

MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR

DIRECTION GÉNÉRALE
DE L'ADMINISTRATION

08 JUL. 1998

NOR INTA 98 00148C

LE MINISTRE DE L'INTÉRIEUR

à

MESDAMES ET MESSIEURS LES PRÉFETS

OBJET : La politique de communication des préfets.

La communication est devenue une tâche essentielle du représentant de l'Etat qui, à l'instar de tout responsable public ou privé, doit répondre au besoin d'information des citoyens, des médias et des relais d'opinion et expliquer les motivations et les conséquences de son action personnelle comme de celle des services placés sous son autorité. Il doit également, comme tout responsable d'une organisation, développer une communication interne ; ce sujet, très important pour la qualité du dialogue social et du management d'une préfecture, fera l'objet d'une instruction particulière.

Les préfectures ont certes mené, depuis plusieurs années, des actions de communication vers l'extérieur, mais leur portée et leur efficacité se sont souvent révélées insuffisantes.

La présente circulaire a pour objet de vous aider à mettre en place les moyens de mieux présenter et éclairer les politiques gouvernementales dans leurs implications locales, mais aussi de faire connaître et d'expliquer vos actions particulièrement dans la mise en oeuvre du projet territorial qui sera élaboré avec l'ensemble des chefs de services déconcentrés de l'Etat. Enfin, il s'agit aussi de préparer vos services à gérer la communication en temps de crise, exercice toujours délicat.

Trois sujets seront abordés :

- le service de communication des préfectures ;
- les formes et les supports de la communication ;
- la revue de presse à adresser au ministère.

* *
*

.../...

I - Le service de communication des préfectures :

Aujourd'hui, la communication ne s'improvise plus. Elle doit revêtir un caractère professionnel.

Pour concevoir et mettre en oeuvre leur communication, il importe que les préfectures disposent d'un véritable service spécialisé. Cela signifie que les rares préfectures qui n'en disposent pas encore, devront s'en doter dans les meilleurs délais.

1- Le service de communication du préfet :

Les caractéristiques de ce service diffèrent, bien entendu, selon la taille de la préfecture. Il peut s'agir d'un seul agent ou, pour les préfectures plus importantes, d'une équipe de communication. Clairement identifiés dans l'organigramme, ces agents aident le préfet à élaborer sa stratégie de communication et à la mettre en oeuvre.

Placé au sein du cabinet, mais en liaison directe avec le préfet, le chargé de communication a un rôle clé à jouer. Pour pouvoir remplir pleinement ses fonctions, il doit bénéficier d'une reconnaissance indispensable, tant en interne qu'à l'égard de l'extérieur (médias, services déconcentrés, collectivités, etc...). Son association à la plupart des réunions stratégiques contribue à assurer son assise.

2 - Le chargé de communication :

Outre l'organisation et le suivi de la communication interne, il assure :

- les relations quotidiennes avec les médias, les revues de presse écrite et audiovisuelle,
- la gestion de la communication en temps de crise,
- les relations publiques (visites ministérielles, accueil de visiteurs, journées portes ouvertes, etc...),
- la communication événementielle (participation à des foires, salons, forums, etc...),
- l'édition (plaquettes, périodiques et supports électroniques).

Par ailleurs, le chargé de communication du préfet l'assiste dans son rôle interministériel en animant, avec le soutien du directeur de cabinet, le groupe des responsables de la communication des services déconcentrés de l'Etat. Ainsi est rationalisé l'usage de l'ensemble des moyens mis en oeuvre par l'Etat, au plan local, pour sa communication.

3 - Le recrutement et la formation du chargé de communication :

Chaque fois que cela est possible, ce poste doit être occupé par un agent du cadre national des préfectures, de catégorie A ou de catégorie B. Il importe que le titulaire du poste soit parfaitement informé des contraintes et exigences de ce type de fonction, notamment en terme de motivation, de compétences, de qualités relationnelles et de disponibilité.

.../...

Des formations, qui peuvent être longues, sont organisées à l'intention des chargés de communication par la direction des personnels, de la formation et de l'action sociale.

J'ai demandé à cette dernière d'étudier les cas particuliers des départements où aucun candidat du cadre national des préfetures ne s'étant manifesté, le recours au recrutement, par contrat, d'un professionnel de cette discipline apparaîtrait nécessaire.

*

II - Les formes et les supports de la communication de l'Etat :

1 - Elaboration de la communication :

Il vous appartient de définir la ligne et le plan de communication de l'Etat dans votre département. Pour être efficace, cette communication doit être cohérente. Elle doit, évidemment, être élaborée avec les chefs de service concernés, mais il vous revient de décider de son opportunité, de son contenu et des modalités de sa mise en oeuvre.

S'agissant des politiques gouvernementales, la lettre du Gouvernement et les informations Intranet ou Internet constituent le socle de votre information. Les circulaires émanant de chaque ministère ou les argumentaires techniques dont disposent les services déconcentrés sont de nature à préciser un aspect particulier de l'action gouvernementale. Mais ils ne doivent pas donner lieu à des communications isolées de la part des services. Si des publications spécialisées paraissent parfois nécessaires, il importe qu'elles vous aient été préalablement présentées et qu'elles s'inscrivent parfaitement dans le plan de communication défini par vous-même.

2 - Les supports :

- la lettre des préfets et des services de l'Etat :

Je souhaite que vous vous interrogiez sur l'utilité et le lectorat de la "lettre du préfet" ou "des services de l'Etat" (cette dernière formule étant préférable) lorsque vous en publiez une.

L'expérience prouve que ce support traditionnel n'a d'intérêt que s'il s'agit d'une lettre à caractère très opérationnel, apportant des informations réellement utiles pour les lecteurs (présentation de nouveaux dispositifs, indication des mouvements de fonctionnaires en ce qu'il s'agit de nouveaux interlocuteurs, présentation d'indicateurs clés, etc...). Cela exclut, sauf exception justifiée, les comptes-rendus de visites, les cérémonies publiques, les remises de décorations, etc... J'ajoute que, compte-tenu des contraintes pesant sur le 37-10, la lettre du préfet doit revêtir une présentation sobre et de faible coût et n'être diffusée qu'aux personnes à qui elle peut-être réellement utile. Une diffusion hors du département est ainsi rarement justifiée.

.../...

- les autres supports :

* plus efficaces qu'une "lettre" à caractère général, d'autres publications peuvent à la fois apporter des informations aux responsables ou au public et donner un éclairage intéressant sur les actions de l'Etat : il s'agit de dossiers thématiques (mode d'emploi des crédits européens, bilan financier annuel des actions de l'Etat dans le département, par exemple) ou de documents appuyant une campagne de communication (sécurité routière, etc...).

* l'usage des nouveaux médias (serveur vocal, Internet) doit être progressivement développé.

En liaison avec la direction générale de l'administration, le SIRP va faire des recommandations techniques aux préfetures pour améliorer le contenu, la forme des supports modernes et veiller à leur nécessaire pertinence et complémentarité.

- ce qu'il faut éviter : je vous invite à faire preuve de la plus grande vigilance face à la recrudescence des démarches effectuées par des officines spécialisées auprès des entreprises afin de vendre des espaces publicitaires destinés à être intégrés dans des ouvrages d'information sur les préfetures. Je vous rappelle, à cet égard, les règles déontologiques qu'a fixées la circulaire du 24 août 1993.

S'agissant des documents à caractère réglementaire comme le recueil des actes administratifs de la préfeture, ou de la lettre du préfet si vous en publiez une, vous ne devez avoir recours à aucune recette publicitaire pour les financer.

Il en est de même pour les agendas des préfetures, dont l'intérêt me paraît très limité, et que je vous demande de ne plus éditer à partir de 1999.

- le point presse :

Le point presse avec les médias locaux constitue un mode de communication indispensable. Je ne vois que des avantages à ce que vous accordiez régulièrement des entretiens à la presse écrite ou audiovisuelle, pour aborder les grands thèmes de l'actualité déclinée au plan local et exprimer la position de l'Etat sur les dossiers les plus sensibles ou les événements locaux importants.

La forme, la périodicité, le contenu sont, bien entendu, laissés à votre appréciation en fonction du contexte local.

Vous devez, en toute hypothèse, chercher à entretenir avec les médias locaux des rapports réguliers fondés, dans toute la mesure du possible, sur la confiance et la transparence. La manière dont ils rendent, ou ne rendent pas compte, de votre action et de celle des services de l'Etat, donne à nos concitoyens une indication sur l'activité de l'administration locale, sa proximité, sa capacité d'écoute, son efficacité. La qualité de cette image, qui englobe la totalité des fonctionnaires placés sous votre autorité, doit constituer pour vous une préoccupation forte.

.../...

III - La revue de presse :

Depuis 1990, vous devez adresser au ministère une revue de presse retraçant votre action et celle de vos collaborateurs. Plusieurs instructions vous ont été données sur cette question mais elles n'ont pas été correctement appliquées.

Je souhaite que, dorénavant vous respectiez les règles suivantes :

1 - Le contexte :

Chacun de vous se trouve, vis à vis des médias, dans une position particulière, fonction de leur nombre et de la place qu'ils accordent aux affaires locales.

C'est pourquoi, afin de pouvoir apprécier la relation de vos actions en tenant compte de ce contexte spécifique, je vous demande d'adresser à la direction générale de l'administration, avant le 31 juillet 1998, une courte note de présentation des différents médias opérant dans votre département : presse régionale, radios locales et correspondants de Radio-France, bureaux régionaux de France-Télévision, agences des chaînes privées. Il ne s'agit pas de constituer un dossier sur chacun d'eux mais de les énumérer et d'indiquer leur influence respective.

2 - Les objectifs de la revue de presse :

La revue de presse doit permettre d'évaluer **votre implication personnelle et celle de vos collaborateurs** dans la mise en oeuvre des principales politiques du Gouvernement ainsi que dans le traitement des dossiers importants de votre département ou de votre région.

Il conviendra donc d'en exclure par principe les articles relatant les cérémonies publiques, les inaugurations et toute manifestation où les membres du corps préfectoral ne jouent qu'un rôle de représentation. En revanche, je souhaite que vous m'adressiez les articles rendant compte des prises ou des fins de fonctions de chaque membre du corps préfectoral ainsi, évidemment, que ceux relatant leurs entretiens avec les médias.

Cette revue ne doit pas comporter d'articles concernant la politique gouvernementale, la presse quotidienne régionale étant dépouillée, chaque jour, au sein de mon Cabinet. Une synthèse des articles peut parfois être utile. Elle trouve sa place dans le rapport trimestriel du préfet ou dans des notes spécifiques. En dehors de ces revues de presse régulières, vous continuerez, naturellement, à adresser à mon cabinet et à la DGA tout article relatif à un sujet sensible.

3 - Périodicité et forme de la revue de presse :

- **périodicité** : je souhaite que vous m'adressiez systématiquement une revue de presse **chaque mois** (et non plus chaque quinzaine). Celle-ci devra me parvenir la dernière semaine du mois en cours. Elle devra être adressée au directeur général de l'administration - cabinet -

.../...

- quantité : votre revue de presse devra comporter **5 à 8 articles au maximum**. Une sélection rigoureuse des articles devra donc être réalisée par vos soins personnels.

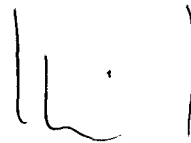
- support : les articles que vous communiquerez pourront être issus aussi bien de la presse écrite que de la presse audiovisuelle. Une fois par an, vous me transmettez deux cassettes retraçant vos principales interventions télévisées et radiophoniques.

* *

*

La présente instruction se substitue aux instructions précédentes, et notamment à celle du 3 février 1995. J'attache beaucoup d'importance à ce que vous veilliez à sa stricte application.

Enfin, je voudrais insister sur l'importance de votre rôle personnel dans l'action de communication. Pour vous aider à le remplir, je souhaite que les préfets bénéficient tous d'une formation adaptée, de même que le plus grand nombre possible de sous-préfets. Le directeur général de l'administration vous donnera prochainement toute précision à cet égard.



Jean-Pierre CHEVENEMENT