

**LA FONCTION
COMMUNICATION
DES COMMUNAUTÉS
DE COMMUNES
EN PLEIN ESSOR**

Rapport intégral de l'enquête 2023

Clés de lecture



Communautés de communes



Autres intercommunalités plus importantes (communautés d'agglomération, urbaines, métropoles)



Variations par rapport à la vague 2019

Les pictogrammes ci-dessous indiqueront les différences significatives tout au long du rapport :



Différences significativement **supérieures** ou **inférieures** à la moyenne des résultats.
Comparaison entre les CC et CA+



Élus et services : Président-e de la communauté / DGS - SG - DGA / Directeur·trice de cabinet

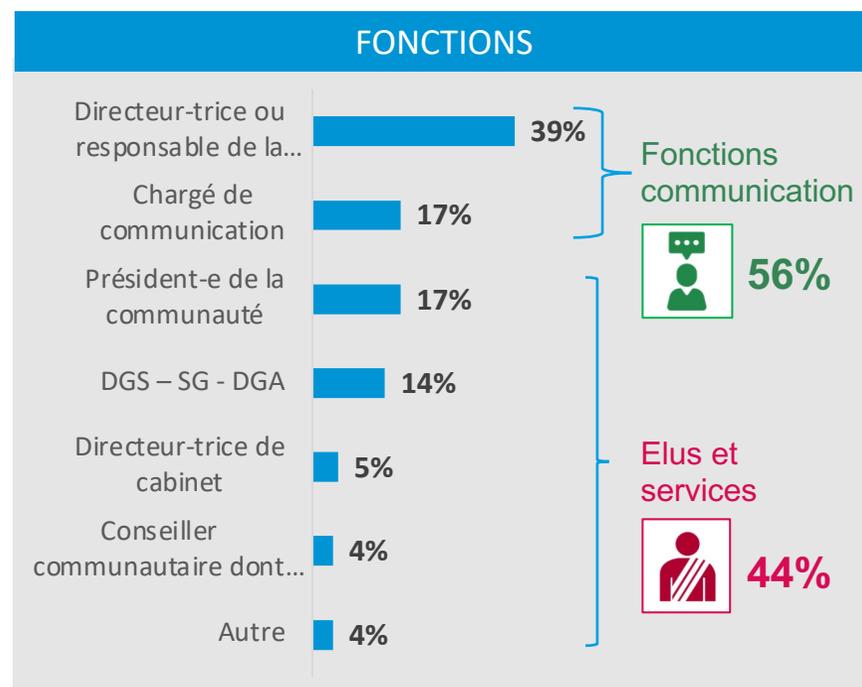
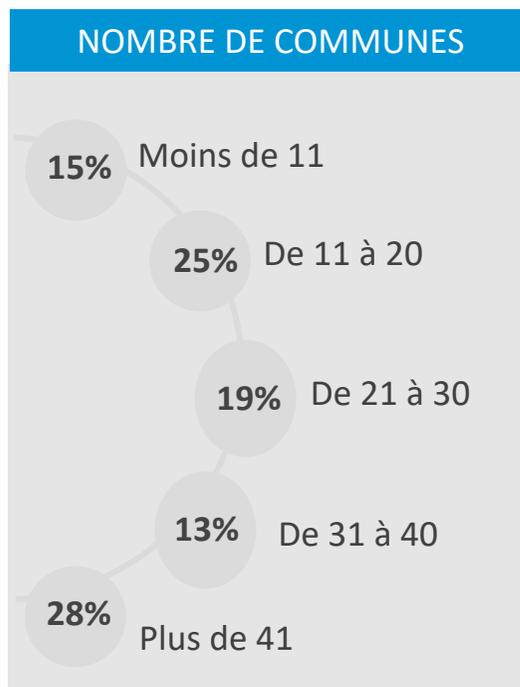
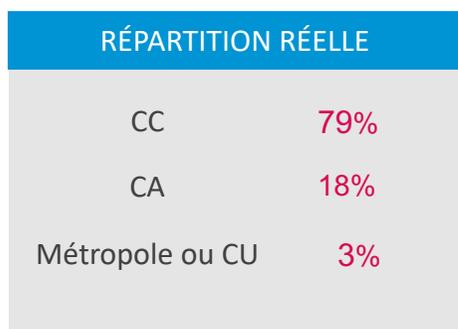
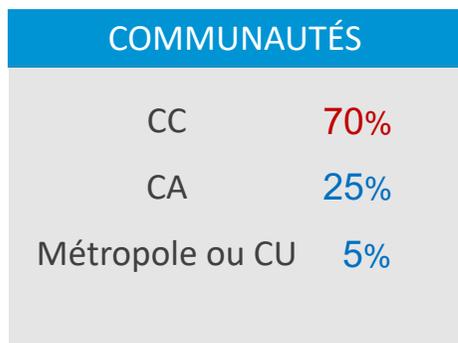


Fonctions communication : Directeur·trice ou responsable de la communication /
Chargé-e de communication

Dans cette présentation

>	Profil des répondants	4
1	Moyens dédiés à la communication	6
2	Outils et actions	13
3	Relations entre les communications communautaire et municipale	17
4	Les cibles de la communication	23
5	Perspectives et enjeux de la communication intercommunale	28

Profil des répondants (1/2)



→ Ce rapport présentera en miroir les résultats des communautés de communes (CC) avec ceux des communautés d'agglomération, urbaine ou métropole (CA+)

CC 70 % (2023) vs. 68% (2019) **CA+** 30 % (2023) vs. 32% (2019)

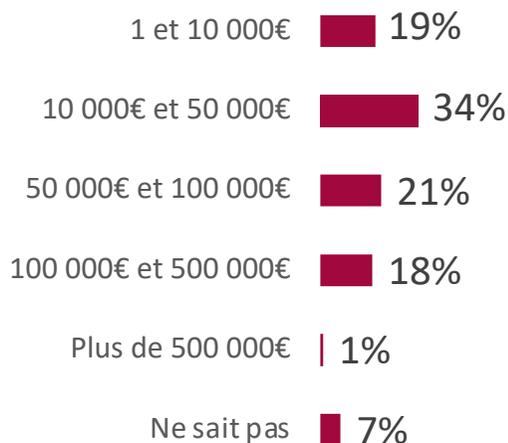
Profil des répondants (2/2)

- Le budget de communication de votre intercommunalité se situe entre ?

Question à choix unique / Base : 221 répondants



Base : 155 répondants

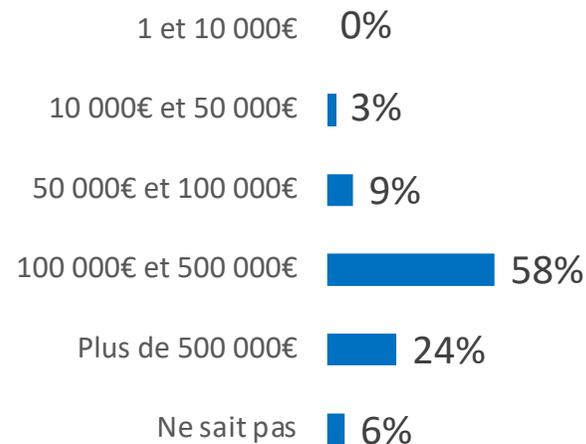


Budget moyen* : **79 340,3 €**

Budget moyen 2019* : **63 673,5 €**



Base : 66 répondants



Budget moyen* : **290 322,6 €**

Budget moyen 2019* : **288 571,4 €**

*Estimation à partir du centre de chaque tranche budgétaire

1

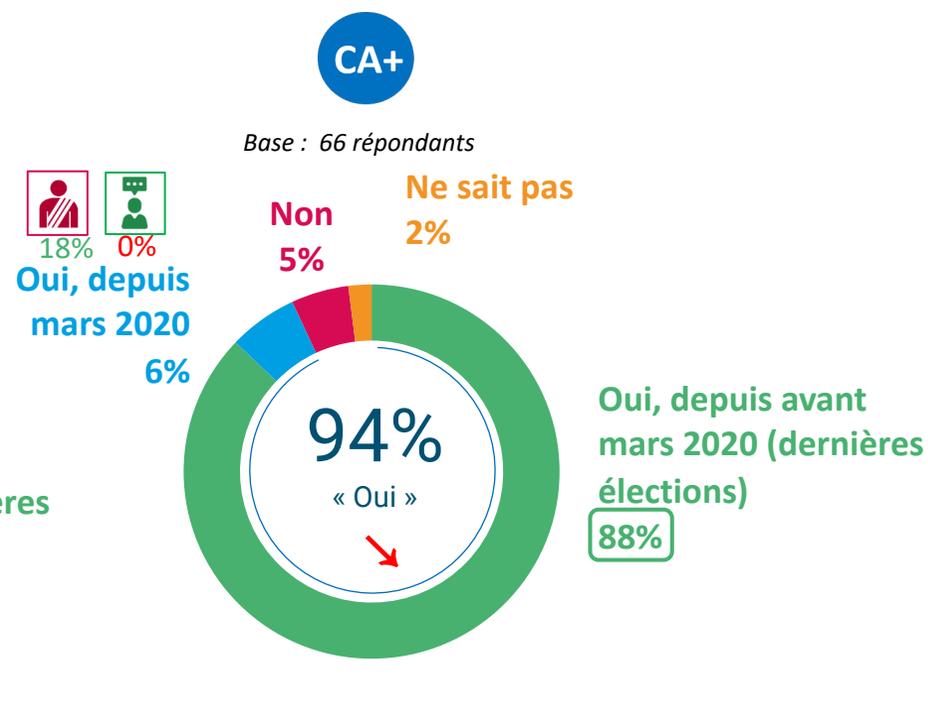
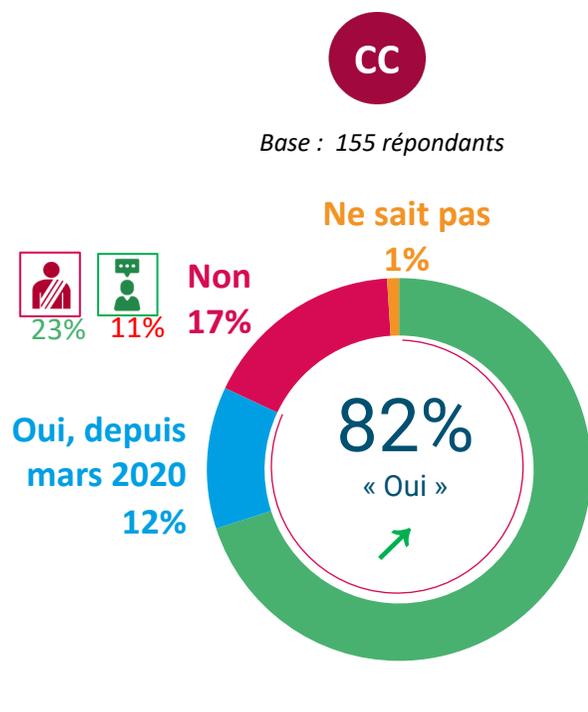
Moyens dédiés à la communication



Le nombre de services communication en hausse dans les CC (+6 pts), et qui reste à un niveau très élevé dans les CA+ (-3 pts).

- Existe-t-il une Direction ou un Service de communication intercommunal ?

Question à choix unique – Base : 221 répondants



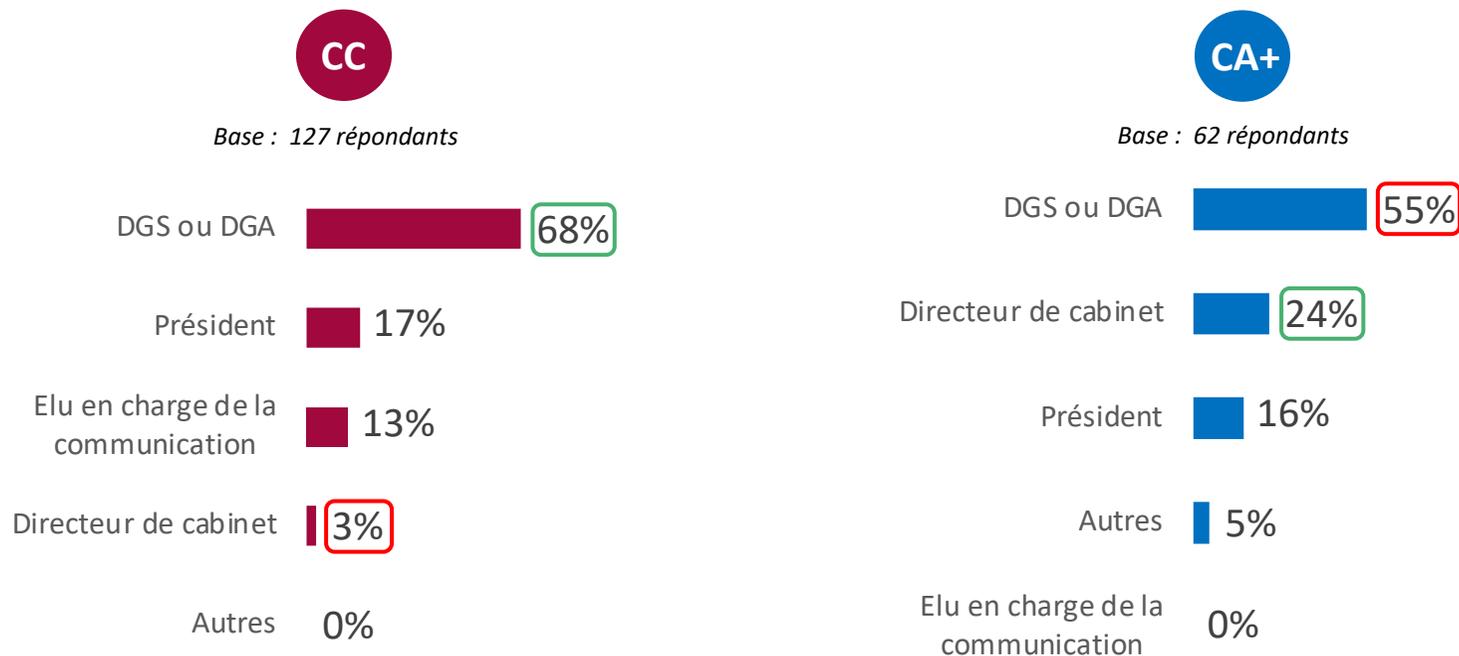
CC 76% (2019) ; 65% (2015)
 « Oui, depuis moins de 5 ans et Oui, depuis plus de 5 ans »

CA+ 97% (2019) ; 100% (2015)
 « Oui, depuis moins de 5 ans et Oui, depuis plus de 5 ans »

Des services de communication majoritairement sous la responsabilité du DGS ou du Président.

- Le service de communication est placé sous l'autorité hiérarchique du :

Question à choix unique | Base : 189 répondants, qui déclarent l'existence d'un service de communication

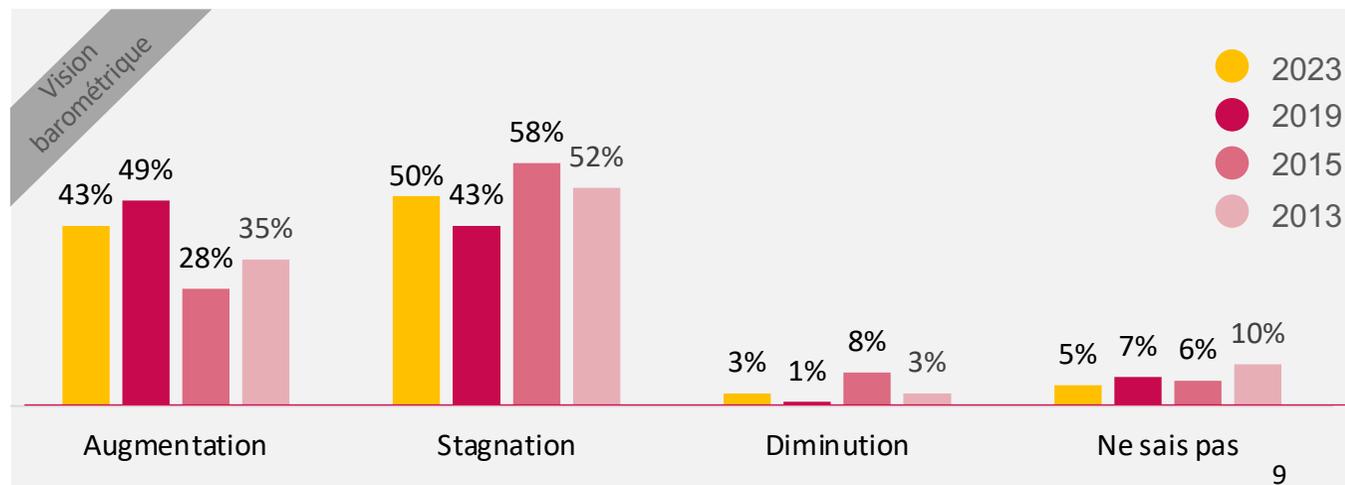
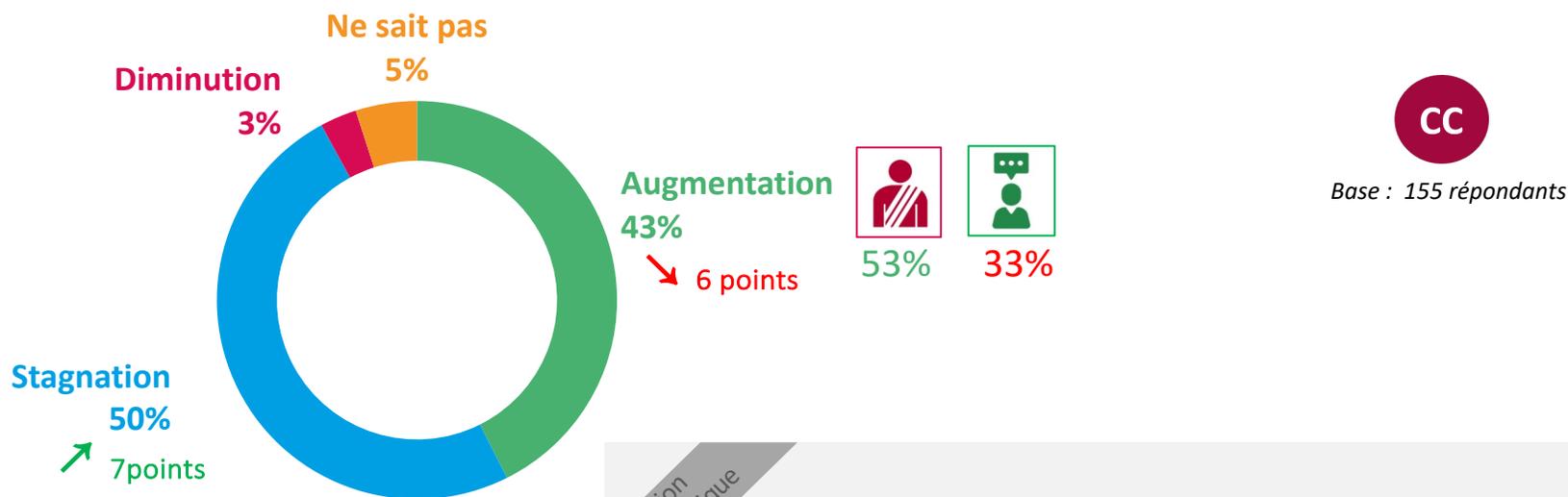


- Cette année nous avons fait le choix de passer la question en choix unique.
- Question à choix multiple en 2019 et 2015 : pas de comparaison possible.

L'évolution des budgets communication à 2 ans se consolide pour les CC avec 93% de maintien ou d'augmentation... (1/2)

- Selon vous, quelle sera la tendance d'évolution du budget communication de votre intercommunalité dans les 2 ans à venir ?

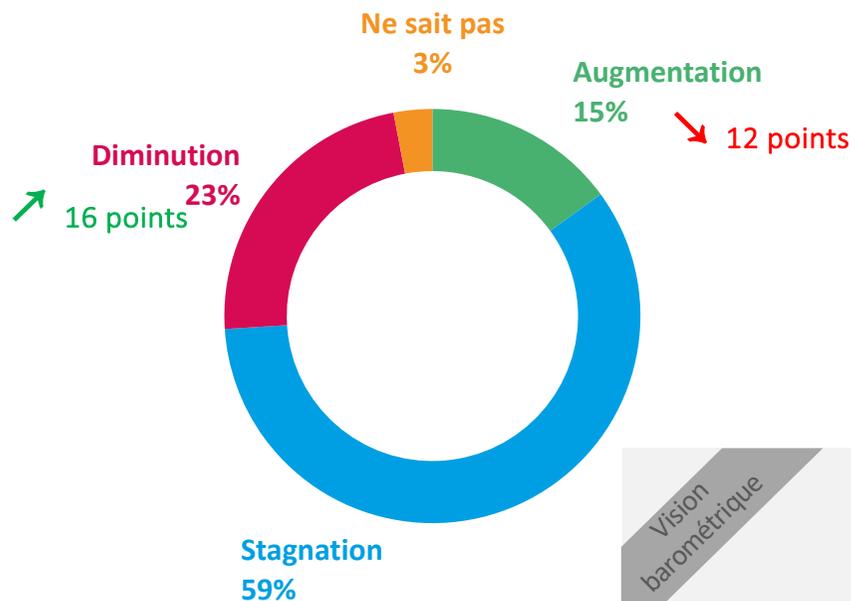
Question à choix unique



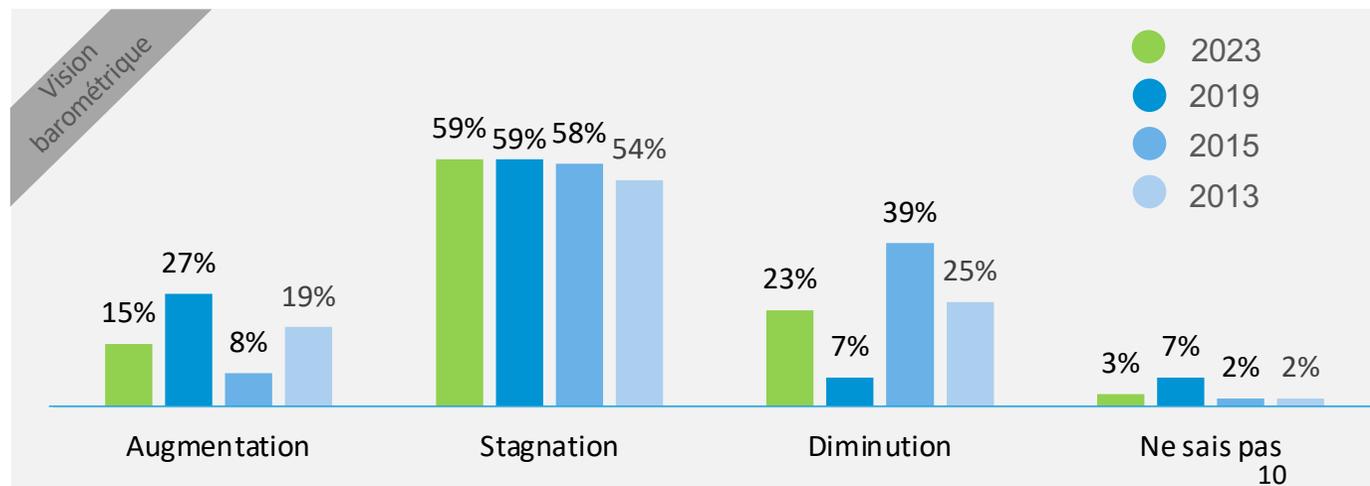
... et marque le pas pour les CA+ : prévision de diminution en hausse de 16%. (2/2)

- Selon vous, quelle sera la tendance d'évolution du budget communication de votre intercommunalité dans les 2 ans à venir ?

Question à choix unique | Base : 221 répondants

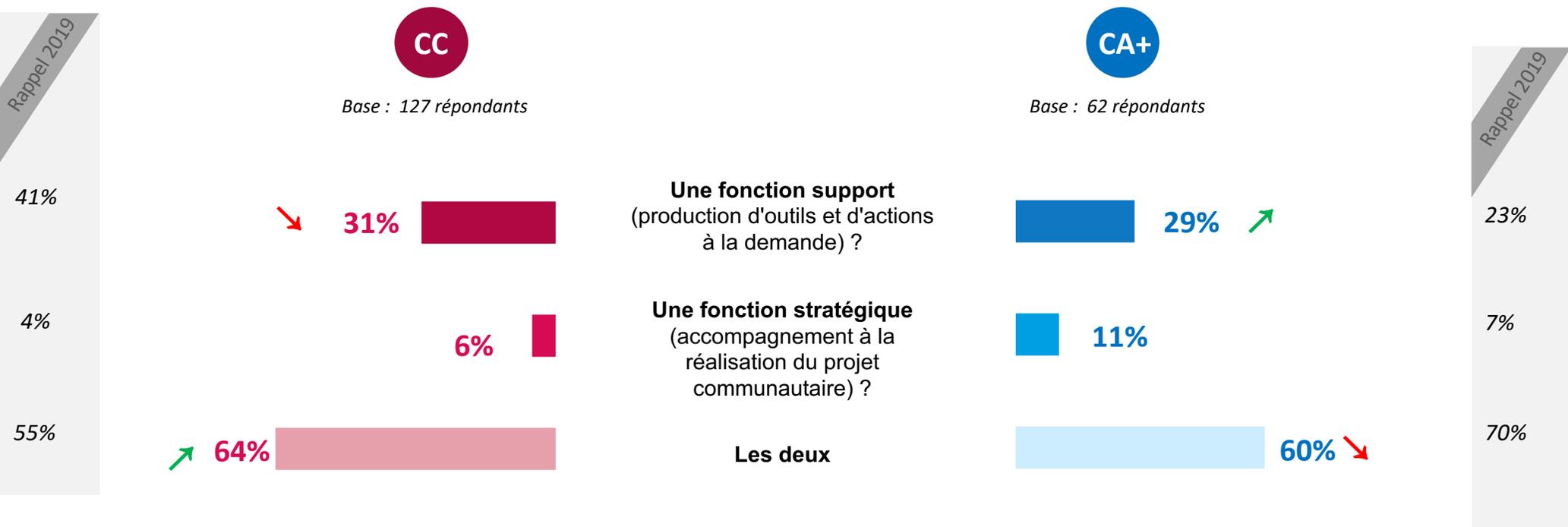


Base : 66 répondants



Le service communication des CC gagne en légitimité.

- Selon vous, le service communication de votre intercommunalité est-il davantage positionné comme :
Question à choix unique | Base : 189 répondants, qui déclarent l'existence d'un service de communication

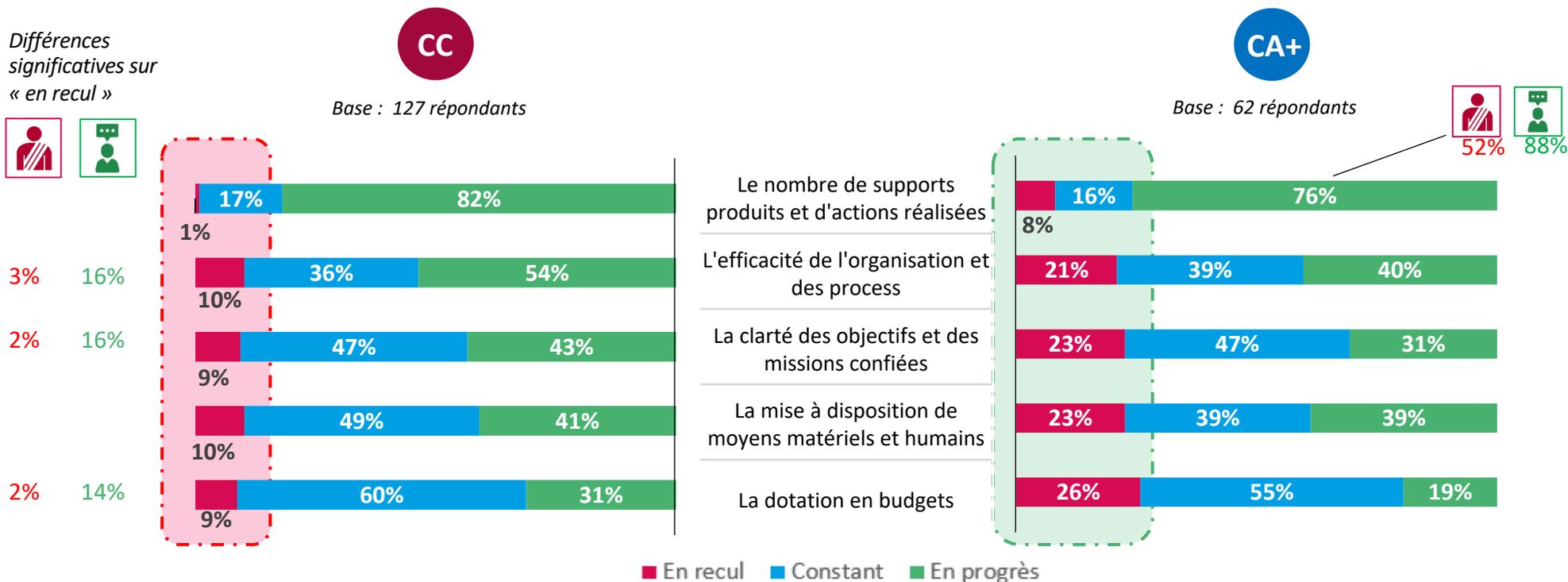


→ pour 6 répondants sur 10 le service communication est positionné à la fois comme une fonction support et une fonction stratégique

Les actions et les moyens mis en œuvre dans les CC montrent une vraie dynamique de progression et de consolidation.

- Depuis les élections de 2020, diriez-vous que le service ou la Direction de la communication de votre intercommunalité a été plutôt en recul, constant ou en progrès ?

Questions à choix unique | Base : 189 répondants, qui déclarent l'existence d'un service de communication



→ Dans les CC, les répondants des fonctions communications sont significativement plus nombreux à percevoir un recul que les Elus et services

Remarque :

« Constant » = Nouvelle modalité 2023
Pas de comparaison barométrique possible

2

Outils et actions



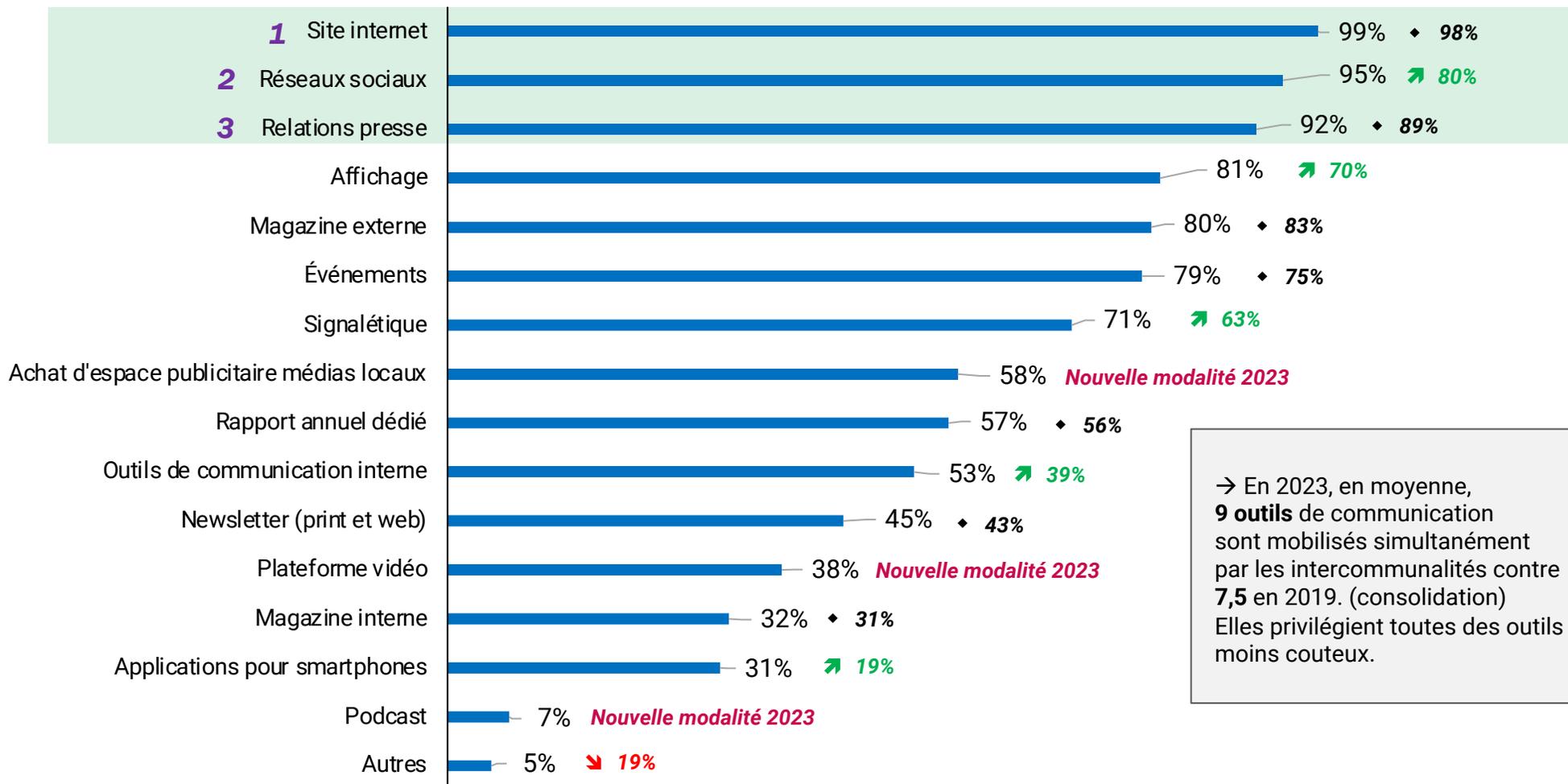
Outils mobilisés : le site Internet toujours en tête et une très forte progression des réseaux sociaux depuis 2019 (+15 pts).

- Parmi les outils de communication suivants, lesquels sont en place dans votre intercommunalité ?

Question à choix multiple | Base : 221 répondants | 155 répondants CC et 66 répondants CA+

Baromètre

2023 2019

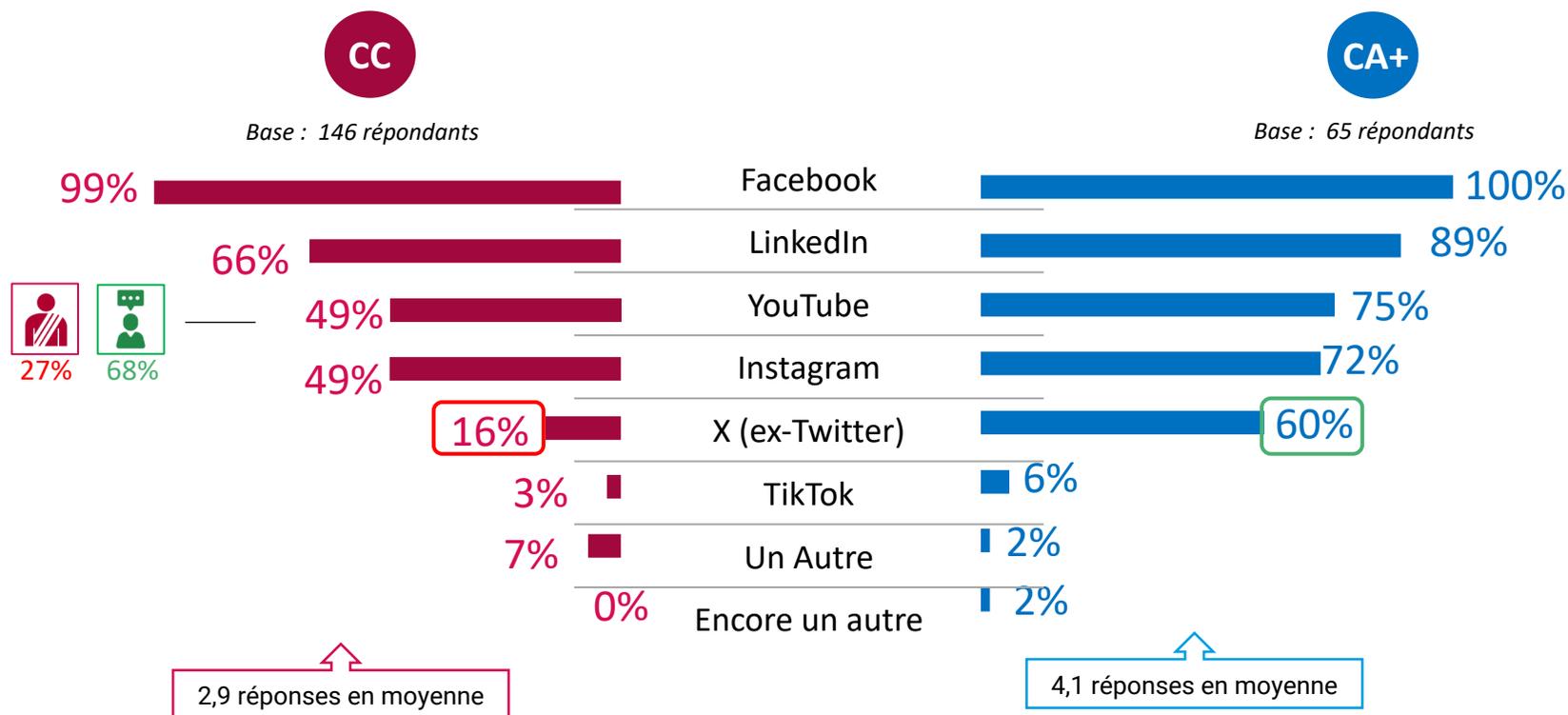


→ En 2023, en moyenne, **9 outils** de communication sont mobilisés simultanément par les intercommunalités contre **7,5** en 2019. (consolidation)
Elles privilégient toutes des outils moins coûteux.

Facebook et LinkedIn sont les deux réseaux sociaux les plus fréquemment présents dans les intercommunalités.

Sur quels réseaux sociaux votre intercommunalité est-elle présente ?

Question à choix multiple | Base : 211 répondants, qui ont répondu « Réseaux sociaux » à la question précédente



- X est de manière significative plus présent dans les CA+ que dans les CC (60% vs. 16%)
- Les CA+ déclarent utilisés un plus grand nombre de réseaux sociaux dans leur intercommunalités (4 vs. 3 pour les CC)

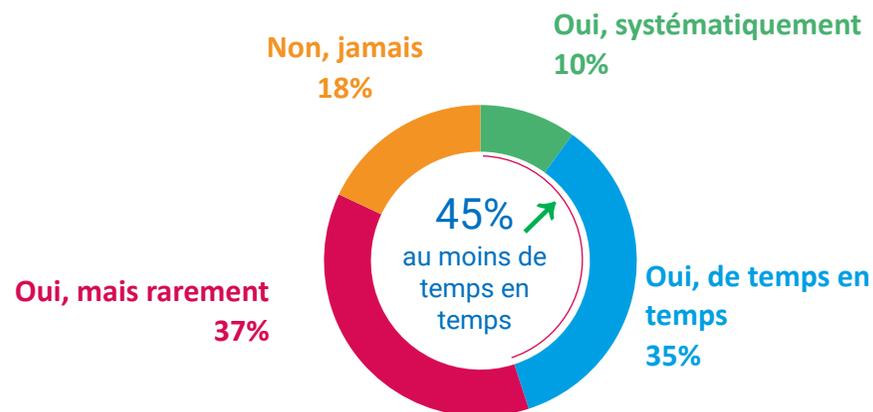
De manière globale, près de la moitié des intercommunalités déclarent évaluer leurs actions de communication au moins « de temps en temps ».

- Évaluez-vous l'efficacité des actions de communication qui sont menées au sein de votre intercommunalité ?

Question à choix unique | Base : 221 répondants

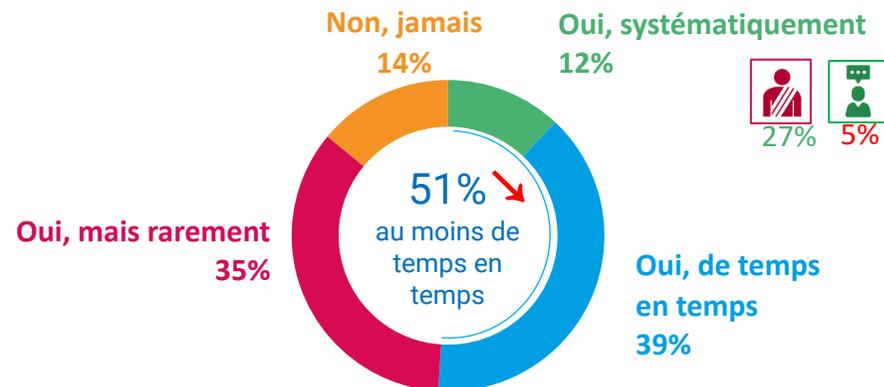
CC

Base : 155 répondants



CA+

Base : 66 répondants



Vision barométrique

CC

37% (2019) ; 22% (2015)

« Oui, au moins de temps en temps »

CA+

58% (2019) ; 42% (2015)

« Oui, au moins de temps en temps »

3

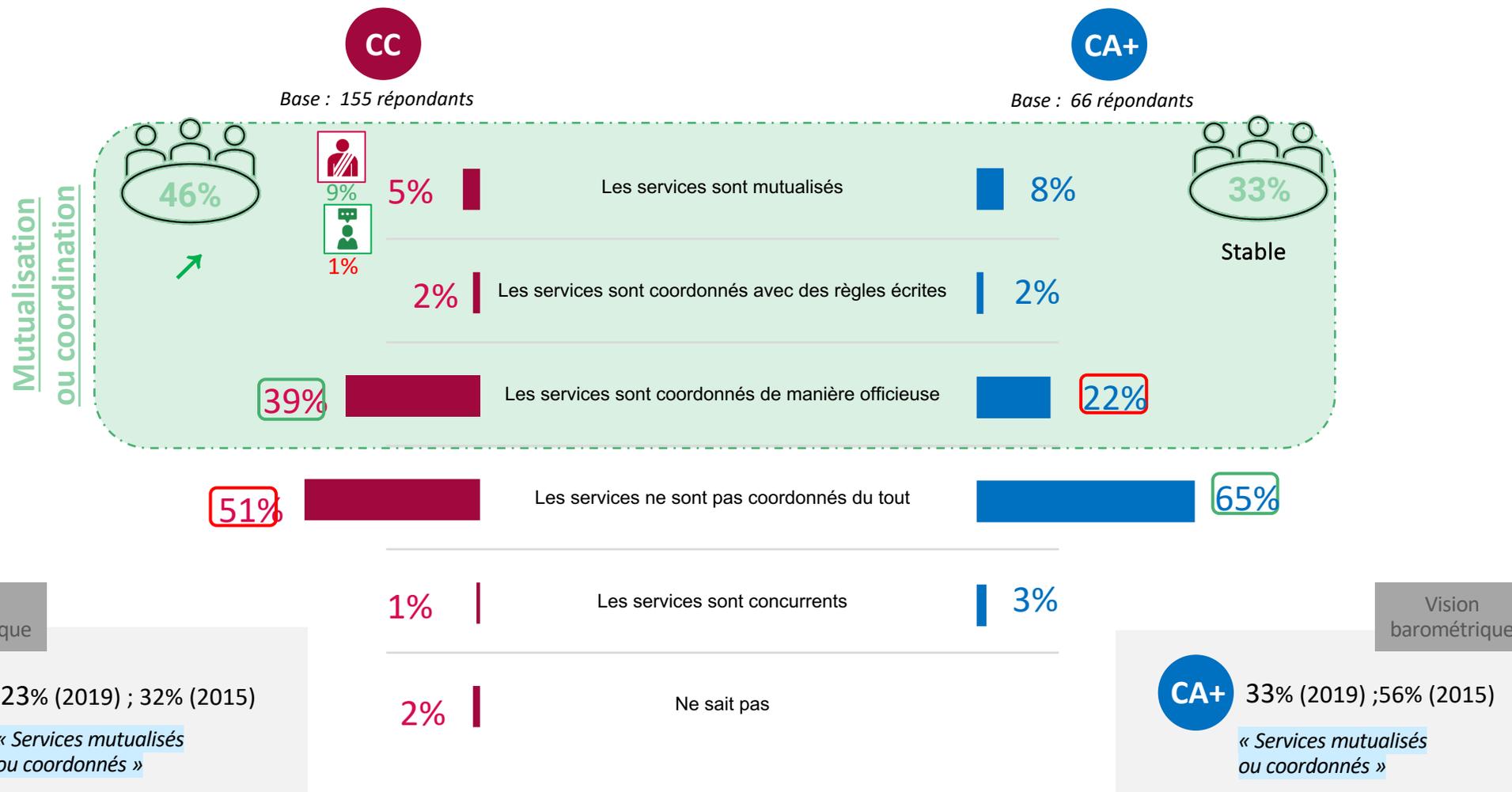
Relations entre
les communications
communautaires
et municipales



Multiplication par deux de la mutualisation et la coordination vis-à-vis des communes membres pour les CC.

- Comment la communication de l'intercommunalité s'organise-t-elle vis-à-vis de celle des communes membres ?

Question à choix unique | Base : 221 répondants



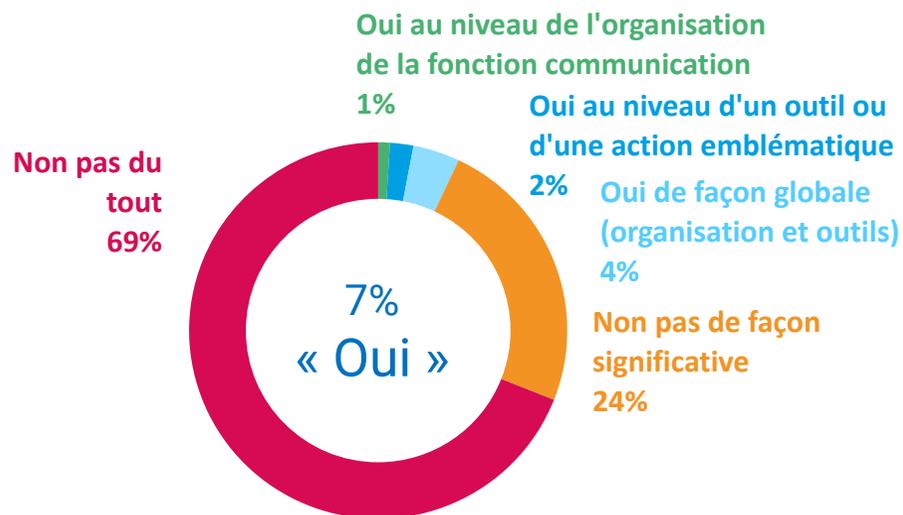
La quasi-totalité des répondants déclarent ne pas avoir vécu une situation de « démutualisation » en matière de communication.

- Depuis 2020, votre intercommunalité a-elle-vécue une situation de « démutualisation » en matière de communication ?

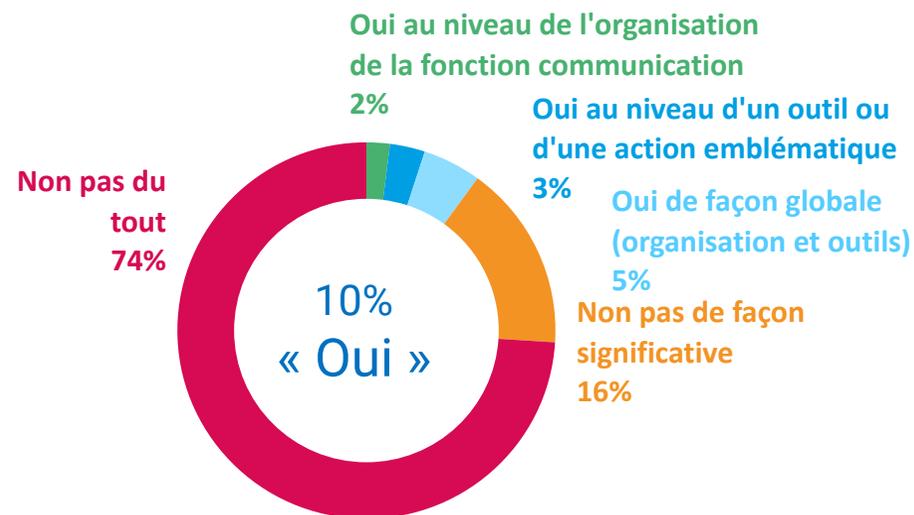
Question à choix unique | Base : 208 répondants, qui déclarent que leurs services ne sont pas mutualisés



Base : 147 répondants



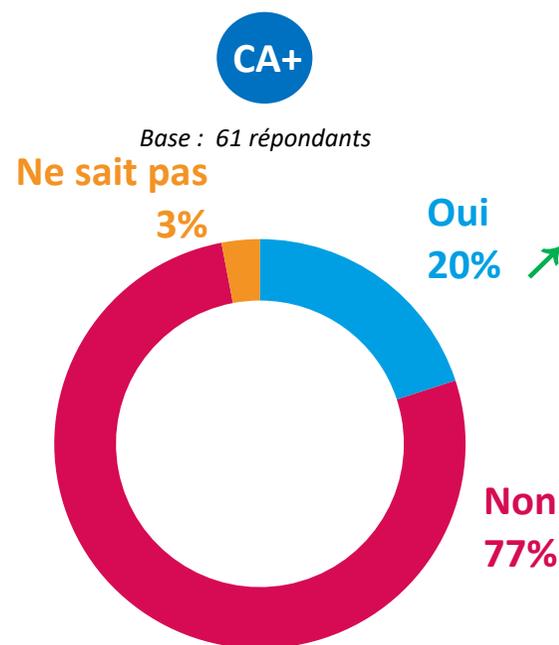
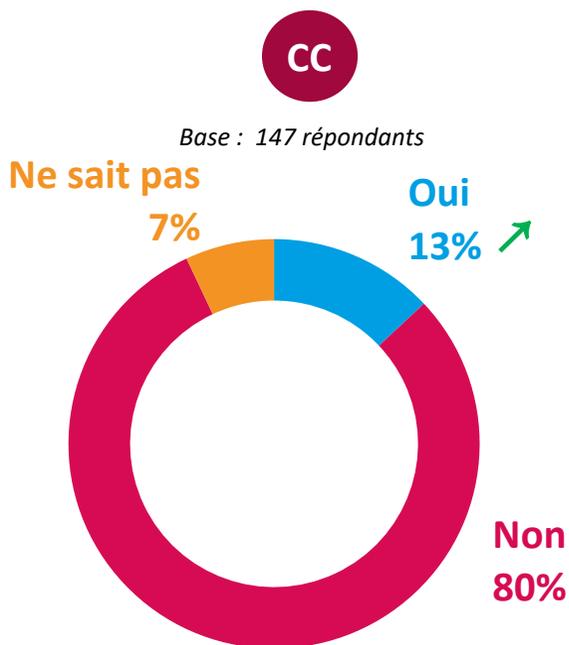
Base : 61 répondants



Une mutualisation pérenne des actions de communication de l'intercommunalité est envisagée pour moins d'1 répondant sur 5.

- Une mutualisation pérenne des outils ou des actions de communication de l'intercommunalité et de la ville centre (ou autre commune) est-elle engagée ou envisagée au sein de votre intercommunalité ?

Question à choix unique | Base : 208 répondants, qui déclarent que leurs services ne sont pas mutualisés



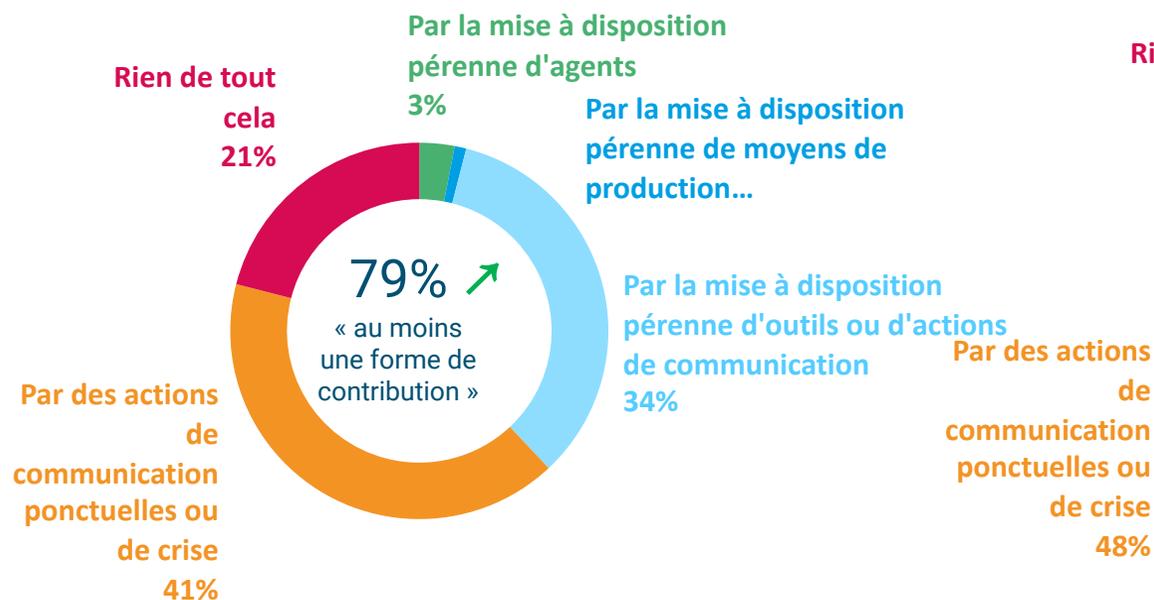
La contribution du service communication des intercommunalités aux communes membres est en hausse !

- Le service communication de l'intercommunalité contribue-t-il à la communication des communes membres...

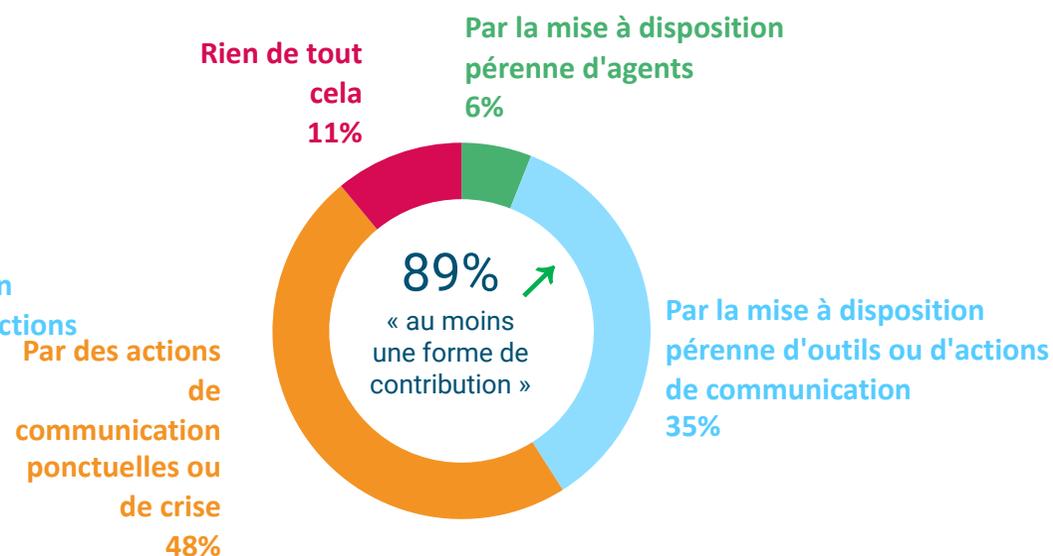
Question à choix unique | Base : 221 répondants.



Base : 155 répondants



Base : 66 répondants



Vision barométrique



61% (2019) ; 59% (2015)

« Au moins une forme de contribution »



63% (2019) ; 72% (2015)

« Au moins une forme de contribution »

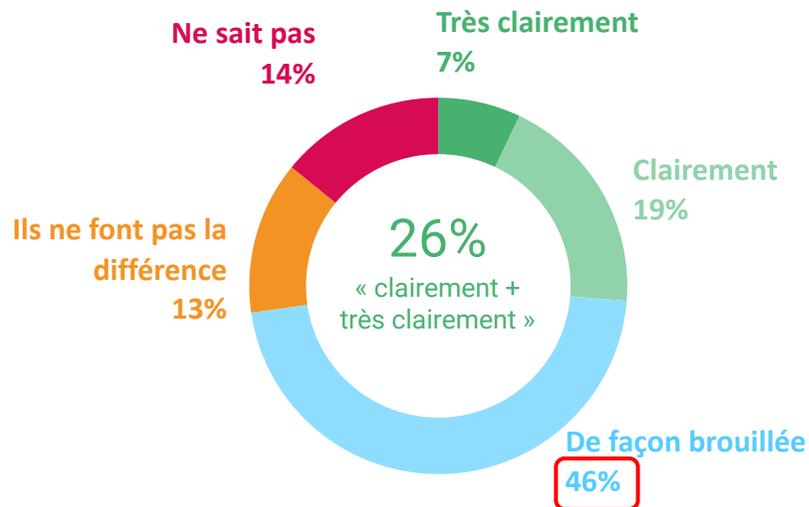
Les répondants estiment que les habitants font moins la distinction entre les messages des institutions.

- D'après vous, les habitants perçoivent la distinction entre les messages municipaux et communautaires :

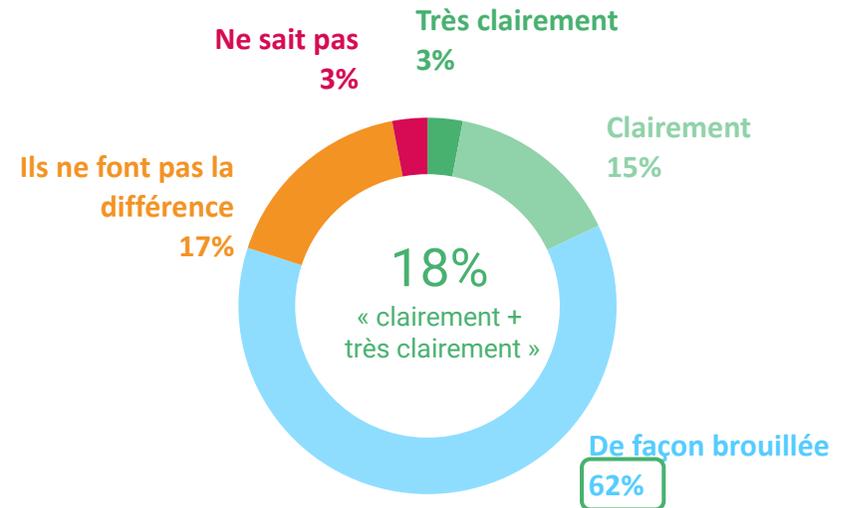
Question à choix unique | Base : 221 répondants.



Base : 155 répondants



Base : 66 répondants



Résultats des « très clairement + clairement » sur l'ensemble des répondants en

2019 : 30%

2015 : 29%

→ Résultats en baisses

4

Les cibles de la communication



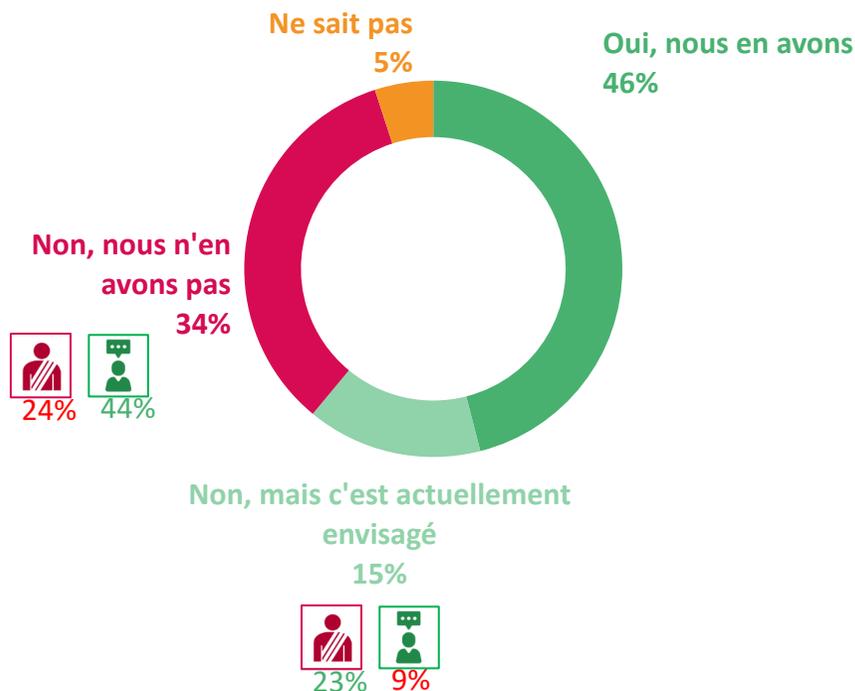
Un nombre d'outils ou d'actions pour communiquer vers les élus non communautaires en hausse... (1/2)

- Disposez-vous d'outils ou d'actions pour communiquer vers les élus non communautaires (conseillers municipaux des communes membres de l'intercommunalité), autre que le rapport d'activité annuel et obligatoire ?

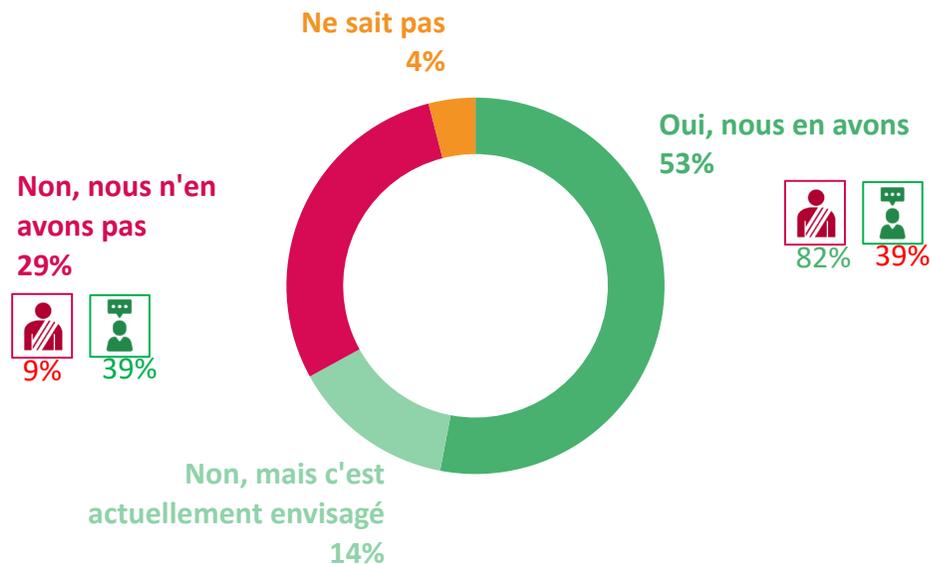
Question à choix unique | Base : 221 répondants.



Base : 155 répondants



Base : 66 répondants



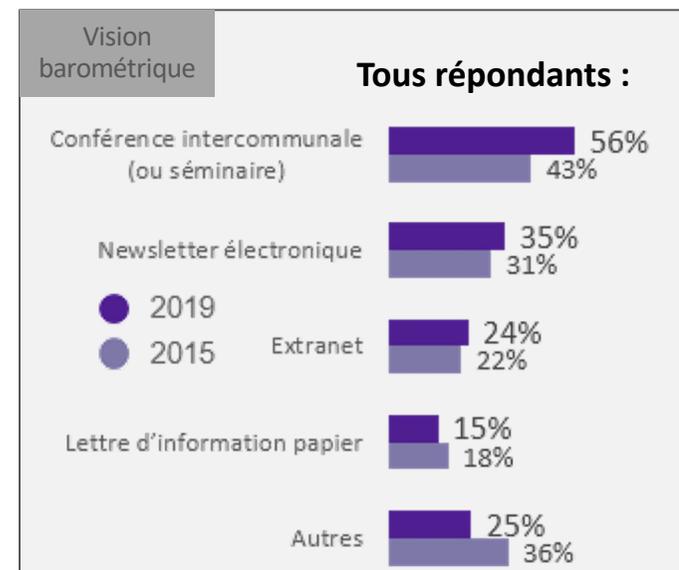
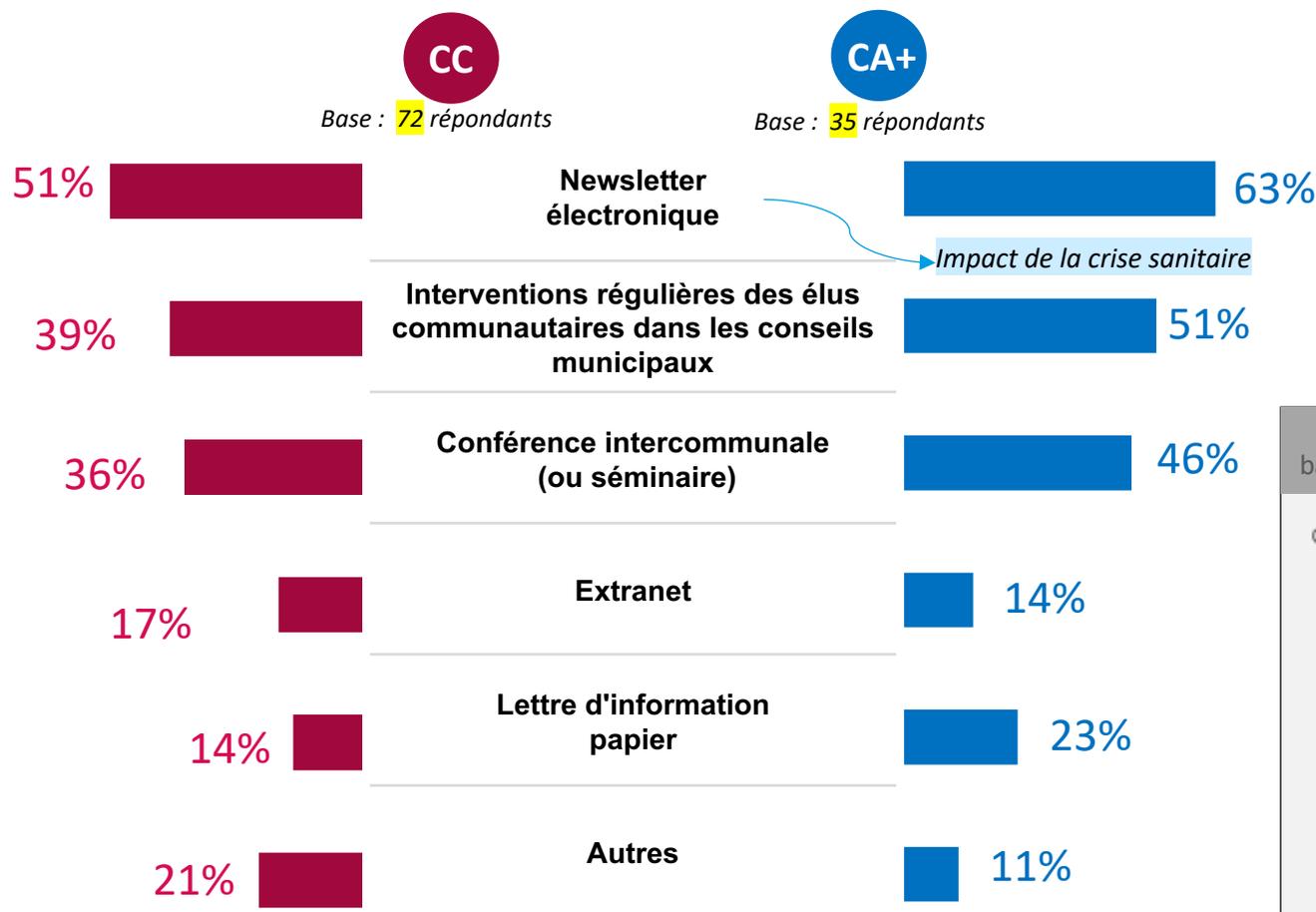
Résultats barométriques sur tous les répondants :

« Oui, nous en avons » : 48% en 2019 et 46% en 2015
 « Non, mais c'est envisagé » : 17% en 2019 et 13% en 2015
 « Non, nous n'en avons pas » : 32% en 2019 et 39% en 2015
 « Ne sait pas » : 3% en 2019 et 1% en 2015

... le format privilégié est la Newsletter électronique, qui dépasse cette année les rencontres physiques. (2/2)

- Outils et actions pour communiquer : « Oui, nous en avons ». Lesquels ?

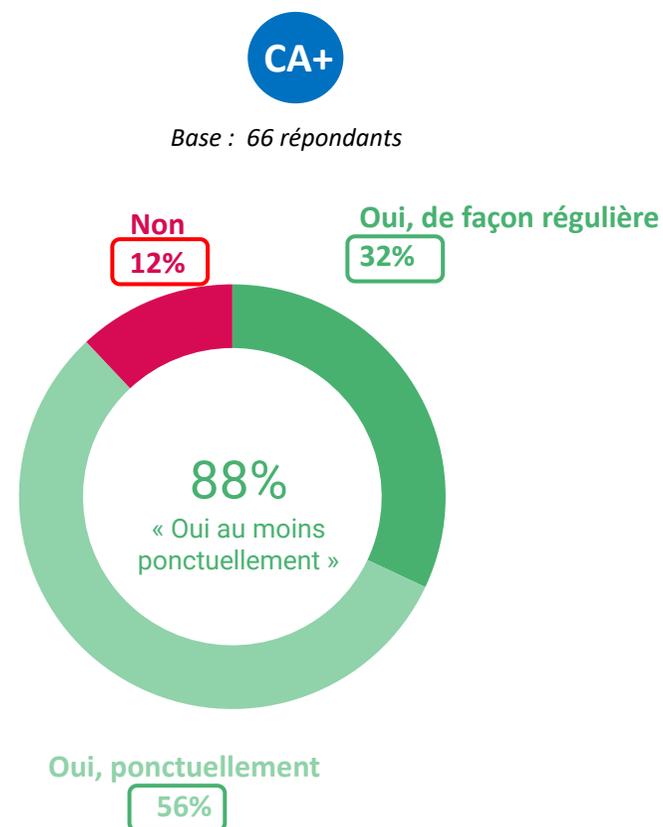
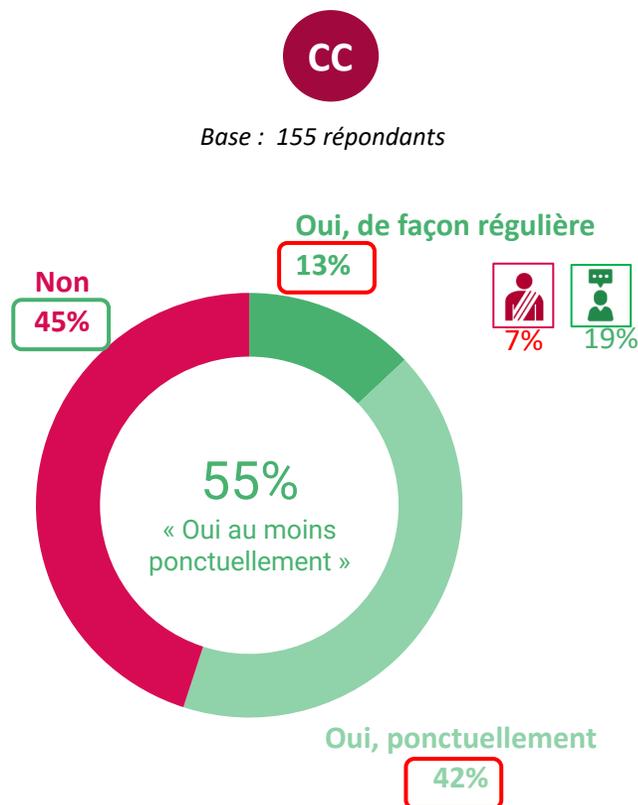
Question à choix multiple | Base : 107 répondants.



Des CA+ qui font davantage appel à des agences de communication que les CC.

- Faites-vous appel à une ou des agences de communication ?

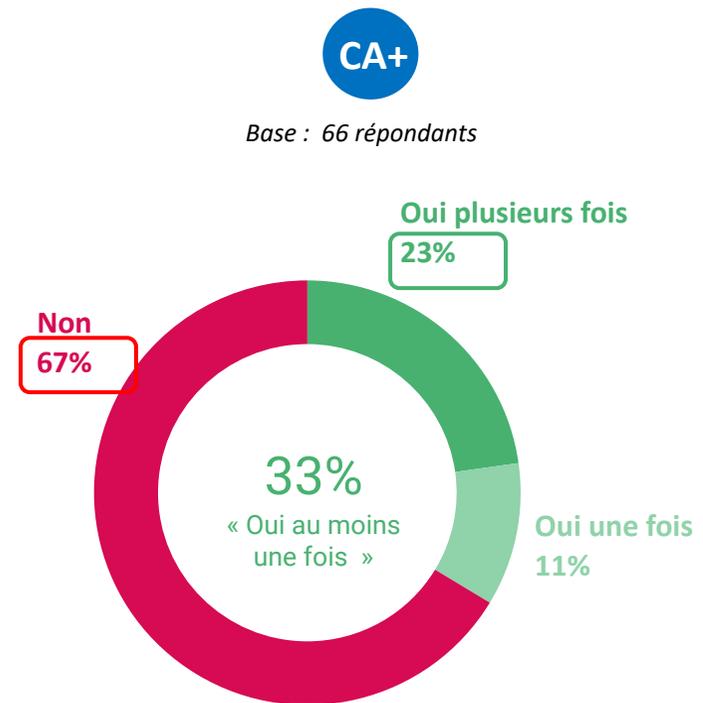
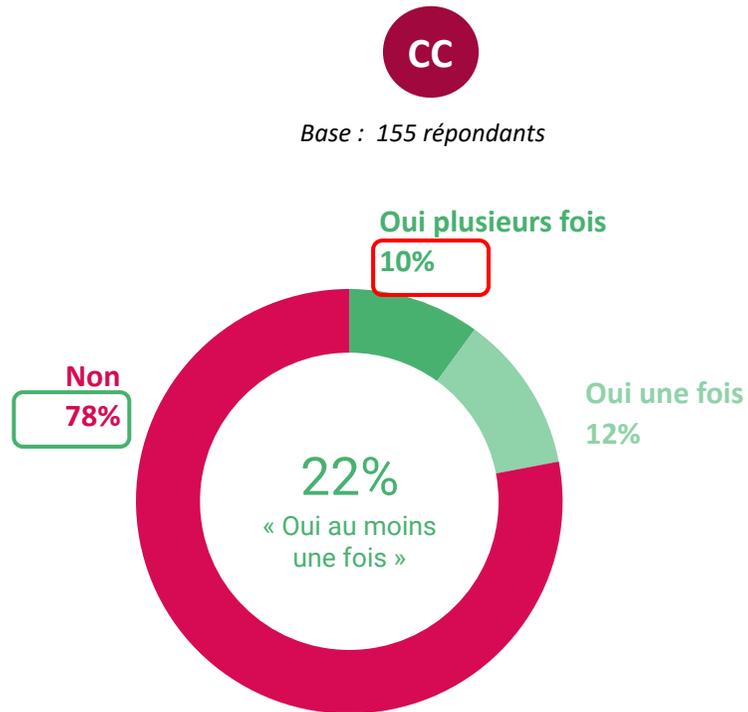
Question à choix unique / Base : 221 répondants.



1/3 des CA+ ont déjà dû mettre au moins une fois en place une communication de crise pour répondre à des oppositions suite à un projet. Un cas de figure moins nombreux dans les CC.

- Avez-vous dans le cadre de ce mandat dû mettre en place une communication de crise pour répondre à des oppositions sur un projet de votre intercommunalité ?

Question à choix unique | Base : 221 répondants.



5

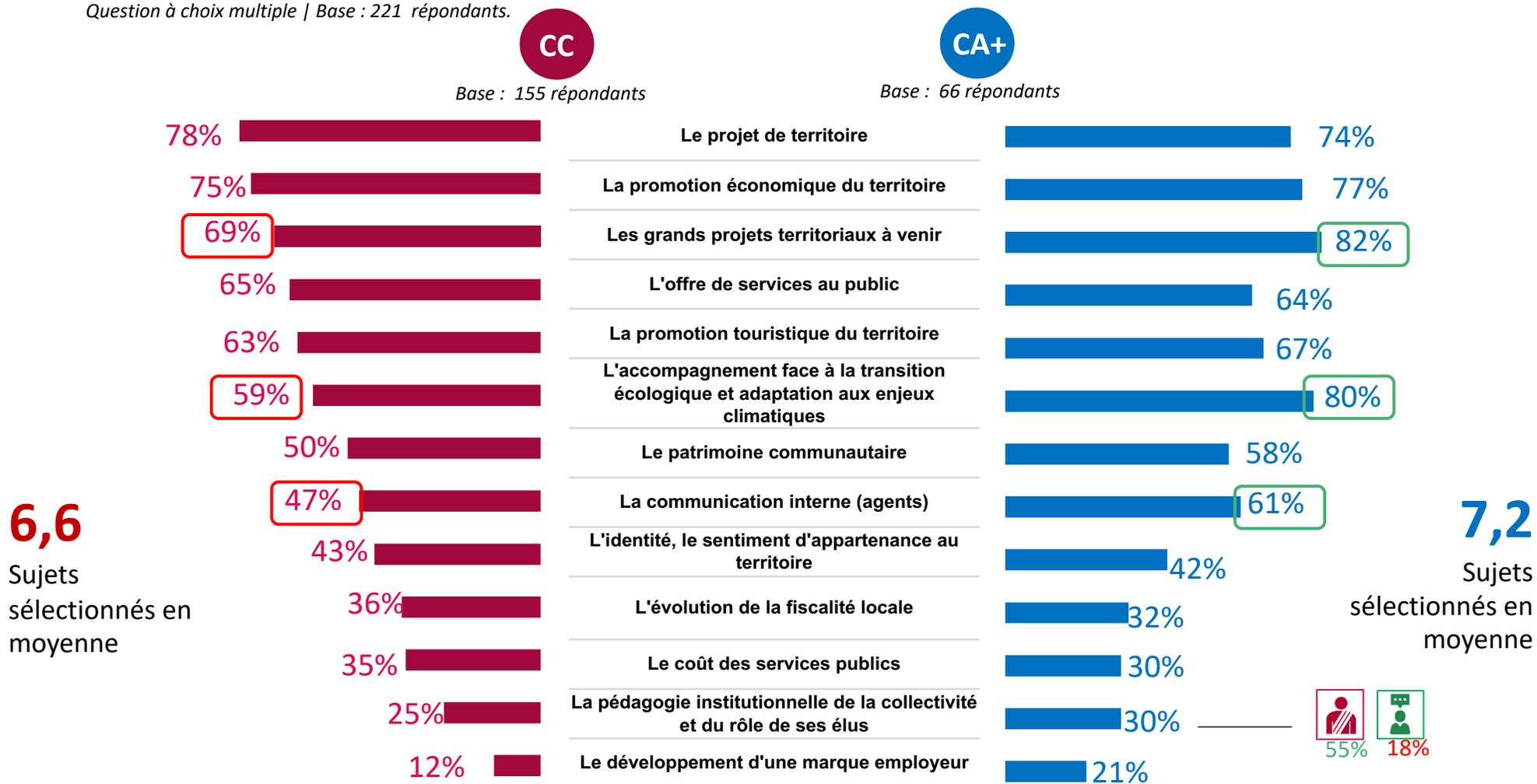
Perspectives et enjeux de la communication intercommunale



De multiples sujets abordés dans le cadre de la mandature...

- Parmi les sujets suivants, quelles sont les thématiques que votre intercommunalité a abordé dans le cadre de cette mandature ?

Question à choix multiple | Base : 221 répondants.

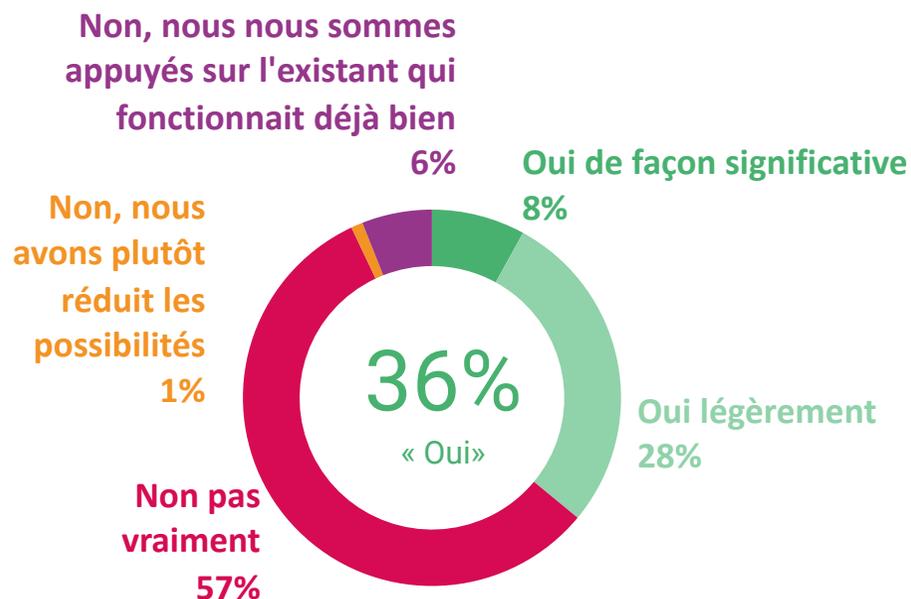


Un renforcement des dispositifs de participation citoyenne à l'échelle des intercommunalités déclaré par plus d'une CA+ sur 2.

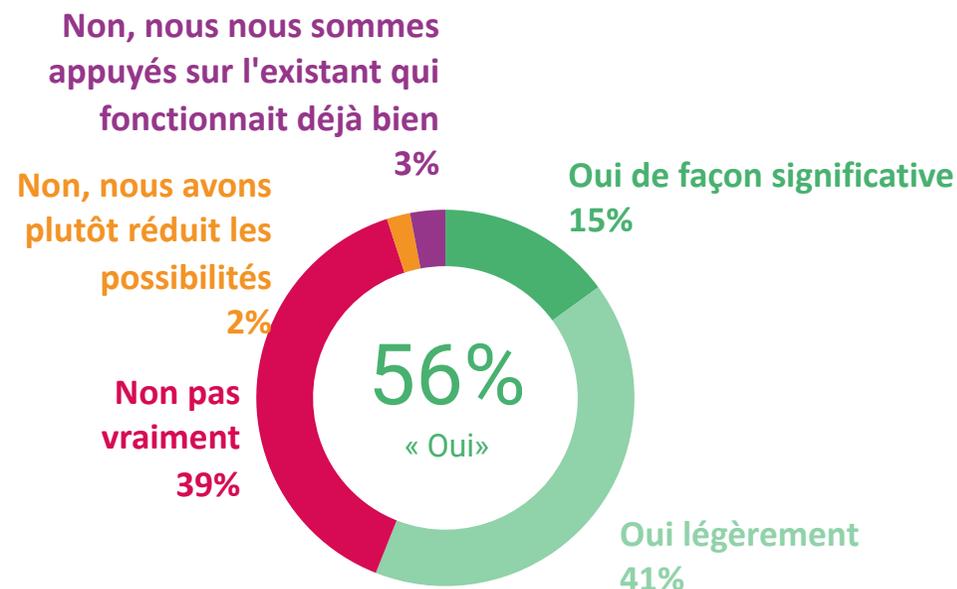
- Depuis le début du mandat, avez-vous renforcé les dispositifs de participation citoyenne à l'échelle de l'intercommunalité ?
Question à choix unique | Base : 221 répondants.



Base : 155 répondants



Base : 66 répondants



Faire savoir le périmètre d'action et des services des intercommunalités reste depuis 2015 le principal *credo* des communicants... (1/2)

- La communication de l'intercommunalité sur les services publics et infrastructures utilisés au quotidien par les habitants...

Questions à choix unique par ligne | Base : 221 répondants



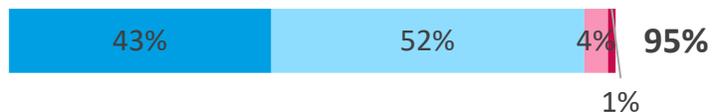
Base : 155 répondants



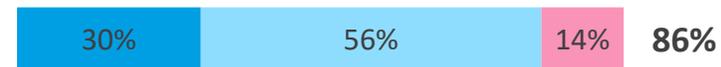
Base : 66 répondants

« d'accord »

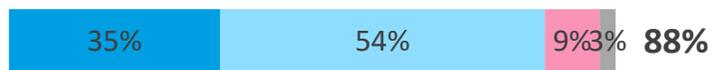
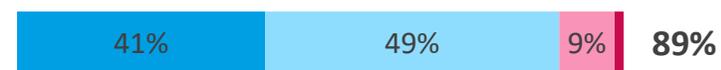
« d'accord »



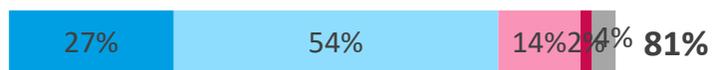
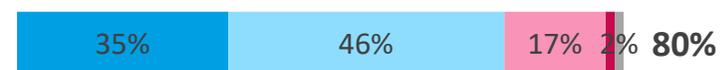
...contribue à faire connaître le périmètre du territoire intercommunal pour les habitants



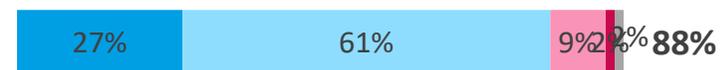
...permet de délivrer des informations sur les spécificités de votre projet intercommunal



...contribue à susciter un sentiment d'appartenance à un territoire commun



...contribue à créer une relation de confiance entre les élus et les usagers



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ Ne sait pas

... et l'intégralité des contributions sont en hausse. (2/2)

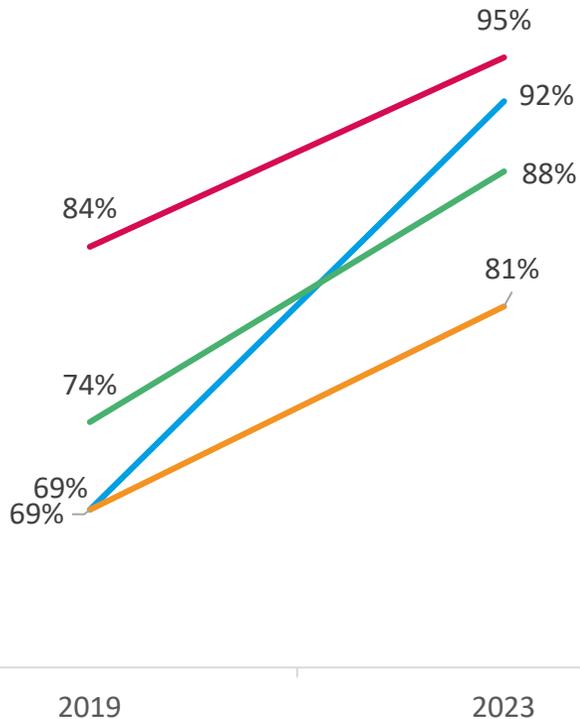
- La communication de l'intercommunalité sur les services publics et infrastructures utilisés au quotidien par les habitants...

Questions à choix unique par ligne | Base : 221 répondants

CC

Base : 155 répondants

Sous total « d'accord »



...contribue à faire connaître le périmètre du territoire intercommunal pour les habitants

...permet de délivrer des informations sur les spécificités de votre projet intercommunal

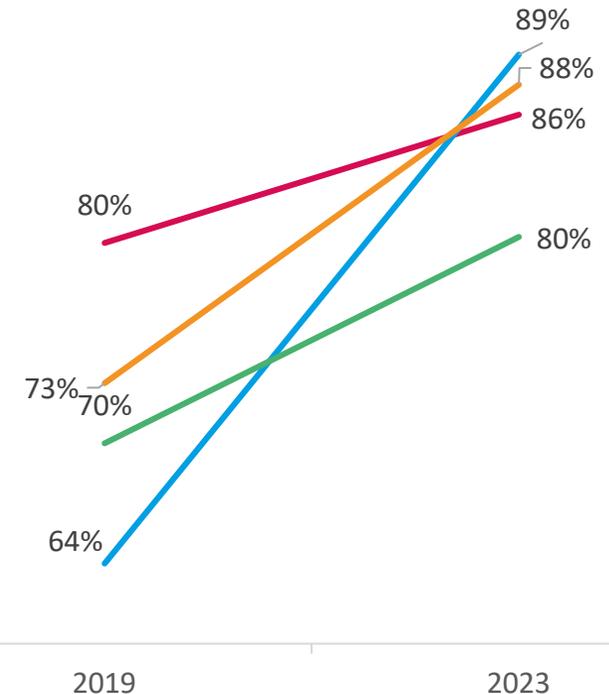
...contribue à susciter un sentiment d'appartenance à un territoire commun

...contribue à créer une relation de confiance entre les élus et les usagers

CA+

Base : 66 répondants

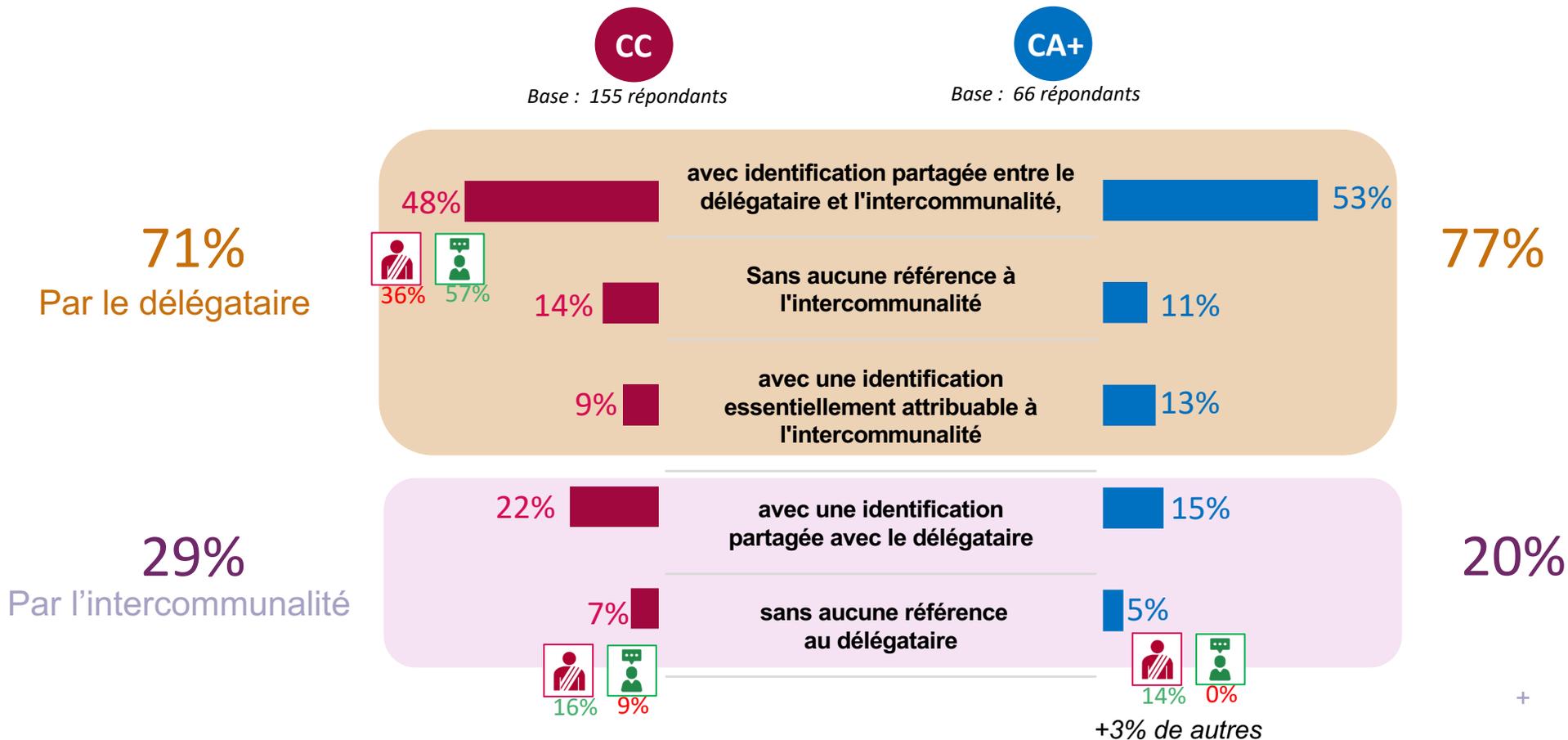
Sous total « d'accord »



La communication des services en gestion déléguée reste une nouvelle fois majoritairement faite par le délégataire.

- La communication sur les services publics et infrastructures relevant des compétences de votre intercommunalité mais en gestion déléguée (SEM, SPL, DSP...) se fait-elle actuellement... :

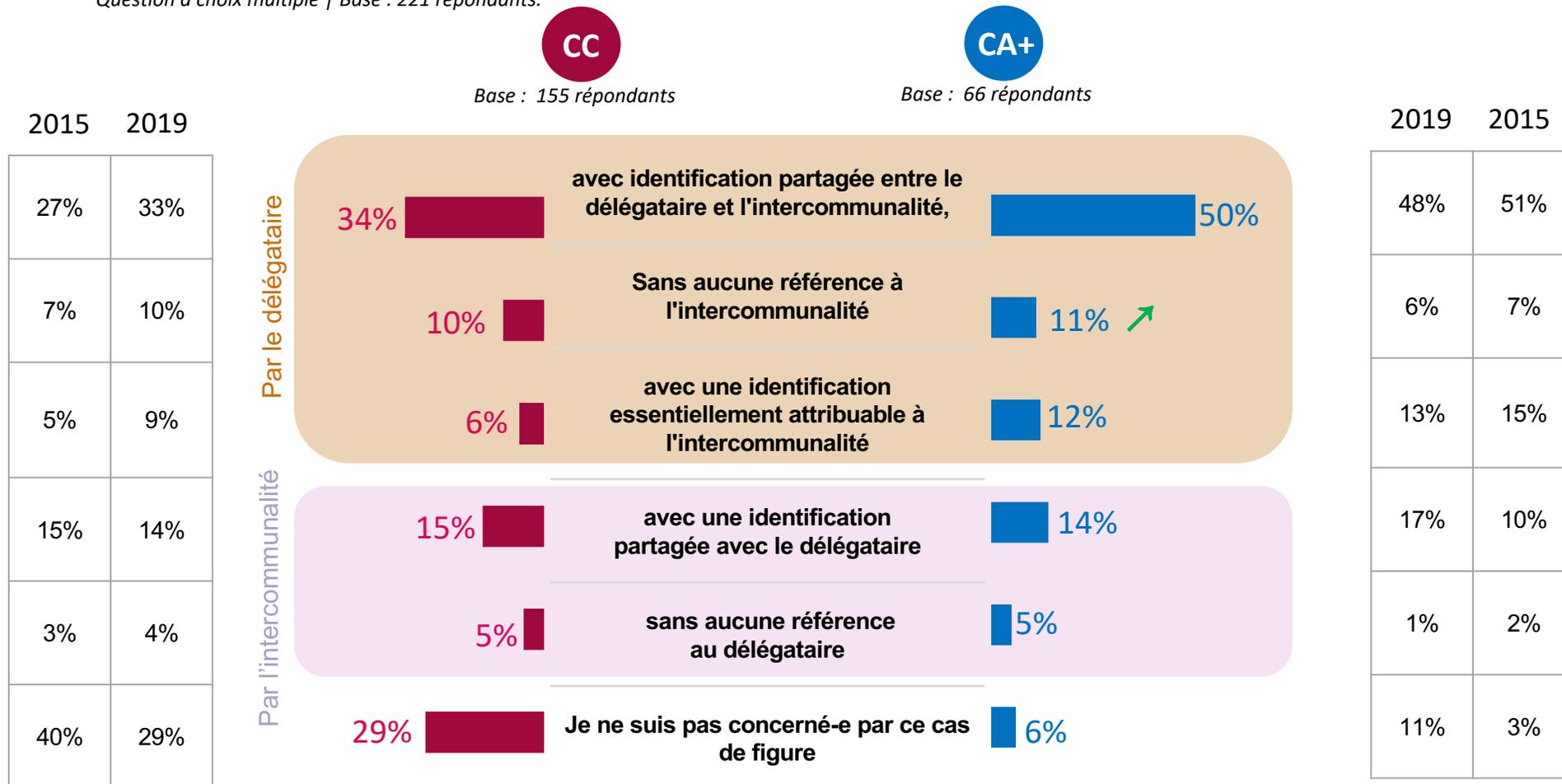
Questions à choix multiple / Base : 172 répondants **En retirant les répondants qui ont déclarés ne pas être concernés.**



Détails des réponses pour la vision barométrique : des résultats stables par rapport à 2019.

- La communication sur les services publics et infrastructures relevant des compétences de votre intercommunalité mais en gestion déléguée (SEM, SPL, DSP...) se fait-elle actuellement... :

Question à choix multiple | Base : 221 répondants.

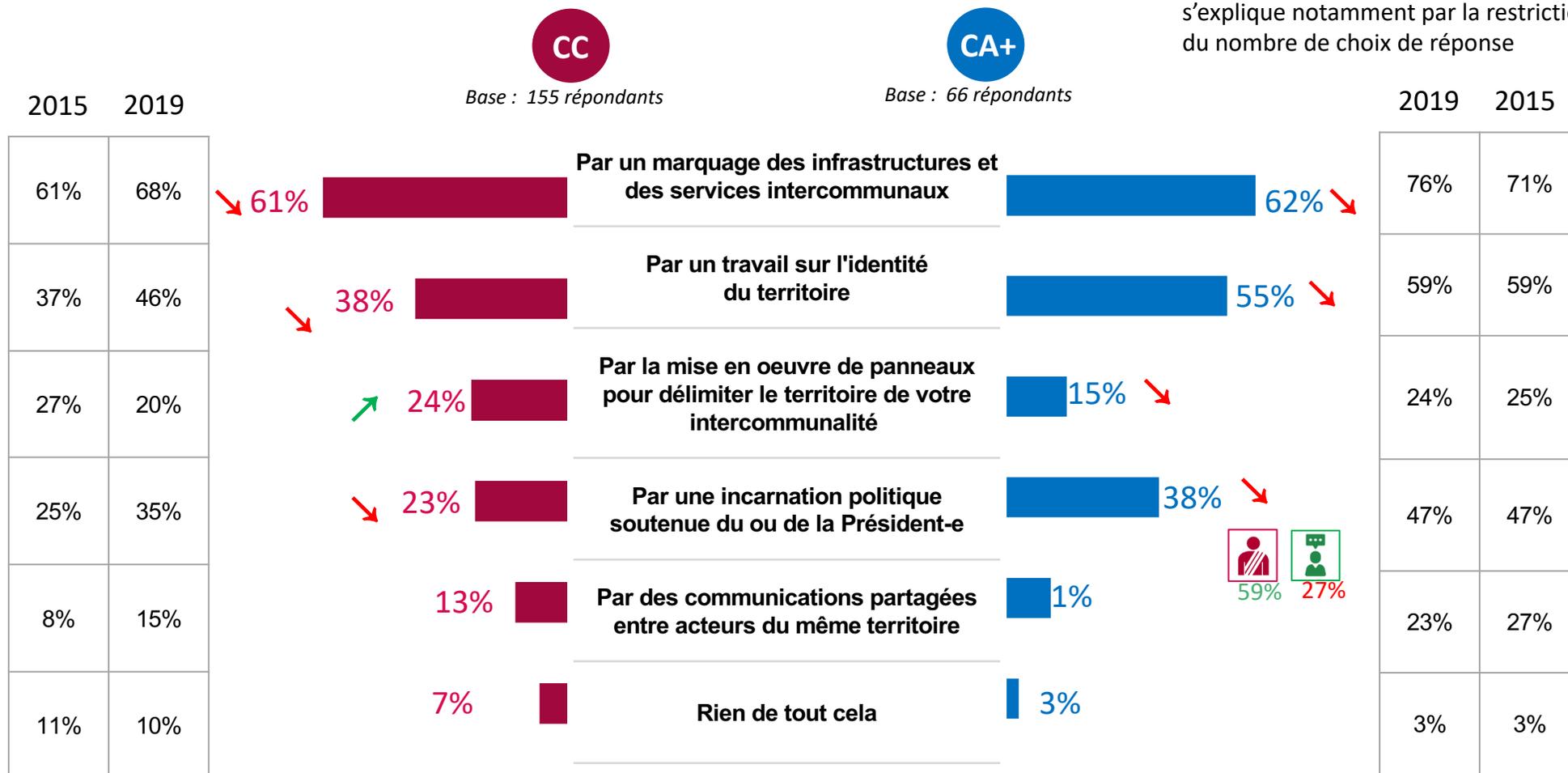


Le marquage des infrastructures et des services intercommunaux reste le principal moyen de représentation et d'identification de l'intercommunalité.

- Par quels moyens travaillez-vous la représentation / l'identification de l'intercommunalité sur son territoire ?

Question à choix multiple : limitée à 2 choix possible | Base : 221 répondants.

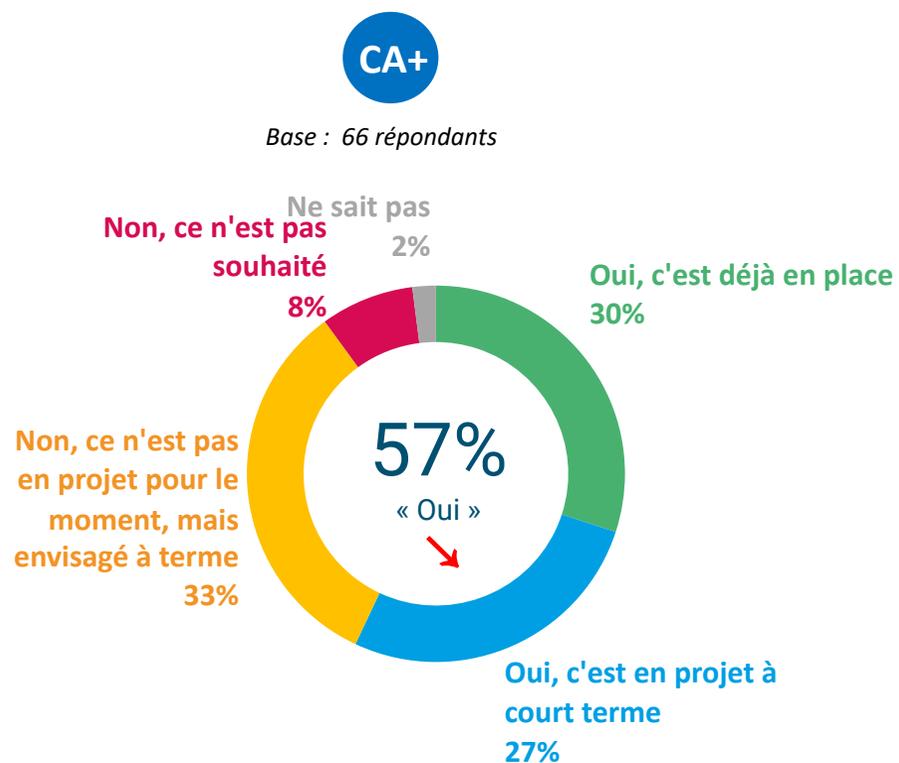
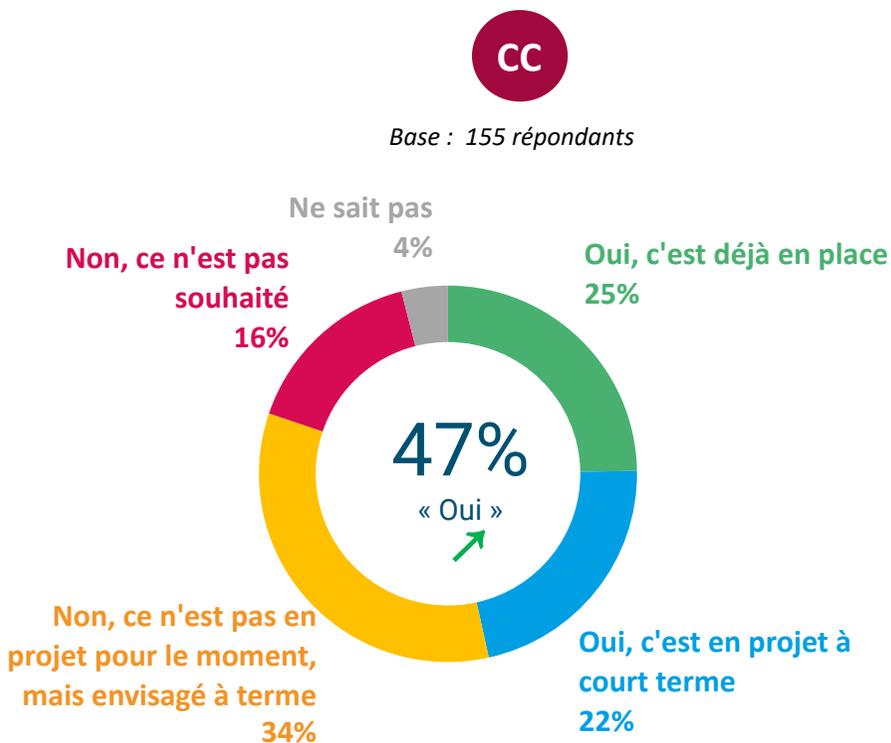
→ Une baisse des résultats qui s'explique notamment par la restriction du nombre de choix de réponse



Près de 5 CC sur 10 et 6 CA+ sur 10 déclarent qu'une démarche de marketing territorial est mise en place sur son territoire : un résultat stable pour les CC et en baisse pour les CA+ (1/2)

- Existe-t-il une démarche de marketing territorial ou de promotion du territoire dans votre intercommunalité ?

Question à choix unique | Base : 221 répondants.



Vision
barométrique

CC 50% (2019) ; 34% (2015)
« Oui »

CA+ 66% (2019) ; 61% (2015)
« Oui »

Le monde économique reste cette année encore la première cible de la communication d'attractivité. A noter que les habitants et le grand public continuent de gagner en importance. (2/2)

Quels types de publics sont visés par cette démarche ?

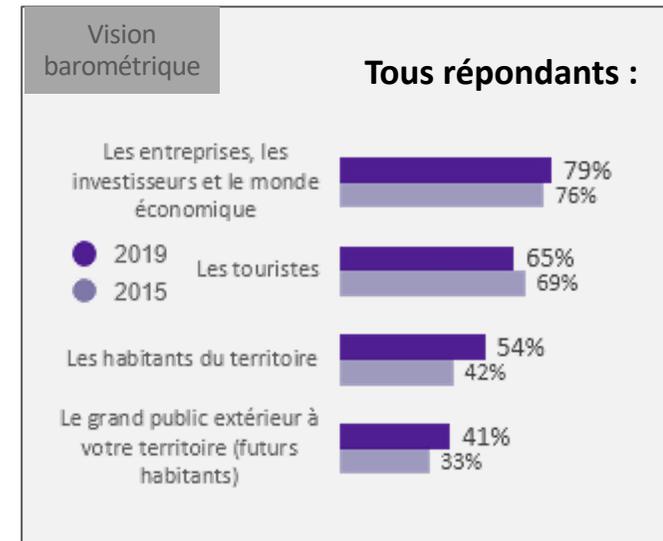
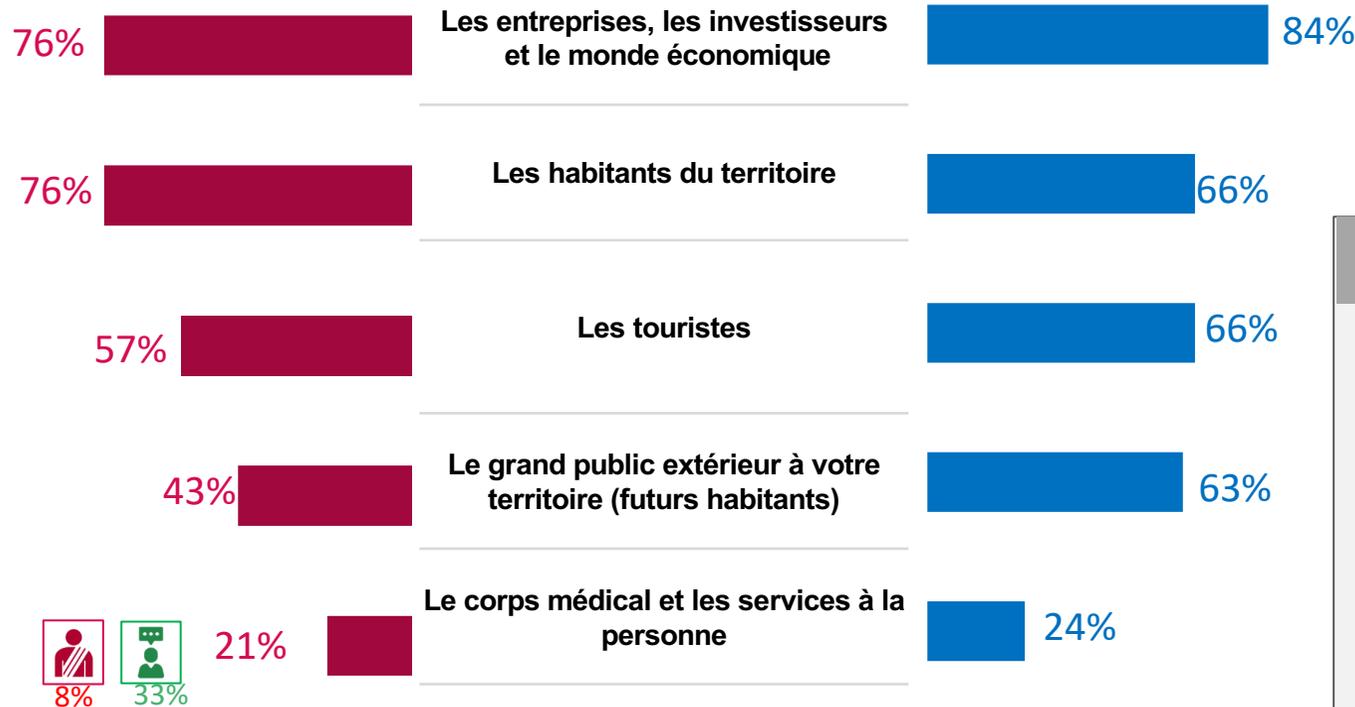
Question à choix multiple / Base : 110 répondants, ceux qui ont déclaré avoir une démarche de marketing territorial ou de promotion du territoire



Base : 72 répondants



Base : 38 répondants



A l'issue de ce mandat, les communicants sont plus sceptiques que lors du précédent mandat au sujet de la perception de l'intercommunalité.

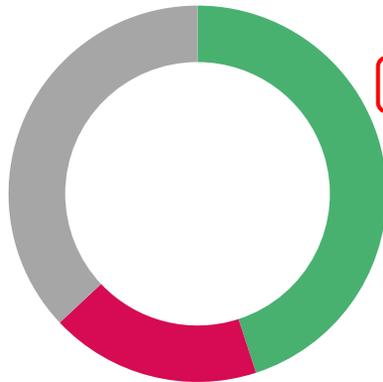
- Avez-vous le sentiment que votre intercommunalité est mieux perçue aujourd'hui par les habitants du territoire qu'avant les dernières élections de 2020

Question à choix unique | Base : 221 répondants.

CC

Base : 155 répondants

Ne sait pas
37%



Non
18%

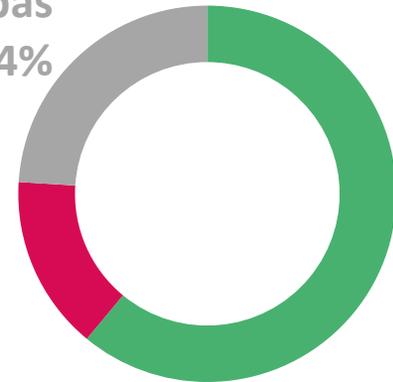
Oui
45%



CA+

Base : 66 répondants

Ne sait pas
24%



Non
15%

Oui
61%



Téléchargez gratuitement la synthèse des résultats sur :

www.barometre-cominterco.fr

Ce baromètre a été conçu et réalisé par quatre partenaires :

EPICEUM

Agence de communication dédiée à l'intérêt général, spécialisée dans la communication territoriale et intercommunale.

Christian de La Guéronnière

01 49 29 75 56

cdelagueronniere@epiceum.com

8 rue de Valmy – 93100 Montreuil

www.epiceum.com

**INTERCOMMUNALITÉS
DE FRANCE**

Intercommunalités de France.

Association nationale des élus de l'intercommunalité.

Yoann Jacquet

y.jacquet@intercommunalites.fr

22 rue Joubert – 75009 Paris

www.intercommunalites.fr

**CAP'
COM**

L'association fédère, anime et représente le réseau des vingt-cinq-mille communicants publics et accompagne, depuis 30 ans, les évolutions de la profession.

Bernard Deljarrie

04 72 65 64 99

bdeljarrie@cap-com.org

3 cours Albert Thomas – 69000 Lyon

www.cap-com.org

OCCURRENCE
GROUPE IFOP

Institut d'études indépendant spécialisé dans l'évaluation de la communication.

Pierre Chavonnet

01 48 24 69 49

pierre.chavonnet@occurrence.fr

78 rue Championnet – 75018 Paris

www.occurrence.fr