

Les grands principes rédactionnels de la communication de l'État

En bref

- La communication de l'État doit faire preuve de simplicité, de clarté et de proximité dans les prises de parole publiques. Il est essentiel que tous les citoyens comprennent les messages de celles et ceux qui conduisent l'action publique.
- Pour cela, des bonnes pratiques sont partagées au sein de l'État.

Présentation

- Afin que la parole publique soit accessible aux yeux des Français, la communication de l'État repose sur des bonnes pratiques partagées.
- Les communications de l'État doivent tenir compte des attentes des citoyens vis-à-vis de l'information publique, tant sur la forme que sur le fond.

Étapes de mise en œuvre

- 1. Faciliter l'accès à l'information :** il en va de la responsabilité de l'État de communiquer de façon à garantir cette accessibilité de l'information pour tous, sans distinction (voir fiche « [L'essentiel de la communication accessible](#) »).
- 2. Permettre l'identification de l'émetteur :** l'identification claire de l'émetteur et du récepteur est un préalable à toute communication efficace.
- 3. Comprendre le citoyen :** il est essentiel de s'assurer que les contenus proposés répondent réellement aux attentes et aux questionnements des citoyens.

S'adresser au citoyen : clarté, simplicité, inclusion.

- **Clarté** : plus la communication est claire, plus le sens du message parvient de façon immédiate aux citoyens. Pour plus de clarté, une expression directe, sans détour, est à privilégier.
- **Simplicité** : la simplicité doit toujours être recherchée, même si cela peut impliquer de renoncer à certains détails.
- **Inclusion** : les communications issues de la sphère publique s'adressent à tous les Français. Chacun doit donc se sentir concerné.

- Charte des grands principes rédactionnels de l'État.

Docu- ments utiles

Le saviez- vous ?

La charte des grands principes rédactionnels propose une liste de questions à se poser à la relecture d'un document, afin de s'assurer qu'une prise de parole répond aux bonnes pratiques présentées.

Par exemple : le contenu est-il correctement contextualisé ?