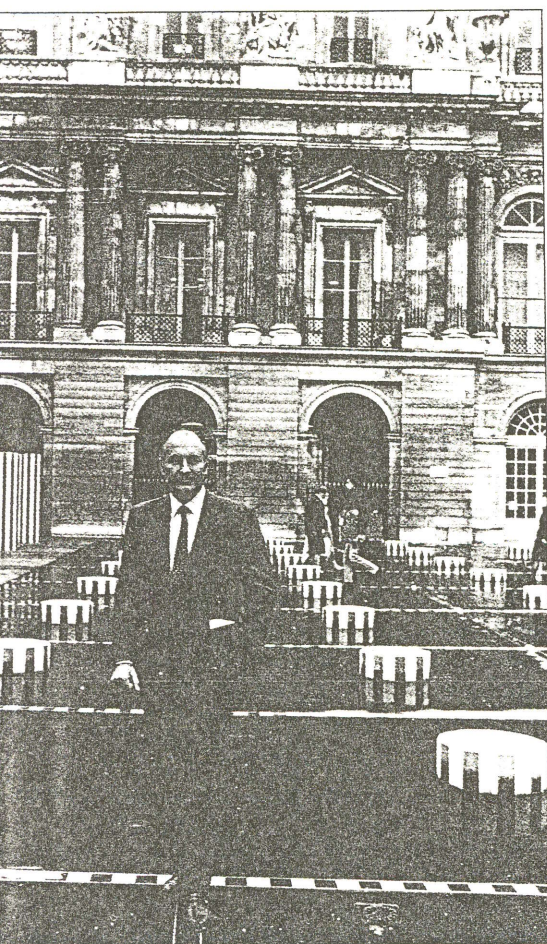


# LE COMMUNICATEUR DU SERVICE PUBLIC



© J.L. Luyssens/MURS, MURS

*La communication publique ne peut se satisfaire de ce qu'elle a vécu jusqu'alors. Les initiatives qu'elle a prises ressemblent encore trop souvent à d'assez pâles copies de ce qui se fait dans le privé.*

Ne jamais refuser de nouvelles expériences. Ce pourrait être la devise de Pierre Zémor. Professeur à HEC - département « stratégie et politique d'entreprise » - mais aussi élu - ancien maire adjoint de Cachan (Val-de-Marne) et toujours conseiller régional d'Ile-de-France - il vient, ainsi, à 50 ans, de découvrir avec enthousiasme, un nouveau métier : conseiller d'Etat. Le voici donc plongé, comme membre de la section du contentieux, dans le dédale des conflits entre l'administration et les citoyens. Conseiller d'Etat après avoir fait ses débuts comme conseiller en entreprise, rien d'étonnant, après tout, pour quelqu'un qui a toujours cherché à rapprocher le public du privé.

Pierre Zémor n'oublie pas pour autant ses autres domaines d'intérêt. Ce compagnon de la première heure de Michel Rocard, reste très écouté, à Matignon, en particulier lorsqu'il s'agit de réfléchir à la stratégie de communication du Premier ministre, son domaine de prédilection. Dans ces conditions, il était particulièrement bien placé pour se trouver à l'origine de l'association « Communication publique ».

« La communication publique, explique-t-il, ne peut se satisfaire de ce qu'elle a vécu jusqu'alors. Les initiatives qu'elle a prises ressemblent encore trop souvent à d'assez pâles copies de ce qui se fait dans le privé. Ce n'est pas une raison pour avoir des complexes. C'est toute une démarche qu'il faut inventer ». La communication publique c'est celle des ministères, des entreprises nationales, mais aussi des collectivités territoriales. Autant d'intervenants qui pèsent lourd sur la vie politique du pays, mais aussi sur l'économie. Les fondateurs de « Communication publique » se recrutent donc parmi ceux qui ont en charge ce secteur d'activité au sein de ces organismes, qu'il s'agisse des grands ministères,

de la Caisse des dépôts, du conseil régional d'Ile-de-France ou de la mairie de Paris. Une équipe de spécialistes qui, bien entendu, ont su, en la circonstance, surmonter les habituels clivages politiques, avec la bénédiction du SID (Service d'information et de diffusion du Premier ministre), dont le rôle consiste justement à coordonner les diverses actions de communication de l'Etat.

« Communication publique, insiste Pierre Zémor, doit devenir un véritable cercle d'échanges d'expériences entre praticiens. Elle permettra de confronter les méthodes de travail, de proposer des démarches novatrices, de dynamiser l'image de la communication institutionnelle publique ».

Pour commencer, l'association s'est constituée en groupes de travail, va publier une lettre mensuelle, puis des études thématiques. Elle a ainsi l'occasion de s'intéresser à la communication de crise, à l'identité institutionnelle, au regard des prestataires extérieurs, etc. Autant de thèmes concrets qui ont fait l'objet de petits déjeuners de travail. Des interventions dans certaines grandes écoles sont aussi prévues. Pas question, en revanche, de se poser en censeur de telle campagne, ou de telle publication. L'ambition est ici clairement affichée : offrir un cadre de réflexion, en intégrant tous les aspects de la communication institutionnelle, qu'elle soit interne ou externe, à court ou à long terme.

« Si la communication est bien un levier de changement institutionnel, conclut Pierre Zémor, le défi de rénovation du service public va maintenant requérir toutes les qualités de la communication publique ». Aucun doute, l'association « Communication publique » a du pain sur la planche.

Stéphane BUGAT