



Comment communiquer la réforme

PRINCIPALES RECOMMANDATIONS

L'opinion publique : prête ou préparée

1. Veiller à la cohérence du calendrier de la réforme avec l'état de préparation de l'opinion : recourir aux enquêtes d'opinion pour évaluer le niveau de maturité de la réforme envisagée, mieux cerner les opposants et apprécier les efforts de sensibilisation restant à accomplir.
2. Généraliser la pratique de préparation de « Livres verts » consistant à proposer à des experts indépendants d'évaluer le contexte, le point de vue des principales parties prenantes. Aux politiques ensuite de faire des choix, le cas échéant dans un « Livre blanc ».
3. « Benchmark » plus systématiquement la communication réalisée pour des problématiques comparables dans des pays pouvant servir de référence crédible.

Un leader, sinon rien

4. Identifier en amont un porteur de la réforme qui dispose du poids politique adéquat au regard de la nature du chantier envisagé.
5. Veiller à ce que ce leader s'engage personnellement sur le succès de la réforme.
6. Veiller à ce que ce leader dispose du soutien minimal nécessaire : commencer par convaincre sa propre majorité parlementaire, son propre camp du bien-fondé de la réforme.



Très en amont, la dimension communication

7. Veiller à ce que, dans chaque équipe ministérielle en charge de la mise en place d'une réforme, il y ait dès le début un spécialiste de la communication, soit un collaborateur expérimenté, soit le représentant d'une agence conseil en communication institutionnelle ; veiller à établir un lien de collaboration efficace entre ce correspondant « politique » et les services de communication du ministère.
8. Établir une cartographie des forces en présence sur des bases objectives.
9. Systématiser l'utilisation d'une *check-list/briefing communication* comprenant les principales questions à se poser pendant les différentes phases d'élaboration d'une réforme.
10. S'astreindre à définir avec professionnalisme la stratégie et les grandes lignes du plan de communication qui sera mis en œuvre.

Dialoguer, dialoguer, dialoguer

11. Engager le dialogue en priorité avec la partie prenante la plus directement concernée par la réforme.
12. Éviter de donner l'impression que les projets de réforme sont déjà prêts avant même toute consultation ; isoler les champs dans lesquels le pouvoir régalien s'exerce de ceux dans lesquels la démocratie participative peut jouer à plein.
13. Bannir tout vocabulaire d'affrontement ou de « gagnants-perdants ».

Communiquer : un vrai métier

14. Constituer, pour des périodes relativement longues (3 à 5 ans) un « pool » d'agences de communication agréées pour leurs compétences en communication publique, d'intérêt général.
15. Créer des programmes de formation à la communication dans certaines écoles (ex. : ENA...) ainsi que dans les ministères.
16. Faire suivre des « media-training », formations à la communication avec les médias, aux personnes appelées à défendre des projets de réforme devant la presse ou devant des publics « difficiles ».
17. Organiser des échanges de bonnes pratiques en matière de communication entre la sphère publique et les entreprises privées.
18. Clarifier le rôle du SIG et en faire un organe qui soit responsable de l'amélioration des compétences en communication des différents ministères.

INSTITUT
MONTAIGNE

