



COVID-19
AVRIL 2020

Principes sur la communication des risques et les situations de crise

Messages Clés:

- L'une des interventions les plus importantes et les plus efficaces dans une réponse de santé publique à tout événement est une communication proactive auprès du public -sur ce qui est connu, ce qui est inconnu, ce qui est fait et comment obtenir plus d'informations - dans le but de sauver des vies et de minimiser les conséquences néfastes.
- Un plan de communication des risques facilitera une communication bidirectionnelle efficace entre les autorités sanitaires et des populations à risque en réponse à la pandémie de COVID-19. La mise en place d'un plan de communication des risques réfléchi aidera votre ville à répondre à la pandémie de COVID-19 de manière ciblée et stratégique.
- Des objectifs de communication clairs constituent le fondement d'une réponse de communication efficace pendant une pandémie.

Ce guide vous aidera à:

- Comprendre les principes de la communication des risques et des situations de crise lors d'une urgence de santé publique
- Bien comprendre que ce que vous communiquez et comment vous le communiquez peut faire une différence
- Créer un plan d'action de communication des risques

Qui mettra en œuvre le plan de communication des risques ?

Ce processus sera mené par un coordonnateur de la communication qui devra être désigné et qui fera partie de l'équipe d'intervention d'urgence et relèvera directement du maire ou de l'équipe de direction de la ville. Il pourrait s'agir de l'actuel responsable de l'information du public. Il ou elle s'assurera que tous les messages en direction du public sont cohérents et sont transmis efficacement et assurera le leadership de votre équipe de communication. Le coordonnateur de la communication coordonnera et dialoguera également avec ses homologues de la communication des risques et de l'engagement communautaire dans les organismes, ministères, et organisations partenaires.



“L’un des principaux enseignements tirés des événements de santé publique du XXI^e siècle, y compris les flambées du syndrome respiratoire aigu sévère (SRAS), du syndrome respiratoire du Moyen-Orient (MERS), de la grippe A (H1N1) et de la maladie Ebola, est que [la communication des risques et l’engagement des communautés] fait partie intégrante du succès des réponses aux urgences sanitaires.” (L’Organisation Mondiale de La Santé, Janvier 2020).

Pourquoi intégrer la communication des risques dans le cadre d’une intervention d’urgence en sante publique ?

Communiquer pendant les crises et les situations d’urgence est différent de communiquer dans des conditions normales. L’une des interventions les plus importantes et les plus efficaces dans une réponse de santé publique à tout événement est de communiquer de manière proactive- ce qui est connu, ce qui est inconnu, ce qui est fait et comment obtenir plus d’informations- dans le but de sauver des vies et minimiser les conséquences néfastes. Soyez les premiers, soyez justes, soyez crédibles.

Une communication efficace et proactive sur les risques peut:

- Eviter la confusion dans la population générée par une quantité excessive d’informations, et minimiser et gérer les informations erronées qui peuvent nuire à la réponse de santé publique
- Instaurer la confiance dans la réponse et augmenter la probabilité que les conseils de santé soient suivis
- Informer le public et l’aider à comprendre les risques pour la santé auxquels le public et ses proches sont confrontés
- Adapter et partager des informations scientifiques complexes, de sorte que la perception du risque parmi les populations affectées soit d’avantage alignée avec celle des experts et des autorités
- Impliquer les communautés dans des interventions non pharmaceutiques (telles que l’éloignement ou la distanciation sociale, les fermetures d’écoles et d’entreprises, les commandes à domicile), augmentant ainsi leur efficacité.



Considérations clés lors de l'élaboration d'un plan de communication des risques COVID-19

Votre plan de communication des risques sera un document vivant, à mettre à jour et à adapter en fonction de l'évolution de la pandémie de COVID-19 et des réactions des populations à la réponse. Le plan résultant facilitera une communication bidirectionnelle efficace, entre les autorités sanitaires et les populations à risque, pour répondre à la COVID-19.

Quelques considérations clés dans l'élaboration de votre plan :

- Coordonnez et planifiez avec vos partenaires, les réseaux communautaires existants et vos homologues gouvernementaux. N'oubliez pas que les communautés doivent jouer un rôle majeur car ils doivent mener et mettre en œuvres les mesures de promotion du changement de comportement individuel et collectif
- En appui à l'élaboration de votre plan, menez très tôt et de manière continue des études et évaluations afin de réunir des informations essentielles sur les populations à risque et les parties prenantes (sur leurs perceptions, leurs connaissances, leurs canaux de communication préférés et accessibles, les obstacles existants, etc.). Ne présumez pas ou ne prenez pas pour acquis les compréhensions et les perceptions locales.
- Reconnaissez l'importance d'une communication régulière et proactive auprès du grand public et des populations à risque pour réduire la stigmatisation, instaurez la confiance et accroître le soutien social et l'accès aux premières nécessités pour les personnes affectées et leurs familles. La stigmatisation peut saper la cohésion sociale et provoquer l'isolement des groupes. Ceci peut conduire à une situation où le virus est plus, et non moins, susceptible de se propager. Donnez aux communautés/ aux groupes identifiés des informations précises adaptées à leurs situations. Tout le monde a le droit d'être informé et de comprendre les risques pour sa santé.
- Veillez à ce que les personnes à risque d'être infectées par le coronavirus soient identifiées, contactées et impliquées.



Comment développer un plan de communication des risques COVID-19

Un plan de communication des risques, bien pensé, aidera votre ville à répondre à la pandémie de COVID-19 de manière ciblée et stratégique. Les quelques étapes ci-dessous vous aideront à lancer rapidement la collaboration avec les agences gouvernementales ainsi qu'avec les autres acteurs et à rassembler les informations nécessaires pour une réponse efficace.

Etape 1: Evaluer et rassembler les informations

- Recueillir les informations existantes et effectuer des évaluations qualitatives et/ou quantitatives rapides pour prendre connaissance des informations critiques sur vos communautés (connaissances, attitudes et perceptions concernant la COVID-19, populations les plus à risque, modèles et canaux de communication, langue, religion, influenceurs, services de santé et situation). Analysez et évaluez la situation avec votre équipe.
- Voir 'L'Organisation Mondiale de La Santé, Mars 2020 pour un exemple d'outil d'évaluation rapide.

Etape 2: Coordonner

- Designer un coordinateur pour la communication. Il ou elle s'assure que tous les messages adressés au grand public sont cohérents et transmis efficacement, et assure le leadership de votre équipe de communication
- Evaluer et informer régulièrement le message de communication des risques au niveau national et se coordonner avec le niveau national pour harmoniser toute divergence
- Utiliser les mécanismes de coordination existants ou en créer de nouveaux pour dialoguer avec les homologues de la communication des risques/de l'engagement communautaire dans les agences, départements et organisations partenaires.



Développer et maintenir une liste de contacts, à jour, de tous les partenaires et de leurs points focaux. Rester en contact régulièrement pour éviter les doublons et identifier les lacunes ou les écarts potentiels.

Etape 3: Définir et hiérarchiser les objectifs

- Des objectifs de communication clairs constituent le fondement d'une communication efficace pendant une pandémie. Les objectifs doivent être simples, directs et réalistes
- Passer en revue les objectifs régulièrement, en vous demandant si les produits et activités de communication que vous développez répondent aux priorités actuelles et réorientez au besoin.

Exemples d'objectifs:

- S'assurer que tous disposent des informations vitales dont ils ont besoin pour se protéger et protéger les autres, et pour réduire l'impact de l'épidémie sur la santé, la vie sociale et l'économie
- S'assurer que des mécanismes de retour d'information efficaces sont en place et utilisés pour faciliter la communication réciproque entre les autorités de santé/ et les communautés, le public et les acteurs
- Veiller à ce que les agents de santé sachent comment:
- Dialoguer avec les patients et les soignants ; détecter les cas possibles et les signaler aux autorités sanitaires compétentes; communiquer avec les patients; et protéger leur propre santé
- Positionner les responsables de la santé de la ville comme la principale source fiable d'informations sur la COVID-19
- Assurer la cohérence des informations et du langage utilisé de tous les partenaires et éviter les désinformations
- Informer le grand public de la manière dont la riposte de sante publique est menée et assurer au public que les autorités sanitaires sont proactives dans la surveillance, la détection et la prévention de la propagation de la COVID-19
- Accroître l'engagement des communautés dans leur adoption des mesures de santé publique



Etape 4: Identifier les publics et messages clés

- Identifier les publics cibles et les influenceurs clés. Les caractéristiques de chaque public cible devraient aider à façonner les informations que vous essayez de fournir.

Exemples de publics clés:

- Les personnes à risque accru d'être infectées par la COVID-19 et/ou de subir de graves conséquences, par exemple: les personnes âgées, les personnes souffrantes de problèmes de santé sous-jacents, les employés du secteur de la santé, les voyageurs, etc.
- Fournisseurs de soins de santé (par exemple, les organisations de médecins, les hôpitaux, les centres de santé communautaires)
- Acteurs et partenaires: les décideurs politiques qui financent ou élaborent des lois de santé publique, d'autres secteurs gouvernementaux pertinents tels que l'éducation et les transports, les ONG partenaires qui ont de bonnes relations avec les groupes à risque, les leaders communautaires et les organisations
- Autres: médias d'information, blogueurs influents ou autres leaders des médias sociaux, dirigeants locaux, groupes de femmes et de jeunes, groupes religieux et groupes pour les aînés, enseignants et parents, ONG locales et internationales, experts et professionnels de santé
- Développez des messages clés clairs et concis. Ce sont des points dont vous souhaitez que votre public se souvienne une fois votre communication terminée. Les messages cibles sont destinés à un public spécifique.

Conseils pour développer votre message:

- Diffusez les recommandations de l'Organisation Mondiale de La Santé et des autorités sanitaires de votre pays; renforcer les conseils de santé publique pour chaque groupe
- Soyez transparent: partager des informations sur la prise de décision dans vos messages au public afin que le raisonnement derrière les décisions difficiles soit clair



- Partagez des histoires, des photos et des vidéos qui illustrent les messages clés
- Assurez-vous de la cohérence des messages entre les secteurs et les niveaux
- Anticipez les questions et préoccupations essentielles susceptibles d'être soulevées:

Exemples de questions clés:

Grand Public	Média	Autres parties prenantes (entreprises, ONG, organisations religieuses)
<ul style="list-style-type: none"> • Suis-je en sécurité ? Ma famille est-elle en sécurité ? • Qu'avez-vous trouvé qui pourrait m'affecter ? • Que puis-je faire pour me protéger et protéger ma famille ? • Qui/qu'est-ce qui a causé cela ? • Pouvez-vous le réparer ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-il arrivé ? • Qui est en charge ? • Comment les personnes dans le besoin sont-elles aidées ? • Que pouvons-nous attendre ? • Que devrions-nous faire ? 	<ul style="list-style-type: none"> • Comment mon groupe sera-t-il affecté ? • Quelles ressources aurons-nous à mobiliser pour assurer la sécurité de nos membres ? • Quel est notre rôle dans la réponse globale et comment cela affectera-t-il notre groupe ?

Tableau 1: Exemples de questions clés

Etape 5: Elaborer la stratégie de communication des risques

- Identifiez les porte-paroles en fonction de la confiance que la population leur accorde, du type de message à transmettre (par exemple, sur l'engagement politique, l'expertise technique, la protection de la santé) et/ou de la gravité de la situation. Le porte-parole donnera un visage humain à votre réponse et n'a pas besoin d'être quelqu'un de familier avec la santé publique. Il doit pouvoir transmettre efficacement les données de santé publique, mais le facteur le plus important est qu'il soit clair et crédible.
- Déterminez quels sont les canaux de diffusion de l'information que vos publics utilisent pour trouver des informations de santé publique. Utilisez n'importe quel véhicule pour vous permettre de diffuser rapidement, précisément et efficacement des informations vitales au public. Communiquez régulièrement et de façon transparente à travers ces canaux.



Exemples de canaux:

- Médias de diffusion (télévision et radio)
 - Journaux et sources d'actualités numériques
 - Médias sociaux (WhatsApp, Facebook, Twitter, etc.)
 - SMS pour téléphones portables
 - Panneaux d'affichage
 - Conseils en santé communautaire
 - Canaux traditionnels tels que les réunions communautaires, les haut-parleurs, les structures de quartier ou de village existantes
-
- Développez vos outils de communication et vos stratégies. Associez-les au canal et au message appropriés. Elaborez un calendrier cohérent d'engagement pour assurer un rythme de communication constant. Dans la mesure du possible, utilisez du matériel qui a été pré-testé auprès du public cible.

Exemples d'outils:

- Communiqués de presse
- Avis aux médias
- Fiches d'information, fiches de contexte
- Documents visuels (tels que cartes, graphiques, chronologies, diagrammes, dessins et photographies)
- Matériel éducatif pour les parties prenantes qui comprend un appel à l'action tel qu'une instruction à suivre, un comportement à adopter ou des informations partageables

Exemples de stratégies:

- Annonces et briefings publics
- Conférences de presse quotidiennes
- Entretiens avec des journalistes et tables rondes
- Préparation d'éléments de langage pour les officiels pour toutes les allocutions publiques



Etape 6: Mettre en œuvre

- Mettez en œuvre le plan de communication des risques avec les partenaires concernés pour dialoguer avec les publics et les communautés identifiés
- Identifiez les besoins en ressources humaines, matérielles et financières. Désignez les personnels et les partenaires assignés à cette tâche et décidez du budget en fonction des ressources disponibles. Mettez en place des mécanismes de supervision et de coordination forts et réguliers
- Mettez à jour la formation pour le développement des compétences des intervenants en communication des risques à mesure que de nouvelles méthodologies et campagnes sont déployées. Formez les dirigeants et les porte-paroles de la ville sur les orientations de la communication des risques, si nécessaire
- Mettez en place un système de suivi des rumeurs pour surveiller de près les désinformations et informez les partenaires/secteurs techniques concernés. Répondez aux rumeurs et aux désinformations avec des conseils fondés sur des preuves afin que toutes les rumeurs puissent être réfutées efficacement

Etape 7: Suivez et évaluer la situation

- Elaborez un plan de suivi et d'évaluation des mesures afin de vérifier que les objectifs du plan de communication des risques sont atteints
- Si les changements sont minimes ou si vous n'observez aucun changement positif, veillez à identifier les problèmes: vérifiez si les activités sont adaptées à l'objectif, vérifiez le contenu des documents, les méthodologies, la qualité du travail effectué par les équipes, adaptez la stratégie de communication si besoin.

SOURCE (S)

Ce document est adapté, pour être utilisé par le programme Partenariat pour des Villes-santé, de l'USAID et de PAHO, *Leadership During a Pandemic: What Your Municipality Can Do*, *Tool 12: Fundamentals of Communication During Crises and Emergencies*, *Tool 13: Communications Plan Implementation for a Severe Pandemic*.



Sources supplémentaires:

[World Health Organization, January 2020](#)

[World Health Organization, March 2020](#)