



# RAPPORT D'OBSERVATIONS DÉFINITIVES

## DÉPARTEMENT DU PUY-DE-DÔME

Enquête régionale :  
La communication des collectivités territoriales  
Exercices 2018 et suivants

Synthèse  
Mai 2024

## **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 15 janvier 2024.

Seul le rapport engage la chambre.

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

## SYNTHÈSE

*Le contrôle des comptes et de la gestion du département du Puy-de-Dôme au titre des exercices 2018 et suivants s'inscrit dans le cadre d'une enquête régionale de la chambre portant sur la communication externe des collectivités locales, et dont l'objectif est de mieux appréhender les aspects organisationnels et pratiques de cette fonction ainsi que les dépenses afférentes.*

*Au 1<sup>er</sup> janvier 2023, la population légale du département du Puy-de-Dôme est de 661 852 habitants. Pour répondre à leurs besoins, le département emploie 2 558 agents et gère un budget (dépenses réelles) de l'ordre de 625 M€ en fonctionnement et de 137 M€ en investissement.*

*La fonction « communication » est une composante à part entière des fonctions supports du département. Elle participe à la mise en œuvre de ses compétences obligatoires ou facultatives en informant les citoyens sur les décisions, actions et droits ouverts.*

***La communication externe du département est assurée par différents acteurs, sans clarification de leurs rôles respectifs ni définition d'une stratégie transversale***

*La création d'une direction de la communication regroupant 18 agents et rattachée hiérarchiquement au directeur général des services est récente. Elle fait suite au changement de l'exécutif départemental intervenu au 1<sup>er</sup> juillet 2021. Cette nouvelle organisation met fin au rattachement irrégulier de la fonction communication au cabinet du précédent président, sous la responsabilité d'une collaboratrice de cabinet, fonction à laquelle étaient aussi irrégulièrement rattachés les secours d'urgence.*

*Pour autant, la création de la nouvelle direction n'a pas remis en cause la présence de 19 autres agents en charge de la communication externe affectés auprès des pôles métiers ou du cabinet. En 2022, ces agents non rattachés à la direction de la communication ont représenté 45 % (soit 0,7 M€) des charges de personnels exerçant des missions de communication externe.*

*Or à ce jour, aucun document ne formalise les relations entre ces différents acteurs de la communication externe. Au-delà de certains plans thématiques / sectoriels de communication, le département n'a pas formalisé une feuille de route ou une stratégie globale de sa communication externe. Les achats en matière de communication ne sont pas coordonnés entre les services prescripteurs, de même que les actions de communication (absence d'une vision panoramique sur « qui fait quoi », « quand » et « comment »). Au vu de ces constats, la chambre recommande une clarification des rôles et des liens entre l'ensemble des acteurs contribuant à la communication du département, ainsi que la mise en place d'un comité de pilotage chargé de proposer et suivre les orientations stratégiques en la matière. La chambre invite aussi le département à un respect plus rigoureux du code de la commande publique, notamment en matière de recensement des besoins en prestations dites homogènes afin d'éviter les achats hors marché, sans publicité ni mise en concurrence.*

***Le périmètre budgétaire de la fonction communication nécessite un effort de fiabilisation pour la bonne information des élus et des citoyens***

*Les informations présentées dans les documents budgétaires annuels du département au titre de la fonction 022 « information, communication, publicité » ne reflètent pas l'ensemble des postes de dépenses concernés. En effet, les dépenses d'investissement ainsi que les rémunérations des chargés de communication ne relevant pas de la direction de la communication n'y sont pas reportées. L'estimation opérée par chambre des charges de fonctionnement relatives à la fonction communication montre leur stabilisation autour de 3 M€ par an entre 2018 et 2021, sous la précédente mandature.*

*Le changement de l'équipe en responsabilité marque une rupture de la tendance observée avec une nette hausse de ces charges qui atteignent 4 M€ en 2022, soit + 33 %. Si l'inflation (5,2 % en 2022) a contribué à cette augmentation, elle n'en est pas le facteur déterminant. La principale explication réside dans les nouvelles prestations de communication achetées par le nouvel exécutif : conception et présentation du plan stratégique départemental dénommé « horizon 2023 », nouveau logo départemental, spots radios et autres supports de communication, etc. Pour autant, rapportées au nombre de puydômois et au budget du département, les dépenses de communication n'ont représenté que 6 € et 0,7 % du total des dépenses de fonctionnement en 2022.*

**Tableau n° 1 : Évolution des dépenses de communication du département**

	2018	2019	2020	2021	2022
Montant des dépenses communication en M€	3,3	3,2	2,6	3	4,1
= En % dépenses de réelles fonctionnement	0,6	0,5	0,5	0,5	0,7
= En € par habitant (population légale)	5,1	4,9	4,1	4,6	6,3

***Les vecteurs de communication utilisés par le département sont divers et variés***

*Le panorama des actions et supports de communication externe utilisés par le département du Puy-de-Dôme confirme la coexistence de vecteurs de communication traditionnels et le développement récent des supports numériques sur les réseaux sociaux.*

*Parmi les publications relevant d'une communication traditionnelle, le principal vecteur demeure le magazine départemental « Puy-de-Dôme en Mouvement » édité à plus de 350 000 exemplaires, ce qui représente un peu plus d'un puydômois sur deux.*

*Afin de mieux rendre compte de l'action du département, la chambre lui recommande de reprendre l'édition annuelle d'un rapport d'activité, exercice abandonné après la crise sanitaire de 2019.*

*Au cours de la période contrôlée, la communication événementielle a été dominée par l'inscription de la Chaîne des Puys au patrimoine mondial de l'Unesco. La chambre constate que sur la période 2018-2022, les dépenses de communication afférentes ont représenté 0,9 M€, soit 9 % des dépenses totales de communication externe du département. Le département étant à l'origine de cette distinction obtenue en 2018, la chambre l'invite à suivre et mesurer les divers effets liés à cette inscription afin d'en informer les puydômois.*

## RECOMMANDATIONS

**Recommandation n° 1.** Clarifier le rôle ainsi que les liens hiérarchiques et fonctionnels entre les différents acteurs en charge de la communication externe du département (direction de la communication, cabinet, pôles métiers) en élaborant un guide précisant « *qui fait quoi* ».

**Recommandation n° 2.** Formaliser la stratégie de communication du département et la présenter à l'assemblée délibérante.

**Recommandation n° 3.** Reprendre la diffusion d'un rapport annuel d'activité comportant, entre autres, le bilan de la fonction communication.

**Recommandation n° 4.** : Élaborer un plan d'actions afin de mettre en conformité les achats de prestations de communication avec les règles de la commande publique.

**Recommandation n° 5.** Fiabiliser le périmètre budgétaire de la fonction communication présenté à l'assemblée délibérante en y rattachant exhaustivement l'ensemble des dépenses, notamment d'investissement et de personnels.



**Chambre régionale des comptes Auvergne-Rhône-Alpes**

124-126 boulevard Vivier Merle

CS 23624

69503 LYON Cedex 03

[auvergnerhonealpes@crtc.ccomptes.fr](mailto:auvergnerhonealpes@crtc.ccomptes.fr)

<https://www.ccomptes.fr/fr/crc-auvergne-rhone-alpes>