

Itw #25

« Face à une situation qui pose un problème de déontologie, chaque communicant a désormais la possibilité de saisir le Comité de pilotage de Cap'Com »

Interview de Florent Bonnetain, Directeur de Cap'Com.

Deux actualités récentes ont mis le monde de la communication publique en émoi : le règlement de compte de la ville d'Hénin-Beaumont (via son magazine municipal) contre le journal *La Voix du Nord* et l'utilisation par la ville de Béziers, en "Une" de son magazine municipal, d'une photo anxiogène qui ne concernait pas le sujet traité dans le magazine. Pourquoi Cap'Com a-t-il décidé de réagir ?

Florent Bonnetain (FB) : Les deux exemples que vous citez n'ont pas mis en émoi que le monde de la communication publique mais beaucoup d'élus et de citoyens. Ils ont d'ailleurs fait grand bruit dans la presse. Cap'Com se devait de réagir car cet émoi est totalement justifié. L'utilisation qui est faite des supports de communication institutionnelle à des fins clairement partisans contrevient aux principes qui fondent le service public de la communication. Car rappelons-le la communication est un service public reconnu par la loi.



Au-delà de ce détournement des moyens de la collectivité au profit du maire en place, le cas de Béziers pose un problème déontologique puisque d'une part le message fait l'objet d'une manipulation au détriment des faits, d'autre part il stigmatise une partie de la population, au détriment d'une conception de l'intérêt général. Dans un contexte où la communication n'a pas bonne presse, pointée comme l'un de maux de la crise civique que nous connaissons, il est important de rappeler que la communication publique ce n'est pas cela. Et que les professionnels qui l'exercent s'appuient sur des principes qui sont ceux du service public. L'enjeu est toujours de renforcer la crédibilité de la parole publique.

Auriez-vous d'autres exemples de dérives éthiques et déontologiques ?

(FB) : Les exemples d'Hénin-Beaumont ou Béziers sont assez caricaturaux et classiques des méthodes de communication du Front national qui construit son message sur le clivage et la provocation. D'autres cas apparaissent ici ou là régulièrement mais ils restent très marginaux. D'autant que la communication des collectivités en période électorale est très encadrée afin d'éviter la confusion des moyens de la collectivité avec ceux des élus-candidats. On constate même généralement un excès de prudence de la part des communicants sur ce point.

La question est en réalité plus subtile. Nous avons conduit un travail lors du Forum Cap'Com de Nancy avec le philosophe Pierre-Henri Tavoillot pour savoir où les communicants se trouvent confrontés à des questions éthiques. Nous avons identifié trois grands domaines : la passation de marchés publics de communication, la production et la diffusion de l'information et le rapport quotidien au politique.

Pour moi, l'une des raisons de ces dérives est le mélange croissant entre communication politique et communication publique. Qu'en pensez-vous ?

(FB) : Il est évident que la frontière ténue entre communication publique et communication politique rend l'exercice difficile. Le rapport entre les deux est un débat permanent qui dure depuis 30 ans que le métier existe. La communication publique a nécessairement une dimension politique, au sens noble du terme. Elle porte un projet, choisi par les citoyens et incarné par les élus, au service d'une collectivité ou d'un territoire. Le nier serait tout aussi dommageable que son contraire car cela ferait de la gestion des collectivités une affaire purement administrative.

Utiliser les moyens de la collectivité à des fins partisans ou électorales est un autre sujet, aujourd'hui plutôt bien maîtrisé et encadré par la loi. Il faut simplement aider les communicants à bien discerner les risques et à savoir refuser une demande pressante d'un élu si elle se présente. Et puis rassurez vous, les dernières élections l'ont montré, ce n'est pas la communication, aussi bonne soit-elle, qui fait l'élection.

Cap'Com a rédigé une charte déontologique en 2002 reposant sur 10 principes. Ne pensez-vous pas que cette charte aurait besoin d'être actualisée afin de l'adapter à la communication digitale ?

(FB) : Lorsque Cap'Com a été créé en 1988, le métier n'existait pas. Il s'est construit progressivement. Il s'est professionnalisé, normalisé. Il a fallu attendre le début des années 2000 pour que le CNFPT reconnaisse la communication comme l'un des métiers de la fonction publique territoriale. C'est dans cette période charnière que les communicants publics ont eu besoin de se doter d'une charte qui à la fois porte les fondamentaux d'un métier spécifique et offre un cadre de référence aux nouveaux professionnels. Ce travail a été conduit par le réseau lors du Forum de Marseille en 2002.

15 ans plus tard, la rédaction semble un peu datée car la communication publique a bien changé - on ne dirait pas les choses de la même manière - mais son esprit reste tout à fait adapté aux questionnements éthiques actuels. Le prochain Forum Cap'Com de décembre se tiendra à nouveau à Marseille, ce sera une occasion particulière de travailler la question même si elle est traitée en permanence dans les travaux du comité de pilotage de Cap'Com.

C'est bien qu'il existe une charte... mais ne faudrait-il pas également que les grands principes soient contraignants, qu'il existe des sanctions en cas de non-respect ?

(FB) : L'éthique doit avant tout être abordée comme une démarche plus qu'à travers des outils. Une charte comme la Charte de Marseille a surtout vocation à donner des repères propres au métier. Il y en a d'autres : les Communicateurs du Québec disposent d'un document très intéressant, la charte des journalistes, qui comporte des éléments tout à fait applicables aux communicants... L'efficacité d'une charte vient de l'utilisation qu'on en fait. Et paradoxalement, à vouloir être trop vertueux dans les intentions, on rend le document caduque dans les faits.

Je ne crois donc pas qu'il faille rendre les principes contraignants. D'abord parce que ceux-ci évoluent avec la société, avec les outils, avec les pratiques. Ensuite parce que l'éthique est d'abord un questionnement individuel autour de principes collectifs. L'essentiel est de pouvoir en parler.

N'oublions pas par ailleurs que les communicants publics sont soumis, comme les autres agents, aux règles déontologiques qui s'imposent aux fonctionnaires et que la loi relative à la déontologie et obligations des fonctionnaires, publiée le 21 avril dernier, est venue les renforcer.


Ne pensez-vous pas, qu'à l'heure du web, de la co-création, de l'économie de la collaboration, il serait possible voire opportun de construire ensemble, avec tous les communicants publics, un texte consensuel sur "la communication publique et la déontologie" ?

(FB) : L'idée est séduisante même s'il existe déjà la Charte de Marseille qui est le fruit d'un travail collectif. Mais on s'aperçoit très vite qu'on n'obtiendra jamais un texte consensuel et exhaustif sur la déontologie du métier. Parce que, comme nous le disons, il existe plusieurs approches de ce que doit être la communication publique. L'écueil serait d'aboutir à un texte vide d'intérêt ou au contraire une somme de déclarations d'intentions que personne ne serait en mesure de respecter. Encore une fois, c'est ce qu'on en fait qui compte. Il existe de nombreux documents, chartes ou textes de lois qui donnent un corpus suffisant. Nous les avons rassemblés dans [un espace « éthique et déontologie » sur le site de Cap'Com](#). Ce qui est essentiel c'est d'en parler. De faire prendre conscience aux étudiants, aux professionnels en postes, aux communicants publics qui viennent du secteur privé, de la spécificité du métier et des situations où ils peuvent être confrontés à un problème de déontologie.

La majeure partie des cas ne sont pas spectaculaires. Cette acuité permet déjà d'éviter beaucoup de situations qui contreviendraient à l'éthique du communicant public. Ensuite, il faut faciliter la parole, car c'est en parlant de ces situations avec ses collègues ou avec d'autres professionnels qu'on résout le plus souvent la question éthique. En ce sens, le Forum Cap'Com est un temps privilégié dans l'année où les communicants peuvent librement parler entre eux des difficultés qu'ils peuvent rencontrer.

Nous avons également mis en place la possibilité pour chacun de saisir le Comité de pilotage de Cap'Com de situations qui posent un problème de déontologie. Sans avoir l'ambition de répondre individuellement comme le ferait un déontologue, il pourra régulièrement faire part à l'ensemble du réseau des risques les plus communément rencontrés ou des risques nouveaux tout en rappelant les principes éthiques qui peuvent être mobilisés pour y répondre.

Interview réalisée par Damien ARNAUD ([@laCOMenchantier](#)) – mai 2016

	<p>Le Cercle vise à faire progresser la #ComPublique et la #ComPol dans le monde francophone. C'est un espace de dialogue, de partage d'expériences et de valorisation de tous.</p> <p>LinkedIn > Cercle des communicants francophones Twitter > @leCCF Facebook > Cercledescommunicants</p>
---	---