



PLAN MUNICIPAL DE SÉCURITÉ CIVILE 2019

Municipalité de
Saint-Athanase



SECTION 7 *MODES ET MÉCANISMES
D'INFORMATION PUBLIQUE*

TABLE DES MATIÈRES

Section 7 – Modes et mécanismes d’information publique

7.1	L’organisation de l’information publique	7.4
7.1.1	Les contenus et les outils de communication	7.4
7.1.1.1	la nature des messages à véhiculer lors d’un sinistre.....	7.5
7.1.1.2	les outils de communication	7.6
7.1.1.3	le processus d’approbation	7.6
7.1.2	Les moyens de diffusion	7.7
7.1.2.1	la tenue d’une assemblée publique d’information	7.8
7.1.2.2	la diffusion d’information par l’intermédiaire du site Web de la municipalité et des médias sociaux	7.8
7.1.2.3	la diffusion de dépliants d’information aux citoyens	7.9
7.1.2.4	la mise en place d’une ligne téléphonique d’urgence pour les citoyens	7.9
7.1.2.5	le recours aux médias d’information	7.9
	Aide-mémoire / L’organisation de l’information publique.....	7.10
7.2	Les relations avec les médias	7.10
7.2.1	Le porte-parole de la municipalité	7.11
7.2.2	Le lieu pour la tenue des activités de presse	7.11
7.2.3	La diffusion de communiqués de presse	7.12
7.2.4	Le point de presse	7.13
7.2.5	La conférence de presse	7.14
7.2.6	La visite des lieux du sinistre	7.15
	Ressources / Les médias	7.15
	Aide-mémoire / Les relations avec les médias	7.16
7.3	L’assemblée publique d’information	7.17



ANNEXES

- Avis d'alerte (Annexe 7.1)
- Avis d'évacuation (Annexe 7.2)
- Avis de mise à l'abri (Annexe 7.3)
- Consignes à observer en cas d'évacuation (Annexe 7.4)
- Consignes pour la préparation d'une trousse d'urgence (Annexe 7.5)
- Avis de réintégration (Annexe 7.6)
- Pamphlet / *Le plan d'évacuation de ma maison* (Annexe 7.7)
- Communiqués de presse :
 - Avis de convocation des citoyens / Assemblée publique d'information (Annexe 7.8)
 - Communiqué de presse / Général (Annexe 7.9)
 - Invitation aux journalistes et chroniqueurs à une conférence de presse (Annexe 7.10)
 - Avis à la population / Le point sur l'aide offerte par la municipalité aux personnes sinistrées (Annexe 7.11)
- *Vous, les médias et l'urgence / Vos relations de presse en situation d'urgence – Guide à l'intention des municipalités* (Annexe 7.12)

Les sinistres entraînent des besoins importants d'information publique, tant de la part des citoyens que des médias. De même, la présence éventuelle de journalistes peut accentuer la pression médiatique sur les instances locales.

Face à cette situation, ces dernières peuvent avoir le réflexe de se placer en mode réaction, ce qui les rend susceptibles de perdre le contrôle de l'information et de projeter une image négative ou non conforme à la réalité. Il s'agit d'une des raisons pour lesquelles les communications doivent retenir l'attention de la municipalité. Si elles ont été planifiées, les activités de communication seront plus faciles à organiser lors de sinistres, et plutôt que de constituer une contrainte, elles représenteront un outil stratégique indispensable contribuant à la gestion efficace des sinistres.

Dans cette perspective, des mécanismes et des procédures sont prévus dans ce plan pour permettre la transmission d'informations essentielles aux personnes sinistrées et à la population générale et pour assurer une gestion efficace des relations avec les médias. Cet aspect de la préparation aux sinistres est généralement confié à la mission *Communication*.

7.1 L'organisation de l'information publique

Pour être en mesure de répondre rapidement aux besoins en matière de communication publique au moment d'un sinistre, le plan de sécurité civile de la municipalité élabore certains contenus d'information, prépare divers outils et détermine les moyens de diffusion qui seront utilisés.

7.1.1 Les contenus et les outils de communication

Bien que chaque sinistre présente des caractéristiques et des conséquences différentes, plusieurs messages diffusés à la population et outils de communication utilisés demeurent essentiellement les mêmes, peu importe la nature des événements.

C'est donc en tenant compte de cette réalité que la municipalité effectue une planification en matière d'information publique. Dans cette optique, elle a examiné les avenues ci-dessous pour faciliter sa démarche :



- Effectuer l'évaluation des principaux messages véhiculés lors de sinistres antérieurs et des outils de communication utilisés dans ce contexte (consignes de sécurité, avis d'évacuation, état de situation, communiqués de presse, etc.)
- Procéder à l'adaptation des contenus ou outils d'information publique qu'elle utilise dans ses activités courantes en vue de répondre aux besoins associés aux sinistres (dépliants ou brochures d'information, dossier de présentation de la municipalité, cartes du territoire, etc.)

7.1.1.1 La nature des messages à véhiculer lors d'un sinistre

Quatre grandes catégories de messages sont généralement diffusées à la population lors de sinistres. L'objet de ces messages évolue tout au long de l'intervention et du rétablissement. Ils couvrent les aspects suivants :

1. L'état de la situation :

- nature du sinistre en cause;
- territoire touché;
- principaux problèmes rencontrés ou appréhendés;
- services essentiels municipaux affectés;
- nombre de personnes blessées ou déclarées décédées;
- nombre de personnes évacuées;
- nombre de résidences touchées ou isolées;
- commerces et établissements touchés;
- routes touchées (fermées ou à circulation restreinte);
- évolution possible de la situation;
- progrès enregistrés;
- perspectives en ce qui a trait au rétablissement;
- réintégration des personnes évacuées;
- Etc.

2. Les mesures prises par la municipalité :

- intervenants présents sur les lieux;
- mesures en place pour répondre aux conséquences du sinistre;
- mesures à venir et résultats attendus;
- mesures de rétablissement établies;
- Etc.

3. Les avis et les consignes :

- avis d'alerte (voir Annexe 7.1);
- avis d'évacuation (voir Annexe 7.2);
- avis de mise à l'abri (voir Annexe 7.3);
- consignes à observer en cas d'évacuation (voir Annexe 7.4);
- consignes pour la préparation d'une trousse d'urgence (voir Annexe 7.5);
- avis de réintégration (voir Annexe 7.6).

4. Les services offerts aux personnes sinistrées :

- lieux où les services seront offerts;
- principaux numéros de téléphone à retenir ou sites Web à consulter (ligne téléphonique d'urgence pour les citoyens, aide psychosociale, aide financière, etc.)

7.1.1.2 Les outils de communication

Les outils de communication font référence aux différents supports qui permettent de communiquer efficacement de l'information à la population, dont :

- le communiqué de presse;
- l'avis public;
- l'avis de convocation;
- le dépliant ou le feuillet d'information;
- le message vocal préenregistré;
- l'affiche;
- le courriel;
- les messages destinés aux médias sociaux.

7.1.1.3 Le processus d'approbation

Au-delà des contenus et des gabarits d'outils, la municipalité considère important de déterminer un processus d'approbation des messages diffusés lors d'un sinistre.



Ce processus prévoit notamment la ou les personnes responsables :

- de la collecte de l'information;
- du traitement de l'information (rédaction des messages dans les outils appropriés);
- de la validation des contenus;
- de l'approbation finale;
- de la diffusion.

La municipalité détermine que le processus d'approbation des messages diffusés lors d'un sinistre auprès de la population et des médias relève du responsable de la mission *Communication*, de concert avec le coordonnateur municipal de la sécurité civile.

7.1.2 Les moyens de diffusion

Les moyens de diffusion font référence aux médias ou moyens utilisés par la municipalité au moment et à la suite des sinistres pour communiquer de l'information d'abord aux personnes sinistrées, mais aussi à l'ensemble de la population.

La municipalité juge important de s'assurer que les moyens de diffusion choisis permettront de joindre les populations et clientèles visées et qu'ils seront appropriés à la nature des messages à véhiculer au moment et à la suite de sinistres.

Elle considère également que l'objet et la nature de ces messages évolueront tout au long de la gestion de l'événement, et ce, tant en intervention que lors du rétablissement. Plus d'un moyen doit donc être déterminé. Parmi ceux-ci se trouvent la tenue d'une assemblée d'information publique, la diffusion d'information par l'intermédiaire du site Web de la municipalité et des médias sociaux, la diffusion de dépliants d'information, la mise en place d'une ligne téléphonique d'urgence pour les citoyens et le recours aux médias d'information.

7.1.2.1 La tenue d'une assemblée publique d'information

L'assemblée d'information publique est l'occasion de faire le point sur la situation et d'apporter des réponses aux questions des personnes sinistrées et des citoyens. Lors de ces séances, la participation des personnes-ressources les plus aptes à exposer la situation et à répondre aux questions est privilégiée.

L' « **Avis de convocation des citoyens à une assemblée publique d'information** » se retrouve à l'Annexe 7.8

7.1.2.2 La diffusion d'information par l'intermédiaire du site Web de la municipalité et des médias sociaux

Le site Web et les comptes de la municipalité dans les médias sociaux permettent de diffuser rapidement des informations précises à un large auditoire.

Ils peuvent être utilisés, notamment, pour convoquer les journalistes à des activités de presse, publier des documents officiels et afficher des avis. Enfin, ils peuvent servir à confirmer ou rectifier des faits et à calmer le jeu des rumeurs. Il est important de considérer que ces médias sont désormais incontournables puisqu'ils sont consultés par un nombre croissant de personnes sinistrées, de citoyens et de journalistes, et ce, dès les premiers instants d'un sinistre. Ceux-ci s'attendent à ce que l'événement y soit signalé et qualifié rapidement. Ils devraient donc être alimentés et mis à jour en continu, tout au long du sinistre.

Lors d'un sinistre appréhendé ou réel, la municipalité utilisera son site Web au www.saint-athanase.com et sa page Facebook [Municipalité de Saint-Athanase](#) afin de diffuser rapidement et adéquatement l'information nécessaire et pertinente sur l'évolution de la situation en temps réel.



7.1.2.3 La diffusion de dépliants d'information aux citoyens

Dans un souci d'information, un matériel d'information à l'intention des citoyens est élaboré par la municipalité. Ainsi, un dépliant peut contenir plusieurs informations utiles tout en étant facile à distribuer et économique à produire. Il s'agit également d'un document qui peut être conservé à la portée de la main par les citoyens.

La municipalité entend distribuer, à chaque foyer, divers pamphlets d'information concernant des mesures à prendre en cas de sinistre réel ou appréhendé. À titre d'exemple : *Le plan d'évacuation de ma maison* (voir Annexe 7.7)

7.1.2.4 La mise en place d'une ligne téléphonique d'urgence pour les citoyens

Ce service est mis en place pour répondre aux questions des citoyens. Il importe d'être en mesure de le rendre fonctionnel rapidement lorsque nécessaire. Les appels reçus peuvent être pris en charge par des préposés aux renseignements. Toutefois, des messages automatisés préenregistrés peuvent aussi être utilisés, par exemple pour informer les citoyens de la tenue d'une assemblée d'information publique ou pour leur diffuser des consignes générales. Le cas échéant, ces messages devraient être courts et faire référence à d'autres sources d'information pour plus de détails.

La municipalité entend utiliser la ligne téléphonique de la bibliothèque municipale au (418) 859-4853 à titre de ligne d'urgence pour les citoyens.

7.1.2.5 Le recours aux médias d'information

Les médias d'information (radio, télévision, presse écrite ou Web) peuvent constituer d'importants relayeurs d'information. Le point 7.2 ci-dessous aborde ce sujet.

Aide-mémoire L'organisation de l'information publique



- | |
|---|
| DÉFINIR la nature des messages à véhiculer lors de sinistres (contenus pouvant être rédigés à l'avance, notamment les consignes de sécurité applicables lors d'une alerte, d'une évacuation ou d'une mise à l'abri). |
| PRÉPARER des outils de communication (gabarits). |
| DÉTERMINER un processus d'approbation des messages. |
| DÉTERMINER les moyens qui seront utilisés pour diffuser de l'information lors de sinistres. |
| RENSEIGNER les citoyens de façon récurrente sur les consignes générales à suivre lors de sinistres ainsi que sur la préparation d'une trousse d'urgence. |

7.2 Les relations avec les médias

S'il est indispensable d'établir, dès le départ, une bonne communication avec les personnes sinistrées et la population générale, il ne faut pas négliger les relations avec les médias d'information, puisqu'ils peuvent s'avérer d'importants partenaires dans le contexte de la réponse aux sinistres.

Des mesures doivent donc être planifiées afin de les informer tout au long de l'événement, que ce soit par la publication de communiqués de presse, par la tenue de points de presse ou de conférences de presse, par la réalisation d'entrevues ou encore par la diffusion d'information sur le Web et les réseaux sociaux.

Des mesures seront prises pour s'assurer de la réalisation d'une veille médiatique au moment et à la suite d'un sinistre en vue de permettre à la municipalité d'ajuster ses modes et mécanismes d'information publique ainsi que d'adapter le contenu de ses communications en fonction des messages véhiculés. Par exemple, de fausses rumeurs ou des informations erronées peuvent circuler dans les médias. La veille médiatique permettra alors à la municipalité d'ajuster ses messages afin de rectifier la situation.



7.2.1 Le porte-parole de la municipalité

Le principal objectif de la mission *Communication* est de s'assurer que de l'information précise et validée soit rapidement et continuellement diffusée aux personnes sinistrées, aux citoyens et aux médias d'information. Plusieurs intervenants peuvent être invités à contribuer en s'exprimant selon leur champ de compétence. Cependant, pour éviter la confusion, il est préférable qu'une seule personne soit autorisée à parler au nom de la municipalité.

La municipalité désigne le **maire** ou, en cas d'absence ou d'incapacité d'agir de celui-ci, le **maire suppléant** pour agir à titre de porte-parole de la municipalité auprès de la population et des médias.

Les principales responsabilités du porte-parole de la municipalité sont de présider les assemblées publiques avec les citoyens, les points de presse et les conférences de presse.

Selon la situation, des responsables et des experts peuvent lui être associés pour faire le point sur des questions particulières ou techniques (coordonnateur municipal de la sécurité civile, coordonnateur de site, responsables de mission, spécialiste de la santé publique, de l'industrie ou du domaine d'activités en cause, etc.)

7.2.2 Le lieu pour la tenue des activités de presse

Pour éviter que les activités de presse (conférences et points de presse, séances d'entrevues, etc.) ne se déroulent dans un lieu qui pourrait compromettre ou perturber le bon déroulement des opérations ou la coordination de l'événement, il est conseillé de prévoir un lieu pour la tenue de celles-ci. Dans l'éventualité d'un sinistre majeur mobilisant plusieurs médias, c'est à cet endroit, habituellement nommé centre de presse, que les journalistes prendront l'habitude de se rendre pour obtenir les dernières informations sur l'évolution de la situation, les horaires des points de presse ou des conférences de presse, solliciter des entrevues ou faire part de toute autre demande liée à leur travail.

Lors d'un sinistre, le responsable de la mission *Communication* sera présent dans ce centre pour accueillir les journalistes et autre personnel des médias, les accréditer, et répondre à leurs demandes dans la mesure du possible.

Il est recommandé de prévoir un endroit accueillant et suffisamment vaste pour permettre la tenue d'une conférence de presse. Normalement situé à proximité du centre de coordination, ce centre est généralement équipé d'un accès au réseau Internet, d'un système de sonorisation, de prises de courant pour les journalistes et de quelques bureaux.

En outre, il est indiqué de prévoir du matériel visuel pour les points de presse ou les conférences de presse (cartes de la municipalité, affiches pour préciser l'emplacement du centre de presse ou annoncer la tenue d'un point de presse ou d'une conférence de presse, etc.).

Le Centre de presse sera localisé à l'école des Verts Sommets située au 6109, chemin de l'Église à Saint-Athanase. Tél. : (418) 863-7702. Fax : (418) 859-3154.

7.2.3 La diffusion de communiqués de presse

Une situation d'urgence évolue très rapidement, elle soulève certaines questions qui méritent des réponses immédiates :

- Qu'est-ce qui se passe?
- Où cela est-il arrivé?
- Qui est touché?
- Quand cela est-il arrivé?
- Pourquoi cela est-il arrivé?
- Comment la municipalité gère-t-elle la situation?
- Combien cela va-t-il coûter?



Il est fort probable que la municipalité ne puisse pas répondre à toutes ces questions dans les premières heures. Toutefois, elle devra rapidement transmettre aux citoyens et aux médias des renseignements sur ce qu'elle connaît de la situation et ensuite la compléter au fur et à mesure que la situation se clarifie. Pour ce faire, le communiqué de presse est un moyen simple, rapide et efficace.

Règle générale, le communiqué de presse ne doit pas dépasser une page. Si l'on prévoit diffuser plus d'un communiqué, il est préférable de le numéroter.

Voir les modèles de communiqués de presse en Annexe :

- *Avis de convocation – Assemblée publique d'information (Annexe 7.8).*
- *Communiqué de presse général (Annexe 7.9).*
- *Invitation aux journalistes et chroniqueurs – Conférence de presse (Annexe 7.10).*
- *Avis à la population – Le point sur l'aide offerte par la municipalité aux personnes sinistrées (Annexe 7.11).*

7.2.4 Le point de presse

Le point de presse est une rencontre entre les journalistes et le porte-parole de la municipalité pour faire le point sur les événements en cours.

Lorsque la situation d'urgence perdure, il peut être utile de convenir avec les journalistes de les rencontrer quotidiennement, à heure fixe, pour leur faire part des derniers développements.

Le point de presse est aussi un bon moyen d'informer les médias lorsque la situation évolue rapidement. Il se déroule habituellement comme suit :

- déclaration du porte-parole municipal donnant les derniers développements de la situation;
- période de questions (en précisant une limite de temps).

Le point de presse ne doit pas être long. Il est suggéré de limiter le nombre de questions.

7.2.5 La conférence de presse

Lorsque la situation est très complexe, la conférence de presse fournit un cadre où, dans un même temps, des représentants de l'ensemble des intervenants et des spécialistes sont à la disposition des médias. Elle est très utile pour dresser un portrait d'ensemble ou faire le bilan d'une situation.

La conférence de presse est plus formelle que le point de presse. Les journalistes y sont convoqués officiellement (voir Annexe 7.10). On leur remet des documents (communiqués, documents d'information technique, cartes, etc.)

La conférence de presse est pour les médias ce que l'assemblée publique d'information est pour les citoyens. Il est important d'essayer d'anticiper les questions et de s'assurer la présence de personnes habilitées à y répondre.

Un panel composé des personnes suivantes est envisagé :

- le maire (porte-parole principal);
- le coordonnateur municipal;
- le directeur du service des incendies;
- le ou les experts du domaine en cause (industrie, incendie de forêt, etc.);
- selon la nature du sinistre et les questions anticipées, un représentant des services municipaux, des compagnies d'assurances, de la sécurité civile, de la santé publique, etc.;
- un modérateur pour veiller au bon déroulement de la conférence (le responsable de la mission *Communication*).

Convenir au préalable d'une durée pour la période de questions. Prévoir également du temps pour des entrevues à la fin.

Voici une suggestion de scénario pour une conférence de presse :

- 1- ouverture de la conférence de presse par le modérateur;
- 2- accueil et consignes aux journalistes sur le déroulement;
- 3- déclaration du porte-parole : synthèse ou lecture du communiqué;
- 4- compléments d'information, au besoin, d'un ou plusieurs intervenants;
- 5- période de questions (durée à préciser);
- 6- clôture de la conférence de presse par le modérateur;
- 7- période d'entrevues.



7.2.6 La visite des lieux du sinistre

Les médias veulent avoir accès aux lieux du sinistre.

Lorsqu'il y a délimitation d'un périmètre de sécurité, ils n'ont plus la liberté de circuler, ce qui entrave leur travail. Pour pallier cet inconvénient, il est suggéré, lorsque c'est possible, d'organiser une visite des lieux à l'intention des médias. Il faut cependant s'assurer d'avoir l'accord des intervenants sur le terrain, d'établir au départ les règles du jeu et de garder le contrôle sur le groupe.

La visite des lieux peut être un excellent moyen de démontrer un souci de transparence aux médias. Néanmoins, ne jamais organiser une telle visite s'il y a un danger pour les journalistes.

RESSOURCES – Médias

Médias locaux				
Médias	Journaliste/affectateur	Courriel	Téléphone	Télécopieur
Journal Info-Dimanche	Drouin François	journalistes@infodimanche.com	(418) 862-1911	(418) 862-6165
Télévision Radio-Canada Riki et Rdl	Bergeron, Patrick	PATRICK.BERGERON@RADIO-CANADA.CA	(418) 723-2217	(418) 723-6126
Télévision Radio-Canada KRTB	Radio-Canada KRTB	nouvelles.krtb@radio-canada.ca	-	-
Radio Horizon fm	Jean, Guylain	info@fm95.ca	(418) 853-3370	(418) 853-3321
Radio Ciel fm	Gilles Lebel	info@ciel103.com	(418) 862-8241	(418) 867-4940
Radio chroniques Ciel FM	Ouellet, Marle-Christine	marlechristine@clbm107.com	(418) 862-8241	(418) 867-4940
Télé CKRT CIMT	Nadeau, Jean-Philippe	nouvelle@cimt.ca	(418) 867-8080	(418) 867-4710
Magazine, Vitalité économique	Drapeau, Érick	redaction@vitaliteeconomique.com	(418) 862-7358	(418) 862-4819
Pigiste (Journal de Qc, mtl)	Gendron, Stéphanie	stephanie.gendron@quebecormedia.com	-	-
Télé V RDL	Fortin, Nancy	nouvelles@cctf.ca	(418) 862-2909	(418) 862-8147
Web Témis	Belzile, Hugo	webtemis@outlook.com	-	-
Ma TV	Marquis, Maggy	bassaintlaurent@matv.ca	(418) 867-1479	(418) 867-2829
Portail Internet Témiscouata	Chassé, Caroline	cchasse@mrctemis.ca	(418) 899-6725, #111	(418) 899-2000
Médias Nouveau-Brunswick				
Médias	Journaliste/affectateur	Courriel	Téléphone	Télécopieur
Journal Acadie Nouvelles	Duval, Gilles	gilles.duval@acadienouvelle.com	(506) 727-4444	(506) 727-7620
Journal Info-Week end	Goulet, Daniel	info@infoweekend.ca	(506) 739-5025	(506) 739-5083
Journal Le Madawaska	Grondin, Paul	grondin.paul@brunswicknews.com	(506) 735-5575	(506) 735-8086
Radio-Canada Atlantique	Lebel, Barnard	lebel.bernard@radio-canada.ca		
Radio-Canada Atlantique	Perron, Éric	eric.perron@radio-canada.ca		
Radio-Canada Atlantique	Thériault, Léo	leo.theriault@radio-canada.ca		
Radio CFAI	Pinel, Jean-Francois	nouvelles@cfaifm	(506) 737-5060	(506) 737-5084

Médias Bas-Saint-Laurent				
Médias	Journaliste/affectateur	Courriel	Téléphone	Télécopieur
Astral médias	Belzile, François	francis.belzile@astral.com	-	-
Journal l'Avantage		redaction_rimouski@tc.tc	1 877 722-0205	(418) 723-4237
Journal l'Avantage	Alexandre d'astout	alexandre.dastous@tc.tc	1 877 722-0205	(418) 723-4237
Journal Le Placoteux	Gagnon, Maurice	journaliste@leplacoteux.com	(418) 492-2706	(418) 492-9706
Journal Les affaires	Les affaires, Théroux, Pierre	pierre.theroux@transcontinental.ca	(514) 392-9000	-
Journal l'Horizon (Basques)	Journal l'Horizon	info@journalhorizon.com	(418) 963-3777	-
Radio Chox La Pocatière	Dufour, Jacques	nouvelles@chox97.com	(418) 856-1310, #220	(418) 856-3747
Radio NRJ et Rouge	Brassard, Martin	mbrassard@radio.astral.com	(418) 723-2323	(418) 722-7508
Radio NRJ et Rouge Fm	-	nouvelles.rimouski@astral.com	(418) 723-4135	(418) 722-7508
Radio Radio-Canada CJBR	Radio-Canada radio	nouvelles.rimouski@radio-canada.ca	(418) 722-1606	(418) 723-4730
Radio Rimouski CKMN	CKMN (RIKI-Mont-Joli)	secretariat@ckmn.fm	(418) 722-2566	(418) 724-7815
Site Internet BSL	Vitrine du Bas-Saint-Laurent	edimestre@bas-saint-laurent.org	(418) 724-6440	(418) 724-6054
Télé Kamouraska	TVCK	presse@tvck.org	(418) 492-2711	(418) 492-7498
Télé Radio-Canada Rimouski	Tremblay, Michel-Felix	MICHEL-FELIX.TREMBLAY@RADIO-CANADA.CA	(418) 723-2217	(418) 723-6126
Télé Rimouski	TV COGÉCO RIKI	tycogeco.rimouski@cocogeco.com	(418) 724-5737	(418) 724-7167
Télé TVA Rimouski CFER	TVA Rimouski	nouvelles.cfer@tva.ca	(418) 722-6011	(418) 723-0857
Télévision Radio-Canada Riki	Huot, Paul	paul.huot@radio-canada.ca	(418) 723-2217	(418) 723-6126
Télévision Rimouski	Télé-Québec	bureau.rimouski@telequebec.tv	(418) 727-3743	(418) 727-3814
Télévision Rimouski	Télé-Québec	ddube@telequebec.tv	(418) 727-3743	(418) 727-3814
Télévision Rimouski	Télé-Québec	dneron@telequebec.tv	(418) 727-3743	(418) 727-3814

Aide-mémoire Les relations avec les médias

- DÉSIGNER** le porte-parole de la municipalité et son substitut.
- DÉTERMINER** un lieu pour la tenue d'activités de presse.
- DRESSER** une liste des médias locaux et régionaux et insérer celle-ci dans le bottin des ressources.
- PRÉVOIR** la réalisation d'une veille médiatique.



7.3 L'assemblée publique d'information

L'expérience a démontré l'utilité et l'efficacité de ce moyen de communication avec les citoyens. En effet, l'assemblée publique d'information est l'occasion par excellence de faire le point et d'apporter des réponses à l'ensemble des questions des sinistrés et des citoyens. De plus, elle peut être un bon moyen d'évacuer les tensions que provoque toujours une situation d'urgence.

Dépendant de la gravité du sinistre et de sa durée, on peut en organiser autant que le besoin s'en fait sentir. Règle générale, elle se tient à heure fixe, sur une base quotidienne. L'objectif de l'assemblée publique d'information est de donner la parole aux citoyens. Si les médias sont présents, il faut prendre les mesures nécessaires pour que l'assemblée ne se transforme pas en conférence de presse. Il est suggéré d'établir au départ les règles du jeu en convenant avec les médias d'une période de questions et d'entrevues, une fois l'assemblée terminée.

Pour tirer le maximum de résultat de l'assemblée, les points suivants doivent faire l'objet d'une attention particulière :

- s'assurer que les citoyens ont été informés de la tenue de l'assemblée (affichage public, convocation diffusée dans les médias, chaîne téléphonique, etc.) (voir Annexe 7.8);
- prévoir une salle assez grande et bien aérée;
- choisir avec soin les membres du panel; essayer de prévoir les questions et s'assurer de la présence de personnes habilitées à y répondre;
- composition suggérée pour le panel :
 - le maire (porte-parole principal);
 - le coordonnateur municipal;
 - le directeur du service des incendies;
 - un spécialiste du phénomène en cause, par exemple SOPFEU dans le cas d'un incendie de forêt;
 - des représentants des milieux de la santé, des services sociaux, des services aux sinistrés, des assurances, de la Sécurité civile, etc. selon la nature du sinistre et les questions anticipées;
- avoir un modérateur (le responsable de la mission *Communication*) pour voir au bon déroulement de l'assemblée;
- convenir au préalable d'une durée pour la période de questions;
- tenir l'assemblée à un moment où la plupart des gens sont disponibles, par exemple le soir vers 19 heures.

Une assemblée publique d'information bien menée peut être très efficace pour mettre un terme à la confusion et aux rumeurs. C'est également un bon moyen de rassurer les citoyens qui peuvent constater que les autorités sont à l'écoute et mettent en œuvre tous les moyens pour ramener la situation à la normale le plus rapidement possible.



ANNEXE 7.1



Avis d'alerte à la population



Municipalité de Saint-Athanasie

Préciser la date et l'heure

Ceci est une alerte concernant (Préciser la nature du sinistre réel ou imminent en cause) diffusée par la municipalité de Saint-Athanasie.

Cette alerte est en vigueur pour les (Préciser les secteurs concernés) et ce, jusqu'au (inscrire la date et l'heure, le cas échéant.)

Ce que vous devez faire :

Si vous êtes dans un des secteurs touchés ou visés, veuillez suivre les consignes suivantes :

- Quittez immédiatement votre domicile et dirigez-vous vers (point de rassemblement, ville d'accueil) en suivant (chemin) en utilisant (mode de transport);
- En arrivant au centre d'hébergement temporaire, assurez-vous de vous inscrire;
- Si vous choisissez votre propre endroit d'hébergement, faites connaître vos coordonnées aux autorités municipales qui pourront ainsi vous renseigner;
- Suivez les instructions des responsables;
- Demeurez à l'écoute des médias.

Pour plus d'information, consultez :

- Le site WEB de la municipalité au www.saint-athanase.com et la page Facebook de la municipalité à *Municipalité de Saint-Athanasie*

Demeurez informés de la situation.

(Prénom Nom de l'autorité)

ANNEXE 7.2



Municipalité de Saint-Athanase

Préciser la date et l'heure

En raison des dangers posés par Préciser la nature du sinistre réel ou imminent en cause, les autorités municipales ordonnent aux personnes se trouvant dans les secteurs suivants, pour leur sécurité, d'évacuer à compter de Préciser la date et l'heure.

Cet avis est en vigueur pour les Préciser les secteurs concernés :

Ce que vous devez faire :

Si vous êtes dans un des secteurs touchés ou visés, veuillez suivre les consignes suivantes :

- Quittez immédiatement votre domicile et dirigez-vous vers (point de rassemblement, ville d'accueil) en suivant (chemin) en utilisant (mode de transport);
- Si vous avez besoin d'assistance, contactez le Centre de coordination au (418) 863-7706;
- En arrivant au centre d'hébergement temporaire, assurez-vous de vous inscrire et ce, afin d'être informés de l'évolution de la situation et de connaître les services disponibles;
- Si vous choisissez votre propre endroit d'hébergement, faites connaître vos coordonnées aux autorités municipales qui pourront ainsi vous renseigner;
- Suivez les instructions des responsables;
- Demeurez à l'écoute des médias.

Pour plus d'information, consultez :

- Le site WEB de la municipalité au www.saint-athanase.com et la page Facebook de la municipalité à *Municipalité de Saint-Athanase*

Demeurez informés de la situation.

(Prénom Nom de l'autorité)



ANNEXE 7.3



Municipalité de Saint-Athanase

Préciser la date et l'heure

En raison des dangers posés par Préciser la nature du sinistre réel ou imminent en cause, les autorités municipales ordonnent aux personnes se trouvant dans les secteurs suivants, pour leur sécurité, de se mettre immédiatement à l'abri.

Cet avis est en vigueur pour les Préciser les secteurs concernés jusqu'à nouvel ordre:

Ce que vous devez faire :

Si vous êtes dans un des secteurs touchés ou visés, veuillez suivre les consignes suivantes :

Si vous vous trouvez dans un des secteurs touchés ou visés, veuillez suivre les consignes suivantes :

- Fermez toutes les portes et fenêtres;
- Fermez le système de climatisation ou de circulation d'air afin d'éviter que l'air de l'extérieur ne pénètre à l'intérieur;
- Laissez les lumières extérieures allumées;
- Gardez les animaux domestiques à l'intérieur;
- Suivez les directives transmises par les autorités;
- Demeurez à l'écoute des médias.

Pour plus d'information, consultez :

- Le site WEB de la municipalité au www.saint-athanase.com et la page Facebook de la municipalité à *Municipalité de Saint-Athanase*

Demeurez informés de la situation.

(Prénom Nom de l'autorité)

ANNEXE 7.4



Consignes de sécurité générales en cas d'évacuation



Gestes à poser avant l'évacuation

- Fermer les portes et les fenêtres;
- Débrancher les appareils électriques et les électroménagers (cafetière, radio, téléviseur, laveuse, sècheuse, etc.);
- Laisser les lumières extérieures allumées;
- Mettre en laisse les animaux domestiques ou dans leur cage de transport;
- Apporter une trousse d'urgence qui contient les principaux objets personnels (selon le temps disponible) :
 - vêtements pour quelques jours;
 - articles d'hygiène;
 - médicaments et ordonnances;
 - lait et couches pour bébés;
 - portefeuille et cartes (assurance-maladie, cartes de crédit, permis de conduire);
 - documents importants et principaux numéros de téléphone (contrats d'assurance);
 - jeux pour les enfants;
 - couvertures et oreillers.

Gestes à poser au moment de l'évacuation

- Suivre les directives transmises par les autorités;
- S'inscrire aux endroits indiqués;
- Faire connaître l'endroit où l'on peut vous joindre;
- Se rendre aux endroits prévus pour obtenir de l'information;
- Rester à l'écoute des médias.

Gestes à éviter

- Ne pas perdre de temps à téléphoner;
- Ne pas faire de valise, sauf si le temps le permet;
- Ne pas retourner à votre domicile sans autorisation formelle.





Avis de réintégration



Municipalité de Saint-Athanase

Préciser la date et l'heure

Les personnes qui étaient visées par l'avis ou ordre d'évacuation diffusé le Préciser la date et l'heure peuvent réintégrer les Préciser les secteurs concernés à partir du Inscrive la date et l'heure en suivant les consignes ci-dessous.

(Carte des secteurs qui étaient visés par l'avis ou l'ordre d'évacuation)

Ce que vous devez faire :

Si vous résidez dans un des secteurs visés, veuillez suivre les consignes suivantes :

- Présentez-vous au point de contrôle routier le plus près de votre résidence (insérer les coordonnées des points de contrôle routier);
- Accédez à votre demeure après avoir obtenu l'autorisation des pompiers (ou autres intervenants concernés);
- Vérifiez la sécurité des lieux avec les pompiers (ou autres intervenants concernés) avant de réintégrer votre résidence;

Pour plus d'information, consultez :

- Le site WEB de la municipalité au www.saint-athanase.com et la page Facebook de la municipalité à *Municipalité de Saint-Athanase*

Demeurez informés de la situation

(Prénom Nom de l'autorité)



Être prêt en cas d'incendie chez soi, c'est possible!

Le détecteur de fumée - le moyen le plus fiable pour vous avertir

Ayez au moins un avertisseur de fumée par étage.

- Vérifiez les modèles récents (la batterie dure 10 ans)
- Nettoyez les grilles de la lampe
- Vérifiez l'état de la batterie
- Remplacez la pile si elle est faible
- Utilisez le bouton d'essai pour vérifier le bon fonctionnement
- Remplacez le détecteur de fumée si la pile est faible pendant plus de 2 semaines

La fumée est mortelle et se propage à une vitesse fulgurante.

securitepublique.gouv.qc.ca

Sécurité publique Québec

Le plan d'évacuation de ma maison

Dessinez un plan d'évacuation par étage.

- Le plan d'évacuation augmente vos chances de vous et à votre famille, de sortir sains et saufs en cas d'urgence
- Faites l'exercice d'évacuation au moins une fois par année avec vos enfants afin de pouvoir sortir le plus rapidement possible

Un plan d'évacuation en cas d'urgence à télécharger gratuitement à securitepublique.gouv.qc.ca

Préparer un plan d'évacuation, c'est rassurant!

Exercez-vous en famille!

Québec

Dessinez votre plan d'évacuation

- Le rôle du plan d'évacuation de votre maison en cas d'incendie est de vous guider et d'éviter les obstacles.
- Si vous êtes handicapés, vous devez vous assurer que le plan d'évacuation est adapté à vos besoins.
- Le plan d'évacuation doit être accessible à tous les membres de la famille.

Indiquez les éléments suivants sur votre plan

- Les portes de votre maison.
- Les fenêtres de votre maison.
- Les escaliers de votre maison.
- Les lieux où se trouvent les extincteurs.
- Les lieux où se trouvent les alarmes incendie.

Assurez-vous que

- les portes indiquées sur votre plan (portes, fenêtres, portes de balcon, portes au sous-sol) sont dégagées en tout temps. Portez une attention spéciale :
 - aux objets encombrés dans les armoires, comme les jouets, les vêtements et la décoration;
 - à l'accumulation de neige qui peut bloquer certaines portes.
- les fenêtres qui peuvent servir de sortie :
 - ne sont pas encombrées par des objets, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur;
 - sont bien entretenues et dégagées en tous sens;
 - ont une hauteur accessible pour un jeune enfant et une barre-courant le long de la paroi;
 - sont équipées d'un moyen sécuritaire pour aller/venir à l'extérieur d'un étage supérieur, comme une échelle de secours.

Vos sorties doivent être accessibles en tout temps!

9-1-1

➤ Appelez le 9-1-1 si vous avez besoin d'aide.

➤ Le 9-1-1 est un service gratuit et disponible 24 heures sur 24.

➤ Le 9-1-1 est un service d'urgence qui vous aide à résoudre vos problèmes.

Au son de l'avertisseur de fumée :

- Mettez sans délai les enfants et les autres occupants.
- Sortez de la maison sans perdre de temps.
- Rendez-vous au point de rassemblement et vérifiez que personne ne manque à l'appel.
- Appelez le 9-1-1 et attendez les pompiers au point de rassemblement.
- Ne retournez jamais à l'intérieur, même pour sauver une possession, un animal ou pour récupérer vos effets personnels. Les pompiers sont équipés pour y aller.

Savoir-vous que les débris dans les incendies arrivent surtout la nuit alors que tout le monde dort!

Avertis, Prêts, Sortez!

Exercez-vous!

➤ Faites un exercice d'évacuation de votre maison.

➤ Faites un exercice d'évacuation de votre maison.

➤ Faites un exercice d'évacuation de votre maison.

➤ Faites un exercice d'évacuation de votre maison.

MAIS...

- Si la porte de la pièce où vous vous trouvez est chaude au toucher :
 - Ne l'ouvrez pas.
 - Bloquent le passage de la fumée, il y a de la fumée dans la pièce.
 - Si possible, retournez-vous à l'étage inférieur.
- Si l'y a beaucoup de fumée :
 - Marchez à quatre pattes pour rester le plus possible de bas.
 - Dirigez-vous rapidement vers l'extérieur.

Souvenez-vous que, lors d'un incendie, changez secondairement.



ANNEXE 7.8

COMMUNIQUÉ DE PRESSE / CONVOCATION POUR UNE ASSEMBLÉE PUBLIQUE



COMMUNIQUÉ DE PRESSE No X

Telbec (Code 1)

Pour publication Immédiate

ASSEMBLÉE PUBLIQUE D'INFORMATION

- AVIS DE CONVOCATION -

Saint-Athanase, le 26 octobre 2019

Le maire de Saint-Athanase, **monsieur...**, invite tous ses concitoyens et concitoyennes à une assemblée publique d'information.

DATE :

HEURE :

LIEU :

À cette occasion, nous ferons le point sur l'évolution de la situation qui a cours dans la municipalité à la suite de **(préciser la nature de l'évènement)**. Des personnes-ressources dans différents domaines seront sur place et pourront répondre à vos questions.

Pour plus d'information, communiquez avec notre service de renseignements à la population au numéro suivant : (418) 859-4853.

- 30 -

Source :

Tél. :

ANNEXE 7.9
COMMUNIQUE DE PRESSE / GÉNÉRAL

COMMUNIQUE DE PRESSE No X

l'elbed (Code 1) Pour publication immédiate

VIOLENT INCENDIE À SAINT-ATHANASE

Saint-Athanase, le 26 octobre 2019

Le maire de Saint-Athanase, monsieur..., informe la population que les autorités ont dû procéder la nuit dernière à l'évacuation de... résidents du secteur de... à la suite d'un violent incendie qui a éclaté la nuit dernière dans l'établissement... On ne dénombre aucun blessé pour le moment. Constatant la gravité de la situation, la municipalité a mis en œuvre son plan de sécurité civile.

La violence de l'incendie a obligé les pompiers à établir un périmètre de sécurité de 500 mètres autour des lieux du sinistre et forcé l'évacuation des 75 résidents. Ceux-ci ont été transportés au Centre des loisirs qui a été transformé en centre d'hébergement. Des employés municipaux, assistés de bénévoles de la Croix-Rouge, sont sur les lieux et veillent au réconfort des évacués.

L'incendie est présentement sous le contrôle du service de sécurité incendie. Bien que, pour le moment, il ne craint aucun danger pour la santé de la population, le directeur du service de sécurité incendie recommande aux citoyens de fermer leurs fenêtres, de demeurer à l'intérieur et surtout de ne pas tenter de se rendre sur les lieux du sinistre pour ne pas nuire au travail des pompiers et des intervenants.

Les pompiers luttent toujours pour la maîtrise de l'incendie qui a nécessité trois alertes et l'assistance des brigades de Saint-... et de Sainte-... Le premier détachement de pompiers était sur les lieux quatre minutes après le déclenchement de l'alerte. Bien que tout danger de conflagration soit maintenant écarté, on ignore encore quand les résidents évacués pourront réintégrer leur domicile.

Le maire tient à assurer les évacués et toute la population que tous les moyens sont actuellement mis en œuvre pour maîtriser la situation. Avec l'application du plan de sécurité civile, tous les employés municipaux sont actuellement à pied d'œuvre pour assurer la sécurité des citoyens et la protection de leurs biens.

Un service de renseignements à la population est ouvert à la bibliothèque municipale et peut être joint en composant le (418) 859-4853. La municipalité diffusera un nouveau communiqué à 7 h pour faire le point sur la situation.

- 30 -

Source : _____

Tél. : _____

- Commenté [D1]: Nom de l'agence de diffusion
- Commenté [D2]: Chiffre qui indique la région où le communiqué doit être diffusé. Code 1 signifie que le communiqué sera diffusé dans tout le Québec
- Commenté [D3]: Si l'on ne veut pas que le communiqué soit diffusé tout de suite, il faut écrire Embargo et l'heure à laquelle la diffusion est autorisée
- Commenté [D4]: Quand cela est-il arrivé?
- Commenté [D5]: Qu'est-ce qui se passe?
- Commenté [D6]: Où cela est-il arrivé?
- Commenté [D7]: Pourquoi cela est-il arrivé?
- Commenté [D8]: Qui est touché?

Commenté [D9]: Comment la municipalité gère-t-elle la situation?

Commenté [D10]: Le chiffre 30 indique que le communiqué est terminé

Commenté [D11]: Nom du responsable de la mission Communication



ANNEXE 7.10

COMMUNIQUÉ DE PRESSE / INVITATION À UNE CONFÉRENCE DE PRESSE



COMMUNIQUÉ DE PRESSE No X

Telbec (Code 1)

Pour publication Immédiate

INVITATION AUX JOURNALISTES ET CHRONIQUEURS

Saint-Athanase, le 26 octobre 2019.

Le maire de Saint-Athanase, monsieur..., vous invite à une conférence de presse pour faire le point sur la situation qui a cours dans la municipalité à la suite de... (préciser la nature de l'évènement).

DATE :

HEURE :

LIEU :

Des représentants de l'ensemble des intervenants seront sur place pour répondre à vos questions.

- 30 -

Source :

Tél. :

ANNEXE 7.11

COMMUNIQUÉ DE PRESSE / AVIS À LA POPULATION



COMMUNIQUÉ DE PRESSE No X

Telbec (Code 1)

Pour publication Immédiate

AVIS À LA POPULATION

Le point sur l'aide offerte par la municipalité aux personnes sinistrées

Saint-Athanase, le 26 octobre 2019

CECI EST UN MESSAGE IMPORTANT À L'INTENTION DES RÉSIDENTS DE SAINT-ATHANASE

À la suite de... (préciser la nature du sinistre réel ou imminent en cause) la municipalité de Saint-Athanase invite la population sinistrée à prendre connaissance des mesures mises en place afin de répondre à différents besoins.

(Préciser les services offerts, par exemple :)

- hébergement
- alimentation
- vêtements

Pour bénéficier de ces services, veuillez-vous rendre à l'adresse suivante et vous inscrire au registre des personnes sinistrées situé au comptoir d'accueil et d'information.

**Centre des loisirs de Saint-Athanase
1133, route de Picard
Saint-Athanase (Québec) G0L 2L0**

Pour plus d'information, communiquez avec notre service de renseignements à la population au numéro suivant : (418) 859-4853.

- 30 -

Source :

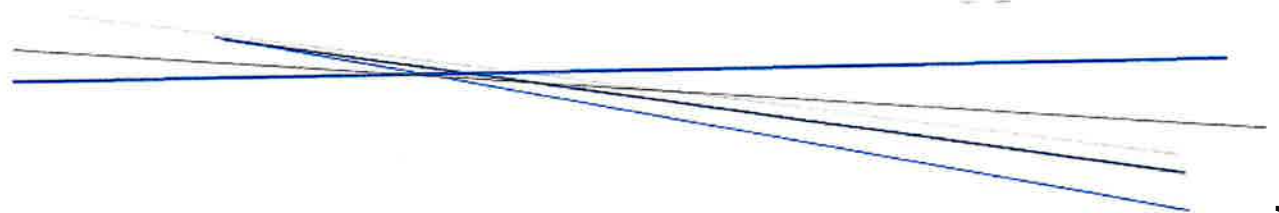
Tél. :

Vous, les médias et l'urgence




Vos relations de presse en situation d'urgence

Guide à l'intention des municipalités



Avant-propos




Produit en janvier 2016, ce guide est une réalisation du Bureau de l'information d'urgence de la Direction des communications du ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale. Ce bureau assume pour Services Québec la responsabilité de la mission *Communication* prévue dans le Plan national de sécurité civile du Québec (PNSC).



Tables des matières



Introduction	1
1. La communication préliminaire avec les médias	2
Les médias sociaux	4
2. La première activité de presse	5
Les points de presse	7
3. Un dispositif souple de communication	8
La connexion avec les lieux de décision	10
4. La deuxième activité de presse	11
5. Un dispositif de communication stable	13
Le peaufinage de votre dispositif de communication	14
6. Les activités de presse subséquentes	15
7. Des activités de presse variées et allégées	17
La nécessité de mettre fin	18
8. La dernière activité de presse	19
Les communiqués de presse	21
9. Le premier anniversaire de l'événement	22
Quelques derniers conseils	24
Les annexes	
A. Aide-mémoire	25
B. Invitation aux médias	27
C. Animation d'un point de presse	29
D. Compilation des demandes médias	30



Introduction



Un événement survient.

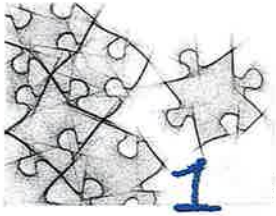
Les mesures d'urgence sont déclenchées.

La nouvelle se propage.

Accourent les médias, grands et petits, locaux, régionaux, nationaux et parfois même internationaux. Leur nombre saisit, leurs moyens surprennent. D'emblée et comme en terrain conquis, voilà qu'ils multiplient les sollicitations, empiètent sur vos priorités.

Faut-il les ignorer? Les faire attendre pour parer au plus pressé? Les chasser sous prétexte qu'il y a plus important qu'eux? **MAUVAISE IDÉE!** D'une part, les médias attestent de la situation. Ils livrent vos messages essentiels, partagent les consignes importantes à la population. Ils suscitent le soutien sur lequel vous pourrez compter. D'autre part, le traitement qu'ils réservent à l'événement forge l'opinion publique. La preuve vient par l'image, par ce témoignage livré au micro... La réalité que projettent les médias fait ainsi bouger autour de vous, fait réagir. Cela finit même par vous contraindre et dicter vos actions. Dans ce contexte, rien ne vaut des relations de presse bien organisées.

Ce guide entend vous aider à structurer vos activités de presse. Suivez-en les neuf étapes.



1 La communication préliminaire avec les médias

Dès les premiers instants de l'événement, manifestez-vous auprès des médias. L'absence de données confirmées ne doit pas vous arrêter. À ce stade préliminaire, l'important n'est pas tant l'information pure (faits, premier bilan, etc.) que l'assurance que vous donnez de prendre les choses en main. Il n'y a rien de pire que l'impression donnée d'un événement sous-estimé, qui laisse présager que les gens seront livrés à eux-mêmes.

Vos objectifs...

- Montrez que vous êtes au fait de l'événement. Cela rassure, cela augure une prise en charge à la hauteur des besoins;
- Montrez que vous agissez;
- Définissez-vous comme une source fiable d'information;
- Fixez rendez-vous aux médias pour un premier point de presse.

Les principaux messages à transmettre :

- Confirmation de l'événement;
- Présence des secours sur les lieux;
- Présentation des consignes de sécurité (si connues);
- Convocation des médias à un point de presse. La convocation peut être faite sur-le-champ, en direct. Les médias sont déjà sur place ou sont en route, et sont tous *connectés* à vous par l'intermédiaire des médias sociaux;
- Annonce d'autres messages à venir. Invitation à demeurer à l'écoute.



Les moyens de diffusion :

- Entrevues avec les intervenants d'urgence, premiers sollicités par les médias arrivés sur les lieux. Les porte-parole des services d'urgence représentent la municipalité en action, mais jouent aussi un rôle de temporisation en donnant le temps à la municipalité de s'organiser sur le plan des communications. Il convient d'établir avec eux un lien rapide pour arrimer les messages et assurer la transition vers les communications des autorités municipales;
- Mêlée de presse du maire ou de la mairesse, ou encore de son représentant sur les lieux de l'événement;
- Site Web de la municipalité. Ce site est consulté par les médias dès les premiers instants. On s'attend à ce que l'événement y soit signalé, à ce que la situation d'urgence y soit qualifiée;
- Comptes officiels de la municipalité ou des services d'urgence dans les médias sociaux.



Les médias sociaux

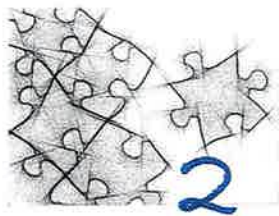
Instantanés, d'utilisation facile et bénéficiant d'une audience exponentielle, les médias sociaux sont pratiques et efficaces pour donner rapidement de l'information, confirmer des faits ou des consignes, et infirmer des rumeurs. Utilisez de préférence les comptes officiels de la municipalité dans les médias sociaux. Le label municipal leur confère de la crédibilité, attribut indispensable en cas de surabondance de publications d'origines multiples.

Vite repérés, les messages de la municipalité dans les médias sociaux sont automatiquement suivis par les journalistes, soucieux de ne rien manquer. Chaque message publié dans les médias sociaux devient ainsi l'équivalent d'un communiqué de presse... En plus rapide et plus direct!

Servez-vous aussi des comptes officiels de la municipalité dans vos relations avec les journalistes. Convoquez-les par ce moyen à des activités de presse, comme les conférences de presse. Interagissez avec eux, en privé ou en public selon l'intérêt du message, s'ils vous questionnent, ou s'ils vous demandent des précisions ou des confirmations dans les médias sociaux. Publiez des photographies et autorisez les médias à les utiliser, si cela sert vos objectifs. Rien ne vous empêche de reprendre une information publiée sur la page d'un journaliste, en la reformulant – voire en l'infirmer – si c'est nécessaire, dans l'intérêt de la population...

Les médias sociaux donnent l'occasion de créer de nouvelles relations avec les médias, faisant de ces derniers des parties prenantes de la gestion de l'urgence plutôt que simplement des diffuseurs et des multiplicateurs d'une information mâchée d'avance. Grâce à eux, le sacro-saint « contrôle de l'information » cède la place à une « coresponsabilité de l'information », vécue dans l'instantanéité. Si l'erreur guette, elle est facile à corriger. Elle est même vite pardonnée à condition d'avoir été reconnue promptement.

L'utilisation des médias sociaux exige du doigté, un bon jugement, de l'autonomie, des balises claires. Sur le plan de la structure, le gestionnaire des médias sociaux devrait être placé à la croisée entre les intervenants d'urgence, dont il reçoit les informations concrètes de terrain, et les services de communication de la municipalité, dont il reçoit les informations relatives à des consignes, à l'annonce de services offerts, à des déclarations des autorités municipales.



La première activité de presse

Tenez, aussi rapidement que possible, un point de presse officiel. Passé le choc et l'émotion des premiers instants, ce dont vous pouvez témoigner, faites surgir les éléments de gestion de la situation. On s'attend à des actions de la part de la municipalité, qui ne peut s'attarder dans ses messages aux seuls constats d'une catastrophe.

Comme élu, le maire ou la mairesse peut laisser transparaître ses sentiments (choc, tristesse, perte pour la communauté, etc.), mais doit rapidement démontrer sa capacité à relever les défis qui s'annoncent.

Vos objectifs...

- Dressez un portrait de l'événement (quoi, où, quand);
- Donnez des consignes à la population touchée;
- Démontrez une prise en charge rapide de la situation;
- Montrez une détermination à normaliser les choses.

Les principaux messages à transmettre :

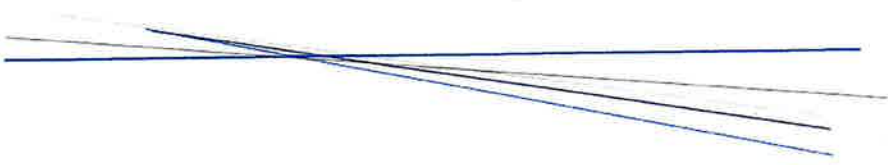
- Témoignage d'empathie du maire ou de la mairesse;
- Établissement des faits et du premier bilan si connu. Tout ce qui demeure imprécis, hypothétique ou provisoire est présenté avec les précautions d'usage. Les médias tolèrent bien l'incertitude à cette étape, pourvu qu'ils puissent retracer le fil général des événements;
- Présentation de consignes et de recommandations, ce que les gens doivent faire, comment ils peuvent contribuer;
- Description des services à la disposition des gens, qu'ils soient en place ou à venir : lieu de rassemblement, centre d'accueil, de services ou d'hébergement, etc.;
- Présentation des moyens d'information utilisés :
 - pour informer les personnes sinistrées : préposés dans les centres de services ou à l'hôtel de ville, informations dans le site Web de la municipalité et ses pages dans les médias sociaux;
 - pour informer le grand public : site Web de la municipalité, médias d'information, etc.

Les moyens de diffusion :

- Points de presse;
- Site Web de la municipalité et comptes officiels dans les médias sociaux;
- Page personnelle du maire ou de la mairesse dans les médias sociaux en ce qui a trait à la manifestation d'empathie et d'engagement.



Les points de presse



Incontournables en situation d'urgence, les points de presse offrent de multiples avantages :

- Ils offrent un contact direct et sont appréciés des médias qui y reçoivent de l'information crédible de première main;
- Ils sont la seule façon de donner beaucoup d'informations, ou des informations complexes, à tous les médias en même temps;
- Ils sont faciles à organiser et requièrent seulement :
 - un lieu proche du sinistre et accessible aux véhicules de transmission des médias, situé de préférence à l'intérieur d'un édifice, par exemple un gymnase, pour faciliter la prise de son, mieux contrôler l'accès et les mouvements de personnes (un point de presse n'est pas un spectacle), et être à l'abri en cas de météo capricieuse;
 - une table ou un pupitre;
 - un animateur... idéalement!
- Ils dispensent d'accorder de multiples entrevues. En cas d'événement grave, des points de presse successifs, tenus à de courts intervalles, satisfont habituellement les médias, même les plus exigeants! La succession rapide de points de presse permet aussi d'adapter les messages, lorsque la situation évolue vite, et de répéter les consignes importantes;
- Ils donnent une impression de force et de cohérence s'ils réunissent plusieurs porte-parole d'organisations distinctes. Lors de la première rencontre de presse, la participation de représentants des services d'urgence facilite la présentation de l'information de première ligne, prisée par les médias. Plus tard, la présence d'autres représentants (d'organisations consacrées à la sécurité civile, à la santé publique, à la protection de l'environnement, etc.) sera un atout, pour peu que les points de presse restent brefs et fixés sur les objectifs, et que les prises de parole soient bien départagées;
- Ils permettent aux médias d'installer durablement leur matériel, si les points de presse sont tenus systématiquement au même endroit. Les techniciens apprécient la stabilité, laquelle vous aide à votre tour à équiper le lieu : pupitre ou lutrin arborant les armoiries de la municipalité, drapeau en arrière-plan, fond de scène, système de sonorisation digne de ce nom, autres commodités.



3 Un dispositif souple de communication

Établissez dès que possible un dispositif de communication adapté à la situation et à la durée consécutive des activités médiatiques. Ce dispositif doit bien structurer les relations de presse et réduire à l'essentiel les interventions des autorités municipales auprès des médias.

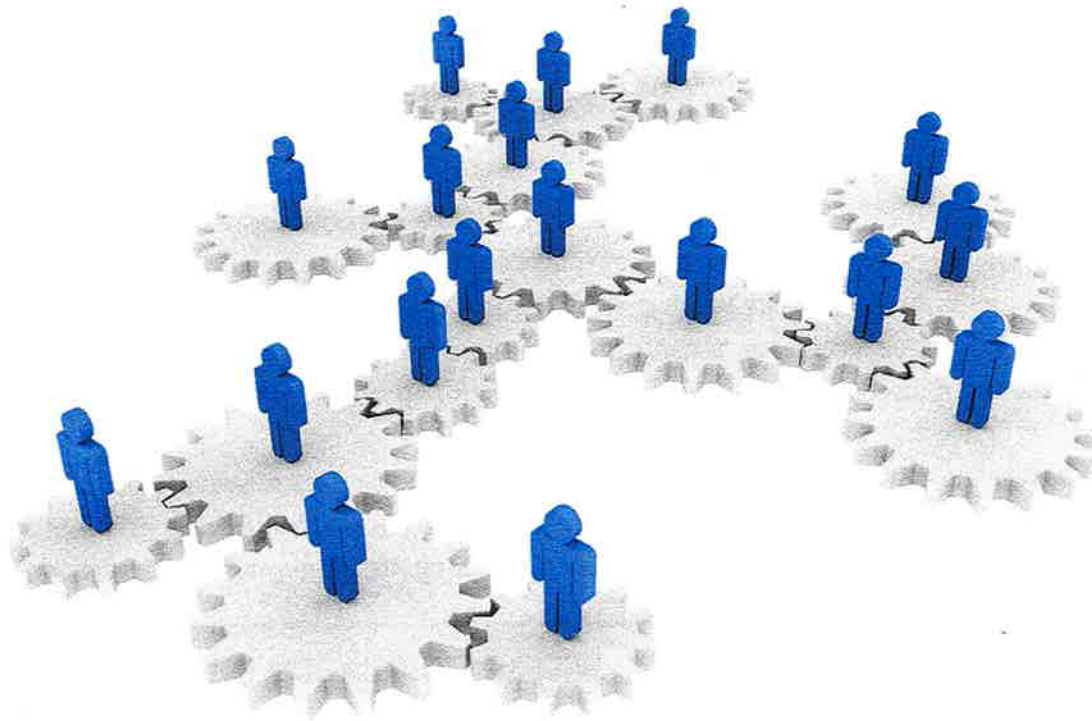
Le travail des médias est légitime et important. Passés les premiers moments, les journalistes s'attendent à être bien servis et tolèrent peu les manquements lorsque ceux-ci se répètent. Il s'agit donc de faciliter la vie des journalistes sans que cela nuise au bon déroulement des opérations.

- a. Désignez un porte-parole de première ligne pour les questions factuelles portant sur le fil des événements, le bilan, les services municipaux mis en place, etc. Les autorités municipales se garderont les questions non factuelles, visant par exemple les causes ou les responsabilités engagées, qui sont habituellement posées dans un second temps (bien que souvent plus vite qu'escompté!). Elles se consacreront aux points de presse.
- b. Demandez au personnel de la municipalité susceptible de recevoir des demandes d'entrevues, comme le directeur général, le chef des services d'incendie ou de police et le coordonnateur des mesures d'urgence, de diriger les médias systématiquement vers le porte-parole de première ligne.
- c. Désignez un relationniste auprès des médias si leurs demandes sont trop nombreuses et pour éviter que le porte-parole ait à répondre « sur le coup » aux questions des journalistes (mieux vaut toujours prendre quelques minutes pour se préparer avant de répondre). Invitez dans ce cas le personnel municipal interpellé par les médias à diriger les demandes vers le relationniste.
- d. Si un relationniste ne suffit pas, consacrez aux médias une ligne téléphonique spéciale. Assurez-vous :
 - d'en informer les journalistes, sur place et par communiqué, de façon exclusive pour éviter que les citoyens appellent à ce numéro (renoncez ici aux médias sociaux);

- de disposer d'un personnel en nombre suffisant pour gérer la ligne;
 - de donner à ce personnel des consignes claires, comme : attribuer les demandes des médias aux porte-parole en fonction des plages horaires convenues (blocs d'entrevues), diriger les journalistes vers le relationniste si cette option est privilégiée ou vers le site Web de la municipalité si l'information recherchée y est présentée, ou encore inviter les journalistes à poser leur question lors du prochain point de presse lorsque ce dernier est planifié.
- e. Si ce n'est déjà fait, déterminez un lieu fixe pour la tenue des activités de presse et équipez-le. Ce lieu devrait être proche de l'endroit où l'événement est survenu et se trouver à l'intérieur d'un édifice pour plus de facilité. Faites installer par une entreprise spécialisée un système de sonorisation adéquat (micros sur table, micro sur pied, etc). Trouvez si possible une salle secondaire attenante pour y tenir d'ultimes rencontres préparatoires à l'abri des regards et y réaliser des entrevues individuelles. À l'extérieur et si vous savez que la couverture de l'événement va durer plusieurs jours, prévoyez un aménagement adéquat, par exemple, l'installation d'un chapiteau.
- f. Si ce n'est déjà fait, trouvez un animateur pour les points de presse. Il pourra présenter les porte-parole et régir la séance de questions (n'autoriser qu'une question par journaliste en cas d'abondance de questions, favoriser l'alternance entre les médias, mettre fin à la séance dans les délais). Selon son talent ou son expérience, il suggérera l'angle du point de presse, préparera les porte-parole, organisera la succession des prises de parole, modérera les échanges et tirera d'affaire les porte-parole en difficulté lors de la période de questions.
- g. Établissez un dispositif de relève du personnel mis en relation avec les médias pour maintenir des activités de qualité tout au long de la couverture médiatique de l'événement. Le recours à des ressources en communication venant de municipalités voisines, par exemple, est une façon de soutenir durablement vos efforts.
- h. Désignez un gestionnaire des médias sociaux pour la municipalité et accordez-lui une marge de manœuvre suffisante pour qu'il puisse réagir aisément aux messages visant la municipalité. Devant des questions de journalistes posées dans les médias sociaux, ce gestionnaire devrait se tourner vers le relationniste ou le porte-parole municipal pour répondre de façon coordonnée et conforme à la structure mise en place.
- i. Si ce ne n'est déjà fait, mettez en ligne dans le site Web de la municipalité une page consacrée à l'événement et assurez-vous de la tenir à jour. Les médias pourront simplement être dirigés vers votre site si l'information recherchée s'y trouve.

La connexion avec les lieux de décision

Porte-parole et gestionnaire des médias sociaux devraient agir à l'intérieur du centre de coordination municipal ou être en relation étroite avec ce dernier. Il est indispensable qu'ils soient proches des lieux de coordination et de prises de décisions pour être en mesure de renseigner rapidement le public sur des éléments factuels, de façon cohérente et avec un bon niveau de précision et d'exactitude.





4 La deuxième activité de presse

Prévoyez un second point de presse dans un court délai, dès que la situation se stabilise sur les lieux de l'événement ou que de l'information nouvelle doit être donnée (nouveau bilan, consignes, services à la population). En cas d'événement grave et alors que les médias continuent d'affluer, quatre heures au maximum (moins, si possible) devraient séparer le deuxième point de presse du premier.

Entourez-vous de représentants des services d'urgence, de responsables municipaux, d'experts quant à des matières précises et, si possible, d'un ou deux partenaires externes : porte-parole de la sécurité civile du Québec, du réseau de la santé et des services sociaux, de la Croix-Rouge, etc. Invitez ces partenaires à prendre la parole sur les sujets d'intérêt relevant de leur responsabilité. Montrez, ce faisant, la détermination mise dans le redressement de la situation et l'utilisation faite de toutes les ressources disponibles. L'ouverture aux partenaires présente aussi l'avantage de répartir la pression médiatique entre plusieurs acteurs.

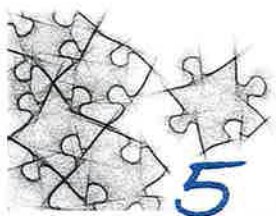


Vos objectifs...

- Faites le portrait de la situation, dressez un premier bilan (les chiffres sont prisés par les médias), évoquez les répercussions observées ou pressenties sur les infrastructures et les services;
- Montrez l'importance de la mobilisation (par exemple en nommant les unités et les partenaires actifs sur le terrain);
- Faites connaître (ou rappelez) les consignes et les recommandations en vigueur;
- Faites connaître les services destinés aux personnes sinistrées et à la population;
- Indiquez aux citoyens de la municipalité (et des environs) ce qu'ils peuvent faire pour aider (donnez aux gens la possibilité d'agir);
- Faites connaître (ou rappelez) les sources d'information disponibles;
- Annoncez l'activité de presse subséquente.

Les moyens de diffusion :

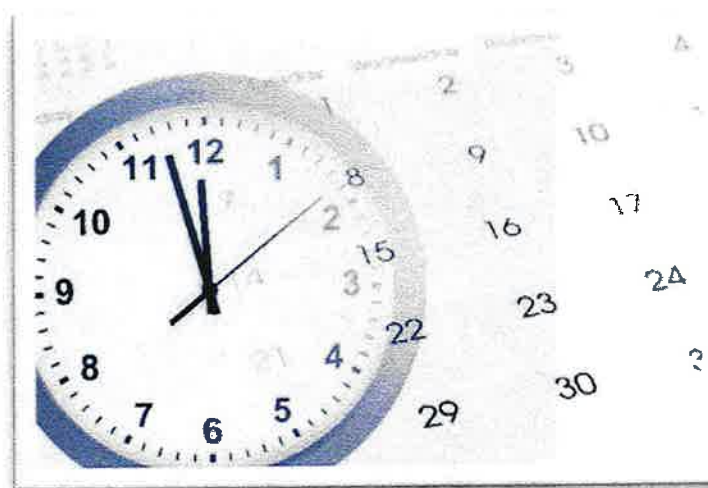
- Point de presse;
- Site Web de la municipalité;
- Comptes officiels dans les médias sociaux.



5 Un dispositif de communication stable

En prévision des activités de presse qui vont se poursuivre, établissez une routine pour vos relations de presse (comme pour l'ensemble de vos communications). Un horaire et des procédures stables instaurent des repères pour les journalistes, les relationnistes et les porte-parole, balisent leur travail et le « normalisent ». Il s'agit d'un puissant moyen de lutte contre le stress et l'impression de chaos.

- a. Planifiez les prochains points de presse et annoncez l'horaire aux journalistes. Prévoyez-les à la même heure chaque jour (il sera possible de réviser le programme ultérieurement), en respectant les contraintes des journalistes (les heures de tombées, par exemple, avant le téléjournal).
- b. Prévoyez avec le porte-parole de première ligne des plages horaires pour les entrevues. Informez-en le relationniste ou les préposés à la ligne médiatique. Ciblez d'une à trois séances d'au moins 60 minutes par jour pour les entrevues individuelles. Entre ces plages horaires, invitez les journalistes à se référer aux points de presse.
- c. Prévoyez une mise à jour de l'information dans votre site Web et dans les médias sociaux tôt chaque matin. Les journalistes peuvent ainsi alimenter les bulletins de nouvelles matinaux.



Le peaufinage de votre dispositif de communication

Trouvez un porte-parole qui s'exprime en anglais, auquel vous ferez éventuellement appel (pour les médias anglophones et internationaux).

Prévoyez les questions que pourraient poser la presse (et la population) dans les prochaines heures et les prochains jours et préparez les réponses. Rédigez pour ce faire, par exemple, une foire aux questions (FAQ) que vous bonifierez au fur et à mesure que la situation se décante. Cette FAQ aidera à la préparation des porte-parole. Vous pourrez aussi la rendre publique dans votre site Web, ou dans un feuillet à remettre à vos concitoyens.

Sollicitez des ressources aptes à vous soutenir : professionnels en communication de la région souvent disposés à prêter bénévolement leur expertise dans des situations d'exception, personnes d'expérience dans des organisations actives dans la municipalité ou à proximité. Consultants en communication ou cabinets-conseils offrent aussi des solutions.





Les activités de presse subséquentes

Après les faits, bilans et témoignages, les médias se tournent vers de nouvelles questions : causes, responsabilités apparentes, leçons apprises (ou non) d'événements comparables dans le passé, qualité de l'intervention, prochaines étapes... Pour la municipalité, les sujets à l'avant-plan deviennent sa gestion de l'événement, la qualité des services, le soutien aux personnes sinistrées et, déjà, les mesures prises pour revenir à la normale.

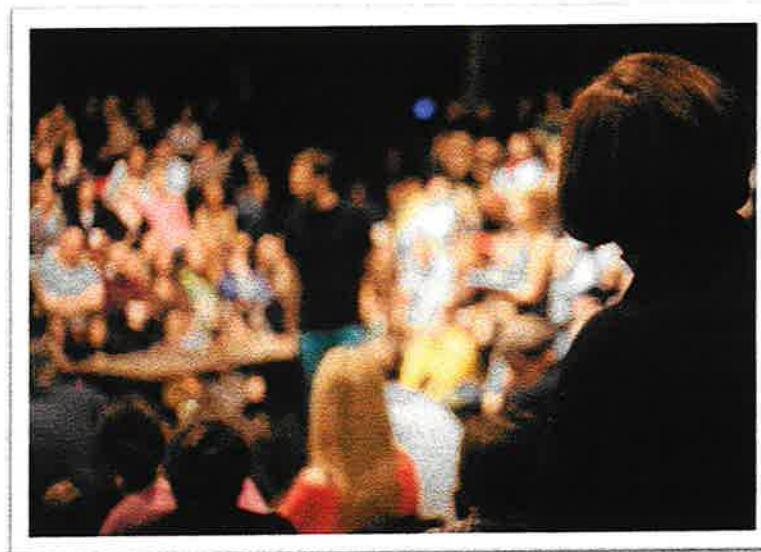
Dans son discours, la municipalité doit sortir progressivement de l'état de crise, évoquer des actions, se projeter dans l'avenir. Une façon de faire judicieuse consiste à partager systématiquement davantage de « bonnes nouvelles » que de « mauvaises nouvelles » : souligner, par exemple, le soutien fort de la communauté, l'importance de l'aide reçue, les premiers retours au domicile à la suite de l'évacuation, les progrès dans le nettoyage des lieux du sinistre, la réduction du périmètre de sécurité, la réouverture de rues et de commerces...

Vos objectifs...

- Faites connaître l'état de la situation, le bilan;
- Présentez les étapes du processus d'enquête sur les causes de l'événement;
- Faites connaître l'étendue des interventions réalisées (nombre de premiers répondants déployés, d'employés municipaux donnant des services aux sinistrés, de partenaires gouvernementaux et humanitaires présents sur les lieux, de repas distribués, etc.);
- Rappelez les consignes et les recommandations en vigueur ainsi que les sources d'information disponibles;
- Faites connaître les programmes et les services d'aide mis en place, par exemple, les services de soutien psychosocial, d'aide financière ou d'hébergement temporaire. Ce volet des programmes et services va progressivement supplanter les autres.

Les moyens de diffusion :

- Points de presse réguliers;
 - Sites Web de la municipalité;
 - Comptes officiels dans les médias sociaux;
 - Rencontre avec la population (séance d'information), particulièrement pour promouvoir des programmes et des services d'aide.
Il est peu recommandé d'autoriser les médias à participer à ces rencontres, car leur présence peut gêner ou irriter les citoyens, ou encore biaiser les interventions. Par contre, rien n'empêche qu'ils prennent des images en début de rencontre. Il est également utile qu'un porte-parole de la municipalité soit disponible pour les médias à la sortie de la séance. Par ailleurs, il est bon de préciser aux citoyens, en cours de rencontre, les options suivantes s'ils sont sollicités par les médias en quête de commentaires à la sortie :
1. Accepter l'entrevue en sachant que les propos, les images et le son de l'entrevue deviennent la propriété du média et sont utilisés à sa discrétion.
 2. Accepter l'entrevue en y posant des conditions, par exemple interdire d'être nommé ou reconnaissable de quelque façon que ce soit.
 3. Refuser poliment l'entrevue.





Des activités de presse variées et allégées

Les médias s'incrument sur les lieux de l'événement, harcèlent votre porte-parole, font le siège de votre ligne médiatique? C'est là, souvent, le signe que vos communications ne les satisfont pas. Relevez leurs préoccupations et répondez-y. Ne les laissez pas pour autant dicter vos lignes de communication.

- Proposez-leur des séances de prises d'images sur les lieux du sinistre une fois ceux-ci sécurisés, avec les précautions d'usage (ne les introduisez pas, par contre, dans votre centre de coordination bruyant et rempli d'informations confidentielles, ou dans des lieux d'accueil destinés aux personnes sinistrées);
- Partagez-leur des données qui pourront les intéresser, évoquez des faits dignes de mention : telle équipe d'intervenants bien inspirée, des citoyens qui s'organisent, une aide inattendue venue de loin, cet équipement qui a répondu aux attentes...;
- Évitez par contre d'aborder des sujets de controverse, prisés des médias, mais qui ne se régleront pas devant des caméras.

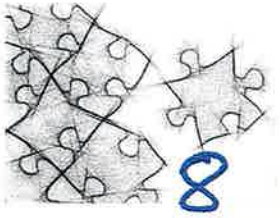
Lorsque la situation sur le terrain se résorbe et que l'information se tarit, baissez le rythme! Réduisez la fréquence des points de presse et allégez votre dispositif de communication. Votre personnel impliqué dans ces activités, comme les journalistes et les techniciens fatigués et désireux de passer à autre chose, vous en sauront gré.

En diminuant progressivement vos activités de presse, vous donnez un signal. Cela vous revient. Les médias internationaux, puis nationaux, se détourneront (d'autant plus facilement que l'actualité, ailleurs, le commande). Demeurent actifs les médias régionaux, proches de la communauté et que vous connaissez bien, avec qui vous pourrez travailler de façon plus habituelle.

La nécessité de mettre fin



Il n'y a aucun avantage à maintenir artificiellement l'intérêt médiatique en multipliant des activités de presse sans fondements suffisants, par peur de donner à défaut l'impression de relâcher vos efforts, ou pour des raisons d'image, par exemple. Les journalistes ne sont pas dupes et la pratique multiplie les occasions de dérive : des détails deviennent des problèmes, des actions suspectes... Retenus sur place, les médias peuvent importuner les citoyens désireux de tourner la page, de faire leur deuil, de retrouver la tranquillité du passé. Dans les événements tragiques en particulier, la dimension spirituelle – vécue au cœur de la communauté – ne peut être négligée. Cette dimension s'accommode mal de l'intrusion médiatique.



La dernière activité de presse

Tenez un dernier point de presse et présentez-le comme point final du dispositif de communication exceptionnellement mis en place. L'attention est alors portée sur le rétablissement et, peut-être, sur certaines leçons tirées de l'événement. La municipalité prend des engagements à cette étape, ouvre des perspectives. Elle manifeste aussi son désir de nouer des liens privilégiés avec sa population, à l'abri des médias.

Vos objectifs...

- ▣ Décrivez les mesures liées au rétablissement : services d'aide et d'information proposés aux citoyens, étapes de la reconstruction, etc.;
- ▣ Officialisez le bilan de l'événement;
- ▣ Remerciez les citoyens, soulignez leur résilience;
- ▣ Remerciez les intervenants d'urgence;
- ▣ Annoncez la fin des points de presse.

Les moyens de diffusion :



- Point de presse du maire ou de la mairesse, avec la participation des partenaires ayant contribué de façon importante à la gestion de l'événement;
- Communiqué de presse de la municipalité;
- Site Web de la municipalité, présentant notamment un message du maire ou de la mairesse;
- Message dans les médias sociaux qui renvoie les abonnés au site Web de la municipalité.

Bien qu'elle ne soit pas destinée aux médias, une cérémonie (religieuse, d'hommage, etc.) peut offrir un même signal d'une nouvelle étape, synonyme de passage vers un dispositif de communication allégé davantage tourné vers la communauté.

Les communiqués de presse

Les communiqués de presse ne sont pas un moyen de communication adapté aux situations d'urgence, l'information s'avérant alors évolutive et parfois empreinte d'émotion. Le contact direct avec les médias est de loin préférable. La diffusion de communiqués doit être limitée aux annonces importantes (par exemple, le décret de l'état d'urgence, la diffusion d'un avis d'ébullition de l'eau, etc.), à des messages du maire ou de la mairesse (par exemple, des remerciements officiels ou des déclarations), ou encore au partage d'une information complexe, technique ou scientifique, que l'on désire voir reprise fidèlement par les médias.





Le premier anniversaire de l'événement

Un an après l'événement, à la date anniversaire de préférence, prévoyez une activité de presse pour dresser le bilan de la dernière année. Les médias seront fort probablement de retour sur les lieux. Ils voudront connaître les leçons tirées et les mesures prises, les résultats obtenus et le chemin demeurant à parcourir. Ils voudront sonder la population quant à son état d'esprit un an plus tard.

Si vous tenez une activité commémorative, il vous revient d'y convier ou non les médias. S'ils ne sont pas admis à la cérémonie, prévoyez alors des entrevues au début et à la fin de l'activité. Comme lors des rencontres d'information, il est bon de préciser aux citoyens leurs options s'ils sont sollicités par les médias à leur arrivée ou à la sortie de la cérémonie.

Vos objectifs...

- Faites connaître les leçons apprises à la suite de l'événement, les mesures adoptées, les résultats obtenus, les perspectives;
- Annoncez ou rappelez les étapes à venir dans le processus de rétablissement, les améliorations attendues, de nouveaux développements;
- Dressez le bilan de l'aide obtenue par la municipalité et les citoyens : montant de l'aide financière accordée, effectifs mobilisés, etc.;
- Rappelez les services offerts à la population et qui demeurent disponibles (par exemple, en matière de soutien psychosocial ou d'aide à la reconstruction);
- Remerciez les intervenants toujours en action et les citoyens, et soulignez leur résilience.



Les moyens de diffusion :

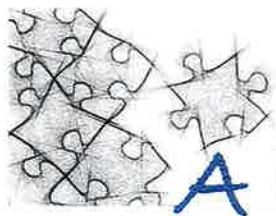
- Point de presse du maire ou de la mairesse, avec la participation des partenaires ayant contribué de façon importante à la gestion de l'événement;
- Communiqué de presse de la municipalité;
- Site Web de la municipalité, présentant notamment un message du maire ou de la mairesse.

Quelques derniers conseils



L'urgence ne justifie aucune dérogation aux bonnes pratiques en matière de relations de presse.

- Ne privilégiez aucun média au détriment des autres;
- Demeurez courtois avec les journalistes, sur le terrain, au téléphone et dans les médias sociaux;
- Soignez votre apparence en tant que porte-parole. Malgré le contexte de l'urgence, votre allure doit refléter votre contrôle et votre assurance (une barbe de quatre jours ou des yeux rougis témoignent plus d'un beau chaos que de votre dévouement sur le terrain!);
- Avant que ne débute une entrevue, n'hésitez pas à questionner le journaliste sur ses attentes et convenez avec lui du champ que vous allez couvrir. Informez-le de ce qui ne relève pas de vos compétences;
- Préparez bien vos points de presse. Ciblez vos messages et assurez-vous que l'information donnée par les différents partenaires est coordonnée, homogène et complémentaire plutôt que redondante;
- Soyez bref et précis dans vos interventions et restez dans le contexte. En cas de doute ou d'ignorance, l'humilité vaut mieux que la surenchère;
- Délimitez vos interventions dans le temps et respectez vos engagements envers les médias;
- Ne négligez pas les médias régionaux, sur qui vous pouvez compter en permanence.



Aide-mémoire

Porte-parole :

- Porte-parole de première ligne
- Porte-parole de la municipalité
- Porte-parole « expert »
- Porte-parole bilingue
- Relationniste



Exemple de l'installation permanente d'une salle de presse.



Exemple de l'installation des médias à l'extérieur, sous chapiteaux.

Activités de presse :

- Horaire constant et régulier pour les activités de presse
- Animateur

Lieu : à l'intérieur (à privilégier) :

- Salle située près du sinistre
- Accès facile
- Stationnement gratuit
- Signalisation
- Lutrín ou pupitre
- Table et chaises
- Porte-noms pour les porte-parole
- Drapeau de la municipalité
- Drapeau du Québec
- Fond de scène
- Sonorisation (true)

Lieu : à l'extérieur :

- Endroit situé près de l'événement, mais à l'extérieur du périmètre de sécurité
- Stationnement gratuit
- Signalisation
- Chapiteaux pour les porte-parole et les médias
- Lutrín ou micro sur pied
- Drapeau de la municipalité
- Drapeau du Québec
- Sonorisation

Ligne téléphonique destinée aux médias :

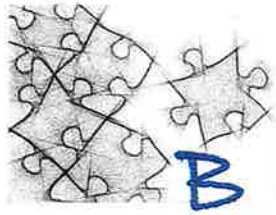
- Numéro de la ligne téléphonique
- Heures d'ouverture
- Message d'accueil de la boîte vocale
- Promotion du numéro de téléphone auprès des médias
- Personnel responsable de la ligne médiatique
- Dispositif de relève pour le personnel
- Consignation quotidienne des demandes des médias

Site Web de la municipalité et comptes officiels dans les médias sociaux :

- Création d'une page spéciale et mises à jour quotidiennes du site
- Solidité et redondance du site Web
- Gestionnaire des médias sociaux autonome et relié au centre de coordination

Rencontre d'information avec la population :

- animateur
 - Intervenants qui prendront la parole
 - Porte-parole sur place
 - Relationniste sur place
- Lieu
- Salle intérieure
 - Accès facile
 - Stationnement gratuit
 - Signalisation
 - Lustrin
 - Table et chaises
 - Porte-noms pour les intervenants qui prendront la parole
 - Écran et projecteur
 - Documents d'information destinés aux sinistrés
 - Fond de scène
 - Drapeau de la municipalité



Invitation aux médias

L'invitation aux médias est un outil essentiel pour convier tous les médias, sans discrimination, à vos activités de presse.

Gazouillis dans Twitter

Le message de type gazouillis ne peut contenir plus de 140 caractères, incluant les espaces. Il doit donc être concis et précis. Cette façon d'inviter les médias est de plus en plus prisée par ces derniers. Il importe toutefois qu'ils soient abonnés à votre compte Twitter, ce qu'ils font habituellement dès qu'ils sont au fait des événements en cours.

Modèle de gazouillis :

- Nom de l'intervention : Point de presse du maire ou de la mairesse le [date] à [heure], au [lieu-adresse]

Exemple de gazouillis :

- Accident ferroviaire de Lac-Mégantic : Point de presse de la mairesse le 2 août à 10 h, au 1234, rue Principale, salle Odysée.

Fichier électronique transmis par courriel

Le fichier peut être transmis directement par le biais des adresses de courriel des médias ou avec le soutien d'une firme spécialisée comme CNW (www.cnw.newswire.ca).

INVITATION AUX MÉDIAS

Codes de diffusion (CNW ou autres)
Pour diffusion immédiate

Nom de l'événement

Point de presse des autorités municipales

Nom de la ville, date – Le maire ou la mairesse de la Ville [nom de la ville], [nom du maire/maïresse], invite les médias à un point de presse qui portera sur les actions de la municipalité dans le cadre de l'intervention en cours. Le point de presse aura lieu [date], [heure], [lieu].

Le maire ou la mairesse sera disponible pour des entrevues après le point de presse (ou ne sera pas disponible – selon ce qui aura été convenu avec le maire ou la mairesse).

AIDE-MÉMOIRE :

Date :

Heure :

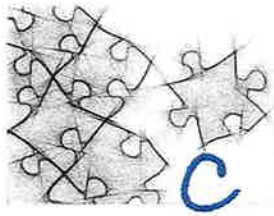
Lieu :

Obtenez toute l'information sur la situation en consultant le site Web de la municipalité [adresse], son compte Facebook [adresse] et son fil Twitter [adresse].

- 30 -

Source : le nom de la personne qui a produit l'invitation aux médias (généralement le responsable des communications / relationniste)

Information : # de téléphone de la ligne dédiée aux médias ou de la personne citée en source



Animation d'un point de presse

INTRODUCTION

Bonjour,

Bienvenue au point de presse de [...]. Je suis [nom et titre]. Je suis accompagné de [noms de tous les porte-parole qui s'exprimeront, suivis de leurs titres respectifs].

Veuillez noter que le point de presse sera suivi d'une période de questions. Les porte-parole seront également disponibles pour des entrevues individuelles à la fin de l'activité de presse (préciser si, au contraire, les porte-parole ne seront pas disponibles pour des entrevues individuelles – Veuillez également noter qu'aucune entrevue individuelle ne sera accordée à la suite du point de presse).

Je cède sans plus tarder la parole à [nom du premier porte-parole].

LIAISON ENTRE LES ALLOCUTIONS DES PORTE-PAROLE

Merci, [nom de la personne qui vient de parler]. J'invite maintenant [nom du prochain porte-parole, et ainsi de suite] à prendre la parole.

PÉRIODE DE QUESTIONS

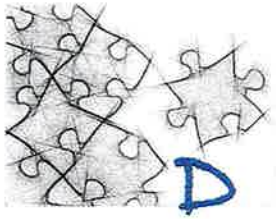
Merci, [nom du porte-parole qui vient de parler], et merci à tous les porte-parole présents.

Nous allons passer à la période de questions. Je demanderais maintenant aux journalistes de s'avancer au microphone, de se nommer et de nommer le média pour lequel ils travaillent avant de poser leurs questions. Nous allons débiter par les questions en français, puis prendrons les questions en anglais dans un deuxième temps (ne pas offrir cette option si aucun porte-parole ne peut répondre en anglais).

CONCLUSION

Voilà qui complète la période de questions et ce point de presse. Prenez note que le prochain point de presse se tiendra [jour, heure, lieu].

Je vous remercie de votre présence et vous souhaite une bonne fin de journée.



Compilation des demandes des médias

Événement :

Période : [date du jour] - Remplir une fiche par jour

Responsable : Inscrire le nom de la personne responsable des appels de médias

Journaliste Numéro de téléphone	Médias	Heure	Sujet	Suivi auprès du journaliste (fait par la personne qui reçoit la demande)
				<ul style="list-style-type: none">■ J'ai invité le journaliste à assister au prochain point de presse.■ J'ai dirigé le journaliste vers le site Web.■ J'ai transféré la demande au porte-parole■ J'ai invité le journaliste à communiquer avec l'organisation X (ex. Croix-Rouge, sécurité civile).

Cette publication peut être consultée dans le site Web
gouvernemental Urgence Québec, à l'adresse www.urgencequebec.gouv.qc.ca.

BIU/Janvier 2016



Services
Québec



