

Pierre Zémor : *La communication publique*

Laurent Hermel

---

**Citer ce document / Cite this document :**

Hermel Laurent. Pierre Zémor : *La communication publique* . In: Politiques et management public, vol. 13, n° 2, 1995. 50e numéro. Cahier 1. pp. 152-154;

[https://www.persee.fr/doc/pomap\\_0758-1726\\_1995\\_num\\_13\\_2\\_3264](https://www.persee.fr/doc/pomap_0758-1726_1995_num_13_2_3264)

---

Fichier pdf généré le 22/04/2018

purement organisationnelle du jeu des acteurs à travers l'examen des répartitions de compétences entre les différents niveaux de responsabilité que sont l'Etat, la région et les villes ;

- en second lieu, centrer l'examen des situations nationales, comme le font Mireille PONGY et Guy SAEZ, sur les différents niveaux de responsabilité en matière culturelle d'un pays à l'autre ne favorise pas toujours une claire compréhension des spécificités et des éventuelles convergences des situations régionales. Une comparaison plus nette entre quelques politiques culturelles des régions étudiées aurait enrichi la mise en perspective. Ainsi, il aurait été sans aucun doute très intéressant de procéder à une analyse plus approfondie en terme de politique publique de plusieurs domaines d'action culturelle comme la conservation du patrimoine, la production et diffusion de spectacles vivants, la formation aux pratiques artistiques, etc... ;
- enfin, et de façon plus générale, l'étude se heurte d'une certaine manière au problème méthodologique que pose la différence de taille des quatre collectivités composant l'"échantillon" : comment en effet rapprocher utilement, à budgets si inégaux, des interventions aussi différentes par leurs résultats potentiels en termes de réalisations mais aussi et surtout d'impact ? ...

Il n'en demeure pas moins que la qualité des monographies régionales proposées dans cet ouvrage et leur rapprochement offrent au lecteur la possibilité de découvrir la richesse des expériences régionales européennes. Comme souvent, c'est -une fois de plus- l'analyse de situations contrastées et étrangères qui permet la formulation de nouvelles questions et suscite de nouveaux regards sur celles, plus proches, que l'on peut croire mieux connaître. Le livre de Mireille PONGY et Guy SAEZ retiendra l'attention de nombreux lecteurs, dont les pôles d'intérêt pourront être, selon les cas, l'analyse des politiques publiques, l'action publique en matière culturelle ou le développement des régions en Europe.

**Nathalie GARBOWNIK**  
**Points Clés Management**

221

**Pierre ZÉMOR : LA COMMUNICATION PUBLIQUE**

P.U.F, *Que sais-je ?*, n° 2 940, 1995, 128 p.

**Laurent HERMEL**

Pierre ZÉMOR, le président fondateur de l'association Communication Publique présente dans ce "*Que sais-je ?*" une matière qui au premier abord pourrait paraître simple et bien identifiée : la *communication publique*.

La communication publique est présentée dès le début de l'ouvrage comme "*la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques*".

---

La communication publique est l'ensemble des messages émis par les pouvoirs publics et les services publics qui ont pour objectifs d'améliorer la connaissance civique, de faciliter l'action publique et de garantir le débat politique...

L'analyse de la pratique de la communication publique est organisée autour d'un plan en cinq parties :

- 1/ Le champ de la communication publique ;
- 2/ Les formes de la communication publique ;
- 3/ L'organisation de la communication des services publics ;
- 4/ Les décisions publiques et la communication avec le public ;
- 5/ La communication politique.

Le premier chapitre introduit l'ensemble des idées qui seront abordées dans l'ouvrage.

L'auteur entre directement dans le vif du sujet en précisant le champ de la communication publique et en quelques mots montre la diversité des institutions publiques "émettrices". Il met en garde les organisations publiques et les collectivités locales sur le risque de *cacophonie* des messages. Par ailleurs, l'auteur insiste sur un aspect essentiel de la relation de l'institution publique avec le citoyen récepteur.

Ce chapitre se termine par la présentation des principes généraux de la communication publique pour bien différencier les trois types de communication :

- information et explication,
- promotion et valorisation,
- aide à la discussion et aux débats d'idées avant les prises de décisions.

Le chapitre 2 décrit les formes de communication en montrant la relation entre les types d'objectifs des institutions publiques et le type de communication adaptée à chacun de ces objectifs. Ainsi est présenté un panorama d'actions publiques qui vont de la mise à disposition des données publiques jusqu'à la valorisation des institutions publiques en passant par la relation des services publics avec les utilisateurs. Pierre ZÉMOR montre comment la *fonction accueil* permet d'étendre la communication, souvent associée à la seule publicité, à la communication de proximité assurée par les agents en contact direct avec le public. La *promotion des services* offerts au public qui concernent tout particulièrement les entreprises publiques comme France Télécom, La Poste ou la SNCF... est analysée de façon succincte car elle se rapproche davantage de la communication privée classique. Enfin, les *campagnes d'intérêt général* font l'objet d'un développement important en distinguant la communication civique et les grandes causes sociales.

L'auteur présente de façon très pédagogique, au travers notamment du tableau de synthèse des pages 60-61, le champ de la communication institutionnelle.

Le chapitre 3 permet de voir comment les services publics s'organisent pour réaliser cette communication alors que les fonctions de ce type sont encore peu valorisées dans la fonction publique. L'auteur montre ainsi l'évolution de la fonction communication au départ centrée davantage sur l'aspect instrumental et aujourd'hui davantage associée au processus même du management avec un Directeur de la communication mieux intégré dans les équipes de direction.

Le chapitre 4 souligne un aspect particulier de la communication comme aide aux débats nécessaires à un bon fonctionnement de la vie publique. Une analyse de l'intervention de la communication dans le processus de décision est présentée au travers de plusieurs exemples (décision d'un juge administratif, enquête publique...) et permet au lecteur de voir comment, concrètement, la communication entre les différents acteurs intervient dans une prise de décision qui sera ensuite présentée sous une forme très "*rationnelle*" dans la communication finale.

Le chapitre 5 qui termine le livre cherche à montrer la différence entre *communication publique* et *communication politique*. Il montre également les interférences entre ces deux types de communication qu'il convient de bien analyser et d'avoir constamment à l'esprit.

L'ouvrage de Pierre ZÉMOR est d'une remarquable clarté conceptuelle, bien écrit et il présente toujours à l'appui de ses analyses des exemples ou les références des textes officiels qui sous-tendent son propos. Il trouve parfaitement sa place dans la collection "*Que sais-je ?*" qui se définit comme une encyclopédie. Ce livre permet de clarifier un ensemble de concepts qui sont souvent mal définis et apporte ainsi les éléments d'une réflexion destinés aux non-spécialistes, mais également aux spécialistes, du domaine concerné. En conclusion, nous avons beaucoup aimé ce travail qui apporte en un peu plus d'une centaine de pages une vision panoramique très instructive de la communication publique.

**Laurent HERMEL**  
**La Poste**