

## Communiquer en temps de crise

### **La communication est partie intégrante de la stratégie de sécurité nationale.**

La gestion d'une crise majeure impose de préserver le capital de confiance de la population envers les pouvoirs publics. La communication en cas d'action de terrorisme, comme lors de grandes calamités naturelles ou industrielles, laisse des traces profondes et durables dans la mémoire collective du fait du stress dans lequel sont vécus les événements.

Toute défaillance se paie au prix fort, à court et à long terme. Le silence de la puissance publique, la rétention d'information, l'image donnée de l'improvisation et de la dispersion en matière de communication, la fourniture d'argumentaires exclusivement défensifs, alimentent toujours une anxiété, inévitablement répercutée et amplifiée par les médias.

Partant de ce constat, **le Livre blanc place l'alerte et l'information de la population, comme la communication, au centre du processus de gestion de crise.** Il met particulièrement en lumière la nécessité de :

- **moderniser le dispositif d'alerte des populations** ; un réseau d'alerte performant et résistant sera mis en place, en remplacement du système actuel. Il utilisera au mieux la diversité des supports aujourd'hui possibles : sirènes, SMS, courriels, panneaux d'affichage public dans les villes, gares, aéroports, réseau routier et autoroutier mais aussi Internet ;
- **planifier et professionnaliser la communication de crise** ; pour être efficace dans un contexte de crise, la communication doit avoir été pensée et organisée à l'avance. La communication sera donc désormais systématiquement incluse dans tous les plans de gestion de crise. Elle sera mise en œuvre le moment venu par un **réseau interministériel de porte-parole**, experts identifiés et entraînés ensemble à la communication de crise ;
- **développer des outils permettant la diffusion de l'information, avant, pendant et après la crise** ; à l'instar de ce qui s'est déjà fait dans de nombreux pays, la France mettra en place au plus tôt un **portail Internet gouvernemental** pour la sensibilisation aux risques et aux réactions en cas de crise, ainsi qu'un **centre national d'appel** chargé de renseigner sur les causes des événements, de conseiller les personnes et de répondre aux inquiétudes en faisant intervenir des spécialistes
- **faire des médias d'information un partenaire majeur en cas de crise** ; les médias sont aujourd'hui encore trop souvent perçus par les administrations comme susceptibles perturber la gestion d'une crise. Au contraire, **les journalistes doivent être reconnus**, dans les hypothèses mettant en jeu la sécurité nationale, **comme des partenaires de la chaîne de communication de crise, indépendants mais responsables.** A l'image de ce qui pratique au Royaume-Uni, leur information devra être la plus complète possible.

**Avant l'évènement**, les journalistes recevront une information concrète sur l'organisation et sur les moyens de gestion de crise des pouvoirs publics. **Ils seront associés aux exercices de crise.**

**Au cours de la crise**, une ouverture et une transparence beaucoup plus grande permettront d'expliquer rapidement les principaux faits à ceux qui ont pour métier d'en rendre compte. Un réseau de points de contact entre les centres de gestions de crise et les responsables des grands médias sera proposé.