



Assurer la communication interne, institutionnelle et médiatique

Objectifs

Assurer une bonne communication est une composante essentielle de la gestion de crise. Mal conduite, elle peut entraîner une dévalorisation de la réponse opérationnelle, même si cette dernière a été menée efficacement. Pire, le défaut de communication peut engendrer des rumeurs. L'autorité locale a donc tout intérêt à communiquer au plus tôt puis régulièrement et à utiliser les médias comme un vecteur pour faire passer ses messages.

Acteurs

- ▶ L'autorité locale pour la communication institutionnelle.
- ▶ Le chargé de communication (élu ou agent communal) pour la préparation des communiqués, le pilotage de la communication interne et externe, les relations avec les médias.
- ▶ Le standard pour l'information du public.

Actions

Communication interne

- Organiser un point de situation, au minimum quotidien, avec les référents communaux chargés des différents aspects de la gestion de crise (opérations sur le terrain, logistique, suivis juridique et financier) et y inviter le chargé de communication. À l'issue, rédiger un compte rendu, qui récapitulera notamment les éléments à communiquer aux médias.
- Transmettre ces éléments pour information à l'ensemble des agents communaux (liste de diffusion électronique, affichage).

Communication institutionnelle

- Tenir régulièrement informés les partenaires institutionnels (préfecture, services de secours, conseils général et régional, intercommunalité) de l'évolution de la situation.
- Leur diffuser (avec accusé de réception) les comptes rendus des points de situation.

Communication médiatique

- Identifier clairement une personne formée (élu ou cadre communal), qui parlera aux médias. Donner des consignes pour que tout agent contacté par les médias, les renvoie vers le chargé de communication (et ne communique pas directement aux médias).
- Communiquer au plus tôt. Ne pas attendre d'avoir réglé le problème ou de tout savoir.
- N'indiquer que les informations principales et les faits avérés. Éviter les hypothèses, les suppositions et les rumeurs.
- Utiliser les médias (presse, radio, TV) comme vecteur pour faire passer le message de la commune (consignes de sécurité, opérations menées, moyens déployés...).

Information du public

- Préparer et réactualiser régulièrement, un message clair, concis et précis sur la nature de l'événement et les consignes de sécurité à adopter. Pour les communes touristiques ou proches d'une frontière, traduire le message en langue(s) étrangère(s).
- Assurer la diffusion de ce message par les moyens propres de la commune :
 - Standard et accueil en mairie (réponse aux interrogations du public).
 - Site internet de la commune, de l'office de tourisme.
 - Panneaux d'affichage en mairie et sur le(s) site(s) pollué(s).



Communiqués de presse

Règles générales sur le communiqué de presse

- S'en tenir aux faits (pas d'interprétation).
- Faire court et précis (une phrase par idée).
- Préciser le contexte, la nature des risques (si elle est connue) et les consignes exactes.
- Si les informations ne sont pas encore disponibles, il faut le dire. Mieux vaut un message qui annonce « pour le moment, nous n'avons pas de détails sur l'événement mais dès que nous aurons d'autres informations, nous les fournirons sans délais » que de ne rien dire.
- Veiller à l'uniformité des messages (pour cela, éviter de se précipiter lors du premier message).
- Ne pas être alarmiste, ni trop optimiste.
- Assurer une information régulière (quotidienne en cas d'arrivages de boulettes d'hydrocarbures ; horaire en cas de déversement de SNPD* nécessitant une mise à l'abri).

SOURCE : GUIDE PRATIQUE D'ÉLABORATION DU PCS*, DSC*.