

ÉTUDE MÉTIERS

SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE
SECTORIELLE | N°1

LA COMMUNICATION PUBLIQUE TERRITORIALE

SEPTEMBRE 2017



QUAND LES TALENTS
GRANDISSENT,
LES COLLECTIVITÉS
PROGRESSENT

LA COMMUNICATION PUBLIQUE TERRITORIALE

Dans les collectivités et les établissements publics territoriaux, 14 000 agentes et agents territoriaux sont affectés à des services communication publique territoriale. La communication publique relève d'une mission de service public en faveur d'un rapprochement entre la sphère publique et la sphère citoyenne, d'une démocratisation et d'une modernisation de l'action publique qui permet l'échange et le partage d'informations d'utilité publique, le maintien du lien social et l'accompagnement des changements sociaux et citoyens.

L'IMPACT DES ÉVOLUTIONS DE L'ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL ET SOCIO-ÉCONOMIQUE SUR LES BESOINS EN COMPÉTENCES DES COLLECTIVITÉS ET DES ÉTABLISSEMENTS PUBLICS TERRITORIAUX

ACCOMPAGNER LES RECOMPOSITIONS TERRITORIALES

Les mutations institutionnelles consécutives aux réformes territoriales contribuent à faire de la communication publique tant en externe qu'en interne, un levier stratégique d'explicitation et d'accompagnement des politiques publiques et des changements en cours. À destination des élus, des agents territoriaux et des citoyens, l'objectif est bien de communiquer sur les nouveaux équilibres territoriaux, l'identité et le périmètre d'action des nouvelles entités territoriales.

LE RÔLE CROISSANT DES CITOYENS-USAGERS DANS LA CONDUITE DES POLITIQUES PUBLIQUES LOCALES

Sur ce champ professionnel, les évolutions de l'environnement institutionnel et socio-économique sont marquées par le rôle croissant des usagers dans la conduite des politiques publiques locales. Ce rôle conduit à rechercher une plus grande complémentarité entre une communication descendante et ascendante qui privilégie la prise en compte des informations émanant des usagers et leur expression.

À cette tendance s'ajoute la place que prend l'environnement médiatique et numérique pour les usagers et dans l'opinion publique. Ce contexte induit un développement des plateformes et des applicatifs pour renforcer le dialogue entre les collectivités et les citoyens. Dans cette dynamique, la communication est durablement marquée par une complexification, une immédiateté et réactivité, une diversification des sources d'information.

AMÉLIORER LA QUALITÉ DU LIEN AVEC L'ADMINISTRATION

Si la communication publique territoriale n'est pas directement impactée par des évolutions réglementaires récentes, elle est en revanche marquée par les évolutions des domaines et des objets qu'elle est chargée d'accompagner : les recompositions territoriales, la démocratie participative, les relations entre l'administration et les usagers, l'ouverture des données publiques ou encore, pour la communication interne, la mise en œuvre par exemple, du protocole relatif aux parcours professionnels, carrières et rémunérations (PPCR).

UNE PART CROISSANTE DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Bien que le *print* reste prégnant dans les modes de communication, le déploiement du numérique se généralise. Le développement des services (Civic Tech, l'open data, la gestion de la relation citoyenne, les outils collaboratifs) qui impactent les stratégies de communication répondent et produisent des problématiques de plus en plus croisées entre démocratie locale, gestion et partage des données, et communication publique territoriale. Ces problématiques partagées portent en particulier sur la synergie recherchée autour d'une gestion de l'information où direction des systèmes d'information et direction de la communication doivent articuler leurs modes d'intervention et leurs compétences.

L'ORGANISATION DU TRAVAIL ET LES CARACTÉRISTIQUES DE L'EMPLOI

DES MOUVEMENTS DE STRUCTURATION CONTRASTÉS

Si la montée en puissance des intercommunalités favorise le développement de services communication, l'extension des périmètres communautaires conduit à un double mouvement de mutualisation/démultiplication de ce service avec les communes adhérentes. Les modes de gestion des services communication sont également sur une dynamique partagée. Par effet de balancier, et de façon très variable d'une collectivité à l'autre, les mouvements d'internalisation et d'externalisation se succèdent. La tendance actuelle serait a priori à l'internalisation même si certaines prestations demeurent externalisées.

UNE FONCTION CENTRALISÉE ET UNIFIÉE

Les services communication semblent de moins en moins sur un fonctionnement déconcentré avec des chargés de communication placés auprès des différentes directions. Cette recentralisation aurait notamment pour objectif d'éviter une multiplication des stratégies de communication et de renforcer la cohérence éditoriale. S'ils ont pu exister par le passé, le clivage et la double appellation entre communication interne et externe tendent désormais à être moins présents. La communication «interne» est également de moins en moins rattachée et confondue aux ressources humaines. Fréquemment positionnée maintenant auprès des directions générales, la communication interne s'intègre à la stratégie globale de communication des collectivités.

VERS UNE COMMUNICATION PARTAGÉE

Certaines fonctions se structurent et impactent l'ensemble des métiers de la communication. Elles portent notamment sur les fonctions d'animation, de conseil, de veille, de *benchmark* et de prospective, d'évaluation quant à l'efficacité des stratégies et des actions de communication. Ces fonctions, portées par le développement du numérique et du management par projets, conduisent à rechercher des postures professionnelles plus participatives, à co-construire une vision partagée des projets. Elles impliquent également le nécessaire développement des liens et d'une culture du réseau, un partage des responsabilités avec les autres directions : direction générale, systèmes d'informations, ressources humaines, directions techniques...

LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION : UNE QUALIFICATION CROISSANTE ET LA RECHERCHE DE PROFILS GÉNÉRALISTES

Avec des recrutements qui s'effectuent majoritairement sur des niveaux licence et master, les métiers de la communication publique se caractérisent par un niveau de qualification qui progresse. Aujourd'hui, la diversification des activités du communicant, ajoutée au fait qu'il doit savoir utiliser tous les types de média, incitent les collectivités à rechercher des profils généralistes. Elles demandent à leurs communicantes et communicants d'être en capacité d'assembler et de conduire les différentes étapes d'un projet. Plus que l'expertise technique, c'est bien cette pluridisciplinarité qui semble être en tension lors des recrutements.

LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DE LA FORMATION

UNE OFFRE DE FORMATION INITIALE PLÉTHORIQUE

En 2017, 1760 certifications sont enregistrées au Répertoire national des certifications professionnelles sur le domaine communication de la nomenclature des spécialités de formation (NSF). Cette offre apparaît pléthorique mais 80% de ces certifications ne ciblent pas directement la communication et les métiers de la communication. Par ailleurs, les certifications spécialisées sur la communication publique ou institutionnelle et encore plus sur la communication publique territoriale sont très peu nombreuses.

LE POSITIONNEMENT DU CNFPT VIS-À-VIS DE L'OFFRE DE FORMATION CONTINUE : UNE OFFRE À DOMINANTE GÉNÉRALISTE

En 2017, le CNFPT propose un total de 355 sessions de stage soit 1 046 jours de formation sur le domaine de la communication publique. Cette offre s'organise en itinéraires métiers, pour un total de 866 jours de formation, et en itinéraires thématiques/politiques publiques, pour un total de 180 jours de formation.

L'offre de formation du CNFPT à l'échelle nationale, couvre un spectre de thèmes de formation aussi large que celui des organismes privés. L'offre du CNFPT donne à voir des formations a priori généralistes, qui croisées avec des niveaux fondamentaux et d'approfondissement, semblent plutôt cibler la professionnalisation d'agentes et agents sans ou avec peu de qualification initiale et des agents en prise de poste. À l'inverse, l'offre des organismes privés est plus orientée sur des aspects d'expertise technique et s'adresse à des professionnels confirmés.

Les formations CNFPT sont très centrées sur les méthodes et techniques de communication à l'instar de l'offre des organismes privés. Les spécificités de service public, les aspects de prospective et de stratégie, de transversalité vis-à-vis des politiques publiques (santé, social, sécurité, aménagement, transition écologique et énergétique...), de démocratie locale et de citoyenneté, de management des services communication sont une piste de développement pour mieux identifier le positionnement de l'offre de service du CNFPT. Outre la formation des professionnels de la communication, le CNFPT a la charge de professionnaliser tous les agentes et agents territoriaux en posture de communicants occasionnels, ce qui milite en faveur du maintien d'une offre sur les fondamentaux de la communication.

LES BESOINS DE FORMATION

Assez clairement, les besoins de professionnalisation des agentes et agents renvoient à trois dynamiques d'acquisition de compétences :

- celles liées à des besoins de connaissances générales à destination des communicants occasionnels,
- celles liées à des technicités, plutôt expertes : rédactionnel web, réseaux sociaux, animation de communautés, chaîne graphique, *data visualisation*...
- celles liées au management et à l'organisation de la fonction communication : l'appui et le conseil aux services internes, l'élaboration des stratégies partagées de communication, l'efficacité des actions de communication, l'innovation et la diversification des modalités de communication, l'organisation et le pilotage des services communication mutualisés...

Publication réalisée par la direction générale adjointe chargée du développement de la formation – direction de l'observation prospective des emplois, des métiers et des compétences – service de la prospective

Directeur de la publication : François DELUGA / Co directeur de la publication : Jacques GOUBIN

Rédacteur en chef : Christophe LEPAGE

Rédacteurs : Jacques TANCHOUX, Didier SPITZ, chefs de projet

CENTRE NATIONAL DE LA FONCTION PUBLIQUE TERRITORIALE
DIRECTION GÉNÉRALE ADJOINTE CHARGÉE DU DÉVELOPPEMENT DE LA FORMATION – SERVICE PROSPECTIVE
80, RUE DE REUILLY – CS 41232 – 75578 PARIS CEDEX 12
TÉL. : 01 55 27 44 00 – FAX : 01 55 27 44 01
WWW.CNFPT.FR
