Chambre régionale des comptes
Auvergne-Rhône-Alpes

RAPPORT D'OBSERVATIONS DÉFINITIVES

DÉPARTEMENT DE LA HAUTE-SAVOIE – ENQUÊTE COMMUNICATION

(Département de la Haute-Savoie)

Exercices 2019 et suivants

Synthèse

Avril 2024

124-126 boulevard Vivier Merle - CS 23624 - 69503 LYON cedex 03 - T +33 4 72 60 12 12 - auvergnerhonealpes@ccomptes.fr

AVERTISSEMENT

Cette synthèse est destinée à faciliter la lecture et l'utilisation du rapport d'observations définitives de la chambre régionale des comptes, délibérées le 22 janvier 2024.

Seul le rapport engage la chambre.

La réponse au rapport est publiée à la suite du rapport, dans l'espace réservé

SYNTHÈSE

Des objectifs clairs assignés à la communication institutionnelle, mais une évaluation insuffisante de son impact

Pendant toute la période sous revue, les objectifs assignés à la communication du département de la Haute-Savoie partent du postulat que l'institution, ses missions et ses actions sont insuffisamment connues par les habitants, contribuables et usagers des services publics. L'objectif de la communication portée par le département est donc avant tout de les informer de ses politiques. Sur ce point, le changement d'exécutif en 2021 s'inscrit dans la continuité, avec toutefois une demande de visibilité accrue.

Si la stratégie de communication est bien établie, il n'existe pas en revanche de plans de communication annuels formalisés qui en seraient la déclinaison opérationnelle, en termes d'outils, d'actions à mettre en place et de budgets alloués. Ces plans, qui viendraient renforcer l'information des élus comme des citoyens, permettraient par ailleurs d'améliorer la programmation financière et les procédures d'achat.

Bien qu'il dispose de plusieurs outils de mesure de sa politique de communication, le département n'est pas en mesure de savoir si elle a atteint ses objectifs, à savoir assurer une meilleure connaissance de l'institution par les citoyens. Aucune enquête n'a par ailleurs été réalisée auprès de la population.

La communication événementielle, axe majeur de visibilité du département

Le département s'appuie sur une large palette d'outils, qui couvre notamment les supports papier, avec, comme vecteur principal, le Haute-Savoie Magazine (420 k€ en 2022), mais également le digital ou les médias.

La communication événementielle constitue l'axe majeur de sa communication, tant en termes d'actions que de coûts. Le département a ainsi subventionné de nombreux événements culturels, sportifs ou institutionnels à hauteur de 974 k€ en 2022. Les achats de supports de visibilité, d'objets promotionnels, de places et les activations événementielles viennent en compléter le coût et représentent 802 k€.

Cet axe de communication a été renforcé avec la volonté du nouvel exécutif d'exécutif d'accueillir de nouveaux événements. L'impact financier de ces décisions n'est encore que partiellement visible dans le budget du département. Il sera plus significatif à compter de 2023 et principalement avec l'accueil du championnat du monde de cyclisme UCI en 2027.

Un poids financier des dépenses de communication relativement stable, inférieur à 5 € par habitant

Le coût complet de la communication du département comprend les dépenses portées par la direction de la communication, celles des autres directions au titre d'actions de communication, ainsi que des charges de personnel.

À cet égard, les subventions versées pour des manifestations sportives, culturelles ou agricoles par d'autres directions que la communication, traduisent un soutien à une politique publique donnée, mais comprennent également des contreparties plus ou moins importantes en termes de visibilité de la collectivité départementale, ce qui rend complexe leur prise en compte dans les dépenses consacrées à la communication.

Pour l'année 2022, le coût complet est de 4 232 k€ si l'on tient compte de ces subventions, contre 3 364 k€ si elles sont exclues.

Tableau n° 1 : Dépenses de communication externe – en k€

Dépenses de communication	2019	2020	2021	2022	Évolution 2019/2022
Y compris subventions autres directions	**4 226**	**3 661**	**3 907**	**4 232**	**0,14 %**
En % des dépenses réelles de fonctionnement	0,65 %	0,55 %	0,56 %	0,54 %	
En euros par habitant	5,12	4,38	4,63	4,96	- 3,1 %
Hors subventions autres directions	**3 727**	**3 266**	**3 341**	**3 364**	**- 9,74 %**
En % des dépenses réelles de fonctionnement	0,58 %	0,49 %	0,48 %	0,43 %	
En euros par habitant	4,51	3,91	3,96	3,94	- 12,6 %
Dépenses de personnel	1 042	1 128	1 167	1 122	7,7 %
Prestataires externes	2 381	1 967	1 915	2 121	- 10,9 %
Subventions direction communication	289	158	250	106	- 63,3 %
Subventions autres directions	499	395	566	868	73,9 %
Dépenses d'investissement	15	13	9	15	-

Source : Conseil départemental de la Haute-Savoie – retraitement CRC

Des irrégularités dans l'application des règles de la commande publique et dans les procédures de recrutement

Les achats réalisés auprès de prestataires représentent près des deux tiers des dépenses de communication externe du département (hors subventions versées par les autres directions).

Les contrôles par échantillon effectués dans le cadre la présente enquête ont mis en lumière des pratiques de nature à limiter la concurrence, telles que l'insuffisance des délais accordés pour présenter une offre, l'absence contestable de publicité et de mise en concurrence ou encore des pratiques conduisant à la fausser (modification ou pondération des critères de notation des offres en cours de procédures, procédures successives lancées sur la base de documents de consultation identiques). En outre, pour certains segments d'achat tels que la création et l'animation de stands évènementiels ou encore le conseil en stratégie, l'attribution des marchés concerne un nombre restreint d'opérateurs. Par ailleurs, l'attribution du marché d'évaluation de la communication en 2021, est entachée de nombres anomalies, négligences et irrégularités.

Enfin, au regard des irrégularités relevées dans le recrutement des nombreux agents non-titulaires de la direction de la communication, la chambre recommande au département d'adopter une délibération autorisant de façon motivée le recrutement d'agents contractuels, systématiquement et antérieurement au recrutement effectif de ces agents et d'assurer une publication systématique, suffisante et préalable des vacances d'emploi.

RECOMMANDATIONS

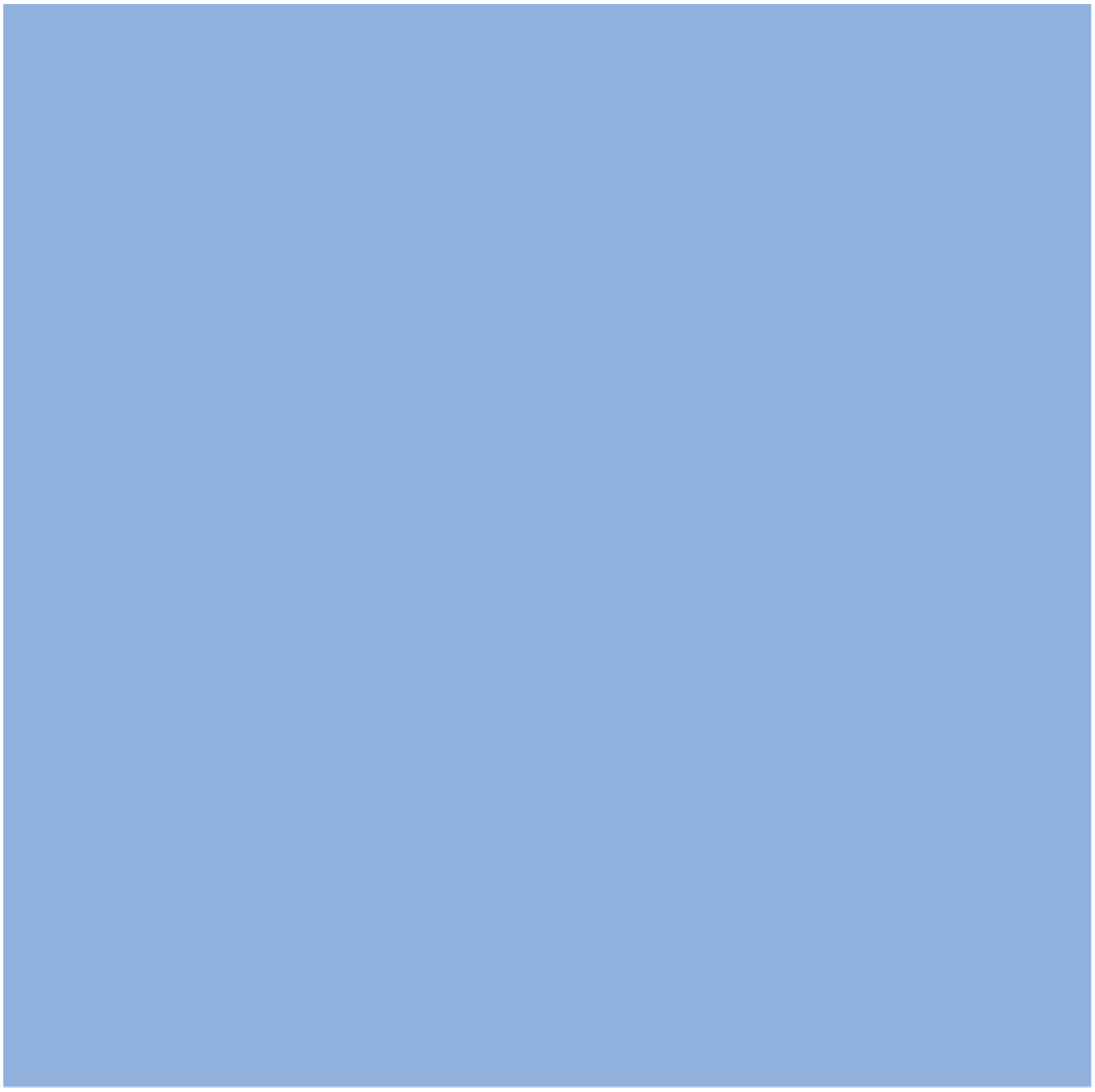
Recommandation n° 1 : Formaliser le plan de communication annuel.

Recommandation n° 2 : Adopter les délibérations autorisant et motivant le recrutement d'agents contractuels, systématiquement et antérieurement au recrutement effectif de ces agents, et assurer une publication systématique, suffisante et antérieure des vacances d'emploi.

Recommandation n° 3 : Classer les dépenses de personnel dédiées à la communication à la fonction 023 « Information, communication, publicité ».

Recommandation n° 4 : Compléter l'arrêté de création de la régie d'avance de la communication par la liste des dépenses autorisées.

Recommandation n° 5 : Appliquer systématiquement les règles de passation de la commande publique dans les marchés de communication.



Chambre régionale des comptes Auvergne-Rhône-Alpes
124-126 boulevard Vivier Merle
CS 23624
69503 Lyon Cedex 03

auvergnerhonealpes@crtc.ccomptes.fr