

Association des Secrétaires généraux des Parlements francophones
Assemblée générale des 26 et 27 avril 2007

Essai de synthèse sur la communication des Parlements

1. Je rappelle tout d'abord les axes du rapport introductif que j'avais présenté à l'Assemblée générale d'avril 2006 :
 - les objectifs de la communication des parlements: quelle transparence veut-on donner à l'action parlementaire, quelles priorités faut-il définir, quelles sont les contraintes auxquelles il faut faire face, quelle est l'attente de l'opinion...;
 - la publicité traditionnelle des travaux parlementaires: comment elle a évolué et a revu un contenu qui réponde aux objectifs précités, en particulier en ce qui concerne les relations avec la presse et les médias;
 - les technologies nouvelles de l'information: site internet, chaînes de radio-télévision;
 - la participation des citoyens aux travaux parlementaires, l'explication et la formation des différentes catégories de citoyens (en particulier les jeunes);
 - les autres outils d'accueil et de communication, les relations publiques du parlement au quotidien...

Je soulignais aussi que le rôle des secrétaires généraux en la matière mérite aussi d'être analysé et souligné. Ne sont-ils pas, en cette matière comme dans d'autres, appelés à être des "guetteurs" exerçant, à leur niveau, une mission de vigilance indispensable auprès des responsables politiques qui devraient pouvoir compter sur leur prudence et leur esprit critique. Cette prudence et cet esprit critique devant s'harmoniser avec leur implication et leur investissement autant que celui des services qu'ils dirigent dans une politique ou une stratégie de communication dont ils perçoivent la nécessité au quotidien.

2. A partir des rapports présentés par :
 - M. X. Roques, Secrétaire général de la Questure de l'Assemblée nationale française sur « la communication à l'Assemblée nationale »
 - M. François Côté, Secrétaire général de l'Assemblée nationale du Québec sur « Les outils de communication de l'Assemblée nationale »
 - M. Abdeljalil Zerhouni, Secrétaire général de la Chambre des Représentants du Maroc sur « la communication des Assemblées parlementaires – stratégie de communication de la Chambre des représentants du Maroc »
 - M. Claude Frieseisen, Secrétaire général de la Chambre des Députés du Luxembourg sur « Chamber TV, la chaîne parlementaire du Grand-Duché du Luxembourg »

- M. Philippe Cérez, Directeur du service de la communication au Sénat français sur « un exemple de communication institutionnelle – la communication du sénat français », on peut discerner, à travers la diversité et la richesse des expériences des Assemblées concernées, une préoccupation essentielle : les Parlements sont entrés dans l'ère de la communication, plus ou moins rapidement, plus ou moins activement et sont évidemment confrontés à des contraintes d'ordre financier et administratif variables selon les Etats.

La communication n'est sans doute pas un luxe mais est néanmoins une charge qu'il n'est pas aisé d'assumer, vu l'évolution accélérée des technologies, vu la concurrence « médiatique » des autres pouvoirs et singulièrement du pouvoir exécutif, vu aussi la spécificité d'une communication qui doit dans toute la mesure du possible être le reflet du pluralisme interne à un Parlement démocratique.

Mais comme le soulignaient les recommandations de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe en 1997 (Résolution 1142 (1997) 1), l'ouverture des Parlements et la transparence de leurs actions sont « une priorité politique ayant une incidence directe sur le fonctionnement de la démocratie ».

Les parlements, selon leurs moyens, doivent s'inscrire dans cette option démocratique. Les méthodes classiques de communication et les nouvelles technologies de l'information doivent être utilisées dans la meilleure symbiose possible et il est essentiel que les parlements aient la maîtrise de leur communication ; elle ne peut être assurée, en tout cas pour l'essentiel, par d'autres organismes publics ni sous-traitée par des collaborateurs qui peuvent certes utilement contribuer à sa définition et à son développement mais qui ne sont pas habilités à en être les porteurs exclusifs ou quasi-exclusifs.

3. Les concepts de « stratégie de communication » et « de plan de communication » reviennent de plus en plus dans les préoccupations des Assemblées.

Tenant compte effectivement de la spécificité de la communication des Parlements et de moyens disponibles souvent trop limités pour assurer et renforcer celle-ci, il est indispensable que les Assemblées n'agissent pas dans l'improvisation et en réagissant au coup par coup aux événements de la vie politique et parlementaire.

D'où ces instruments que sont la stratégie, le plan de communication qui doivent pouvoir être à la fois cohérents, souples et évolutifs pour permettre aux Assemblées de pallier le déficit d'information et d'image qui les touche ou les menace souvent.

Des instruments qui peuvent être articulés sur des actions qui touchent les différents niveaux et les secteurs d'activité au sein des Assemblées et qui supposent un contrôle interne et une évolution périodique de la part des instances responsables au sein des Parlements, pour améliorer régulièrement la qualité et l'objectivité de l'information diffusée et viser une réelle transparence de celle-ci.

4. L'importance des nouvelles technologies de l'information et en particulier les sites internet, n'est plus à souligner. Les sites web, les technologies internet interactives sont une chance pour les Parlements qui doivent cependant veiller à en rationaliser l'utilisation et à ne pas en exagérer la portée et les résultats.

Il est plus que souhaitable que la perspective interparlementaire, dans la mise en œuvre de cet outil de communication, soit pleinement intégrée dans les réalisations de chaque Assemblée.

L'existence de relais parlementaires unanimes sur le web est, pour l'espace francophone international, une priorité et le travail entamé par l'A.P.F. mérite d'être souligné et d'être développé avec la collaboration active des différents Parlements partenaires (comme le fait l'Union interparlementaire).

5. La communication externe des Assemblées doit pouvoir s'appuyer sur une communication interne bien structurée en leur sein.

A cet égard, les services de la communication doivent en tous cas être suffisamment proches, sinon associés aux services de l'informatique et des technologies nouvelles voire des relations extérieures et internationales....Chaque Assemblée a sans doute une approche spécifique de l'organigramme de ses services mais celui-ci doit pouvoir réserver à la communication une place significative et une autonomie suffisante sans négliger toutefois la nécessité d'un lien suffisamment constant et établi avec l'autorité hiérarchique tant politique qu'administrative et en particulier le Secrétariat général qui doit jouer un rôle régulateur dans un domaine souvent délicat. N'oublions pas que l'information est un pouvoir aux mains de ceux qui la détiennent et la diffusent. Et cela est vrai aussi dans la vie d'une Assemblée parlementaire

6. La problématique des chaînes parlementaires est complexe. La création de celles-ci n'est pas à la portée de tous les Parlements et là où elles ont pu ou pourraient être créées, il y a lieu de veiller à ce que l'indépendance éditoriale nécessaire soit sauvegardée mais en même temps à ce que la chaîne remplisse réellement sa mission de service public au service de l'Assemblée.

L'extension de la programmation définie et assurée par le groupe chargé du fonctionnement de la chaîne peut poser problème. Les obligations de la chaîne vis-à-vis de l'Assemblée comme du public doivent au moins être précisées sinon par le législateur au moins par une convention entre elle et la ou les Assemblées qui en assurent de surcroît le financement.

La question du plus ou du moins est posée en la matière. La chaîne doit-elle être une simple chaîne de diffusion ou sa mission s'étend-elle au-delà avec les implications et les risques que cela peut entraîner ?

Christian DAUBIE
Secrétaire général