

La gestion des médias pendant une crise

Lieu : Saskatchewan

Sujet : La gestion des relations avec les médias, La communication avec les médias, L'utilisation des médias sociaux

Décrivez la situation.

En 2016, Prince Albert a vécu une crise de l'eau qui a touché tous les résidents, les entreprises et les visiteurs ainsi que des communautés voisines branchées sur notre réseau d'alimentation. La présence d'hydrocarbures avait été décelée dans la rivière Saskatchewan Nord. Il fallait agir immédiatement et il était essentiel d'avertir le public. Nous devions contacter les médias pour informer la population de l'urgence de la situation tout en veillant à ce que l'information soit exacte et cohérente. Un règlement d'urgence en matière de conservation de l'eau est rapidement entré en vigueur. Il était très important que le public en soit informé et s'y conforme pour assurer l'approvisionnement continu en eau potable.

Quel était l'environnement politique à l'époque? Quels sont les facteurs qui ont conduit à cette situation? Que s'est-il passé?

Un agent d'information du Centre des opérations d'urgence (COU) a été nommé pour mettre en œuvre notre plan de communication pendant les deux mois de la crise. Il devait superviser les communications, préparer des scénarios pour le personnel, rédiger les communiqués de presse et les notes d'allocution à l'intention du directeur municipal et du maire, consigner les questions reçues, surveiller les médias sociaux et faire office de personne-ressource pour toute autre demande de renseignements, afin que des renseignements fiables puissent être transmis de façon uniforme. Les médias ont été encouragés à assister à des conférences de presse quotidiennes au cours desquelles le directeur municipal faisait le point et répondait aux questions. Un expert technique du Service des travaux publics était également présent pour aider le directeur municipal au cas où il aurait évoqué des sujets techniques plus pointus. Pour préserver la frontière entre les activités municipales et la politique, le maire tenait une mêlée de presse après chaque conférence pour répondre aux demandes visant la politique, tout en continuant à renvoyer les autres questions vers le directeur municipal. Conformément au protocole du COU, le directeur municipal a transmis au maire et au conseil municipal tous les renseignements nécessaires au fur et à mesure qu'il les recevait. Il était le seul agent de liaison entre le COU et le conseil municipal.

Comment avez-vous réagi à la situation ou l'avez-vous réglée?

Tout au long de la crise, l'accent a été mis sur la gestion de l'information qui était diffusée au public. Dans cet objectif, un centre d'appels a tout de suite été organisé à l'hôtel de ville, et un site Web spécialisé a été créé contenant de l'information à jour et des réponses aux questions les plus fréquemment posées. De plus, des conférences de presse quotidiennes ont été organisées avec les médias. Comme la situation a rapidement été connue dans tout le pays, le directeur municipal a prévu du temps chaque jour pour répondre aux appels téléphoniques en provenance de divers médias du Canada. Des personnes ont été affectées à nos comptes de médias sociaux, et plus de 100 000 visites ont eu lieu sur notre page Facebook au cours de la première semaine de la crise. Grâce aux conférences

de presse quotidiennes et à notre volonté d’informer le public le plus régulièrement possible par des médias interactifs, les appels reçus par le centre d’appels (en moyenne 150 par jour) ont considérablement chuté après la première semaine.

Quelles leçons avez-vous tirées de cette expérience?

C’est un excellent exemple de la raison pour laquelle il est absolument essentiel d’impliquer les médias et de les tenir au courant de l’évolution d’une situation d’urgence. Cette démarche prouve la transparence de l’administration et contribue à éviter la diffusion de fausses informations qui peuvent souvent créer la panique et aggraver une situation déjà difficile.

Que conseillerez-vous à quelqu’un qui se trouve dans la même situation?

Dans les situations difficiles, vous vous ferez des alliés des médias si vous leur transmettez des informations précises et cohérentes à partager avec leurs publics respectifs.