

Stephan Rupp, membre du comité «Médecins de famille et de l'enfance Suisse», organisation interne MFE

Communication interne de l'association – quelle est votre préférence?

Vous rappelez-vous encore, lorsqu'enfant, vous courriez à la boîte aux lettres pour voir s'il y avait du courrier à l'intérieur? Il n'y a pas encore si longtemps, il était normal d'être abonné à un journal régional, de recevoir de temps à autre le journal paroissial ou l'hebdomadaire «Construire» (aujourd'hui «Migros Magazine»), pour ne citer que quelques exemples. La Poste avait lancé le slogan «Tu voudrais une lettre, alors écris une lettre». Les plus chanceux pouvaient, en plus des chaînes suisses, capter des chaînes des pays voisins à la télévision. La radio nationale n'avait pour seule concurrence que d'autres stations publiques et semi-publiques. Le téléphone était relié à un câble et à l'extérieur, il fallait chercher une cabine téléphonique.

La situation a changé aujourd'hui. Nous sommes devenus les victimes de campagnes de communication, nos boîtes aux lettres débordent et les journaux gratuits abondent. Nous choisissons parmi des centaines de programmes télé et radio et piochons des informations sur internet. Nous devrions être joignables par téléphone jour et nuit.

Le travail de notre association a lui aussi changé. Autrefois, le comité communiquait avec du papier et un stylo, un protocole était envoyé par voie postale aux personnes concernées et approuvé par ces dernières, et les membres de l'association étaient informés des assemblées générales annuelles ou semestrielles. Le rythme de travail était limpide et la vitesse dépendait du moyen de communication. Ainsi, seuls les thèmes importants étaient traités, c.-à-d. ceux qui avaient résisté jusqu'à la réunion suivante du comité.

Raz-de-marée d'informations

Nous sommes encore tous en train d'apprendre comment nous voulons composer avec les nouvelles possibilités de communication. La vitesse des nouveaux moyens de communication permet d'informer immédiatement tout le monde et sur tout. Mais est-ce vraiment cela que nous voulons? L'expression «plus il y en a, mieux c'est» est-elle véritablement exacte? Ou alors le contenu est-il quand même plus important que la quantité? Ces questions trouvent des réponses différentes en fonction des bénéficiaires des informations. Certaines personnes lisent uniquement la rubrique locale ou les annonces nécrologiques du journal, tandis que d'autres s'efforcent de tout passer en revue. Il est possible d'affirmer que le destinataire doit décider ce qu'il veut lire et ce qu'il ne veut pas lire et que les comités des associations ont un devoir d'information illimité. Ainsi, la personne peu intéressée va se défaire de tout, même de l'essentiel, et elle ne sera même plus informée du tout. L'enjeu consiste ici à trouver un compromis adapté aux membres et au temps.

La communication associative est aujourd'hui à bien des égards une route à sens unique. Pour les grandes associations, il y a le risque que la vie associative reste sur le carreau et que tout soit caché derrière des mails. Il serait important qu'au moins des vélos empruntent à contresens la route à sens unique et qu'un certain écho des membres parvienne aux délégués et aux comités. Nous avons aussi encore des choses à apprendre dans ce domaine. Les forums associatifs souffrent souvent d'une participation insuffisante des membres et leur gestion est de toute façon difficile.

Peut-être communiquerons-nous mieux à l'avenir via des groupes Facebook ou des moyens similaires? L'avenir nous le dira.

Communication interne par PrimaryCare, des mails aux membres et un site internet

L'association professionnelle a choisi trois principaux moyens pour sa communication interne. Le principal organe est PrimaryCare. Pour l'instant, il est certain qu'un journal écrit jouit de la plus grande acceptation auprès du groupe cible. Lors de la lecture de ce journal, nous ne dépendons pas de moyens techniques comme les ordinateurs, les I-Pads ou d'autres nouvelles technologies. Seul l'avenir nous dira si nous voudrions et pourrions continuer à nous permettre le luxe d'une publication hebdomadaire. En tous cas pour l'instant, PrimaryCare reste le principal pilier de notre communication interne. En complément, des mails sont envoyés avec parcimonie à nos membres.

Pour les grandes associations, il y a le risque que la vie associative reste sur le carreau et que tout soit caché derrière des mails.

C'est ainsi le moyen de leur faire connaître les principaux thèmes d'actualité. Les délégués reçoivent des informations supplémentaires par email, comme par ex. des protocoles ou des renseignements sur des prises de position car en tant que décideurs, ils doivent bénéficier d'informations plus exhaustives.

À côté de ces moyens de communication active utilisés par le comité, il existe le nouveau site internet. Les principales informations y sont également accessibles. En revanche, contrairement à PrimaryCare et aux mails adressés aux membres, pour s'informer sur le site, une démarche active du membre est nécessaire, celui-ci doit aller rechercher activement les informations sur le site. Il y aurait ainsi sans doute un plus grand risque que les informations ne parviennent pas suffisamment aux membres si le comité décidait de recourir en priorité à ce moyen de communication, à vrai dire assez économique.

Que nous réservera l'avenir? En fait, derrière chaque technique se cache un homme, qui doit utiliser les moyens de la technique. Dans ce sens, il n'y aura certainement pas de communication interne «idéale» à court terme, car les bénéficiaires des informations sont trop différents. Pour l'instant, le comité a néanmoins l'impression qu'il est suffisamment bien positionné en matière de communication interne et que les moyens actuels sont suffisants pour satisfaire correctement les besoins d'information des membres.

J'ai fait allusion à la route à sens unique de la communication du comité en direction des membres. Il serait utile que nos membres s'expriment également au sujet de nos modes de communication et qu'ils nous fassent part de leurs suggestions et souhaits. Nous sommes ouverts aux améliorations, pourvu qu'elles soient réalisables sur le plan temporel et financier.

Correspondance:
Dr Stephan Rupp
Spitalstrasse 30, 8840 Einsiedeln
stephan_rupp[at]bluewin.ch