

Titre de la séance : Est-ce du charabia? Utiliser un langage clair pour rendre les documents publics compréhensibles

Animateurs/Panélistes :

Don Main, directeur des communications, Élections Colombie-Britannique

Betsy Byers, directrice des services opérationnels, Commission d'éthique de l'État du Missouri

John Schaaf, conseiller juridique, Commission d'éthique en matière législative de l'État du Kentucky

Matt Sollars en remplacement de Elizabeth Upp

Date et heure : Lundi le décembre 2013, 15 h 30

Rapporteur : Audrée Ross

Résumé de la séance

L'objectif de la présentation était de donner aux congressistes les outils pour rendre leur communication publique plus efficace et compréhensible pour les citoyens.

Pour ce faire, les gestionnaires doivent garder en tête que la communication doit être réalisée avec le moins de mots et de phrases possibles, parce que le temps du citoyen est limité. Il faut aussi s'assurer de vulgariser l'information. Betsy Byers suggère de toujours garder en tête qu'un enfant de 5^{ème} année devrait comprendre le message. Il est donc préférable de garder le niveau de communication le plus simple possible, sans toutefois compromettre l'explication des obligations légales. Le plus important, c'est de bien connaître son public.

Les médias sociaux sont, selon Matt Sollars, un des meilleurs moyens de voir si la communication a eu l'effet escompté. On peut voir la réaction des gens et voir s'ils ont compris le message et les réorienter le cas échéant. D'un autre côté, l'utilisation des médias sociaux pour les agences publiques n'est pas une chose simple, au contraire, c'est plutôt un défi.

Les gestionnaires devraient aussi préférer l'utilisation de graphiques simples et colorés plutôt aux gros tableaux lourds et chargés. De plus, il est conseillé d'ajouter des photos quand cela complète l'explication.

Un point important est de construire une relation avec son public. Plus le public vous connaît par le biais de vos communications, plus vous devenez une agence concrète dans son esprit. Plus le citoyen vous connaît, plus il vous fait confiance. Parfois, faire affaire avec une firme de communication externe est plus productif.

Enfin, il est recommandé de faire des sondages. Il ne faut pas hésiter à demander à d'autres employés externes au projet ce qu'ils pensent de notre communication. Cela permet d'améliorer la stratégie de communication de l'organisation.

Enfin, les panélistes ont dit qu'une bonne communication est une communication claire, simple, brève, lisible, centrée sur le lecteur et qui crée une relation avec ce dernier.

Ils ont aussi identifié certaines ressources précieuses pour les gestionnaires : les guides de styles, les ressources web, l'avis de leurs employés, le travail avec d'autres juridictions et l'utilisation des logiciels pertinents.

Pour une communication efficace, il faut se concentrer sur trois éléments : l'information à communiquer, le public que l'on cible, et la qualité de la présentation visuelle (packaging).