



# Les politiques de communication des collectivités locales et le phénomène de sous-traitance

mardi 21 août 2018

**Michèle Garry**

**D.E.A Sciences de l'information et de la communication**

**1993**

**\*961241A\***

La communication est donc directement impliquée dans les transformations imposées du dehors (par diktat, les agences parisiennes). Elle subit les phénomènes de mode, de volonté de restructuration de l'espace national par le biais des acteurs qui juxtaposent leur propre logique à celle du champ de la communication locale, envisagé comme un marché potentiel. Si le territoire de la communication est apparu très difficile à délimiter, en revanche il semble plus aisé à conquérir.