

CHARGÉ DE COMMUNICATION

Le chargé de communication développe la création, la qualité et la cohérence des formes et des contenus de communication. Il conçoit et met en œuvre des actions de communication et des événements.

LES CARACTÉRISTIQUES

Au 1^{er} janvier 2007, les chargés de communication représentaient environ 4 900 agents, soit 0,3% de l'ensemble des agents territoriaux. 70% d'entre eux sont des femmes.

Les chargés de communication sont principalement des agents de catégorie A, 40% ont un cadre d'emplois d'attaché, et 16% d'entre eux ont un cadre d'emplois de rédacteur.

Dans cette profession, on observe une part de titulaires plus faible que la moyenne nationale, 48% des chargés de communication sont titulaires contre 72,8% pour l'ensemble des agents territoriaux.

La population des chargés de communication est jeune, le métier ne présente pas de difficultés de départs en retraite. En effet leur âge moyen est de 39 ans, contre 43 ans et 11 mois pour l'ensemble des agents territoriaux, et à peine 10% d'entre eux ont plus de 55 ans contre 16% de l'ensemble des agents territoriaux.

Leurs employeurs sont essentiellement les communes : de plus de 10 000 habitants (37% des effectifs), de moins de 10 000 habitants (25%) et dans une moindre proportion les départements (12%).

LES ÉVOLUTIONS

L'ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

Le champ professionnel de la communication, dédié jusqu'alors à l'écrit et à l'oral, a fortement évolué ces dernières années. Les évolutions technologiques ont changé radicalement le rapport à l'information et à la communication, ce qui explique que la population des « communicateurs » (professionnels de la communication) soit beaucoup plus « jeune » en moyenne, que les autres champs professionnels.

L'environnement professionnel des chargés de communication a donc profondément évolué, interpellé par ce qu'on appelait alors les NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication), qui ont engagé un changement profond du rapport à l'information, à son accès et à sa gestion. À cet égard, le développement du Web est exemplaire du nouveau rapport à la gestion de l'information et d'une mutation en continu du rôle des acteurs. Ainsi, la gestion des contenus s'est déplacée progressivement vers les services des collectivités, producteurs d'une information ciblée sur leurs champs professionnels. La « démocratie participative » et une communication plus directe avec « l'utilisateur/citoyen » ont amplifié le phénomène.

Ce changement s'est accompagné, au fond, d'une interrogation sur la relation entre communication publique institutionnelle (valorisation de l'action publique) et communication politique et électorale (valorisation de l'action politique), avec une problématique difficile à résoudre :

- est-ce une seule et même chose qui se transforme au fil du temps ?
- constituent-elles deux approches différentes de l'acte de communiquer ?

Cette problématique a une conséquence sur la posture professionnelle et par extension sur les modes de recrutement des chargés de communication, souvent placés dans une dualité de dépendance entre le politique et les services de la collectivité. Leurs activités et compétences sont très significatives de cette dualité, ne serait-ce par leurs relations à la presse, les compétences « métier » étant quasiment identiques de celles des « attachés de presse ».

LES PRINCIPAUX FACTEURS D'ÉVOLUTION

La communication publique a été fortement impactée ces dix dernières années par quatre paramètres essentiels :

- au plan technologique, l'émergence de ce que l'on a appelé les NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication),
- son corollaire en termes de réflexion sur le rôle respectif des « communicateurs » et des « communicants » (l'ensemble de ceux qui communiquent),
- une réflexion de fond sur le rapport entre communication publique et institutionnelle et communication politique et électorale,
- l'émergence de ce que l'on appelle la démocratie participative et plus globalement, l'accès à l'information et à l'expression des citoyens.

La posture professionnelle des responsables et chargés de communication a été interpellée sur deux aspects essentiels :

- leur capacité à comprendre et utiliser, sinon à maîtriser, au mieux, l'apport des nouveaux supports médias,
- leur capacité à réguler, accompagner et valoriser le déploiement de ces technologies auprès des services et de la population.

Le chargé de communication a donc une forte implication dans la diffusion, auprès des services, d'une culture de communication en matière de politiques publiques, intégrant la demande croissante de la population en matière d'accueil, d'information et de participation à la vie publique.

LES ACTIVITÉS ET COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Les activités du chargé de communication sont fortement centrées sur :

- la participation à l'élaboration de la stratégie de communication de la collectivité,
- l'organisation d'actions de communication et de relations publiques,
- la conception et/ou la réalisation de produits de communication,
- le recueil, l'analyse et le traitement d'informations,
- l'assistance et le conseil en communication auprès des services de la collectivité,
- la participation à la gestion administrative et budgétaire,
- l'animation et le pilotage des équipes,
- le développement des partenariats et des relations avec la presse.

LES PERSPECTIVES

Si les compétences et la culture de base du chargé de communication dans la fonction publique sont peu différentes de celles requises par le secteur privé, l'exercice professionnel dans le secteur public réclame d'en maîtriser les aspects particuliers, notamment sur les plans juridiques et financiers. Il demande également au chargé de communication une grande capacité d'adaptation et donc à interfacer ses compétences avec l'ensemble des services et partenaires extérieurs de la collectivité.

Le recrutement sur ce type de profil s'effectue le plus souvent au niveau master voire licence professionnelle. La dimension parfois « politique » du poste, liée à la gestion croisée de l'image du ou des élus avec celle de la collectivité, fait que le candidat, plus fréquemment que pour d'autres métiers, est recruté comme « contractuel ».

Son positionnement, en équivalence statutaire, sur le cadre d'emplois d'attaché, voire de rédacteur, lui confère une rémunération comparable à celle du secteur privé. L'évolution professionnelle naturelle est celle de directeur de la communication, intégrant aux compétences « métier » du chargé de communication une dimension stratégique et managériale.