

Enquête métiers 2005

Responsables de communication

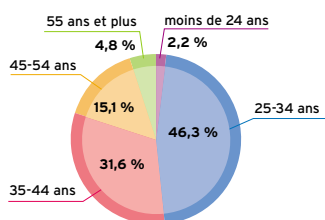
Plans de carrière

Qui sont les responsables de la communication territoriale ? Pour sa cinquième édition, l'enquête exclusive de *Public(s)* sur la fonction communication des collectivités territoriales, réalisée en partenariat avec *La Gazette des communes* et le CNFPT, s'intéresse tout particulièrement aux parcours (universitaire et professionnel) des communicants. Quelles études ont-ils suivies ? Quelles sont leurs expériences professionnelles, les raisons qui les ont amenés à choisir la territoriale, les contraintes de leur métier, leurs missions et leurs visions de la communication en collectivité ? Une observation qui permet de mieux cerner une profession en mouvement qui reste très hétérogène.



lièrement aux parcours (universitaire et professionnel) des communicants. Quelles études ont-ils suivies ? Quelles sont leurs expériences professionnelles, les raisons qui les ont amenés à choisir la territoriale, les contraintes de leur métier, leurs missions et leurs visions de la communication en collectivité ? Une observation qui permet de mieux cerner une profession en mouvement qui reste très hétérogène.

Age des responsables de communication

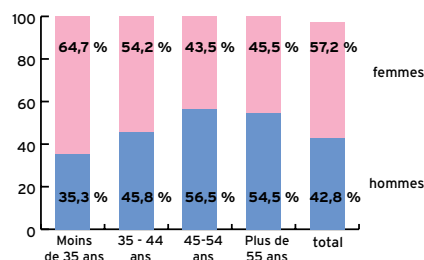


Il n'y a pas un dircom type de collectivité locale mais on observe au contraire une réelle variété de profils, comme en témoigne année après année la diversité des intitulés des responsabilités assumées : directeur, responsable, chargé de communication, chargé de mission, médiateur de la communication publique... La communication est également parfois assumée par le directeur ou le chef de cabinet. De même, la communication est pour certains responsables associée à d'autres responsabilités : la culture et les loisirs, les TIC, les cérémonies, le tourisme, les relations publiques, le rayonnement de la ville, la vie citoyenne et la proximité, la jeunesse, la documentation, les ressources humaines... Pour autant, l'enquête 2005 de *Public(s)*, particulièrement attentive aux parcours des responsables de communication, laisse entrevoir un certain clivage entre les « jeunes » dircom et les « anciens ».

Jeunes femmes

Tout d'abord, la profession poursuit sa féminisation. Les femmes ne représentaient que 48,2 % des répondants en 2002 ; elles constituent en 2005 57,2 % des effectifs. Alors que la profession était relativement masculine il y a une vingtaine d'années, les femmes constituent au-

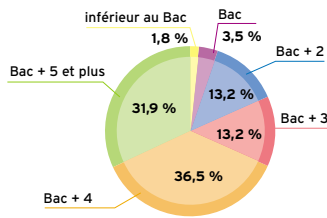
Féminisation de la profession



aujourd'hui le gros des bataillons des jeunes dircom : les plus de 55 ans ne comptent que 45,5 % de femmes alors que les moins de 35 ans en affichent près de 65 %. La forte proportion des jeunes directrices de communication explique leur surreprésentation dans les villes de moins de 30 000 habitants (63,5 %) où les communicants exercent souvent leurs premiers postes à responsabilités.

Le niveau de formation des dircom continue de progresser. Si d'un point de vue global, 36,5 % des dircom ont un Bac +4 et 32 % un Bac +5 ou plus, ces chiffres varient fortement en fonction de l'âge du communicant. Seulement 25,3 % des plus de 45 ans déclarent un Bac +5 ou plus

Niveau de formation des Dircom

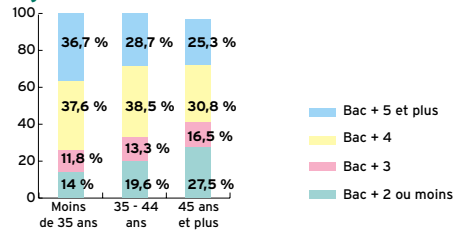


contre 36,7 % des moins de 35 ans ! 74,3 % des responsables de communication de moins de 35 ans ont au moins un Bac + 4. Alors que le niveau d'études n'apparaissait pas comme un critère discriminant il y a quelques années, il est plus rare aujourd'hui de faire carrière dans la communication publique (comme dans bien d'autres professions intellectuelles) lorsqu'on a un niveau d'études relativement peu élevé.

Qu'il s'agisse ou non d'une spécialisation en communication publique et/ou politique, la communication constitue bien entendu le domaine de formation universitaire de la majorité des dircom (53 %). Toutefois, d'une manière générale, les responsables de communication sont loin d'avoir un parcours universitaire uniforme ; les formations suivies sont très variées, du droit (18,5 %) aux sciences politiques (18 %) en passant par le journalisme (17,5 %), le marketing, l'économie, les ressources humaines, les lettres, l'histoire ou encore les langues étrangères... Les domaines de formation des communicants sont donc beaucoup moins stéréotypés qu'on pourrait le croire (même si cette diversité semble avoir tendance à s'estomper : 60 % des moins de 35 ans ont suivi une formation en communication contre 40 % des plus de 45 ans).

Le statut de contractuel est toujours le plus fréquent ; il concerne 44 % des dircom. Les titulaires de la fonction publique représentent 37,5 % des effectifs (26 % des répondants étant titulaires par concours et 11 % par intégration) et les collaborateurs de cabinet 16,4 %. Les emplois aidés (et notamment les emplois jeunes) ne représentent que 3 % des effectifs. C'est le rattachement au politique qui prévaut (même si des rattachements doubles ou triples sont les plus fréquents) : 43,5 % des répondants sont rattachés hiérarchiquement au moins au directeur général des services, 45,4 % au moins au maire ou au président, 22,4 % au directeur de cabinet et 11,2 % à l'élu délégué à la communication. Une nuance mérite toutefois d'être apportée : les « anciens » sont plus fréquemment rattachés hiérarchiquement auprès du maire ou du président (c'est le cas pour 46 % d'entre eux) que les « jeunes » dircom (30 % d'entre eux), un peu plus nombreux à dépendre du DGS (40 %). D'une manière générale proche de l'exécutif, la communication semble avoir trouvé la place qui lui convient dans l'organigramme : 85,7 % des dircom se disent satisfaits de leur mode de rattachement.

Un niveau de formation plus élevé pour les plus jeunes



Disparités

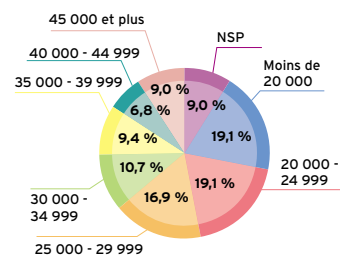
Les rémunérations brutes annuelles (primes et avantages éventuels inclus) des responsables de communication sont relativement faibles par rapport à celles habituellement constatées dans le secteur privé : 55 % des répondants perçoivent moins de 29 000 euros par an. Ils ne sont que 9 % à gagner 45 000 euros ou plus par an.

La taille de la collectivité explique en partie les disparités salariales. Ainsi dans les collectivités de moins de 10 000 habitants, 72 % des responsables de communication perçoivent moins de 25 000 euros et seulement 6 % gagnent 35 000 euros annuels ou plus. Dans les plus grandes collectivités (plus de 100 000 habitants toutes catégories confondues) au contraire, 4,3 % bénéficient d'une rémunération inférieure à 25 000 euros alors que 74 % disposent d'un salaire supérieur à 35 000 euros annuels. Entre ces deux extrêmes, les salaires sont beaucoup plus disparates. Dans les collectivités locales de 10 000 à 20 000 habitants, les salaires sont inférieurs à 35 000 euros dans 88,5 % des cas.

Les disparités salariales sont liées également au statut. En effet, des différences sensibles se font sentir entre titulaires de la fonction publique et contractuels : 33 % des premiers gagnent moins de 20 000 euros par an contre 12,2 % des contractuels. De même, alors que seulement 10 % des fonctionnaires sont rémunérés 40 000 euros ou plus, 24 % des contractuels affichent ce niveau de rémunération.

L'âge (associé à l'expérience professionnelle) est une autre variable explicative des différences de salaires. Ainsi, 31 % des dircom âgés de 45 ans ou plus gagnent au moins 45 000 euros contre 1 % des moins de 35 ans (qui sont au contraire près de 38 % à gagner moins de 20 000 euros). Pour les moins de 35 ans, le salaire brut annuel se situe gé-

Niveau de rémunération des Dircom en € par an



Les « jeunes », les « confirmés »

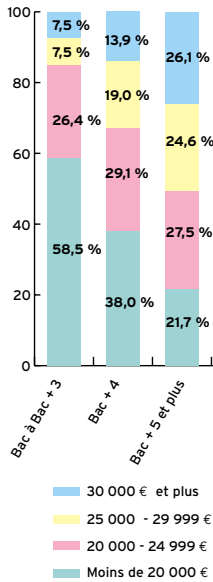
Il n'existe pas vraiment de profil-type du directeur de la communication, l'enquête révèle au contraire deux profils très différenciés aux deux extrêmes du métier. Cette rupture de générations permet d'établir, à partir des caractéristiques les plus fréquentes, le portrait-robot du « jeune » dircom et du « confirmé ».

Cette dichotomie n'illustre pas seulement un parcours professionnel (évolution salariale, prise de responsabilités, taille de la collectivité...) mais un changement de perception des jeunes entrants dans la carrière de la communication territoriale.

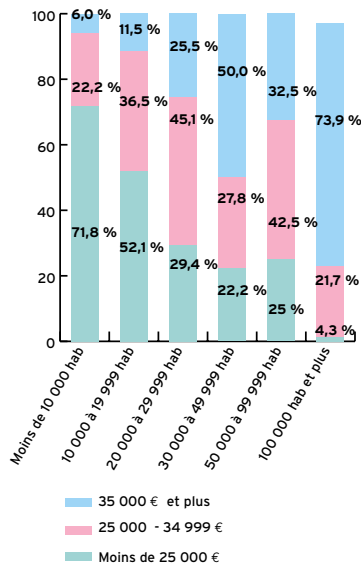
• **Le « jeune » chargé de com'** (l'intitulé de son poste est le plus fréquemment responsable de communication, chargé de communication, chargé de mission...) est une femme de moins de 35 ans. Diplômée d'un Bac + 4 ou plus en communication, elle exerce dans une collectivité de moins de 20 000 habitants et perçoit une rémunération brute annuelle inférieure à 25 000 euros. Rattachée hiérarchiquement au directeur général des services, elle a choisi de travailler en collectivité par sens du service public et souhaite poursuivre sa carrière dans la communication publique. Très favorable à création d'une filière ou d'une spécialité en communication au sein des concours de la fonction publique territoriale, elle ne souhaite pas passer la main en cas d'alternance politique au sein de la collectivité.

• **Le « confirmé »** est un homme âgé de plus de 45 ans. Directeur de la communication d'une collectivité de plus de 50 000 habitants, il n'a pas suivi de formation spécifique en communication au cours de ses études (relativement courtes). C'est souvent son expérience dans le journalisme qui l'a amené à assumer des responsabilités en communication au sein d'une collectivité. Il perçoit une rémunération brute supérieure à 35 000 euros par an. Rattaché au maire ou au président, il a une vision très politique de son métier (c'est d'ailleurs l'intérêt pour les enjeux politiques qui l'a conduit à ce poste) et estime normal de quitter sa collectivité en cas d'alternance politique.

La rémunération des Dircom de moins de 35 ans liée à leur niveau de formation



La rémunération des Dircom liée au nombre d'habitants de la collectivité



Que lisent les dircom ?

Parmi les publications professionnelles utiles aux dircom dans le cadre de leur activité de communicant territorial, Public(s) tire assez bien son épingle du jeu. Agé de cinq ans, ce mensuel relativement récent est cité par 37 % des dircom parmi les trois publications qui leur sont les plus utiles. Un bon résultat par rapport aux poids lourds en termes de tirage et de diffusion que sont La Gazette des communes (citée par 80,3 % des répondants) et La Lettre du cadre territorial (56,6 %, auxquels s'ajoutent le bon score de son support spécialisé que sont les Fiches pratiques politique et communication, lues par 39,9 % des dircom). Les autres publications spécialisées en communication obtiennent des scores inférieurs : Stratégies 24,6 %, CB News 9,4 % et la lettre Weka 11,2 %.

NB : Il était demandé aux dircom de hiérarchiser parmi une liste de 7 titres les trois publications qui leur semblent les plus utiles à leur pratique professionnelle

néralement à moins de 25 000 euros (c'est le cas pour 65,7 % des dircom appartenant à cette classe d'âge). Entre 35 et 44 ans, la rémunération est généralement (dans 57 % des cas) comprise entre 20 000 et moins de 35 000 euros. A 45 ans ou plus, le salaire se situe dans deux cas sur trois au-delà de 35 000 euros annuels. L'ancienneté des dircom dans la communication publique confirme ces résultats : 62 % des professionnels ayant moins de cinq ans d'ancienneté dans la communication publique perçoivent une rémunération brute annuelle inférieure à 25 000 euros. Au-delà de cinq ans d'expérience, les rémunérations sont beaucoup plus diversifiées.

Le salaire est également corrélé avec le niveau de diplôme, notamment en début de carrière. Si l'on ne prend pas en compte les dircom âgés de 35 ans ou plus (qui peuvent avoir un niveau de salaire dans les tranches hautes malgré un niveau de formation relativement faible : leur génération accordait moins d'importance au niveau de diplôme) des divergences de salaires apparaissent entre les jeunes dircom affichant des niveaux de formation différents. Ainsi, parmi les dircom de moins de 35 ans ayant un niveau égal ou inférieur à Bac + 3, 58,5 % gagnent moins de 20 000 euros par an contre seulement 21,7 % des dircom titulaires d'un Bac + 5. De même, seulement 7,5 % des responsables de communication de moins de 35 ans ayant un niveau d'études égal ou inférieur à Bac + 3 affichent une rémunération annuelle de 30 000 euros ou plus contre 26 % des personnes ayant au moins l'équivalent d'un Bac + 5.

Mobilité

Enfin, il apparaît que la rémunération du dircom est également conditionnée par sa mobilité géographique. 10 % seulement des dircom qui exercent leur activité professionnelle dans leur région d'origine perçoivent une rémunération équivalente ou supérieure à 40 000 euros contre près de 27 % des dircom qui ont décidé (ou accepté) la mobilité géographique. De même, si l'on considère la population des répondants de plus de 35 ans, on observe que seulement 19,7 % de ceux qui ont exercé leur métier dans un seul département gagnent plus de 40 000 euros contre 42 % de ceux qui ont travaillé dans trois départements différents ou plus. Comme en témoignent année après année les éditions successives de l'enquête métiers de

POINT DE VUE

Pierre-Alain Douay,

Administrateur - délégué général de Communication Publique, association des responsables de communication des institutions publiques.

« Normalisation ne signifie pas vision « technicienne » de la communication publique »



Trois dircom de moins de 35 ans sur cinq sont au moins diplômés d'un Bac + 4. Bravo. La qualification et la professionnalisation augmentent. La communication est un métier. Pas un don ni

une magie. C'est important pour l'intégration de la fonction, pour sa reconnaissance par les autres professionnels et responsables de l'administration territoriale.

Les titularisations croissantes de chargés de communication montrent une normalisation c'est-à-dire une dépolitisation, une « laïcisation » de la fonction. Bravo. La fonction se banalise au bon sens du terme. Elle devient une qualification et une responsabilité professionnelles parmi d'autres. Même si l'exigence de confiance et de loyauté est ici maximale.

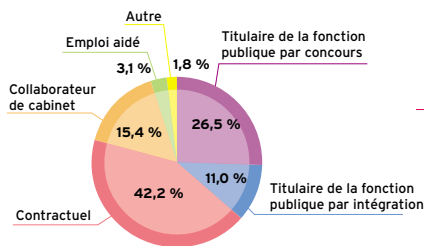
De plus en plus de dircoms ont fait des études universitaires de communication. Bravo. Mais il faut rester « ouvert ». Au-delà des fonctions purement « communication », les collectivités territoriales peuvent et vont offrir d'autres responsabilités attrayantes, pour lesquelles la dimension et la formation en communication seront utiles. La filière « communication » figeant la carrière admi-

nistrative dans ce seul domaine me paraît limitative. Bien sûr, les concours d'accès à la fonction publique devraient permettre de valoriser des études de communication. Mais une fois titularisé, il faudra savoir utiliser toutes les ressources de la formation continue pour évoluer dans sa carrière et profiter des opportunités de la FPT.

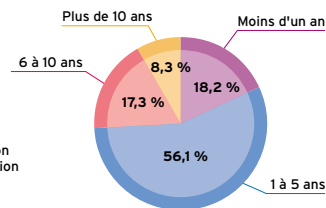
Dans les motivations, je note la vocation du service public. C'est essentiel car la communication publique est spécifique dans son but, l'intérêt général, et donc dans ses modalités. Cette vocation se marie sans problème avec l'intérêt pour les enjeux politiques si cela signifie d'abord le goût de la chose publique, la démocratie quotidienne en action, le dialogue avec les citoyens.

Mais non, non et non ! Normalisation ne signifie pas vision « technicienne » de la communication publique. La communication ne peut pas, ne doit pas se limiter au registre technique. C'est d'abord une responsabilité managériale et stratégique. Les outils et les techniques n'en sont que des moyens. Il faut réfuter une vision technicienne, instrumentale et donc instrumentalisée de la communication. La carrière des professionnels n'y gagnerait rien. Et la démocratie a tout à y perdre.

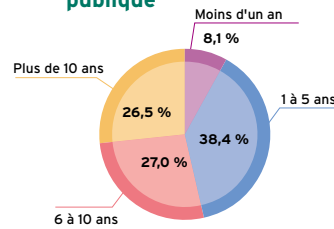
Statut des Dircom



Ancienneté des Dircom à leur poste



Ancienneté des Dircom dans la communication publique



Public(s), ce sont encore majoritairement les femmes qui perçoivent les plus bas salaires et les hommes qui affichent les plus gros. Ainsi, 72,4 % des personnes qui gagnent moins de 20 000 euros annuels sont des femmes et 73,2 % de dircom touchant 45 000 euros ou plus sont des hommes. La surreprésentation des femmes parmi les jeunes responsables de communication et dans les collectivités de petite taille explique en grande partie ces résultats.

Quelles sont les raisons qui ont poussé les professionnels interrogés à exercer le métier de responsable de communication en collectivité ?

Deux raisons principales émergent : le sens du service public pour 56,4 % des répondants et/ou l'intérêt pour les enjeux politiques (47,6 %). Ces résultats varient bien sûr en fonction du statut du chargé de communication. Pour les collaborateurs de cabinet, c'est l'intérêt pour les enjeux politiques qui prévaut (64,9 % des réponses) devant le sens du service public (44,6 %) alors que pour les titulaires de la fonction publique c'est l'inverse : le sens du service public obtient un score de 67,5 % et l'intérêt pour les enjeux politiques 44,4 %. S'ajoute également parmi les raisons avancées par les fonctionnaires la sécurité de l'emploi, citée par 18,7 % d'entre eux. Les contractuels pour leur part refusent de trancher, les deux items principaux obtiennent chacun un score légèrement supérieur à 50 %. De même, en cas d'alternance politique au sein de la collectivité, 74,7 % des collaborateurs de cabinet considèrent que le dircom doit être remplacé contre 51,7 % des contractuels (plus divisés) et seulement 36,8 % des titulaires de la fonction publique. Les communicants les plus âgés partagent une vision plutôt « politique » de la communication tandis que les plus jeunes ont plus tendance à dissocier le travail du communicant des aléas politiques. Ainsi, 77,3 % des plus de 55 ans contre 41,6 % des moins de 35 ans pensent que le dircom doit être remplacé en cas d'alternance politique.

Cette évolution générationnelle dans la manière de percevoir le métier de dircom territorial se voit par ailleurs renforcée par le poids croissant des femmes parmi les jeunes responsables de communication. En effet, contrairement aux hommes, il apparaît que les femmes travaillent plus en collectivité par sens du service public (pour 62 % d'entre elles contre 50,8 % des hommes) et un peu moins par intérêt pour les enjeux politiques (c'est le cas pour 42,8 % des femmes et 55,4 % des hommes). Par ailleurs, si une très large majorité des dircom dans leur ensemble (75,4 %) se déclarent favorables à la constitution d'une filière communication dans les concours de la fonction publique, ce sont les femmes qui affichent le plus leur adhésion à cette idée : 81,6 % des femmes et 67,2 % des hommes sont partisans de la constitution d'une telle filière.

Normalisation

C'est donc la vision « technicienne » de la communication publique qui aurait tendance à s'imposer aujourd'hui. La fonction se professionnalise

Note méthodologique de l'enquête

Enquête par questionnaire administrée par courrier du 16 février au 11 mars 2005. L'échantillon exploité est représentatif de l'ensemble des différentes catégories de collectivités territoriales.

Répartition des envois

2 220 questionnaires ont été envoyés aux responsables de communication des collectivités de plus de 5 000 habitants, soit :

Communes de 5 000 à 9 999 habitants : 900
Communes de 10 000 à 19 999 habitants : 462
Communes de 20 000 à 29 999 habitants : 171
Communes de 30 000 à 49 999 habitants : 129
Communes de 50 000 à 99 999 habitants : 76
Communes de 100 000 habitants et plus : 36

Communautés de communes : 160
Communautés d'agglomération : 143
Communautés urbaines : 14

Départements : 103

Régions : 26

Taux de réponse

Taux de réponse global : 21,8 %
(484 questionnaires)

Taux de réponse exploité : 20,5 %
(456 questionnaires)

Taux de réponse des communes : 19,9 %, soit
Communes de 5 000 à 9 999 habitants : 13,8 % (124 questionnaires)
Communes de 10 000 à 19 999 habitants : 22,9 % (106 questionnaires)
Communes de 20 000 à 29 999 habitants : 29,8 % (51 questionnaires)
Communes de 30 000 à 49 999 habitants : 27,9 % (36 questionnaires)
Communes de 50 000 à 99 999 habitants : 28,9 % (22 questionnaires)
Communes de 100 000 habitants et plus : 38,9 % (14 questionnaires)

Taux de réponse des structures de coopération intercommunale : 19,5 %, soit :
Communautés de communes : 12,5 % (20 questionnaires)
Communautés d'agglomération : 24,5 % (35 questionnaires)
Communautés urbaines : 50 % (7 questionnaires)

Taux de réponse des départements : 28,2 % (29 questionnaires)

Taux de réponse des régions : 42,3 % (11 questionnaires)

Exploitation statistique : Jérémie Laure

POINT DE VUE

Sophie Coulon,

Directrice de la communication du conseil général d'Indre-et-Loire

« La direction de la communication ne doit pas devenir une agence de communication intégrée »



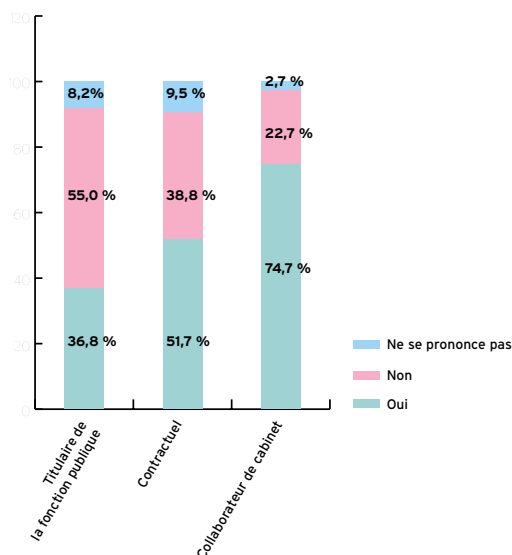
Aujourd'hui, les collaborateurs qui m'entourent sont de plus en plus souvent des femmes bénéficiant d'un niveau de formation élevé et spécialisé en communication. Le profil du chargé de communication idéal serait selon moi un ou une jeune doté(e) d'une solide culture générale (formation en droit, lettres, sciences politiques, histoire...) complétée par un 3^e cycle en communication. Pour débiter, les diplômés d'un Bac + 5 en communication ont tout intérêt selon moi à s'orienter vers les collectivités de plus de 15 000 habitants. Néanmoins, je trouve que le passage par une commune de 8 000 à 10 000 habitants est très intéressant et formateur car le chargé de communication doit être pluridisciplinaire (à la fois stratège, rédacteur, photographe, gestionnaire...).

Si les techniques de communication sont sensiblement les mêmes dans le secteur public et dans le privé, la matière à appréhender diffère fortement. L'environnement des collectivités locales et du service public en général est très complexe. Outre de réelles capacités rédactionnelles, le chargé de communication territoriale doit bénéficier d'une bonne culture générale, savoir appréhender toutes les politiques de sa collectivité et avoir une grande agilité intellectuelle lui permettant de jongler entre les dossiers de manière réactive. Je ne milite pas pour la constitution d'une filière communication au sein des concours de la fonction publique territoriale, mais je souhaite que soient reconnues les spécificités du métier de communicant public.

L'enquête 2005 de Public(s) souligne la diversité des postes ouverts à l'embauche en 2005 au sein des collectivités. Je considère pour ma part que les services communication n'ont pas forcément besoin de PAOistes, de monteurs, de cameramen... (il tout à fait possible de faire appel à des prestataires spécialisés). La direction de la communication ne doit pas se limiter à une « officine » de fabrication d'outils mais intégrer la dimension de conseils et stratégies à rapprocher aux objectifs inscrits dans le plan de communication global. Ce serait en effet une mauvaise interprétation de la fonction qui l'orienterait uniquement vers un rôle de prestataire.

En cas d'alternance politique au sein de la collectivité, le Dircom doit-il être remplacé ?

Des avis partagés en fonction du statut des dircom



(autour de diplômes spécialisés de haut niveau notamment), se féminise et s'oriente plus vers sa dimension « service public » que vers sa dimension « politique ».

Un métier ouvert

Pour autant, le métier de communicant public est un métier très ouvert. Une majorité de dircom travaillent dans la communication publique depuis relativement peu de temps : entre un an et cinq ans pour 38,4 % des répondants. De même, le poste de chargé de communication en collectivité n'est pas un fauteuil dans lequel on s'installe pour de nombreuses années : 56 %

des répondants sont en poste depuis un an à cinq ans, et 18,2 % depuis moins d'un an. Seuls 8,3 % des dircom occupent leur poste depuis plus de dix ans.

61 % des répondants ont déjà exercé au cours de leur carrière un autre métier que celui de communicant, qu'il s'agisse du journalisme (24 %), de l'enseignement (8 %), d'une fonction de cabinet... 63,2 % des dircom considèrent d'ailleurs que le journalisme est l'un des métiers qui préparent le mieux à la communication territoriale (devant le conseil/études (21,7 %), la permanence politique (18 %) et la création artistique (18 %).

Passerelles

Seuls 29,4 % des répondants ne sont intéressés par aucune autre fonction en collectivité locale. Près de 35 % seraient éventuellement ouverts à une fonction de cabinet, près de 12 % à un poste en marketing et 24,3 % à une fonction au sein d'un autre service administratif (majoritairement la culture, suivi des ressources humaines et de la direction générale des services). Par ailleurs, au cours d'une carrière, les passerelles avec le secteur privé sont fréquentes en amont et en aval d'une première expérience : 41 % des communicants ont déjà exercé leur métier dans le secteur privé (en cabinet ou agence de communication pour 55 % d'entre eux et chez l'annonceur pour près de 40 %). Particulièrement ouverts d'esprit quant aux postes qu'ils peuvent être conduits à assumer et aux secteurs d'activité dans lesquels ils peuvent être amenés à travailler, les communicants publics sont également relativement mobiles géographiquement. S'ils sont 54,6 % à travailler dans leur région d'origine, parmi eux, 71 % se disent prêts à changer de région pour des raisons professionnelles. Par ailleurs, 57,6 % des responsables de communication ont exercé leur métier dans au moins deux départements différents. Enfin, 56,8 % se disent prêts pour des raisons professionnelles à partir travailler dans un autre pays européen. Attention toutefois à ne pas confondre les déclarations et la réalité du métier. La fonction de dircom ne semble pas particulièrement ouverte sur l'Europe ou l'international : 81,6 % des responsables de communication ne pratiquent aucune langue étrangère dans le cadre de leur activité professionnelle.

Quel que soit leur parcours, les responsables de communication des collectivités locales sont dans leur très grande majorité (77,6 %) plutôt optimistes quand ils pensent à leur avenir dans la communication publique. Les candidats à l'embauche au sein des services communication des collectivités locales ont-ils des raisons de partager cet optimisme ? A en croire les déclarations des dircom, le marché de l'emploi dans ce secteur n'est pas particulièrement favorable : 24 % des dircom ont en effet prévu de recruter

POINT DE VUE

Stéphanie Prunier,

Directrice de la communication du CNFPT

« Un métier très ouvert »



Photo Claude Lefebvre

Je crois fermement aux passerelles entre le public et le privé. Les résultats de l'enquête métiers 2005 sur la fonction de dircom territorial confirment cette idée. Les communicants publics sont avant tout des professionnels de la communication qui peuvent exercer leur métier dans le public ou dans le privé (40 % d'entre eux ont déjà travaillé en entreprise, que ce soit chez l'annonceur ou en agence). Par ailleurs, l'enquête souligne que l'on peut avoir le sens du service public sans être fonctionnaire : plus de la moitié des contractuels

travaillent en collectivité notamment par sens du service public. La communication publique est un métier très ouvert qui ne doit pas être enfermé dans un carcan. Ce sont notamment la diversité de leurs expériences et leur mobilité qui font des professionnels de la communication de bons dircom de collectivités locales. Je suis également satisfaite de constater que les dircom ont conscience de l'importance des enjeux européens et sont ouverts sur les pays de l'Union, que ce soit pour partir y exercer leur métier ou pour embaucher un chargé de communication.

au cours de l'année 2005 pour renforcer leurs équipes. Alors que la fonction communication est souvent réduite à un seul responsable, les collectivités de moins de 10 000 habitants ne sont que 8 % à envisager de recruter, alors que près de la moitié des collectivités de plus de 100 000 habitants ont prévu un ou plusieurs recrutements en 2005. Les postes ouverts à l'embauche en 2005 au sein des services communication sont très variés : directeurs adjoints, chargés et assistants de communication, webmasters, rédacteurs en chef, journalistes et chargés d'édition, secrétaires de rédaction, documentalistes, chargés de mission (internet, projets urbains, événementiel...), graphistes, infographistes, maquettistes PAO, secrétaires et assistants, attachés de presse, photographes, monteurs, cameramen, vidéastes...

Conformément à leurs obligations de publicité en cas d'ouverture d'un poste, la moitié des dircom privilégieraient la publication d'une annonce s'ils devaient recruter un chargé de communication. Toutefois, parmi les modes de recrutement privilégiés par les répondants, l'intégration d'un stagiaire arrive en deuxième position (13 % des réponses), devant la promotion d'un agent au sein de la collectivité (9 %), le choix parmi des candidatures spontanées (10 %), le réseau des écoles et des universités (6,6 %) et le recours à un cabinet de recrutement (4,8 %).

La voie royale

S'ils devaient recruter un chargé de communication, 63 % des dircom privilégieraient un candidat ayant suivi une formation en communication (et 39,3 % un candidat spécialisé en communication publique et/ou politique). Les études de journalisme restent toutefois une formation idéale pour un quart des dircom, devant les sciences politiques (10,7 % des réponses).

Les dircom sont-ils tout à fait honnêtes lorsque les trois-quarts d'entre eux (77,4 %) déclarent qu'ils seraient prêts à retenir la candidature d'un ressortissant d'un autre pays de l'Union européenne s'ils étaient amenés à recruter un chargé de communication ? A condition au moins que le candidat soit bilingue...

Si les écoles et les universités sont appréciées de manière équivalente par les dircom, le niveau d'études privilégié par les dircom pour les candidats à l'embauche dépend fortement de la taille de la collectivité. Globalement, le niveau d'études moyen requis pour un poste de chargé de communication est Bac + 3 ou Bac + 4. Toutefois, dans les petites collectivités (moins de 10 000 habitants), la moitié des responsables de communication privilégient les candidats ayant un niveau inférieur ou égal à Bac + 2 alors qu'ils sont seulement 12,3 % à favoriser ce type de profils dans les plus grandes collectivités (plus de 100 000 habitants). *A contrario*, 80 % des dircom de grandes

POINT DE VUE

Dominique Truy,

Directeur général adjoint de la ville de Lorient

« Les compétences métiers des communicants s'affirment »



Photo Josiane Grand-Colas/mairie de Lorient

La communication se professionnalise et devient un vrai métier de la fonction publique territoriale de même qu'une véritable fonction stratégique. La hausse du niveau de formation parmi les jeunes responsables de communication (de même que leur spécialisation croissante en communication) en est le signe évident. Concernant le rattachement hiérarchique des communicants, le vieux débat entre le rattachement

au politique ou à l'administratif est une fausse question. La communication transcende ces clivages ; le dircom doit à la fois être proche de l'administration (pour être en capacité de faire connaître et promouvoir les domaines de compétences et les actions de la collectivité) et s'imposer comme l'interlocuteur privilégié du maire ou du président de la collectivité. D'où un positionnement à part et un rattachement double auprès du politique et de la direction générale des services.

Reconnaissance professionnelle

Contrairement aux nombreux jeunes qui affichent leurs attentes à l'égard d'une filière ou d'une spécialité communication au sein des concours de la FPT, je considère pour ma part qu'un tel système conduirait les communicants dans une impasse, un goulot d'étranglement dont ils auraient ensuite du mal à sortir. Il me semble plus utile pour eux d'entrer en collectivité grâce à des compétences métier, qui leur permettent également d'orienter le cours de leur vie professionnelle vers les autres fonctions publiques voire le secteur privé. L'actualisation du répertoire CNFPT des métiers de la communication territoriale me semble bien plus utile à la profession que la constitution d'une filière. En formalisant les savoir, savoir-faire et les tâches spécifiques à ces métiers (jusqu'à présent trop souvent parasités par le politique), nous contribuons à leur reconnaissance professionnelle.

collectivités donnent la priorité aux candidats titulaires d'un Bac + 4 ou plus contre 33 % des responsables de communication des plus petites collectivités. Ces divergences s'expliquent par le grand décalage entre collectivités en termes de moyens financiers. Si 37 % des dircom de collectivités de plus de 50 000 habitants prévoient un salaire supérieur à 25 000 euros bruts annuels pour un poste de chargé de communication, seules 5,4 % des collectivités de moins de 10 000 habitants et 8,8 % des collectivités de 10 000 à 20 000 habitants sont prêtes à offrir ce niveau de salaires. Au contraire, près du quart des plus petites collectivités ne dépasseraient pas la barre des 15 000 euros annuels pour un chargé de communication. D'une manière générale, le salaire moyen d'un chargé de communication en collectivité reste faible : 46 % des dircom ayant répondu à l'enquête envisageraient de recruter un chargé de communication à un niveau de salaire compris entre 15 000 euros et moins de 20 000 euros annuels. 30 000 euros semble être la limite haute en terme de salaire pour un chargé de communication. ■