

Relations publiques de la Confédération

**Rapport du Contrôle parlementaire de l'administration
à l'intention de la Commission de gestion du Conseil national**

du 3 mai 2019

Quelques points sélectionnés



2050

communiqués de presse
ont été publiés par la
Confédération en 2018



78,6

millions de francs : **coûts**
totaux des relations
publiques de la
Confédération en 2017



44%

des journalistes sondés
rencontrent des **obstacles à**
l'obtention d'informations
auprès de l'administration
fédérale



Coordination

La Chancellerie fédérale est responsable des relations publiques du Conseil fédéral et assure la coordination entre les départements.



Autonomie

Les départements gèrent leurs propres activités de relations publiques.



Coûts

Les coûts des relations publiques font l'objet d'un chapitre distinct dans les comptes d'État.

L'essentiel en bref

Les relations publiques de la Confédération sont globalement adéquates. Conforme aux bases légales, la communication est, dans l'ensemble, appropriée. Toutefois, des lacunes ont été constatées en matière de précision des directives, de coordination interdépartementale et de transparence des coûts.

Le Conseil fédéral et l'administration fédérale ont pour tâche d'assurer l'information de l'Assemblée fédérale, des cantons et du public (art. 10 de la loi sur l'organisation du gouvernement et de l'administration). En janvier 2017, les Commissions de gestion des Chambres fédérales (CdG) ont chargé le Contrôle parlementaire de l'administration (CPA) de procéder à une évaluation de la manière dont la Confédération effectue ses tâches de relations publiques.

À sa séance du 6 juillet 2017, la sous-commission compétente de la CdG du Conseil national (CdG-N), à savoir la sous-commission DFI/DETEC, a décidé que l'évaluation devait porter sur tous les départements fédéraux ainsi que sur la question des coûts et des externalisations. L'évaluation se focalise sur les activités de communication courantes de la Confédération. Par contre, elle ne porte pas sur les campagnes ou les informations liées aux votations ni sur la communication en situation extraordinaire.

Pour réaliser son évaluation, le CPA a mené près de trente entretiens, notamment avec les responsables des services d'information et de communication de tous les départements, de la Chancellerie fédérale, d'une sélection d'offices ainsi que des journalistes et des spécialistes de la communication. De plus, le bureau d'étude Evaluanda a été chargé de mener une enquête par questionnaire diffusée auprès des correspondants des médias couvrant les actualités de la Confédération. Enfin, le CPA a analysé la documentation pertinente, en particulier celle portant sur les directives et les coûts des relations publiques de l'administration fédérale.

Une communication cohérente malgré des directives hétéroclites et une coordination minimale

Les directives édictées au sein de l'administration fédérale sont caractérisées par une forte diversité et un niveau de précision variable. Les lignes directrices édictées par la Chancellerie fédérale sont globalement adéquates. Elles contiennent les informations minimales quant à l'organisation et à la répartition des compétences et ont pour objectif explicite la production d'une information de qualité. En revanche, les départements et les offices examinés ne disposent pas tous de directives suffisantes pour garantir que leurs activités de relations publiques soient cohérentes. L'hétérogénéité des directives reflète notamment le fait que l'organisation des activités de communication est très différenciée d'une unité organisationnelle à l'autre. Généralement, lorsque les directives d'un département sont précises, celles des offices le sont moins et inversement. L'appréciation concomitante des directives de ces deux niveaux révèle donc néanmoins une certaine complémentarité.

La Chancellerie fédérale est responsable de la coordination des activités d'information et de communication de l'administration fédérale. Ce rôle implique de

trouver un certain équilibre entre veiller à ce que l'information communiquée par l'administration fédérale soit conforme aux décisions du Conseil fédéral et respecter l'autonomie des départements. La présente évaluation pointe du doigt des limites en matière de collaboration entre les départements, telles que la mise en commun de certaines compétences, notamment dans le domaine audiovisuel, ou l'échange de bonnes pratiques.

Malgré une grande diversité des directives et de l'organisation ainsi qu'une coordination d'ensemble minimale, l'information publiée par l'administration fédérale est jugée par les correspondants des médias couvrant les actualités de la Confédération comme étant cohérente et de qualité.

Des coûts moyennement transparents

Les coûts déclarés des relations publiques de la Confédération n'ont pas augmenté depuis 2010 ; ils sont restés stables soit d'environ 80 millions de francs par an. Toutefois, l'enregistrement de ces coûts n'est pas uniforme. En outre, le Centre des médias électroniques, au sein du Département fédéral de la défense, de la protection de la population et des sports, consacre une importante part de ses activités à la communication, mais il n'a pas été comptabilisé en tant que tel jusqu'à la présente évaluation, entraînant une sous-estimation importante des dépenses en relations publiques.

Des produits adéquats mais un accès compliqué à l'information

Parmi les publics cibles de la communication de la Confédération, l'un des principaux sont les médias. De manière générale, ces derniers considèrent que les produits de communication publiés par l'administration fédérale répondent à leurs besoins. En revanche, l'évaluation est plus critique envers l'usage et les contenus des médias sociaux. En outre, l'accès à l'information se heurte à certains obstacles. Il est par exemple fait mention des délais de réponse de certains services et de la difficulté à s'entretenir avec des spécialistes thématiques. Du point de vue de l'administration fédérale, cet accès limité aux collaborateurs compétents s'explique par la nécessité de garantir des informations de qualité ainsi qu'une communication univoque et cohérente.