

LES MAIRES ET LA COMMUNICATION TERRITORIALE

ENQUÊTE
NOVEMBRE 2014

Un regard inédit des maires sur le rôle et les enjeux de la communication de leur collectivité. Enquête réalisée par le réseau des communicants publics Cap'Com et l'institut d'études Occurrence, en partenariat avec l'Association des maires de France et le Courrier des Maires.

LA COMMUNICATION EST UNE MISSION IDENTIFIÉE ET INVESTIE PAR LES MAIRES.

La communication est une fonction reconnue dans la plupart des communes, même les plus petites

Pour 85 % des maires, la communication est une mission transversale essentielle au fonctionnement de leur collectivité.

Dans les trois quarts des communes, au moins une personne a en charge la communication. 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 désigné au moins une personne pour s'occuper de la communication.

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

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

■ **Oui,** exclusivement dédié à la communication
■ **Oui,** qui s'occupe également d'autres aspects
■ **Non**

Villes moyennes et grandes



Petites villes



Rural



CAP'COM LE RESEAU DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE ET TERRITORIALE

occurrence

AMF

LE COURRIER
des maires et des élus locaux

Enquête rendue publique dans le cadre du Congrès des maires de France et du Forum de la communication publique et territoriale en novembre 2014. Réalisée auprès d'un échantillon de 488 maires ou maires-adjoints (191 maires et 297 adjoints) interrogés par Internet entre le 17 septembre et le 28 octobre 2014. 58 % d'entre eux exercent parallèlement un mandat de conseiller communautaire.

Communes rurales : communes de moins de 2 000 habitants, 38 % de l'échantillon.

Petites villes : communes de 2 000 à moins de 10 000 habitants, 39 % de l'échantillon.

Villes moyennes et grandes : communes de plus de 10 000 habitants, 23 % de l'échantillon.

► **POUR ALLER PLUS LOIN**
L'intégralité de l'enquête **Les maires et la communication territoriale**

Kit **Les nouveaux élus et la communication**

Guide **50 questions sur la communication des collectivités locales**

www.cap-com.org

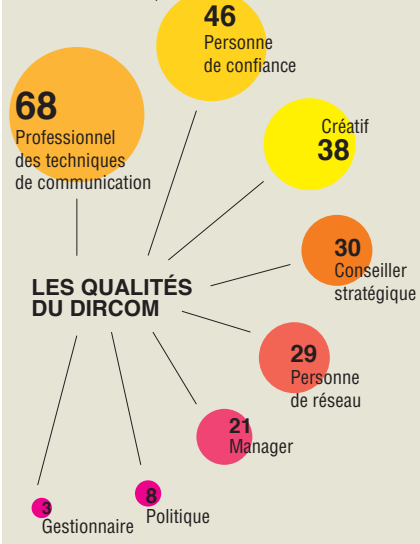
Les maires s'intéressent de près à la communication et s'appuient directement sur la personne qui a en charge cette fonction.

40% des élus interrogés estiment que c'est au maire ou au président de l'intercommunalité d'avoir la responsabilité de la communication de la collectivité. 54% estiment que cette responsabilité doit plutôt être confiée à un adjoint ou un vice président. Seulement 6% considèrent que cette mission ne nécessite pas d'être attribuée à un élu.

Même quand les maires ne sont pas directement en charge de la communication, ils n'en délaissent pas pour autant le sujet. ¾ des maires rencontrent au moins une fois par semaine la personne en charge de la communication, 17% tous les jours. Cette proximité entre l'élu et son communicant reste aussi forte qu'elle l'était il y a une dizaine d'années dans une première étude similaire conduite en octobre 2000.

S'estimant, pour deux tiers d'entre eux, peu ou pas suffisamment compétents pour l'exercice de cette fonction, les maires s'appuient sur ceux dont c'est la profession, reconnaissant par là le métier de communicant. Une reconnaissance qui se construit sur les qualités attendues de leur responsable de la communication : professionnel des techniques de communication, personne de confiance et porteur de créativité.

Pour vous, un bon directeur de la communication, c'est quoi ? Choisir 3 qualités (% de citations au moins une fois ; échantillon des villes de plus de 10 000 habitants)



Les maires participent souvent à la réalisation des outils de communication sauf pour ce qui touche au numérique.

De manière générale, les maires s'intéressent concrètement à la réalisation de la communication de leur collectivité. Ils définissent souvent les actions, rédigent eux-même certains documents ou pour le moins font valoir leur choix et valident. Cette implication est forte sur tous les outils traditionnels que sont par exemple la carte de vœux, les communiqués de presse ou le magazine municipal.

C'est, en revanche nettement moins le cas concernant les supports numériques, aussi bien le site de la collectivité que les réseaux sociaux. Le digital reste un espace que les élus locaux investissent assez peu alors même que ces outils se développent. Les communes disposent très majoritairement d'un site internet, les villes ont de plus en plus une page Facebook et un compte Twitter.

Par rapport aux outils suivants, en général, comment fonctionnez-vous au niveau de votre commune ?

■ Le maire intervient en amont, choisit, rédige ■ Le maire valide ■ Le maire délègue

La carte de vœux

33% 54% 13%

Un communiqué de presse

30% 46% 24%

Le sommaire du journal

21% 53% 26%

Les articles du journal

13% 53% 34%

Une affiche ou une plaquette

11% 55% 35%

Les tweets

21% 15% 63%

Les informations mises en ligne sur le site

7% 29% 64%

Les statuts de la page Facebook

12% 20% 68%

Les maires ne distinguent pas facilement la communication institutionnelle de leur collectivité de leur communication politique.

56% des maires et maires adjoints interrogés affirment que dans leur commune, la communication institutionnelle et la communication politique du maire ne sont pas vraiment distinctes.

Dans les petites communes, l'absence de communication politique est souvent invoquée pour expliquer l'absence de distinction :

«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». Parfois la distinction s'opère néanmoins à travers les outils de communication : «La page Facebook

du maire est distincte de la page officielle de la commune». Dans les grandes villes, la distinction se fait plus 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.»

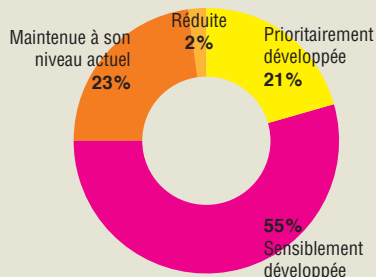
Ce flou est renforcé par le sentiment que la communication municipale a un impact politique non négligeable. 68% des élus sont convaincus que la communication de leur commune contribue à donner une image positive de leur action favorable à leur réélection.

DÉVELOPPER LA COMMUNICATION MAIS À BUDGET CONSTANT.

Pour trois maires sur quatre, la communication doit être développée mais sans augmenter les budgets et tout en conservant tous les outils.

76% des maires souhaitent développer la communication de leur collectivité dont 21% de manière prioritaire. Cette volonté est davantage affirmée dans les communes rurales (83%) et dans les petites villes (81%) que dans les moyennes et grandes villes (56%) là où la communication est déjà bien présente. Tenant compte des contraintes budgétaires actuelles, ils souhaitent ce développement mais dans le cadre de budgets constants et avec des équipes globalement stables. Cet objectif est d'autant plus difficile à tenir que les maires n'envisagent pas de réduire certaines actions ou outils de communication actuellement utilisés dans leur collectivité. Seule l'édition de la traditionnelle carte de vœux semble pouvoir être remise en cause au profit d'une forme numérique.

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



La mutualisation des outils ou des équipes de communication n'apparaît pas spontanément comme une solution évidente pour les maires.

Dans un contexte de contraintes budgétaires, la mutualisation intercommunale des outils de communication et des agents qui en ont la charge, pourrait être une solution. Les maires conseillers communautaires l'envisagent positivement, ils sont

2/3 à considérer que cela serait une bonne chose. Mais parmi les maires qui ne sont pas encore engagés dans cette mutualisation, cette solution est encore mal perçue (56% estiment que c'est plutôt une mauvaise chose).

EXPLIQUER L'ACTION DE LA COLLECTIVITÉ EN ÉTANT PLUS PROCHE DES HABITANTS.

Pour les maires, la communication doit d'abord expliquer l'action de la collectivité, avant de contribuer à l'animation, à la concertation ou au développement local.

Pour les maires interrogés, la communication doit poursuivre trois objectifs principaux. D'abord rendre comptes des choix de l'équipe

en place (projet municipal, choix de gestion), puis informer sur les réalisations et les grands projets et, en troisième lieu, apporter des

informations pratiques sur les services aux usagers. «*La communication sert à informer mes concitoyens et les faire adhérer aux actions entreprises par les élus*».

Les autres missions de la communication territoriale apparaissent secondaires - animer la vie locale, changer les comportements, favoriser la concertation - voire marginales - promouvoir la commune, fédérer les agents.

Les priorités de communication : rendre compte de la gestion locale et accompagner les projets.

De manière très cohérente, les élus identifient comme thème prioritaire de communication pour le mandat qui vient de commencer, tout ce qui concerne la vie municipale et le fonctionnement de la collectivité. Ils placent en tête de leurs priorités une communication qui doit rendre compte de la gestion locale, relater la vie municipale, accompagner les

projets. Viennent ensuite les thématiques relatives à l'animation du territoire et à toutes les questions qui concernent l'enfance et la vie scolaire. Les thématiques plus sociétales, développement durable, solidarité, économie, semblent moins prioritaires parce que moins de la compétence directe de la collectivité.

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

Vie municipale et démocratie locale, fonctionnement de la collectivité / Budget, impôts, prix des services publics

75%

Urbanisme, aménagements & logement / Transports & circulation / Grands projets & équipements

69%

Culture, loisirs, animation, sport, vie associative / Tourisme, histoire locale, patrimoine

53%

École, vie scolaire, enfance et périscolaire

51%

Propreté, tri, déchets, civisme / Environnement, développement durable, énergie

32%

Services sociaux, solidarité, services aux personnes / Santé

23%

Développement économique, entreprises, formation, emploi

22%

Sécurité

13%

Objectif prioritaire : renforcer la communication de proximité mais sans compter forcément sur les réseaux sociaux qui restent peu compris.

La communication de proximité est selon les maires interrogés ce qu'il faut renforcer ou développer en priorité pour améliorer la communication de leur commune. Une volonté qui s'exprime quelle que soit la taille de la collectivité.

Cette proximité repose sur le contact direct avec les habitants (réunions, courriers) et sur l'écrit au travers notamment du journal et du site de la collectivité.

La place des réseaux sociaux dans cette communication de proximité n'est pas encore bien identifiée. Si le développement de l'usage des réseaux sociaux semble être important pour certains élus (27% placent cet item parmi leurs trois objectifs), 22% déclarent que les collectivités n'ont pas vocation à être présentes sur les réseaux sociaux et 6% que ceux-ci représentent surtout un risque. ■

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

Communes rurales	Petites villes	Moyennes et grandes villes
La communication de proximité (réunions publiques, affichage, courriers ciblés...)		
56%	53%	47%
La communication digitale (site internet, applis...)		
49%	53%	47%
Les publications de la commune		
37%	29%	13%
L'utilisation des réseaux sociaux		
21%	27%	42%
La communication interne, à destination des agents municipaux		
20%	31%	31%
Les relations avec les médias		
26%	28%	25%
L'évènementiel		
26%	25%	19%
Le marketing territorial		
4%	17%	25%