

Communiqué de presse
Jeudi 23 avril 2015

Enquête : Les élus et la communication

Comment les maires perçoivent le rôle et les enjeux de la fonction communication ?

Enquête réalisée par Occurrence et Cap'Com, en partenariat avec l'Association des Maires de France et *Le Courrier des maires*, diffusée à l'occasion du Congrès des maires.

Que pensent les élus des collectivités locales de la communication ? Quel rôle lui assignent-ils ? A quels enjeux la communication est-elle confrontée selon eux et comment souhaitent-ils y répondre ?

L'EXPERT



Christelle FUMEY, responsable du pôle Corporate & Marque chez Occurrence, cabinet d'études et conseil spécialiste de l'évaluation de la communication, explique :

« Il existe plusieurs études sur la perception de la communication publique et territoriale par les Français ou par les communicants eux-mêmes. En revanche, rares sont les enquêtes à s'intéresser plus spécifiquement au regard que les élus portent sur la communication, sa fonction, ses enjeux... L'enquête réalisée avec Cap'Com en partenariat avec l'AMF et Le Courrier des maires montre que pourtant, la communication est une mission reconnue par les maires, même dans les plus petites collectivités. Et s'ils souhaitent s'y investir, ils perçoivent néanmoins qu'il s'agit d'un métier à part entière. »

LA METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Conduite par Internet entre le 17 septembre et le 28 octobre 2014, cette enquête a été réalisée auprès d'un échantillon de **488 élus** (191 maires et 297 adjoints).

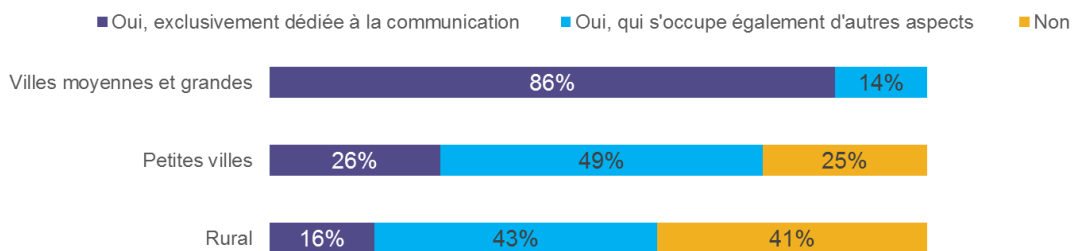
- ✓ 58% d'entre eux exercent parallèlement un mandat de conseiller communautaire en EPCI.
- ✓ 38% sont élus de communes rurales (moins de 2 000 habitants),
- ✓ 39% de petites villes (de 2 000 à moins de 10 000 habitants),
- ✓ 23% de villes moyennes et grandes villes (10 000 habitants et plus).

LA SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE ET SES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

I. La communication, une fonction identifiée et reconnue dans la plupart des communes, même les plus petites

Premier enseignement qui n'allait pas nécessairement de soi : **la communication est une fonction reconnue, même dans les plus petites communes**. En effet, les trois quarts des communes ont au moins une personne dédiée à la communication – mais pas toujours exclusivement (dans 39% des cas, cette fonction est partagée avec d'autres attributions : loisirs, culture, tourisme...). Même dans les communes rurales (moins de 2 000 habitants), près de 60% des communes ont au moins une personne qui s'occupe de communication.

Avez-vous dans votre commune une personne ou un service dédié à la communication ?



Dans plus de la moitié des communes, c'est un élu qui est en charge de la communication, notamment dans les communes rurales (83%). Dans les villes moyennes et les grandes villes (plus de 10 000 habitants), la fonction est principalement occupée par un agent (85%).

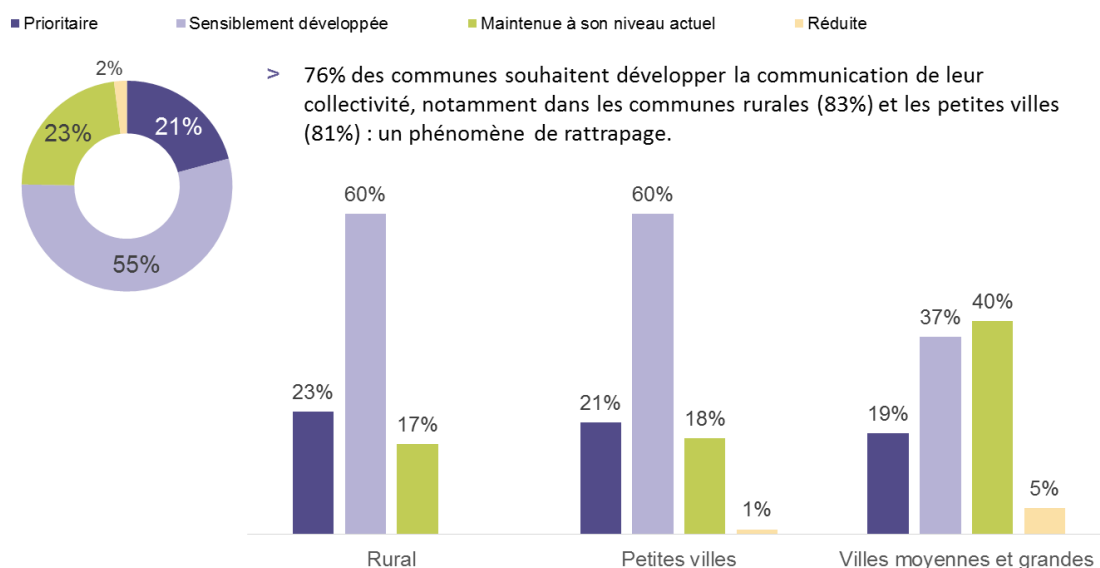
Quand ils n'en ont pas concrètement la charge, les élus suivent néanmoins la communication de près : 17% rencontrent la personne en charge de la communication tous les jours, 60% au moins une fois par semaine. Si l'ensemble des élus s'intéressent à la communication, les deux tiers d'entre eux s'estiment peu ou pas suffisamment compétents pour l'exercice de cette fonction, **reconnaissant par la même le métier de communicant**.

Cette reconnaissance de la fonction se confirme par ailleurs dans les qualités qu'ils attendent d'un directeur de la communication : avant tout professionnel des techniques de communication, avant d'être un conseiller ou un homme de réseaux.

Enfin, **pour 85% des élus, la communication est une mission transversale essentielle au fonctionnement de la collectivité**. 21% souhaitent en faire un sujet prioritaire durant le mandat en cours et 55% veulent la développer sensiblement... mais avec des budgets et des équipes globalement stables, tout en conservant une multitude d'outils (5 en moyenne, entre la carte de vœux, le journal, le site Internet, les communiqués de presse, les affiches et plaquettes, les réseaux sociaux...).

Dans ce contexte, faire mieux avec moins, en mutualisant au niveau intercommunal les outils de communication et les agents qui en ont la charge, peut-il être une possibilité ? Probablement pas ou à la marge, car parmi les élus qui ne sont pas encore engagés dans cette mutualisation, cette solution est plutôt mal perçue (56% estiment que c'est plutôt une mauvaise chose).

Durant ce mandat en cours, dans votre commune, diriez-vous que la communication va être :



II. Rôle de la communication et priorités du mandat : une forte dimension pédagogique, une volonté de proximité, la nécessité du digital

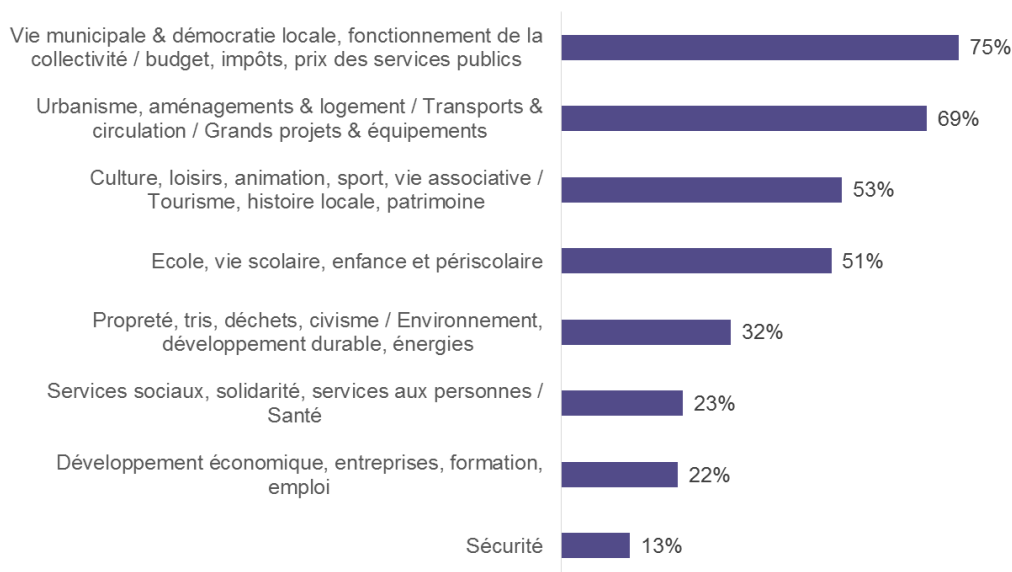
Pour les élus interrogés, la communication doit poursuivre trois objectifs principaux :

- **Rendre des comptes des choix de l'équipe en place (projet municipal, choix de gestion)**
- **Informersur les réalisations et les grands projets**
- **Apporter des informations pratiques sur les services aux usagers**

On relève ici l'affirmation par les élus d'une **forte dimension pédagogique** du rôle de la communication : avant tout, la communication est là pour dire et expliquer ce qui est fait, avant d'être un outil au service de l'animation de la vie locale ou de l'organisation de la concertation citoyenne.

De manière très cohérente, les élus identifient d'ailleurs comme thème prioritaire de la communication de leur commune pour le mandat qui vient de commencer, tout ce qui concerne **la vie municipale et le fonctionnement de la collectivité**.

Selon vous, quels devraient être les thèmes prioritaires de la communication de votre commune lors du mandat qui commence ?

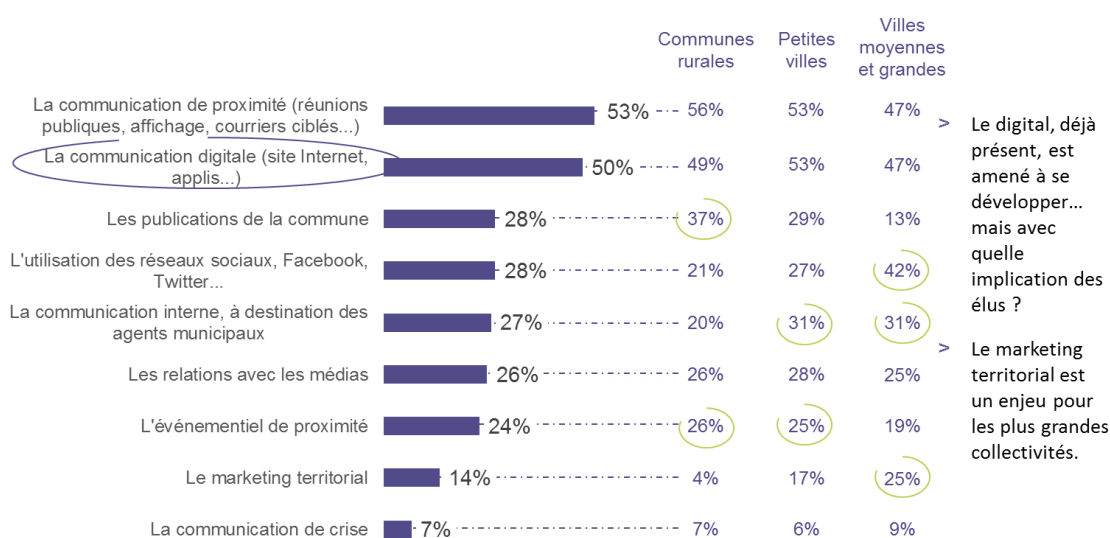


En termes d'outils, les élus expriment un besoin de plus de proximité avec leurs administrés.

En effet, la communication de proximité est selon eux ce qu'il faut renforcer ou développer en priorité pour améliorer la communication de leur commune et 60% souhaiteraient personnellement mieux appréhender la communication de proximité avec les habitants, devant la réalisation du journal municipal (36%) et loin devant l'utilisation des réseaux sociaux (24%).

Le contact avec les habitants et l'écrit s'avèrent être les « fondamentaux » des élus face au digital, domaine qu'ils préfèrent déléguer même s'ils le jugent incontournable.

D'après vous, pour améliorer la communication de votre commune, que faudrait-il renforcer ou développer en priorité ? Choisir 3 réponses maximum



De manière générale, les maires sont assez « interventionnistes » quand il s'agit des outils de communication de la commune, notamment les « classiques » que sont la carte de vœux, les communiqués de presse et le magazine municipal.

La délégation est plus fréquente concernant les supports numériques, aussi bien sur le site de la commune que sur les réseaux sociaux, le digital étant un espace qu'ils investissent assez peu – quand ces outils existent (**41% des communes ont une page Facebook et 27% un compte Twitter, tandis que 99% ont un journal municipal et 94% un site Internet**).

III. Communication institutionnelle ou politique : une frontière pas toujours nette

56% des élus interrogés affirment que dans leur commune, communication institutionnelle et communication politique du maire ne sont pas forcément distinctes.

Parmi les maires, ils sont même 62% à ne pas bien distinguer communication institutionnelle et communication politique.

Parmi ceux qui disent opérer cette distinction, on observe trois cas de figure :

- Le digital comme outil de différenciation.

« Une page Facebook du maire distincte de la page officielle de la commune. »

- Pour les grandes communes, la distinction se fait assez facilement ou naturellement, notamment quand il y a un cabinet :

« La communication institutionnelle relève du service communication. La communication politique relève du cabinet du maire. »

- Dans les petites communes, on invoque l'absence de communication politique pour expliquer que, par conséquent, il n'y a pas de distinction à faire... sauf dans la période électorale :

« Après les élections communales, les élus ne font plus de politique dans le cadre de l'action quotidienne communale en dehors des choix de gestion définis par le programme. Cependant, nous répondons politiquement lorsque l'opposition attaque à tort par le droit d'expression sur nos publications. »

Un discours pas toujours clair, qui oublie par ailleurs que **la communication municipale peut avoir un impact politique non négligeable**, d'après les élus eux-mêmes : ils sont en effet 68% à dire que la communication de leur commune tout au long du dernier mandat a aidé à leur réélection.



A propos d'Occurrence : www.occurrence.com

Créé en 1995 par Assaël Adary et Benoît Volatier, Occurrence est un cabinet d'études et conseil indépendant, spécialiste de l'évaluation de la communication (corporate & marque, analyses médias, communication interne, publique, événementielle, digitale,...).

Depuis 20 ans, Occurrence accompagne les entreprises et les agences en France et à l'international pour mesurer la performance de leurs actions de communication et éclairer leurs décisions stratégiques. Le cabinet travaille au service de nombreux grands comptes et institutions de référence : EDF, GDF Suez, Areva, Carrefour, BNP Paribas, Airbus, MAIF, INPI, ministères, institutions européennes notamment Commission, ainsi que des collectivités locales et organisations ou entreprises publiques... L'équipe de 23 experts maîtrise une large gamme d'outils d'évaluation et de prospective (quantitatifs, qualitatifs, sémiologiques, analytics) et capitalise sur « Occurrence Lab », structure interne tournée vers l'innovation du secteur, pour lancer de nouvelles offres d'études.

En 2008, Occurrence entame le développement de son réseau avec l'ouverture d'une première filiale dédiée au secteur de la Santé : Occurrence Healthcare. En 2014, Occurrence intègre le cabinet NXA, expert de l'évaluation dans les domaines environnement-énergie et social-formation-retraite, avec un terrain téléphonique intégré à la Rochelle, et lance BrainsWatt, un studio d'innovation qui aide les organisations à devenir plus agiles et créatives. Membre de Syntec Etudes, Occurrence est également certifié ISO 9001 depuis 2004 et engagé dans la norme RSE ISO 26000.

Assaël Adary, Président d'Occurrence, et Céline Mas, Directrice générale associée, sont les deux nouveaux co-auteurs de la 7^è édition de l'ouvrage de référence sur la communication : Le « Communicator » (Dunod 2015).



A propos de Cap'Com : <http://www.cap-com.org>

L'association fédère et anime les vingt-cinq mille communicants publics et territoriaux et accompagne, depuis 25 ans, les évolutions de la profession. Cap'Com a présenté cette étude lors du Forum de la communication publique de Nancy et dans le cadre de plusieurs réunions en région.

Contacts presse :



STRAT & COM

Véronique Pernin ou Sylvain Nogier

Tel : +33 (0)1 40 28 46 18 - E-mail : occurrence@vpstrat.com