

Questions à ...
12/06/2009

Dominique MEGARD, déléguée générale de Cap'Com. Marchés publics de communication : «restaurer la confiance et la performance»

Vous organisez, le 29 juin, un colloque sur les marchés publics de communication et vous lancez un appel à contribution pour un livre blanc sur ce sujet car vous estimez que le système fonctionne mal. Pourquoi ?

Oui, on peut estimer que ce système fonctionne mal car il génère des insatisfactions et des incompréhensions réciproques. Ce constat est unanimement partagé par les agences et les prestataires divers autant que par les directeurs et responsables publics de communication. Le code des marchés publics a connu une série de réformes au cours des dernières années. Au-delà de la nécessaire sécurisation juridique des achats publics et de l'égal accès des prestataires et fournisseurs qui doivent être garantis, les professionnels de la communication publique constatent les dérives du système et dénoncent le poids des procédures, le déplacement de la valeur ajoutée des agences sur les réponses aux appels d'offres plus que sur les prestations de services, voire des marchés biaisés et une entrave à la création.

Du côté des responsables de service communication, il y a beaucoup de regrets et le souhait d'une prise de conscience des spécificités de ces marchés de prestations intellectuelles et de création de la part des services juridiques et des responsables de marchés publics. De leur côté, les prestataires estiment que le système des marchés publics ne prend nullement en considération leurs contraintes. Ils déplorent ainsi la longueur des circuits de validation et de décision. Tout cela provoque une perte en ligne dans la créativité et la réactivité. On compare souvent les prestations des communicants avec celles des architectes mais les premiers travaillent dans l'éphémère et l'immédiat quand les architectes travaillent sur des projets longs et lourds. Il faut donc restaurer la confiance et la performance dans ces marchés de communication.

Plus généralement, quelles sont aujourd'hui les tendances lourdes que vous observez sur la communication publique ?

Nous observons une communication publique plus exigeante en termes de développement durable, à la fois avec une multiplication des messages sur ce thème mais aussi dans les pratiques et des attitudes plus respectueuses de ce développement durable. Nous observons une réflexion sur les moyens attribués à la communication et à l'évaluation. Il y a aujourd'hui un retour de la demande de sens par rapport à la communication publique. Dès lors, les professionnels ne veulent pas être instrumentalisés ou considérés comme de simples prestataires de service ou producteurs de plaquette de communication...

A cet égard, la journée du 29 juin se veut vraiment constructive. Elle est organisée avec le soutien du Service d'Information du Gouvernement (SIG) et de grandes associations représentant toutes les parties prenantes : AMF (Association des maires de France), AACC (Association des agences conseil en communication), Syntec RP, UJJEF (Union des journaux et journalistes d'entreprises de France). Pour préparer le débat, un appel à communication est

lancé auprès de tous les acteurs et ces communications contribueront à l'élaboration d'un livre blanc.

[Télécharger le programme](#)

Ce document provient du site La Lettre du Secteur Public <http://www.lalettredusecteurpublic.fr>. Les droits de reproduction sont réservés et strictement limités. L'adresse Internet du site de La Lettre du Secteur Public doit impérativement figurer dans la référence en cas de citation. Pour d'autres utilisations, veuillez contacter le responsable du site à l'adresse suivante : redaction@lalettredusecteurpublic.fr