

Réflexions

Quel avenir pour les relations publiques?

L'invité

Laurent Pittet
Directeur de Pittet
Communication*



La Société romande de relations publiques (SRRP) fête ses 50 ans cet automne. Cet anniversaire est l'occasion pour l'association de s'interroger sur l'évolution des pratiques dans le domaine de la communication institutionnelle et d'identifier les facteurs qui façonnent l'avenir de la branche. Synthétisons ici les grandes idées nées de cette réflexion.

Standard du management moderne, la communication gagne en importance stratégique au sein des organisations. Elle se trouve, du même coup, investie d'une responsabilité accrue, qui est avant tout morale. Directement concernés par la «bonne gouvernance», les professionnels de la branche doivent être irréprochables dans leur conduite. Faire mieux connaître les codes de déontologie de notre profession est l'une des missions centrales de notre association.

La responsabilité des RP est non seulement morale, elle est aussi intellectuelle. S'ils recourent volontiers aux techniques du *storytelling*, les professionnels des RP ont conscience qu'on ne peut plus «raconter des histoires» à des publics toujours plus instruits et critiques face aux mécanismes de la communication. Le public exige en effet un discours authentique.

Selon l'European Communication Monitor 2011, un tiers des relationnistes suisses estiment que l'expression «relations publiques» est discréditée. De fait, adopter un comportement responsable s'impose pour que les RP conservent la confiance de

leurs interlocuteurs. Cette confiance est cruciale pour l'exercice de la communication, tant il est vrai qu'on ne peut pas dialoguer constructivement dans un climat de méfiance.

Pour accomplir leurs tâches, les chargés de communication disposent désormais d'une nouvelle gamme d'outils avec le web 2.0. Ces plateformes participatives d'un genre nouveau permettent de maintenir le dialogue avec une multitude d'interlocuteurs. Elles sont appelées à occuper une place centrale dans tous les plans de communication à venir.

L'utilisation de ces outils appelle de nouvelles méthodes. Le risque d'échec est à la mesure de leur potentiel. Les RP doivent rapidement en maîtriser la technique et apprendre leurs règles de bonne utilisation. Ce défi passionnant attend tous les communicateurs.

Le contexte de tensions qui caractérise notre époque questionne le rôle que les professionnels des relations

«La responsabilité des RP est non seulement morale, elle est aussi intellectuelle»

publiques entendent jouer dans la société. S'ils prennent la mesure de leur responsabilité et savent tirer parti de la révolution digitale, ils pourront pleinement démontrer leur valeur ajoutée: créer du lien entre les organisations et les publics, établir un climat de dialogue et de confiance. Ce faisant, ils s'affirmeront comme des agents de cohésion significatifs dans un monde où les relations sont mises à l'épreuve.

* Président de la Société romande de relations publiques

