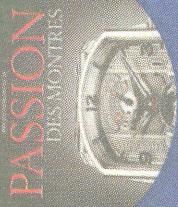


Aujourd'hui
SUPPLÉMENT
GRATUIT



LE SOIR



lesoir.be

JEUDI 14 octobre 2010 / Édition Bruxelles / Quotidien / N° 240 / EUR 1,20 / 02 225 55 55

Carte blanche

Pierre Zémor

Conseiller d'Etat de la République française, ancien président de la Commission nationale du débat public, président d'honneur fondateur de Communication publique (France), président du « Cercle des 5 communications » et de la fédération européenne des associations de communicateurs publics.

Repenser la communication en associant les citoyens

Un rayon d'espoir dans un climat de crises ! Sous l'égide du gouvernement fédéral belge, de la Wallonie et de la Flandre, leurs hauts responsables des communications, ainsi que leurs homologues européens se sont mis d'accord sur le programme et les ateliers d'une grande rencontre EuroPCom (1). Ils envisagent de créer et d'animer un réseau européen pour repenser la communication.

La communication, telle que les publiques et les journalistes l'entendent, est discrépante.

Le marketing, les instruments éprouvés de la publicité ou de la gestion des images, le culte des marques, ont été d'une indéniable efficacité pour les entreprises. Forte de ses succès, cette communication, tour à tour portée au pinacle ou vouée aux gémomies, a eu la tentation hégémonique de dicter ses modes d'expression aux institutions publiques, aux médias, à la politique... Le registre de la propagande est monnaie courante. Les messages aux actionnaires ont encouragé les penchants spé-

cultifs. Les effets d'annonce se substituent aux actes. La loi se satisfait des facilités de l'affichage.

Le paradigme concurrentiel a guidé la communication avec un haut niveau d'effets pervers. L'actualité prime. On flatte la vitrine plus que le laboratoire, le commercial plus que la R&D. On valorise à rebrousse-poil la chaîne « cher-scoop », les sirènes du spectacle. Le monde des médias est bouleversé par le foisonnement des sources et une concurrence sauvage sur le terrain de l'immédiateté.

...

Dans les périodes de crise, le simplisme et les abus de la « com » sont insupportables. Ils mélangent les finalités des entreprises, des institutions publiques, des associations et ONG, de la classe politique, des créateurs...

...

La validation des données, la responsabilité du contexte éditorial, l'entretien de la mémoire collective invitent aujourd'hui les professionnels à s'investir dans une réelle société de la communication. Pour une institution publique, communiquer est un devoir imprescriptible, qui

conformé aux sondages, mais reconnaître que l'offre politique n'est pas un produit fini que l'on distribue sur catalogue aux citoyens.

...

Les journalistes et des intellectuels ont érigé les vertus de l'information en rempart contre le tout-promotion et l'instrumentalisation des médias. La société de l'information, née sur ce territoire du journalisme, entendait réduire les pressions de la société de consommation. Grâce au numérique et aux développements

européennes – de rouvrir ce chantier prioritaire.

...

Face aux terrorismes, nihilismes, égoïsmes, pessimismes de tous poils, les démocraties ne peuvent faire l'économie de mieux associer les citoyens. ■

répond aux droits des citoyens d'accéder à l'information et d'échanger.

La communication doit être information, écoute, dialogue, consultation, et concertation. Par la rationalité d'un langage commun, le débat contradictoire permet, au-delà des passions, l'approche des vérités humaines et des compromis sociaux.

En sommes-nous à redécouvrir que le préalable d'une communication est d'établir la relation, sans laquelle aucun message ne passe ? Communiquer la confiance, c'est prévenir, informer et faire participer. C'est à la fois avancer des certitudes, faire partager des valeurs et envisager ouvertement la manière de lever les doutes, en associant les citoyens à la quête de l'information.

Gouverner avec l'opinion n'est pas conformer aux sondages, mais reconnaître que l'offre politique n'est pas un produit fini que l'on distribue sur catalogue aux citoyens.

...

La validation des données, la responsabilité du contexte éditorial, l'entretien de la mémoire collective invitent aujourd'hui les professionnels à s'investir dans une réelle société de la communication. Pour une institution publique, communiquer est un devoir imprescriptible, qui

des pouvoirs publics et la richesse de l'offre politique.

...

D'importants efforts sont donc à accomplir sur la voie d'une communication authentique, qui écoute le récepteur et respecte le citoyen dans le débat public.

...

Une nouvelle société de la communication devrait s'attaquer au redoutable défi de croiser l'éthique de l'individu, libre de sa parole, avec une éthique de l'expression collective de la société.

...

Le enjeu de repenser la communication devrait stimuler les participants de cette première conférence européenne. Je sais que les initiateurs de la démarche, Jacques Moisse pour la Wallonie, Karl Müsschoot pour la Flandre, ainsi que leurs nombreux partenaires – dont les institutions européennes – de rouvrir ce chantier prioritaire.

...

Face aux terrorismes, nihilismes, égoïsmes, pessimismes de tous poils, les démocraties ne peuvent faire l'économie de mieux associer les citoyens. ■

...

(1) <http://www.europcom.net>