

TENDANCES

COMMUNICATION PUBLIQUE

PAR

BRUNO CARDON, JOURNALISTE INDÉPENDANT ET NADINE PADOL-MALLEVILLE,
RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION, SAINT-OUEN HABITAT PUBLIC
POUR LA COMMUNAUTÉ DU SECTEUR PUBLIC



VOS DÉCHETS ONT DE LA VALEUR - MÉTROPOLE NICE CÔTE D'AZUR



La communication publique a désormais tout d'une grande. Elle joue la carte de la modernité et l'assume. La qualité est bien là. La maturité aussi, avec la maîtrise des nouveaux codes de communication. Toujours de la pédagogie, mais avec une bonne dose d'humour et un graphisme simple, lisible et ludique. L'événementiel prend de l'ampleur et le digital s'affirme.

UN TON RÉSOUMENT DÉCALÉ

Quoi de mieux que l'humour pour prendre du recul ? Appelez un chat, un chat et les jeunes vous diront merci. À Montrouge, on ose aborder la sexualité pour inciter les jeunes à venir en parler avec la carte « Oups ». Aurions-nous franchi un cap ? L'Inpes surfe sur cette lancée et affirme, sur une musique créée à l'occasion, « nou pa ka joué », « on ne joue pas » pour la promotion du préservatif dans les Antilles.

Appel à l'intelligence. Rien de tel pour changer les comportements et éviter la culpabilisation. Dans le film de la Sécurité routière « Je vous aime très fort », un père raconte des histoires à sa fille. Le petit chaperon rouge ? Non, « elle est naze cette

histoire... » L'allusion à la mère est éludée. On finit par entendre le bruit de l'accident dans le message sauvegardé du répondeur. L'émotion est à son comble et chacun retient ses larmes. Impact garanti !

Et le gaspillage alimentaire ? Vos poubelles s'en indignent en Île-de-France. Le doggy bag, vous y avez pensé ? Ton décalé, qui répond à sa cible. Comme à Nice où les déchets se substituent à des bijoux pour valoriser le compostage. Il fallait oser !

L'interne s'amuse aussi : Habitat en région choisit la carte de la connivence et pastiche les meilleures émissions télé pour décliner ses valeurs auprès de ses collaborateurs.

« Faudrait passer la seconde, papy ! », « T'es handicapé ou quoi ? » « C'est pas le mur des lamentations, ici » ; le respect ? Tiens, on avait oublié... La Poste s'attaque de front à toutes les discriminations dans le travail avec des stickers collés par terre dans ses bureaux. Incivilités, sans-gêne, injures... tout est passé au crible.

T'es handicapé ou quoi ?



Etes-vous vraiment sûr de ne jamais entendre ça sur votre lieu de travail ?
La Direction du Courrier de Seine-Saint-Denis a initié cette campagne contre les discriminations.

Faudrait passer la seconde papy !

DONNER LE MEILLEUR DE SOI-MÊME : DEVIENS CE QUE TU FAIS

La parole est aux experts. Avec l'événementiel, l'humain reprendrait-il toute sa place ? EDF l'illustre bien à l'échelle du groupe : les équipes ont « la main dans le cambouis », avec une remise de prix à la clé.

L'externe n'est pas en reste, avec la campagne RH Défi Ingénieurs SNCF. Le principe ? Un serious game d'une difficulté extrême : Une tour. 10 étages. 10 niveaux à atteindre. Le parti-pris : faire découvrir à chaque étage un métier de la SNCF. Résultat ? Un coup de maître, amplifié avec la connexion avec LinkedIn pour recruter les meilleurs profils.

Quant à l'APHP, elle ose proposer une immersion 360° au cœur de l'hôpital, avec une journée portes ouvertes dans ses établissements d'Île-de-France.

Pour aborder le dispositif loi consommation, la simplicité l'emporte, avec des mises en situation du quotidien qui touchent tout un chacun. L'artisanat utilise le même procédé. « J'ai choisi un métier très ancien pour façonner mon avenir » : le métier de tapissier devient synonyme d'avenir professionnel.



L'ARTISANAT POUR LES JEUNES - NOUS AVONS TOUTE UNE BONNE SAISON DE CHOISIR L'ARTISANAT - INECA

DIGITAL, ESTHÉTIQUE ET PRATIQUE

Très peu de print cette année. Mais la rareté en fait le prix. Le syndicat de l'Orge (en aviez-vous déjà entendu parler ?) nous livre un magnifique rapport développement durable. La CCI de Normandie positionne son magazine au service de l'économie locale. Quant à La Française des jeux, elle donne la parole à l'interne dans son rapport annuel, abondamment illustré. Le digital a en revanche la part belle. Vous emmenez vos enfants au zoo de Vincennes ? Consultez son site pour

C'est pas le mur des Lamentations, ici !

CAMPAGNE CONTRE LES NOUVELTÉS - LA POSTE
PHOTO: G. CHIRONNE (R) ET M. MOULÉ (L) (C) P. 38

les infos pratiques, vous y ferez de belles découvertes éducatives. Tout comme sur l'archéologie de la Grande Guerre, via le site du Ministère de la culture. La modernité souffle aussi sur l'armée de terre : sa campagne RH de recrutement récupère les codes du jeu vidéo pour s'adapter à sa cible jeune. Mais le plus audacieux est le 1^{er} site public open data de la Haute Autorité de Santé pour choisir son hôpital. Une réponse aux marronniers sur la qualité des soins dans les hôpitaux ?

Enfin, comment communiquer quand on accueille le monde entier ? Créer un mur géant de selfies ! Bienvenue à Paris Orly, vous êtes au centre de l'univers.

Communicants publics, continuez à nous étonner en 2015 ! ■