. Je crois que c'est le meilleur vecteur de communication qu'il peut y avoir dans des communes de la taille de la nôtre.

Voilà le témoignage que je pouvais apporter. Je vous remercie de m'avoir entendu.

Georges ISAAC, Maire de Botmeur (Monts d'Arrée)

Je voudrais vous entendre, si vous le voulez bien, sur les limites de l'exercice, en ce sens que lorsque je vais partir je serai certainement plus inquiet et j'aurai certainement beaucoup plus de questions qu'en arrivant. Je dirais donc que l'objectif de la conférence est atteint, puisque je me trouve dans cette situation-là.

Je me pose des questions par rapport à tout ce que vous avez dit, parce que j'ai cru comprendre que, dans cette communication, il y a quelque part de la vulgarisation. Or, nous savons que « vulgarisation » peut rimer, mal, avec « caricature ». Cela veut dire aussi que nous avons à faire attention. Et nous avons tous vécu, peu ou prou, ce moment où nous avons dû prendre éventuellement la plume, ou le micro-ordinateur, pour expliquer à des gens qui ont encore moins de compétences que nous – ce qui n'est pas peu dire – des sujets difficiles, et cela dans des espaces très restreints. Voilà un problème que je me pose.

Par ailleurs, j'ai cru comprendre que, dans la foulée, nous sommes sans doute dans un système d'éducation permanente, ou d'éducation populaire. Cela pose aussi le problème de la compétence, évoqué tout à l'heure, de ceux qui vont rédiger, de ceux qui vont être à l'origine de la communication. Là, je me pose beaucoup de questions maintenant que tout à l'heure.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Etes-vous inquiet, pour autant ?

Georges ISAAC

Très inquiet. C'est très anxiogène, et je suis complètement bloqué, en ce moment.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Christian de La Garonnière, d'abord sur la vulgarisation qui peut tourner à la caricature, nous pouvons peut-être rassurer notre maire.

Christian de LA GUERONNIERE

Je ne sais pas si je vais le rassurer, mais en tout cas prendre un point de vue un peu différent. Je ne crois pas à la vulgarisation. Je crois à la capacité à dire les choses simplement, et surtout du point de vue de celui auquel on s'adresse. Vous avez tous, très naturellement et très spontanément, parlé de PLU, de SCoT ou de PDU, qui sont les objets sur lesquels vous travaillez, mais qui ne sont pas les

sujets de communication qui intéressent vos habitants. Ce qui va intéresser vos habitants, c'est la piste cyclable, où va-t-on construire tel équipement ; ce sont des choses très concrètes. Nous pouvons donc tout à fait ramener une discussion, un débat sur un PLU, sur un SCoT ou que sais-je à des objets de communication qui sont simples, nous pourrions presque les appeler « unités de communication », et qui peuvent permettre la discussion. Ce n'est pas de la vulgarisation, c'est de la communication.

Jean-Louis LE CORVOISIER

En donnant des exemples très concrets.

Christian de LA GUERONNIERE

Absolument.

La deuxième remarque que j'ai envie de faire est que, effectivement, vous êtes tous ici, pour la plupart, des élus de petites communes, mais en même temps, vous êtes à peu près tous – et vous le serez dans très peu de temps si vous ne l'êtes pas encore – dans une intercommunalité. C'est aussi pour cela que l'intercommunalité a été créée, pour créer des échelles d'actions, plus que d'actions, des échelles où l'on élabore les projets, qui permettent d'avoir suffisamment de moyens, et quand je parle de moyens, ce sont aussi des compétences. Vous avez évoqué cette question des compétences, nous les trouverons plus facilement dans une communauté de 5 000, 10 000, 15 000, 20 000 habitants que dans x communes de 3 000 à 4 000 habitants.

Je pense qu'il y a là une vraie réponse qui, pour le coup, est une réponse politique, institutionnelle, à la question que vous avez posée, et qui va se mettre en place tranquillement dans le temps. Elle s'est déjà mise en place dans un certain nombre d'endroits, et elle est en train de se mettre en place, ou elle va se mettre en place dans les autres.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Depuis ce matin, c'est décidément une journée en faveur de l'intercommunalité.

Nous arrivons à la conclusion de cette conférence. Marie-Thérèse Gourlaouen, nous n'avons pas évoqué la question de l'évaluation de votre communication. Vous nous disiez tout à l'heure que vous aviez des retours sur le journal, sur les contacts avec les élus, mais nous ne pouvons pas vraiment évaluer cela.

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Non, de la part des élus c'est assez difficile, effectivement. La première façon d'évaluer, ce sont les remarques que nous avons, comme vous le disiez à l'instant.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Et la deuxième, ce sont les élections municipales suivantes, c'est cela ?

Marie-Thérèse GOURLAOUEN

Exactement, c'est ce que j'allais dire. Ce sera le résultat à la fin des six années, je pense.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Christian de La Gueronnière, y a-t-il un autre moyen d'évaluation que d'attendre le couperet de l'élection municipale suivante ?

Christian de LA GUERONNIERE

Je voudrais dire que je vais tout à fait dans le sens d'un des intervenants précédents, qui disait que dans des communes de la taille qu'il évoquait, la meilleure communication est apportée par les élus. Dès lors que l'on est dans une relation directe, nous avons l'évaluation « en pleine poire ». Le retour est donc aussi immédiat et aussi permanent qu'il y a de contacts avec les gens. Je dirais que la question est effectivement assez vite réglée, ou elle peut être réglée de cette façon dans de petites communes.

Si vous me posez la question de manière plus générale ou dans des communes qui peuvent être plus grandes, où évidemment le rapport direct n'est plus possible, à ce moment-là nous avons obligatoirement une perception faussée de la réalité. L'élu qui, comme vous dans les petites communes, va voir beaucoup de gens, n'en verra qu'une petite partie, alors que vous, vous en verrez l'essentiel. Dès lors, il aura une vision faussée de la réalité. Là, il devient important de mettre en place des outils qui vont permettre non pas de décider à sa place, mais de lui apporter une vision un peu plus objective sur un certain nombre de questions. Des outils qui vont lui permettre, effectivement, d'orienter son action, de prendre en compte un certain nombre de choses qu'il n'avait pas perçues, pour décider, peut-être, un petit peu autrement.

Effectivement, pour en terminer et revenir au sujet du jour, le mi-mandat est pour moi une opération d'évaluation. C'est le moment où l'on se donne les moyens, de manière un petit peu organisée, scientifique, de voir comment est perçu ce que l'on a fait ou ce que l'on n'a pas fait, de mesurer où sont les attentes prioritaires et, à ce moment-là, effectivement, de réorienter l'action sur un certain nombre de chantiers, et de mettre en place la communication d'accompagnement qui va bien.

Jean-Louis LE CORVOISIER

Merci à toutes et à tous de votre écoute et participation. Nous allons rester dans la communication, cet après-midi, dans ce Carrefour des communes, avec la mise à l'honneur du journal papier des communes et des communautés, puisque tout à l'heure, à 17 heures 30, aura lieu la remise des trophées 2010 du « Meilleur journal communal ou communautaire du Finistère »

