

*Stratégie et tactiques de la presse territoriale* de Jean-Luc Boisseau, Librairie Générale de droit et de Jurisprudence, 1996, 142 pages, 90 francs

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1858>

DOI : [10.4000/communicationorganisation.1858](https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1858)

ISSN : 1775-3546

**Éditeur**

Presses universitaires de Bordeaux

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 mai 1996

ISSN : 1168-5549

**Référence électronique**

« *Stratégie et tactiques de la presse territoriale* de Jean-Luc Boisseau, Librairie Générale de droit et de Jurisprudence, 1996, 142 pages, 90 francs », *Communication et organisation* [En ligne], 9 | 1996, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 21 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1858> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1858>

---

Ce document a été généré automatiquement le 21 décembre 2020.

© Presses universitaires de Bordeaux

---

## Stratégie et tactiques de la presse territoriale de Jean-Luc Boisseau, *Librairie Générale de droit et de Jurisprudence*, 1996, 142 pages, 90 francs

---

- 1 Voici un petit livre bien utile et qui est le bienvenu dans un monde, celui des collectivités territoriales, qui a encore beaucoup à faire pour maîtriser sa communication. Le panorama des journaux municipaux est souvent aussi consternant que la communication gouvernementale en temps de crise.
- 2 Diplômé de l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication (Université Michel de Montaigne, Bordeaux), Jean-Luc Boisseau a été successivement Conseiller municipal puis Chargé de la communication d'une ville avant de devenir Directeur de la publication de *Terres de communication*, lettre d'information (newsletter) destinée aux professionnels de la communication.
- 3 L'ouvrage est tout à fait conforme à la déclaration d'intention que l'auteur formule en préambule : « Nous n'avons pas la prétention de bâtir une théorie de la presse des collectivités. Notre préoccupation est plus modeste : réunir les interrogations que soulève la pratique de la presse des collectivités pour offrir aux lecteurs quelques éléments nécessaires à une réflexion sur le système et de nouvelles pistes pour élaborer une stratégie.
- 4 Même si, parfois, la volonté de modéliser la communication par la presse complique de x' et y'« reconnaître à l'auteur une capacité réelle à mener son lecteur à la prise de distance par rapport à l'objet. Les communicateurs déclarent eux-mêmes qu'ils ont trop « le nez dans le guidon ».
- 5 Ce livre, mine de rien, les aidera à relever la tête pour mieux penser. Mine de rien parce que toute conceptualisation est illustrée d'exemples puisés dans la réalité de la

communication municipale. C'est astucieux pour aider les professionnels à réfléchir sur leur pratique.

- 6 Un ouvrage précieux et que tous les communicateurs, quelle que soit l'organisation à laquelle ils appartiennent, devraient se procurer sans tarder.
- 7 H.H.