



FICHES

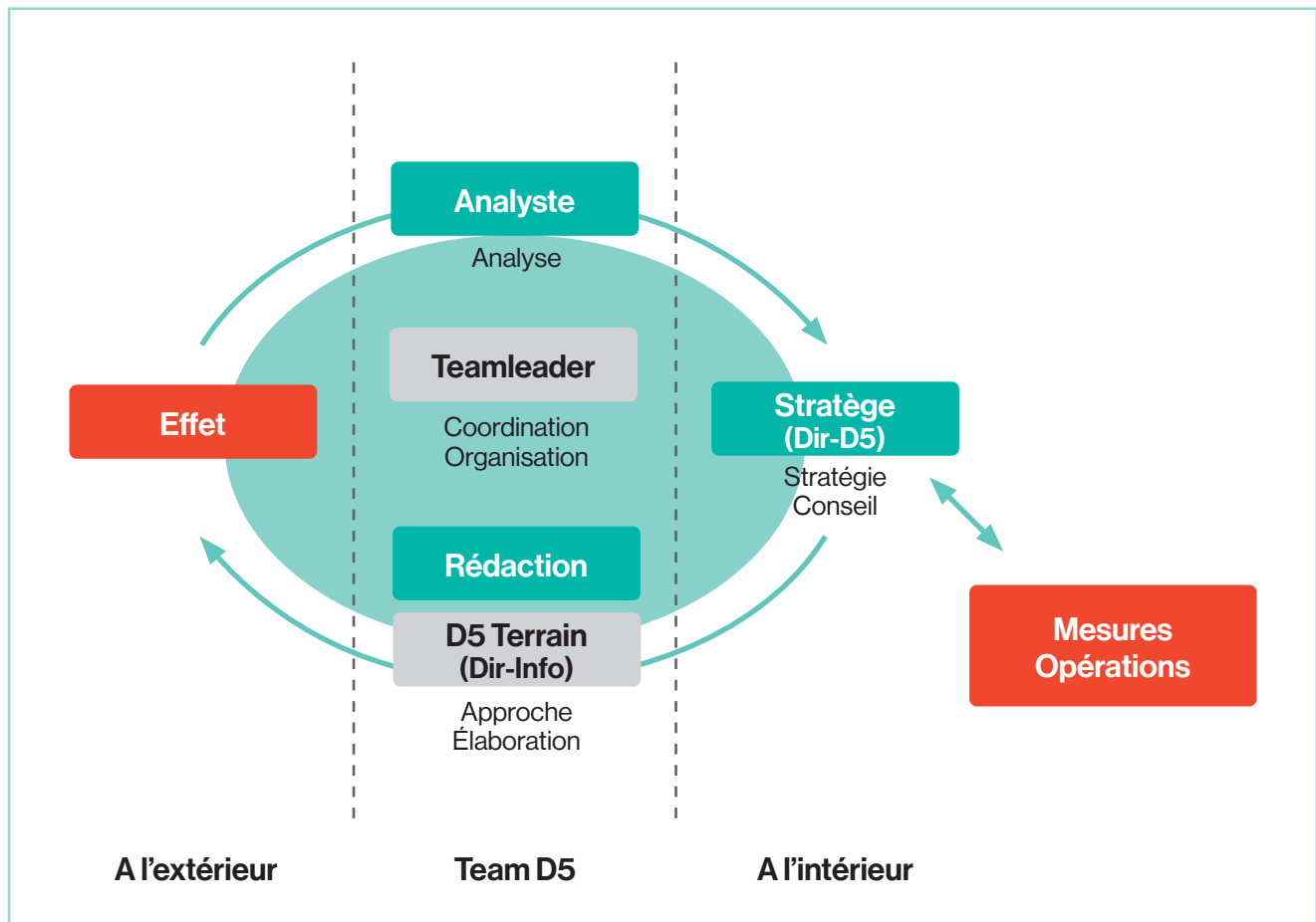
Processus Opérationnel en Communication de Crise



Centre de crise National

POCC

Processus Opérationnel en Communication de crise



5 rôles de base

- ▶ **Analyste** : analyse la perception des personnes impliquées et formule un conseil au stratège.
- ▶ **Rédacteur** : écrit, traduit et publie des textes.
- ▶ **Teamleader** : gère l'équipe de communication, travaille en étroite collaboration avec le stratège, organise des consultations internes et externes et veille à la mise en œuvre de la stratégie de communication.
- ▶ **Stratège** : transpose les conseils de l'analyste en conseils stratégiques pour les dirigeants, dont il fait partie.
- ▶ **Porte-parole/D5 terrain** : accueille et informe la presse.

Analyste

Méthode IBS

Information	Behavior	Sensemaking
Que sait-on de la crise ?	Qui communique sur quoi ?	Empathie
Victimes ?	Comment la population réagit-elle à la crise ? (manifestations par exemple)	Emotions de la population
Lieu ?	Que font le autorités/les politiques/ les VIP's ?	Inquiétudes
Impact sur l'environnement/le trafic... ?	Que font les services de secours ?	Réactions négatives
Quelles mesures ont-elles été prises ?	Autonomie	Réactions positive
...	Actions de solidarité	...
	...	

Avis au stratège

Impact	<p>Quelle est l'ampleur de la crise dans l'opinion publique? Qu'est-ce qui vous fait penser cela ?</p> <p>Qui sont les personnes perçues comme affectées ?</p> <p>Où se déroule le discours ?</p> <p>Quelles sont les personnes/groupes les plus importants dans le débat ?</p>
Besoins	<p>De quoi le citoyen a-t-il besoin ? (par exemple, conseil supplémentaire autour de l'information, perspective pour comportement, soutien dans certains sentiments) Séparez en groupes cibles si nécessaire.</p> <p>Quelles sont les questions en suspens ?</p>
Sentiment	<p>Quels sentiments prévalent dans cette crise ?</p> <p>Reliez les sentiments aux sujets les plus importants.</p> <p>Séparez en groupes cibles si nécessaire.</p>

Rédacteur

1. Communication réflexive

- ▶ **Information** → **WE KNOW!**
Que se passe-t-il ? Qui est impliqué ? Où ? Victimes ? Causes de l'incident ? ...
- ▶ **Comportement** → **WE DO!**
Qu'est-ce que je peux faire ? Qu'est-ce que je ne peux pas faire ? Que se passe-t-il maintenant ?
Que faire pour les personnes touchées ? Que font les services d'urgence ?
- ▶ **Sensemaking** → **WE CARE!**
Comment l'organisation ou le gouvernement perçoit-il les événements ? Comment dois-je me sentir par rapport à cela ? Quels émotions émanent des personnes impliquées et de la population au sens large ?
- ▶ **Attentes** → **WE'LL BE BACK!**
Quand et comment devons-nous nous attendre à recevoir plus d'informations ? Vers qui nous diriger ?

2. Processus d'information

- ▶ Focus sur les actions : qui fait quoi ?
- ▶ Continuer à communiquer, même lorsqu'il n'y a rien à dire.

3. Information de contenu

- ▶ Sur base d'informations validées.
- ▶ Convenir de qui doit valider l'information !

4. Communication inclusive

- ▶ Écrivez pour votre lecteur.
 - ▶ Utilisez l'interrogatif ou l'impératif.
 - ▶ Écrivez directement à votre lecteur.
 - ▶ What's in it for me ?
- ▶ Faites attention à la structure de vos phrases.
- ▶ Écrivez comme vous parlez.
 - ▶ Phrases courtes.
 - ▶ Actifs.
 - ▶ Mots du quotidien ou internationaux (par exemple : je téléphone au lieu de j'appelle).
- ▶ Pensez aux images ! Utilisez des visuels standards pour une meilleure compréhension.
- ▶ Pensez aux groupes cibles difficiles à atteindre :
 - ▶ Interprètes sourds lors des conférences de presse.
 - ▶ Communications dans d'autres langues (attention à la législation linguistique !).
 - ▶ Rendez votre site web accessible (titres, sous-titres) et pensez vos messages sur les médias sociaux (utilisation modérée des émoticônes).

Numéro d'information

Au préalable

- ▶ Placez à temps le numéro d'information en pré-alerte. Vous gagnerez ainsi un temps précieux en cas d'activation réelle. S'il est possible de prévoir également un numéro d'information au niveau local, il est conseillé de demander à des collègues de le préparer à l'avance.
- ▶ Commencez sans tarder à élaborer une liste FAQ.
- ▶ Examinez s'il est opportun de mettre en place un numéro d'information et, le cas échéant, s'il est préférable qu'il s'agisse d'un numéro local ou national.
- ▶ Conseillez le comité de coordination sur la mise en place d'un numéro d'information. Sur base de l'avis donné, le comité de coordination prendra une décision claire concernant l'activation du numéro d'information (local ou supralocal). Assurez-vous que la décision soit notée dans ICMS.
- ▶ Dans les situations d'urgence où il est question de nombreuses personnes blessées, décédées et/ou recherchées, ou impliquant un fort impact psychosocial sur un groupe de personnes ou sur l'ensemble de la population, la D2 conseillera au comité de coordination d'activer un numéro d'information national. De cette manière, des intervenants psychosociaux peuvent rejoindre le contact center. Tenez en compte et discuter de ce point avec le comité de concertation.

Activation

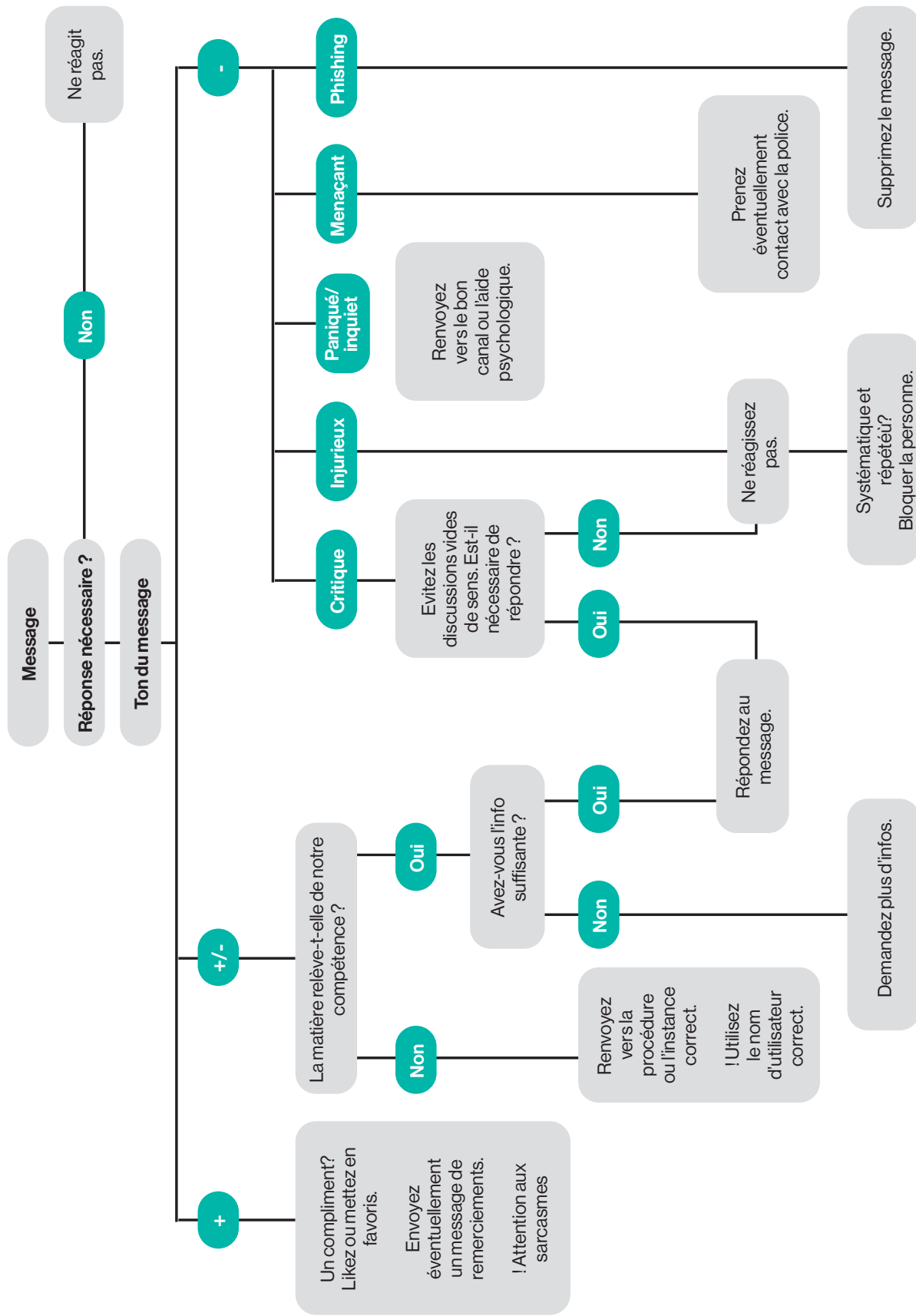
AU NIVEAU LOCAL

- ▶ Alertez le personnel formé et demandez-lui de mettre en place le numéro local et de prévoir du personnel pour prendre en charge les appels.
- ▶ Ne communiquez le numéro à la population qu'après avoir reçu confirmation que le personnel est opérationnel et dispose d'une première liste de FAQ.
- ▶ Conseil : épinglez le message contenant le numéro sur Twitter.

AU NIVEAU NATIONAL

- ▶ Complétez la fiche d'activation du contact center et transmettez-la à l'entreprise.
- ▶ Désignez une personne de liaison (LO) D5 pour le numéro d'information national. Cette personne prendra le plus rapidement possible contact avec la société pour convenir des détails pratiques nécessaires.
- ▶ La D2 établit une personne de liaison CAT (dans la cellule de travail D2) en contact avec le responsable CAT qui dirige l'équipe dans le contact center. Mettez en contact la personne de liaison D5 en contact avec la personne de liaison CAT.
- ▶ Ne communiquez le numéro effectif à la population qu'après avoir reçu confirmation que le personnel est opérationnel et dispose d'une première liste FAQ.
- ▶ Conseil : épinglez le message contenant le numéro sur Twitter.

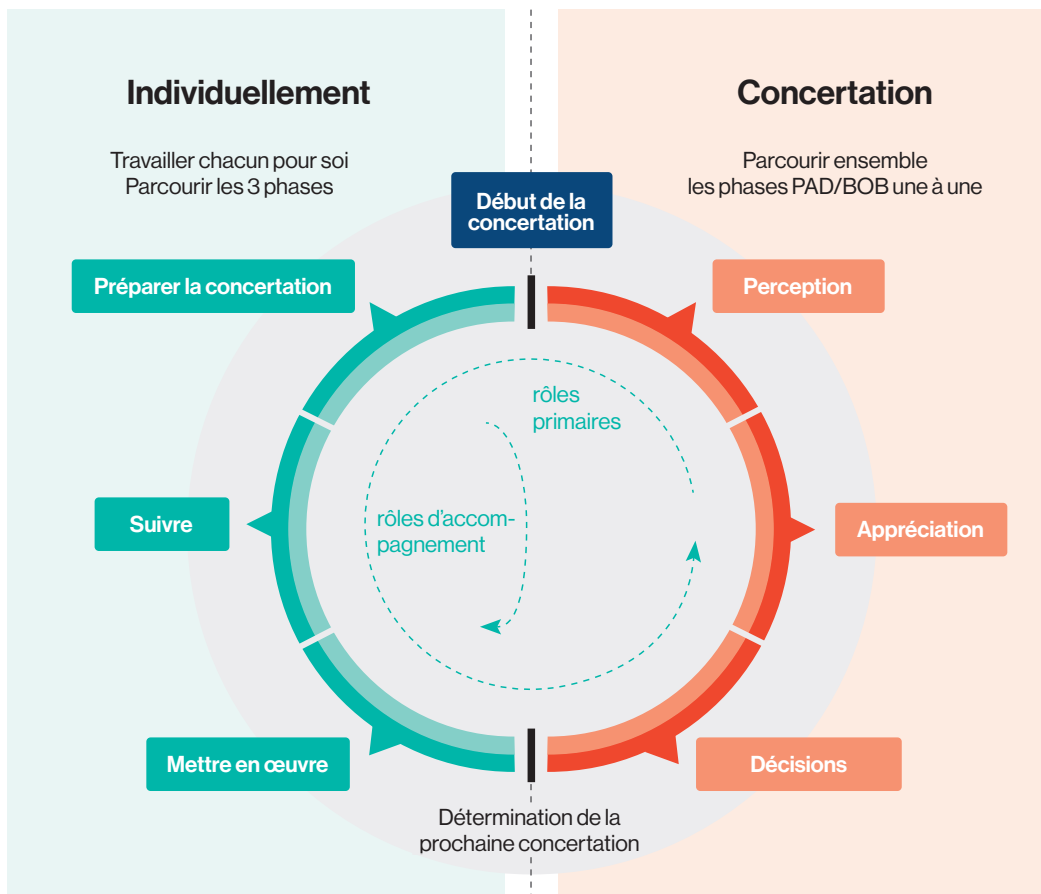
Webcare



Teamleader

- ▶ Alertez les membres de la team.
- ▶ Complétez le white board.
- ▶ Pensez à l'horloge de réunion.
- ▶ Soyez attentif au bien-être de l'équipe.
 - ▶ Tout le monde a-t-il le rôle qui lui convient ?
 - ▶ Organisez les tournantes.
 - ▶ Prévoyez de quoi manger, boire et d'autres attentions.
 - ▶ Contôler le stress de l'équipe.

Horloge de réunion

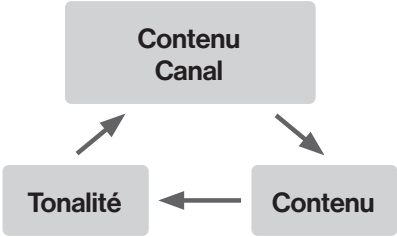
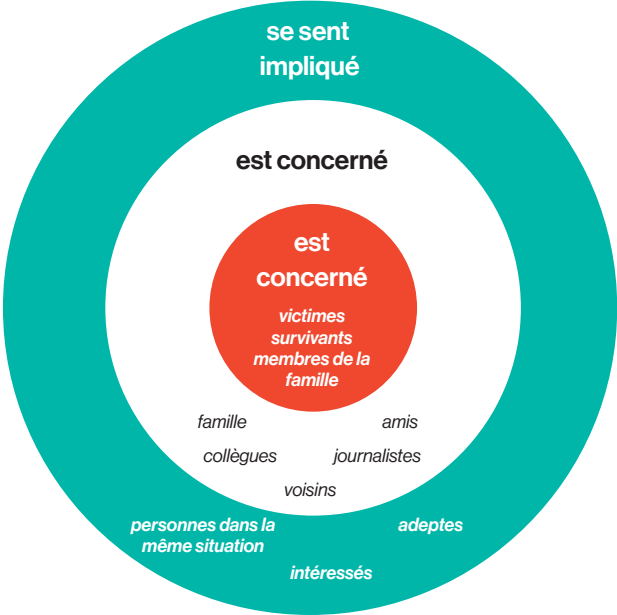


Template white board

Perception	Appréciation	Décision
Perception de la situation IMPACT BESOINS SENTIMENT	Objectifs de la communication, groupe cible, canaux OBJECTIF GROUPE CIBLE CANAUX	TO DO: Quelles sont les priorités?
Réalité FACTS ACTIONS NEEDS	Partenaires	

Questions ouvertes	Messages clés
	WE KNOW WE DO WE CARE

Stratégie

<ul style="list-style-type: none"> ▶ Objectif: que voulons-nous obtenir. ▶ Contenu: sur quoi allons-nous communiquer. ▶ Tonalité: comment amener notre message. ▶ Canal: quel média utiliser. 	
<p>Cercle des victimes</p>	 <p>De slachtoffercirkel. Copyright: Progressive Media & Frank Vergeer, naar Ina Strating.</p>

Stratégies envisageables

- ▶ **Stealing thunder:** annoncer vous-même la crise, garder le contrôle du message, gagner en crédibilité.
- ▶ **Framing:** cadrer la situation de façon déterminée.
 - ▶ Rationnel VS émotionnel.
 - ▶ Grande échelle VS petite échelle.
 - ▶ Formel VS informel.
- ▶ **Rôle du bourgmestre en communication :** représentant des citoyens VS posture politicienne.

Porte-parole

Au préalable

- ▶ Apprendre à connaître les journalistes en dehors des moments de crise.
- ▶ S'assurer qu'ils peuvent faire leur travail (par exemple en tenant compte des deadlines).
- ▶ Tenir compte de la concurrence!
- ▶ Respecter les accords.
- ▶ Porter de l'attention aux deadlines des médias.

Pendant

Ce que vous pouvez dire :

- ▶ We Know – We Do – We Care – We will be back.
- ▶ Déterminer le message central (sur base des questions les plus fréquentes).
- ▶ Quel est l'objectif?
- ▶ Le cercle des victimes.
- ▶ Axer sur le message et pas sur la question.
- ▶ Unité dans le rôle de porte-parole.
- ▶ Toujours préparer les interviews.
- ▶ Transparence et vérité.
- ▶ Chacun parle de sa propre compétence.
- ▶ Uniquement des faits / pas d'interprétations.

Comment vous pouvez le dire :

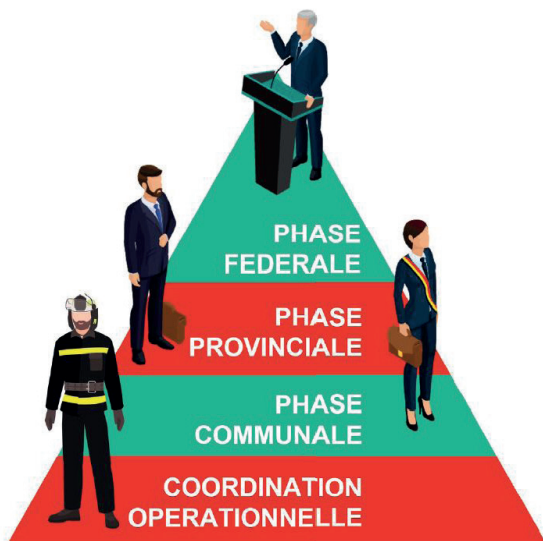
- ▶ Ne pas s'attaquer aux causes : *"L'enquête devrait apporter des éléments supplémentaires..."*
- ▶ Rester prudent (situation et évolution) : *"Pour l'instant, la situation est sous contrôle..."*
- ▶ Prudence dans la communication sur les victimes – parquet (voir Guide D2-D5).
- ▶ Ne pas reprendre de termes négatifs ("Il s'agit d'une catastrophe conséquente...").

Planification d'urgence

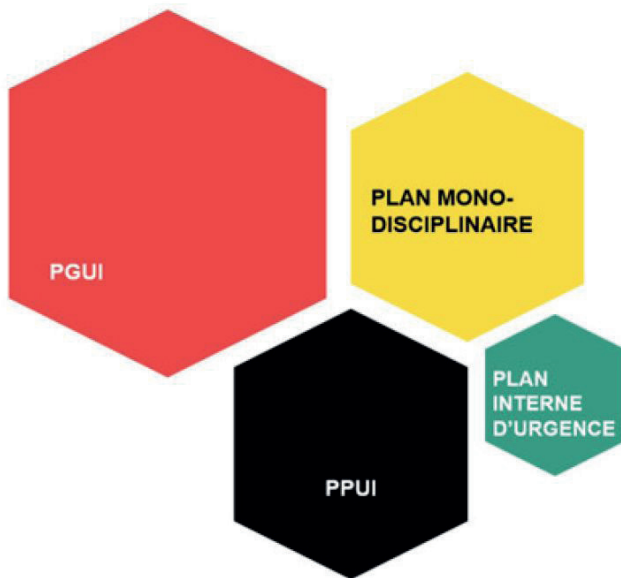
5 disciplines



Phases de coordination d'une crise



Types de plans



Cellules de gestion de crise

PC-OPS: poste de commandement opérationnel

- ▶ Sur le terrain
- ▶ Présidé par : DIR PC-OPS
- ▶ Identifier et combattre la source de l'incident
- ▶ Coordination opérationnelle

CC-COM: Comité de coordination commune

- ▶ Dans les bâtiments administratifs
- ▶ Présidé par: bourgmestre
- ▶ S'occupe des effectifs et de l'impact sur la population
- ▶ Coordination des autorités

Checklist D5

Formation	Préparation
<p>Je m'inscris pour une formation :</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> ICMS<input type="checkbox"/> BE-Alert<input type="checkbox"/> Mediatraining<input type="checkbox"/> Prise de parole en public<input type="checkbox"/> Rédaction<input type="checkbox"/> Indesign pour débutants<input type="checkbox"/> Communication inclusive<input type="checkbox"/>	<p>Je me prépare :</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Je prépare des communications réflexes<input type="checkbox"/> Je prévois des accords avec mon bourgmestre au sujet des mandats (par exemple pour la communication réflexe)<input type="checkbox"/> J'assister à des moments de mise en réseau avec des journalistes (par exemple via Belga)<input type="checkbox"/>
Pratique	Liens utiles
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Notre commune est connectée à BE-Alert<input type="checkbox"/> J'ai un compte ICMS<input type="checkbox"/> Notre commune est reliée au numéro d'information national.<input type="checkbox"/> J'ai un compte Trello.<input type="checkbox"/> J'ai les mots de passe de nos réseaux sociaux à portée de main.<input type="checkbox"/> Je sais comment activer la Team D5	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Site web NCCN : https://crisiscentrum.be/nl<input type="checkbox"/> Login BE-Alert : https://be-alert.gedicom.be/SharedGed/<input type="checkbox"/> Login ICMS : https://icmsystem.be<input type="checkbox"/> Plateforme partenaire https://centredecrise.be/fr/partenaires<input type="checkbox"/>

S'abonner à la newsletter du Centre de crise National ?
Envoyez un courriel à comm@nccn.fgov.be.

Fiche formation

1. Que vais-je retenir de cette formation ?

.....
.....
.....
.....

2. Que dois-je mettre en ordre pour faciliter le travail de la D5 locale ?

.....
.....
.....
.....

3. Sur quoi dois-je encore m'entraîner ?

.....
.....
.....
.....

4. Qu'ai-je manqué pendant cette formation ?

.....
.....
.....
.....

Contact




Permanence NCCN :
02 506 47 11

Permanence de presse (NL):
0471 76 37 04

Permanence de presse (FR):
0471 76 36 88

Service de communication NCCN :
comm@nccn.fgov.be

Rue Ducale 53
1000 Bruxelles
www.crisiscentrum.be

 CrisiscenterBE
 CrisisCenterBE
 Crisiscentrum / Centre de Crise

.be