



# Directives de communication en cas de crise

## 1. Sur le plan technique et organisationnel

- Avoir avec soi : ordinateur portable, câbles électriques, chargeurs, batterie externe
- Listes avec les adresses, numéros de téléphone, adresses email à jour, accès à MiData
- Données d'accès pour site-web et réseaux sociaux
- Habits de rechange prêts
- Pour les rencontres avec les médias : foulard et év. chemise scout (repassée !)

## 2. Décision

Le Mouvement Scout de Suisse (MSdS) doit-il se charger de ce cas ? – Oui/Non ?

## 3. Les questions que chacun doit se poser

- Que s'est-il passé ?
- Comment cela s'est-il passé ?
- Qui est impliqué ?
- Où et quand cela s'est-il passé ?
- Des personnes ont-elles été touchées / blessées ? (Dans quelle mesure, et sont-elles prises en charge ?)
- Y a-t-il des dommages matériels ? (Ampleur, potentiels du dommage ?)
- Y a-t-il encore un risque pour...
  - d'autres scouts ?
  - la population ?
  - la nature et l'environnement ?
- Quelles conséquences immédiates cet événement peut-il avoir ?
- Quelles mesures ont déjà été prises ?
- Qui doit être immédiatement informé et contacté ? (Chaîne d'alarme : police, secours, pompiers, ministère public, Care Team, famille des victimes)
- Qui a été témoin de l'événement et l'a photographié, filmé ? Qu'est-ce qui est déjà public ?
- L'équipe de gestion de crise a-t-elle besoin du soutien de personnes ? Si oui, lesquelles ?
- Définir les responsabilités au sein de l'équipe de gestion de crise, afin que la cellule de crise puisse travailler sur une durée prolongée.
- Garantir le principe des 4-yeux (si cela n'est pas possible au sein de l'équipe cantonale de gestion de crise, faire le miroir avec l'équipe de gestion de crise du MSdS).
- Où l'équipe de gestion de crise peut-elle travailler au calme ; cela doit-il être sur place ?
- Quels sont les personnes de liaisons, à l'interne et à l'externe ?
- Une hotline est-elle nécessaire, à l'interne et à l'externe ?
- L'événement provoque-t-il un grand intérêt dans les médias ?
- Quel est le contenu du communiqué d'urgence ?
- Quelles informations les responsables de la gestion de crise reçoivent-ils de la helpline scout ?
- Comment peut-on maintenir un contact constant avec le groupe et les responsables concernés ?
- Qui est responsable de la communication ?
- Est-ce que les autres associations cantonales ont été informées ?



#### 4. Communication interne

- Définir où se trouve la limite entre interne/externe.
- Communiquer de manière constante (indique que l'on prend ses propres gens au sérieux). Cela demande beaucoup de ressources ! Sont-elles disponibles ?
- Déterminer l'ordre des informations.
- Éventuellement, créer une hotline interne.
- Attention : ce qui est « interne » est aussi externe (fuites) !
- Informer la cellule de crise du MSdS, si nécessaire demander du soutien.
- Informer les personnes directement concernées (parents, responsables concernés, groupe).
- Activer le réseau d'encadrement / le comité des parents.

#### 5. Relations avec les médias

Objectifs :

- Rapidité : transmettre rapidement des informations résistantes à toutes épreuves.
- Crédibilité : une information proactive / continue protège la réputation.
- Transparence : ce que l'on sait et qui est vrai est aussi communiqué vers l'extérieur.
- L'humain : montrer de la compréhension envers le destin, les peurs et les colères.
  
- Définir les responsabilités de communication avec le ministère public, la police et les services d'intervention d'urgence (par ex. de ne donner aucun renseignement sur la procédure en cours, de ne faire que des déclarations générales par rapport à l'état de santé et pas de détails, etc.).
  
- Déterminer les responsabilités internes :
  - Une seule personne est l'interlocutrice de tous les contacts-médias.
  - Une seule personne parle en public (principe du « one-voice »).
  
- Définir les mots-clés et les messages.
  
- Décision fondamentale : proactive ou réactive ?
- Une fois le flux de communication ouvert, il ne doit plus être interrompu.
  
- Décision : transmettre la première information par le biais d'un communiqué de presse ou d'une conférence de presse ?
  
- Premier communiqué de presse : le diffuser rapidement (à titre indicatif : dans les 2 premières heures).
  
- Annonce d'une conférence de presse (à titre indicatif : dans les premières 24 heures ; pour un événement majeur : dans les 4 heures). Après l'envoi de l'invitation on gagne du temps pour la suite du travail et on réduit la pression des médias, mais cela augmente les attentes. La conférence de presse doit se dérouler de façon si convaincante que l'on récupère la main sur le travail de communication.
  
- Communication constante, c'est à dire publier régulièrement de nouveaux communiqués de presse ou même organiser des conférences de presse ; updates sur le site Internet et via les réseaux sociaux.
  
- Annonces conséquentes des prochaines informations (communiqué ou conférence de presse. Par ex. : dans le communiqué de presse n°1 envoyé à 14 heures, sera annoncé : « Vous recevrez le prochain communiqué de presse à 17 heures. »).



- Exercer une surveillance constante (tout d'abord des médias en ligne, de la radio) ; en cas d'erreurs prendre immédiatement contact avec la rédaction concernée et discuter des corrections. Cela exige beaucoup de ressources ! Bien s'organiser.
- Encadrement des médias sur place : canaliser les médias, sécuriser le lieu de l'accident avec des barrières, clarifier la collaboration avec les services d'intervention d'urgences.

## 6. Ordre d'action et méthode

- Si proactif : rendre public les premiers faits le plus vite possible.
- Ne pas laisser le lien d'informations avec les spécialistes des médias se rompre.
- Faire des déclarations claires et compréhensibles (dans les cas compliqués : avec des analogies, des exemples).
- Organiser des visualisations (photos, graphiques, plans de situation, descente sur les lieux).
- Expliquer les mesures prises et leurs incidences c'est à dire créer de la transparence et laisser le public avoir part à la solution.
- Ne pas oublier les aspects positifs (mais pas trop et sans exagérer).
- Faire appel à des experts.

## 7. Quand tu communique

Principe de base : Avant chaque entretien, chaque interview avec un journaliste, a lieu un entretien préliminaire. Cela comprend : le but, la manière (interview 1:1, article avec citations), longueur, rubrique / émission ? Qui d'autre sera interviewé ? En quelle langue (français, allemand, dialecte, langue étrangère) ? Le nom du média, de la journaliste, du photographe ? **Les noter**, ainsi que leur numéro de téléphone ! Connaissent-ils le scoutisme ? Par ailleurs : quelles informations connaissent-ils déjà (se renseigner dès le début) ?

- Être toujours à deux pour les interventions avec les médias (une personne donne les informations, la deuxième écoute et regarde ; en cas de nécessité, elle intervient !), contrôler l'habillement.
- Garder son calme.
- Répéter régulièrement les concepts-clés et les messages préparés.
- Répondre aux questions, ne pas les esquiver, ne rien embellir.
- Ne pas (encore) savoir quelque chose n'est pas une faiblesse (demander de la compréhension pour ça).
- Évoquer les problèmes et les points faibles de façon proactive.
- Rester humain et montrer de l'empathie, ne pas faire d'accusations.
- Formuler de façon simple, claire et compréhensible.
- Chercher le dialogue et veiller à le garder (l'interlocuteur comprend-il de quoi il s'agit ?).
- Ne pas se contredire.
- Toujours appliquer le système d'équipe (Buddy-System – être accompagné de son sparring-partner) pour les entretiens difficiles.

## 8. Principes de base de la communication

- Ordre : toujours l'interne avant l'externe.
- Ce qui est dit est vrai.
- Ne pas citer de nom (pour mieux protéger les personnes concernées).
- Quand des services d'intervention d'urgence ou autres sont impliqués : Définir les compétences, les moyens de communication et les messages (si possible : le principe « one-voice »).
- Agir, selon le cas, réagir de manière rapide, ouverte, factuelle.



- Ne pas émettre d'hypothèses, ne faire que des déclarations sûres, ne pas réagir aux questions suggestives.
- Être proactif au lieu d'être réactif (bien que la règle générale chez les scouts soit d'être réactif !).
- Les dommages humains ont toujours la priorité par rapport aux dommages matériels.
- La rapidité est prioritaire par rapport à l'exhaustivité.
- Les médias ont un droit à l'information, ne jamais bloquer ou dire « no comment ».
- Si c'est vrai, avouer franchement que l'on ne sait encore rien sur l'événement.
- Prendre au sérieux les peurs et les incertitudes, signaler sa propre consternation, c'est à dire prendre aussi en compte le plan affectif.
- Toujours anticiper le « worst case ».
- Attention aux médias sociaux : ils peuvent déclencher rapidement et de façon incontrôlable une grande dynamique.

## 9. Après la crise

- Debriefing avec toutes les personnes impliquées.
- Noter les conclusions par écrit.
- Remercier les personnes impliquées par e-mail ou par lettre/le cas échéant faire un cadeau.