

THIERRY LIBAERT

« Plus de transparence ne rétablira pas la confiance »

Auteur de plus d'une trentaine d'ouvrages sur la communication des organisations, **Thierry Libaert** a travaillé longtemps sur la question de la transparence, aussi bien au sein des entreprises que des institutions, et sur la communication de crise. Il siège actuellement au Comité économique et social européen.

Vous avez beaucoup travaillé sur les questions de transparence. Cette demande apparaît de plus en plus chez les électeurs. Comment la communication politique peut-elle intégrer cette notion ?

Il n'y a pas de démocratie sans transparence. Mais quand on s'attaque au sujet de la transparence, il faut toujours être prudent, car à mon sens il y a une dose d'opacité nécessaire dans le fonctionnement même de la politique et donc de la communication politique.

Une part d'imaginaire et de symbole me semble nécessaire à la fonction politique. C'est la raison pour laquelle on ne filme pas une réunion du Conseil des ministres, comme s'il y avait une part de mystère nécessaire à l'exercice de la fonction et sur la manière dont on peut communiquer sur ces sujets-là.

On a vu des gilets jaunes demandant à ce que les réunions avec les politiques soient filmées, diffusées en direct. Dans l'affaire de Ruyg, sa vie a été passée au peigne fin. Ce « mystère » est-il dépassé ?

Cette exigence me semble plutôt être un symptôme de la perte de confiance. On le voit aussi dans le domaine des organisations industrielles. La demande de transparence est de plus en plus forte, mais



D.R.

« Il y a une dose d'opacité nécessaire dans le fonctionnement même de la politique et donc de la communication politique. »

devient un symptôme de la déliquescence de la relation de confiance. Je suis persuadé que ce n'est pas par plus de transparence que l'on peut rétablir la confiance. On demande de la transparence comme garantie d'une relation de confiance, mais ce n'est pas parce que l'on est plus transparent que l'on a davantage confiance. Demander à être filmés avec les politiques, avec l'omniprésence des téléphones portables, va impliquer une prudence beau-

coup plus forte des personnels politiques, parce qu'à tout moment les paroles qui se veulent privées entrent dans la sphère publique. Le plus grand danger sera d'être pris en défaut par rapport à d'autres discours. Dans le domaine économique, sur un certain nombre de sujets sensibles, on demande ainsi à avoir plus d'informations. Et quand les organisations transmettent l'ensemble de ces éléments, on s'aperçoit qu'il n'y a aucune avancée dans la relation à l'organisation, car les informations sont toujours considérées soit comme partielles, soit comme orientées. En bref, cela revient à : « *Donnez-nous davantage d'informations, mais nous ne croirons pas ce que vous nous dites.* » En politique, je fais référence au livre sur François Hollande *Un président ne devrait pas dire ça...* (Gérard Davet, Fabrice Lhomme, Stock, 2016), dans lequel il y a cette impression de désacralisation de la fonction. Comme si le fait de révéler les coulisses de la prise de décision amoindrait cette sorte d'aura que devrait avoir le politique.

À l'approche des municipales, on voit de nouveau les civic techs tenter de séduire les candidats. Ces outils sont-ils bien utilisés ?

C'est souvent davantage une mise en scène de la modernité de la communication politique qui est mise en place plutôt qu'une utilisation réelle de ce que peuvent nous apporter les civic techs, parfois juste une valorisation du travail de la mairie.

J'ai une méfiance par rapport au discours miraculeux sur la communication digitale. Le danger est que cela court-circuite les corps intermédiaires alors que l'on a jamais eu autant besoin d'institutions, de représentation dans le débat démocratique. Le Parlement ou la Commission européenne, par exemple, mettent en place leur propre relation, qui leur donne une image de modernité sur la sphère digitale. Et les avis d'experts leur semblent moins pertinents que les débats en ligne organisés avec les citoyens de 27 pays.

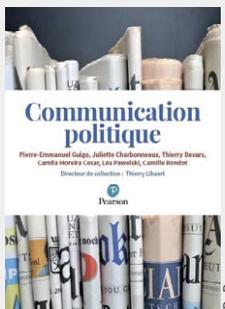
Ces outils sont encore dans une phase de démarrage. Tout l'intérêt de la civic tech comme revalorisation du débat démocratique, particulièrement au plan local, reste encore à construire. ■ **PROPOS RECUEILLIS PAR FABRICE POZZOLI-MONTENAY**

PARUTION Un ouvrage qui traite de tout le spectre de la communication politique

Cet ouvrage collectif s'adresse à un public assez large, allant des étudiants en communication aux chefs d'entreprise, en passant, bien sûr, par les conseillers en communication politique. Très didactique et pragmatique, il est parsemé de nombreux cas concrets qui permettent d'illustrer les propos des spécialistes et universitaires réunis par Thierry Libaert. Stratégies de communication politique, campagnes électorales, sondages, relations avec les médias, missions des équipes de communication... le champ est vaste. Certains cas étudiés peuvent toutefois dater un peu (comme le passage de Michel Rocard en 2001 dans l'émission de Thierry Ardisson) ou être quelque peu en retard sur l'actualité brûlante (web social et civic techs). Mais la richesse et la diversité des cas concrets détaillés dans ce recueil permettent de faire de ce travail collectif un livre incontournable et de référence. ■

F. P.-M.

Communication politique : co-écrit par Pierre-Emmanuel Guigo, Juliette Charbonneaux, Thierry Devars, Camila Moreira Cesar, Léa Pawelski, Camille Rondot, sous la direction de Thierry Libaert (ed. Pearson), 192 pages, 23 euros.



D.R.