

Boîte à outils pour les communicateurs en matière de risques sanitaires



Public Health
Agency of Canada

Agence de la santé
publique du Canada

Canada

PROMOUVOIR ET PROTÉGER LA SANTÉ DES CANADIENS GRÂCE AU LEADERSHIP, AUX PARTENARIATS, À L'INNOVATION ET AUX INTERVENTIONS EN MATIÈRE DE SANTÉ PUBLIQUE.

— Agence de la santé publique du Canada

Also available in English under the title:
Toolkit for Health Risk Communicators

Pour obtenir plus d'information, veuillez communiquer avec :

Agence de la santé publique du Canada
Indice de l'adresse 0900C2
Ottawa (Ontario) K1A 0K9
Tél. : 613-957-2991
Sans frais : 1-866-225-0709
Téléc. : 613-941-5366
ATS : 1-800-465-7735
Courriel : publications-publications@hc-sc.gc.ca

© Sa Majesté le Roi du Chef du Canada, représenté par le ministre de la Santé, 2025

Date de publication : Octobre 2025

À moins d'avis contraire, vous pouvez reproduire le contenu de cette publication ou ce produit en totalité ou en partie à des fins non commerciales, dans tout format, sans frais ni autre permission. Les reproductions ou distributions commerciales sont interdites sans obtenir la permission écrite de l'administrateur du droit d'auteur de Santé Canada. Pour obtenir une permission de reproduire du contenu appartenant au gouvernement du Canada pour des fins commerciales, communiquez avec pubsadmin@hc-sc.gc.ca.

Cat. : H14-672/2025F-PDF
ISBN : 978-0-660-79482-2
Pub. : 250293

Table des matières

I.	Préparation d'un plan de communication des risques	4
	Étape 1 : Définir le contexte du risque	4
	Étape 2 : Cartographie des parties prenantes.....	4
	Étape 3 : Déterminez ce qu'il faut communiquer et à quel moment.....	4
	Étape 4 : But et objectifs	5
	Étape 5 : Identifier les rôles	5
	Étape 6 : Élaborer les messages	5
	Étape 7 : Clarté, transparence, accessibilité et inclusion	6
	Étape 8 : Mettre en œuvre	6
	Étape 9 : Évaluation.....	7
II.	Activation de votre plan de communication sur les risques	8
	Étape 1 : Organisez les tâches et les ressources	8
	Étape 2 : Préparer les messages et obtenir les autorisations.....	8
	Étape 3 : Relations avec les médias	9
	Étape 4 : Communiquer sur le web et les réseaux sociaux	10
	Contenu web	10
	Contenu des réseaux sociaux	10
	Gestion des informations erronées et de la désinformation (MIDI).....	11
	Étape 5 : Communiquer avec les populations dont le risque est accru.....	11
III.	Fiches de travail et listes de contrôle	12
	Structure d'un plan de communication sur les risques	12
	Feuille de travail pour la définition du contexte de risque	13
	Questions pour les experts Liste de contrôle	14
	Fiche de travail pour la cartographie des parties prenantes	16
	Fiche de travail sur les besoins d'information des parties prenantes.....	17
	Communiquer avec les populations dont le risque est accru Fiche de travail.....	19
	Liste de contrôle pour l'organisation des tâches	21
	Liste de contrôle des premiers messages.....	23
	Liste de contrôle pour l'évaluation de la perception des risques.....	24
	Liste de contrôle de la transparence	26
	Liste de contrôle pour un langage clair	27
	Liste de contrôle pour les publications sur les réseaux sociaux	28

I. Préparation d'un plan de communication des risques

Étape 1 : Définir le contexte du risque

- Utilisez la [fiche de travail sur la définition du contexte du risque](#) pour définir clairement le contexte du risque pour différents publics en fonction des évaluations des risques, reconnaître comment il peut évoluer au fil du temps et identifier l'approche de communication la plus appropriée.
- Utilisez la [liste de contrôle Questions pour les experts](#) afin d'identifier les questions clés à poser aux experts en la matière, telles que : Quel est le risque ? Qui est exposé au risque ? Comment les individus peuvent-ils se protéger ?

Étape 2 : Cartographie des parties prenantes

- Dressez la liste des parties prenantes, y compris celles qui pourraient être touchées par le processus de prise de décision concernant le risque et les implications de ces décisions, ou qui y portent un intérêt particulier.
- Commencez par les groupes et les personnes qui pourraient être les plus directement touchés ou exposés aux risques, puis ceux qui pourraient être moins touchés, et ainsi de suite jusqu'aux personnes les moins susceptibles d'être directement touchées et au grand public.
- Utilisez la [fiche de travail sur la cartographie des parties prenantes](#) pour vous aider à identifier les parties prenantes concernées par le risque sanitaire en question.
- Déterminez les besoins d'information des parties prenantes. Certaines seront plus familiarisées avec le risque que d'autres et certaines vous feront davantage confiance que d'autres en raison de divers facteurs sociaux et historiques. Gardez cela à l'esprit lorsque vous utilisez la [fiche de travail sur les besoins d'information des parties prenantes](#). Dans la mesure du possible, engagez directement le dialogue avec les parties prenantes afin d'identifier leurs besoins.

Étape 3 : Déterminez ce qu'il faut communiquer et à quel moment

- Utilisez la [liste de contrôle d'évaluation de la perception des risques](#) pour évaluer la perception du risque par le public concernant l'agent pathogène, les mesures de santé publique, la vaccination (le cas échéant) et d'autres questions qui pourraient se poser.

- La liste de contrôle vous aidera également à déterminer quelles sont les principales préoccupations du public et s'il existe des considérations de sécurité ou d'éthique justifiant de retarder la communication.

Étape 4 : But et objectifs

- Définissez le but général de votre communication sur les risques et les objectifs spécifiques pour les différentes parties prenantes. Votre but peut être, par exemple, d'encourager les gens à adopter ou à modifier un comportement, ou de sensibiliser le public à un risque, afin d'informer les actions appropriées au niveau individuel, organisationnel ou communautaire.
- Décrivez l'objectif général de la communication sur les risques en termes comportementaux : « *faire quoi ?* », « *avec qui ?* », « *pourquoi ?* » et « *comment ?* ».
- Les objectifs spécifiques doivent être formulés selon le format S.M.A.R.T., c'est-à-dire qu'ils doivent être *spécifiques, mesurables, atteignables, pertinents et limités dans le temps*. Par exemple : « *Permettre aux utilisateurs d'appareils de mieux évaluer et gérer les risques pour leur santé liés à l'utilisation de l'appareil médical "x" sur la base des nouvelles informations que nous avons à partager sur les comportements d'autoprotection et les expériences d'autres utilisateurs de l'appareil.* »
- Définissez des objectifs de communication des risques pour chaque partie prenante : « *À la suite de la communication des risques sur ce sujet, les parties prenantes devraient être mieux à même de _____, car _____.* »

Étape 5 : Identifier les rôles

- Des rôles clairement identifiés faciliteront la communication des risques en temps opportun et la coordination avec les partenaires. Voici quelques rôles que vous pourriez envisager :
 - a. Équipe interne chargée du dossier : _____
 - b. Chef d'équipe : _____
 - c. Autres membres de l'équipe : _____
 - d. Arborescence d'approbation : _____
 - e. Contact(s) expert(s) en la matière : _____
 - f. Contact(s) des services créatifs : _____
 - g. Contact(s) pour les réseaux sociaux : _____
 - h. Contact(s) web : _____
 - i. Contact(s) marketing : _____
 - j. Autres contacts au sein du département : _____
 - k. Contact(s) de l'agence centrale : _____
 - l. Partenaires dans d'autres juridictions : _____
 - m. Contact(s) juridique(s) : _____

Étape 6 : Élaborer les messages

- Communiquez les informations clés, expliquez les changements par rapport aux messages précédents et mettez à jour le contenu du site Web, des réseaux sociaux et du marketing. Veillez à supprimer les informations obsolètes.
- Expliquez la raison des changements apportés aux directives, le cas échéant, reconnaissez l'incertitude et donnez des conseils pratiques.
- Les messages doivent être fondés sur des preuves, opportuns, cohérents, transparents, concrets et communiquer l'ensemble de la situation.
- Vous pouvez élaborer des « messages types » (modèles pour les communiqués de presse, le contenu du site web, les publications sur les réseaux sociaux, etc.), en laissant les détails en blanc.
- Certaines personnes préfèrent recevoir uniquement des instructions claires de la part des organismes de santé, tandis que d'autres aiment réfléchir à la manière de réduire les méfaits. Vous pouvez vous adresser aux deux groupes en segmentant votre message en informations de base, recommandations essentielles et informations supplémentaires.
- Considérez que les individus traitent plus efficacement les informations et les mémorisent plus facilement lorsqu'ils sont en groupes de trois.
- Adaptez vos messages aux différents groupes d'intérêt. Consultez-les afin d'identifier des objectifs spécifiques et d'élaborer des stratégies de communication efficaces.
- Vérifiez si une législation ou une action en justice en cours est liée à la question. Consultez un juriste si nécessaire.

Étape 7 : Clarté, transparence, accessibilité et inclusion

- **Langage simple** : utilisez des mots que votre public peut comprendre. Organisez clairement les informations, utilisez des mots et des phrases courts, transmettez entre 3 et 5 idées dans les messages clés et évitez le jargon. Utilisez la [liste de contrôle du langage simple](#) pour vous assurer que les mots simples soient utilisés dans vos messages sur les risques.
- **Transparence** : les messages sur les risques doivent contextualiser les informations, expliquer ce qui est connu et ce qui reste incertain, et décrire les mesures prises par les autorités de santé publique. Utilisez la [liste de contrôle de transparence](#) pour évaluer si vos messages sont basés sur la transparence.
- **Inclusion et accessibilité** : assurez-vous que vos messages incluent diverses populations, qu'ils ne sont pas discriminatoires et qu'ils respectent les exigences en matière d'accessibilité.

Étape 8 : Mettre en œuvre

Comment les objectifs identifiés à l'étape 4 seront-ils mis en œuvre dans la vie réelle ?

- **Stratégies** : détaillez la manière dont les messages seront communiqués, les plateformes qui seront utilisées, qui transmettra quels messages et les ressources nécessaires pour mettre en œuvre le plan avec succès.

- **Engagement** : collaborez avec d'autres juridictions et partenaires afin d'harmoniser les messages et de réduire les redondances. Utilisez la pré-démystification et la vérification des faits.
- **Évaluer** : examinez les avantages et les inconvénients de l'utilisation des réseaux sociaux par rapport à un communiqué de presse ou à une interview dans les médias pour diffuser des messages spécifiques.
- **Identifier et s'adapter** : examinez la situation pour déterminer s'il existe des publics qui ne sont pas touchés par les messages actuels. Adaptez-vous pour combler les lacunes identifiées.
- **Réagir** : disposer de mécanismes internes prêts à réagir rapidement en cas de MIDI, afin d'empêcher les acteurs de la désinformation de contrôler le discours.

Étape 9 : Évaluation

Intégrez un volet d'évaluation solide à votre plan de communication sur les risques. L'évaluation doit avoir lieu pendant l'exécution du plan et après son achèvement. Elle peut inclure une analyse des sentiments exprimés dans la couverture médiatique et les commentaires sur les réseaux sociaux, des sondages, des groupes de discussion, etc. Une évaluation précoce permet de déterminer si des changements sont nécessaires et de les mettre en œuvre pendant l'exécution du plan. Une évaluation a posteriori permettra de formuler des recommandations pour les futurs efforts de communication sur les risques. Voici quelques indicateurs de performance que vous pourriez envisager :

- Nombre de visites sur les pages web, taux de clics et conversions, temps passé sur les pages d'informations clés, taux de rebond, etc.
- Suivi des médias, des réseaux sociaux et des MIDI.
- Commentaires des journalistes et des médias.
- Tables rondes avec les médias.
- Suivi de la couverture médiatique dans les médias spécialisés et/ou destinés aux parties prenantes.
- Participation à des réunions de planification et à des tables rondes.
- Évaluations qualitatives ou enseignements tirés des groupes de discussion ou des tables rondes.
- Recherches sur l'opinion publique, mesurant l'évolution de la sensibilisation et des connaissances en matière de risques, la perception des risques, les attitudes à l'égard de la prévention des risques et les comportements.
- Suivi des tendances des études d'opinion publique au fil du temps.
- Statistiques de santé publique.
- Engagement avec les publications sur les réseaux sociaux.
- Analyse des réseaux sociaux, y compris le nombre de vues des vidéos.
- Nombre de fiches-conseils distribuées/téléchargées et d'affiches expédiées.
- Nombre de kits d'outils distribués et/ou nombre de liens vers votre site web diffusés par les parties prenantes.

II. Activation de votre plan de communication sur les risques

Étape 1 : Organisez les tâches et les ressources

Utilisez la liste de contrôle ci-dessous pour activer votre plan en cas de pandémie :

- ☐ Rassemblez tous les domaines fonctionnels et tous les partenaires.
- ☐ Créez une liste de contacts et définissez les responsables et les rôles.
- ☐ Attribuez des responsabilités spécifiques aux membres de l'équipe, en répartissant ces tâches en fonction des problèmes immédiats et courants. Utilisez la [liste de contrôle pour l'organisation des tâches](#).
- ☐ Élaborez un plan pour faire face à l'augmentation des besoins en ressources humaines et assurer une assistance après les heures de travail. Identifiez les aides disponibles en matière de santé mentale.
- ☐ Identifiez les besoins financiers et les sources de financement, et lancez les processus de passation de marchés si nécessaire.
- ☐ Coordonnez-vous avec les partenaires d'intervention appropriés pour répondre à tous les besoins en matière de communication.
- ☐ Assurez-vous que des services de traduction sont disponibles, si nécessaire.
- ☐ Examinez et mettez à jour les listes des intervenants concernés.
- ☐ Partager les informations et échanger des messages avec les intervenants figurant sur les listes.
- ☐ Réviser et mettre à jour les listes de numéros de téléphone et d'adresses électroniques du personnel à des fins de diffusion.
- ☐ Mettre en place une surveillance ciblée des médias et des réseaux sociaux selon un calendrier régulier.
- ☐ Envoyer des communications « Breaking News » (Dernières nouvelles) si nécessaire.
- ☐ Veiller à ce que des réunions d'information appropriées soient programmées et à ce que les structures de gouvernance permettant de partager les informations et de prendre des décisions soient claires.

Étape 2 : Préparer les messages et obtenir les autorisations

Coordonner l'élaboration et l'approbation des messages au sein de votre organisation et dans d'autres services, en partageant et en validant les informations au sein de votre organisation afin de les diffuser en temps utile. Cela permettra d'améliorer la cohérence et de réduire les rumeurs et les informations erronées. Utilisez la liste de contrôle ci-dessous pour préparer les messages relatifs aux risques :

- ☐ Effectuez une analyse de l'environnement pour comprendre le contexte dans lequel le risque se développe.
- ☐ Contactez des experts en la matière pour obtenir des informations fondées sur des preuves. Utilisez la [liste de contrôle des questions à poser aux experts](#).
- ☐ Examinez et mettez à jour la [fiche de travail pour la cartographie des parties prenantes](#) et la [fiche de travail sur les besoins d'information des parties prenantes](#).
- ☐ Identifiez les produits de communication existants qui pourraient être pertinents.
- ☐ Déterminez qui doit examiner, commenter et approuver vos messages.
- ☐ Préparez des publications sur les réseaux sociaux, préparez-vous à partager les publications des parties prenantes, le cas échéant.
- ☐ Utilisez la [liste de contrôle des premiers messages](#) pour vous aider à rédiger vos messages initiaux.
- ☐ Veillez à ce que vos messages soient brefs, clairs, qu'ils renforcent l'auto-efficacité (ce que les gens doivent faire pour se protéger) et qu'ils reconnaissent l'incertitude.
- ☐ Soyez précis et transparent sur ce que vous souhaitez communiquer. N'évitez pas le sujet.
- ☐ Évitez les détails inutiles, tels que le contexte général, la citation de la législation ou la référence à des événements à risque antérieurs. Concentrez-vous sur le risque actuel.
- ☐ Préservez la concision et la clarté de votre message tout au long du processus d'approbation, en vous concentrant uniquement sur les informations factuelles.
- ☐ Vérifiez que vos messages utilisent un langage simple ([liste de contrôle du langage simple](#)), qu'ils sont inclusifs, accessibles et transparents ([liste de contrôle de transparence](#)).

Étape 3 : Relations avec les médias

- Pendant les pandémies, les médias d'information se tourneront vers vous pour obtenir des informations, et vous devrez les leur fournir rapidement et de manière transparente.
- Soyez prêt à répondre aux questions sur l'agent pathogène, le risque qu'il représente et la réponse de votre administration à la pandémie.
- Soyez proactif : n'attendez pas les demandes des médias pour communiquer sur le risque.
- Communiquez tôt et souvent avec les journalistes.
- Identifiez des porte-parole médiatiques en anglais, en français et dans les langues autochtones, selon les besoins (par exemple, en inuktitut).
- Préparez des communiqués de presse, des questions-réponses, des fiches d'information et d'autres documents, selon les besoins.
- Dressez une liste de contacts médiatiques.
- Déterminez la fréquence à laquelle vous communiquerez avec les médias (ponctuellement ou à intervalles réguliers) et comment celle-ci pourrait augmenter ou diminuer en fonction des événements déclencheurs.
- Élaborez un message ou des messages à l'intention des médias qui sont toujours d'actualité et ne nécessitent pas de nouvelle approbation pour chaque demande. Veillez à ce qu'ils restent exacts et à jour.

Étape 4 : Communiquer sur le web et les réseaux sociaux

Les messages sur les risques publiés sur les réseaux sociaux et les sites web doivent être diffusés dès que les informations ont été vérifiées. Ils doivent clairement indiquer la nature du risque, les personnes concernées et les mesures de prévention et de réduction des méfaits. En outre, il ne suffit pas d'indiquer aux gens comment réduire un risque (par exemple, se faire vacciner), il est également nécessaire d'expliquer pourquoi ils doivent suivre les recommandations de santé publique que vous leur donnez, comment fonctionne la mesure préventive et pendant combien de temps/à quelle fréquence vous attendez d'eux qu'ils la mettent en œuvre.

Contenu web

- Identifiez clairement et faites la promotion de votre site web, en soulignant qu'il s'agit d'un site officiel, afin de faciliter l'accès des personnes à celui-ci plutôt qu'à des sites web clones. Utilisez des tactiques en ligne et hors ligne.
- Respectez les politiques, directives, normes et lignes directrices de votre administration ou de votre organisation en matière de communication et de numérique.
- Rédigez dans un langage simple.
- Appliquez les normes d'accessibilité.
- Assurez-vous que votre site web est adapté aux appareils mobiles, centré sur l'utilisateur et facilement accessible.
- Réflétez la diversité et l'inclusion.
- Soyez conscient des fausses informations et vérifiez les faits autant que possible.
- Soyez sensible aux différences culturelles.
- Tenez compte du secteur/public cible principal et adaptez votre langage à ce secteur/public afin de faciliter la compréhension d'un sujet donné (par exemple, la santé humaine, la santé animale, la santé environnementale).

Contenu des réseaux sociaux

- Utilisez la [liste de contrôle des publications sur les réseaux sociaux](#) pour connaître les meilleures pratiques en matière de communication des risques sur les réseaux sociaux.
- Adaptez vos messages au public et au canal sur lequel ils sont publiés.
- Rédigez des messages courts, rédigés dans un langage simple, factuels et comprenant des instructions claires.
- Incluez des liens vers des informations complémentaires.
- Intégrez les fonctionnalités d'accessibilité nécessaires.
- Ajoutez des éléments visuels pour renforcer les messages clés.
- Soyez vigilant face aux fausses informations, déjouez les rumeurs et vérifiez les faits autant que possible.
- Les hashtags peuvent être utilisés pour ajouter vos publications à des conversations en cours sur les réseaux sociaux. Si des hashtags appropriés liés à votre sujet sont tendance, leur utilisation peut renforcer la portée de votre contenu et le rendre accessible à toute personne recherchant ce terme, par exemple #VaccinesWork.

- Évaluez les contenus erronés générés par l'IA et autres désinformations et, si nécessaire, réagissez dès que possible.

Gestion des informations erronées et de la désinformation (MIDI)

Lors de la planification d'une réponse à une pandémie, il sera important d'élaborer une stratégie de gestion des MIDI et de déterminer les ressources et les capacités nécessaires à la mise en œuvre de cette stratégie. S'il est impossible de traiter tous les MIDI, les organismes de santé doivent s'efforcer de traiter les contenus susceptibles de causer un méfait. L'Organisation mondiale de la santé (OMS) a mis au point une [boîte à outils](#) opérationnelle pour la gestion des MIDI lors des urgences sanitaires, qui s'articule autour de cinq phases :

1. **Détection des signaux** : identifier les éventuelles épidémies de fausses informations.
2. **Vérification des signaux** : recueillir des informations et des preuves supplémentaires afin de déterminer si les signaux représentent des informations réelles et exactes ou s'il s'agit d'informations fausses ou trompeuses.
3. **Évaluation des risques** : déterminer si le signal justifie une réponse.
4. **Conception de la réponse** : identifier le public cible, définir les buts et les objectifs, identifier et impliquer les intervenants et les partenaires, élaborer un plan d'intervention rapide, élaborer des messages de réponse, déterminer les canaux de diffusion, créer des supports de réponse, tester et affiner la réponse, surveiller et évaluer, apprendre et améliorer la réponse.
5. **Sensibilisation** : impliquer le public et promouvoir des comportements qui favorisent les résultats escomptés en matière de santé publique.

Le MIDI est présent dans les médias, les réseaux sociaux et les discussions hors ligne. Il doit être pris en compte à toutes les étapes.

Étape 5 : Communiquer avec les populations dont le risque est accru

Il existe de nombreux publics différents, même au sein de ce que nous considérons comme la population générale et les sous-populations. Outre les catégories démographiques plus larges, telles que l'âge, le statut socio-économique, le niveau d'éducation, ainsi que l'origine ethnique et religieuse, nous devons également tenir compte des facteurs croisés qui influencent la perception des risques, les besoins en matière d'information, les valeurs et les comportements de recherche d'informations au sein de ces groupes. En outre, nous devons tenir compte des populations qui sont confrontées à des inégalités en matière de santé et à la discrimination en raison de leur orientation sexuelle, de leur statut socio-économique et de leurs expériences du racisme systémique et du colonialisme. **L'accès à des messages susceptibles de sauver des vies est une question d'équité.** Utilisez la [fiche de travail « Communiquer avec les populations à risque accru »](#) pour vous aider dans cette tâche.

Reconnaissez que les populations dont le risque est accru sont victimes de MIDI et risquent d'être ciblées par des acteurs de la désinformation qui cherchent à semer la méfiance.

III. **Fiches de travail et listes de contrôle**

Structure d'un plan de communication sur les risques

- A. Introduction**
 - a. Objectif et portée du plan
- B. Contexte du risque**
 - a. Quel est le risque ? Qui est directement et indirectement concerné ?
- C. Objectif de l'effort de communication des risques**
- D. Objectifs spécifiques**
- E. Rôles et responsabilités**
- F. Profil du public**
 - a. Comment les informations sur le public ont-elles été recueillies ?
 - b. Caractéristiques clés du public
- G. Analyse de l'environnement public et examen du MIDI**
 - a. Analyse de l'environnement
 - b. Surveillance des médias/réseaux sociaux
 - c. Étude d'opinion publique
- H. Stratégies de communication des risques**
 - a. Messages clés et canaux de diffusion
 - b. Messages ultérieurs
 - c. Messages personnalisés
 - d. Publications sur le Web
 - e. Publications sur les réseaux sociaux
 - f. Activités de marketing et/ou d'éducation du public
- I. Stratégies d'évaluation**
- J. Calendrier de mise en œuvre du plan de communication et des ressources**
- K. Approbations et contacts**
 - a. Arborescence des approbations
 - b. Listes de contacts internes
 - c. Listes de contacts des partenaires et collaborateurs
 - d. Listes de contacts médias
 - e. Liste de contacts d'autres parties prenantes
- L. Page de signature**

Fiche de travail pour la définition du contexte de risque

1. Quel est le contexte de risque ?	Quel est le risque pour le public ou les individus ? Qui est le plus exposé ? Consultez l'évaluation des risques réalisée par l'Agence de la santé publique du Canada, si elle est disponible. Quels sont les liens entre les risques pour les humains, les animaux et l'environnement dans la situation actuelle ?
2. Comment le risque est-il perçu par le public et les personnes les plus exposées ?	Quels sont les intervenants qui sont ou se perçoivent comme étant exposés à un risque élevé d'exposition et/ou de maladie grave? Le risque perçu est-il plus élevé ou moins élevé que le risque réel? Si oui, pourquoi? Existe-t-il des indices ou des preuves que la désinformation et/ou la mésinformation influencent la perception du risque ? Existe-t-il des partenaires de communication potentiels au sein de ces communautés ou populations ?
3. Que faisons-nous pour gérer le risque ?	Quel est notre rôle par rapport à celui des autres acteurs concernés par cette question ? Quelles autres mesures pourrions-nous prendre à cet égard ? Qu'avons-nous déjà communiqué au sujet du risque, qu'allons-nous communiquer ensuite ?
4. De quelles informations les gens ont-ils besoin pour prendre une décision éclairée afin de se protéger ?	Disposons-nous de ces informations ? Quels conseils donnons-nous au public ? Est-ce à nous de donner ces conseils ? Si ce n'est pas à nous, à qui revient-il de le faire ? Disposons-nous des canaux d'information nécessaires pour atteindre rapidement les personnes à risque ? Que disent publiquement les autres autorités/organisations ? La désinformation peut exagérer ou minimiser les risques, entraînant des réactions inappropriées de la part du public. Y a-t-il des informations erronées sur cette question dans le domaine public ? Qui en est la source ?
5. Qu'est-ce qui est incertain dans cette question et que savons-nous à ce sujet ?	Que faisons-nous pour remédier à cette incertitude ? Communiquer les informations incertaines ou incomplètes dont nous disposons aiderait-il les gens à se protéger contre le risque ? Pourquoi ne les communiquerions-nous pas ?

Questions pour les experts Liste de contrôle

☐	Quelle est la situation actuelle ? Quelle décision doit être prise en matière de gestion des risques ?
☐	Quelle est la nature du risque ? Quels sont les risques pour la santé auxquels nous sommes confrontés ? Quels sont les secteurs sur lesquels le risque a des répercussions (humain, animal, environnemental) et qui doivent être pris en compte dans l'approche de communication sur les risques ?
☐	Comment et quand les préoccupations relatives à cette question sont-elles apparues ?
☐	Y a-t-il certaines personnes ou certains groupes/organisations qui sont à l'origine de cette question ? Si oui, qui sont-ils et quels pourraient être leurs objectifs ?
☐	Quel est l'état des preuves sur cette question ? Existe-t-il des recherches antérieures à cette crise sanitaire ? Y a-t-il un consensus scientifique autour de cette question ou les preuves sont-elles mitigées ? Les preuves évoluent-elles ? Peut-on s'attendre à des avancées dans ce domaine (vaccins, traitements, etc.) ?
☐	En ce qui concerne l'incertitude : a. Quels sont les risques dont nous sommes certains et dans quelle mesure en sommes-nous certains ? Pourquoi en sommes-nous certains ? Quelles sont les preuves ? b. Quels sont les éléments moins certains ? Agissons-nous en tenant compte ou en reconnaissant ces incertitudes ? Si oui, comment justifions-nous ces actions ? c. Qu'est-ce qui reste incertain ? Quels efforts sont nécessaires et/ou en cours pour remédier à ces incertitudes ? Quand disposerons-nous de plus d'informations ?
☐	Qui est le plus exposé et pourquoi ? (y compris quels secteurs One Health ?)
☐	Existe-t-il des mesures de prévention/réduction des méfaits (mesures de protection individuelle, mesures de santé publique, etc.) ? Quelles sont les preuves qui sous-tendent ces recommandations ? Pourquoi recommandons-nous ces mesures ?
☐	Des mesures urgentes sont-elles nécessaires pour protéger la santé publique, la santé animale ou l'environnement ? Si oui, quelles sont les preuves qui sous-tendent ces recommandations ? Pourquoi recommandons-nous ces mesures ?
☐	Quelles conclusions voulons-nous que les Canadiens tirent lorsque l'évaluation des risques et la décision du gouvernement seront rendues publiques ? a. Les personnes vivant au Canada devraient-elles prendre des mesures de protection pour minimiser les risques encourus ?

	b. Si oui, comment ces conclusions les aideront-elles à prendre les décisions éclairées nécessaires à cet effet ?
☐	Quels discours (vrais ou faux) circulent à propos de cette question ? Existe-t-il des campagnes de désinformation ou de mésinformation connues liées à ce sujet ? Quelles sont les idées fausses ou les croyances erronées les plus courantes ?
☐	Quels autres facteurs ont été ou seront pris en compte dans l'évaluation des risques ? Par exemple, les répercussions sociales, technologiques, politiques et économiques.
☐	Comment ces facteurs sont-ils/seront-ils pris en compte dans la prise de décision concernant la gestion appropriée des risques et la communication sur les risques liés à cette question ?

Fiche de travail pour la cartographie des parties prenantes

1. Qui pourrait être directement touché ? Qui est indirectement touché ? Prenez en compte les partenaires concernés par la santé humaine, animale et environnementale.
2. De quelle manière sont-ils concernés (avantages et risques : qui pourrait y gagner et quoi ? Qui pourrait y perdre/être exposé à des risques et que pourrait-il perdre ?) ?
3. Quels individus et groupes pourraient être intéressés par le sujet et/ou les risques et répercussions qui y sont associés ? (sociaux, technologiques, économiques, politiques, sanitaires, environnementaux)
4. Y a-t-il des populations défavorisées directement ou indirectement touchées ? Si oui, qui sont-elles et quels sont leurs besoins spécifiques ?
5. Pour chacune des intervenantes prioritaires identifiées, sur la base de la compréhension actuelle de leurs intérêts et de leurs priorités, complétez le tableau suivant en utilisant les questions guides.

Questions directrices	Partie prenante prioritaire n° 1 (nom)	Partie prenante prioritaire n° 2 (nom)	Partie prenante prioritaire n° 3 (nom)
Que savent-ils actuellement du sujet/risque qui est correct ? Comment le savons-nous ?			
Qu'est-ce qu'ils ignorent qui pourrait avoir des conséquences ? Comment le savons-nous ?			
Que pourraient-ils mal comprendre ? Comment le savons-nous ?			
Que pourraient-ils vouloir savoir ? Comment le savons-nous ?			
À qui font-ils confiance, et pourquoi ? Comment le savons-nous ?			
Quelles sont leurs valeurs ? Comment pouvons-nous identifier les valeurs communes et formuler des messages autour de celles-ci ?			
Quels moyens de communication préfèrent-ils ? Comment le savons-nous ?			

Fiche de travail sur les besoins d'information des parties prenantes

1. Qui sont les publics concernés ? Qui a été touché par cet événement ?

Qui est concerné ? Qui doit être alerté ?

2. Quelles sont les perceptions des risques, les valeurs et les antécédents de chaque public ?

3. Quels sont leurs besoins et leurs attentes immédiats et à long terme en matière d'information ?

4. Que veulent savoir les professionnels des médias ? Comment souhaitent-ils recevoir ces informations ?

5. Comment l'organisation peut-elle exprimer une empathie appropriée ?

6. Quels sont les faits ? Que s'est-il passé ?

7. Quelle est la position de l'organisation sur la question ? Existe-t-il des politiques ou des valeurs qui sont pertinentes pour cette question ?

8. Que fait votre organisation ? Comment résout-elle le problème ?

9. Quels autres organismes et départements sont impliqués et que disent-ils ?

10. Quelles mesures le public devrait-il prendre ?

11. Quelles informations publiques sont disponibles et quand d'autres informations seront-elles disponibles ?

Communiquer avec les populations dont le risque est accru

Fiche de travail

1. Quels sont les groupes minoritaires exposés à un risque direct ou indirect ? Nommez le groupe et décrivez son niveau de risque. Si possible, décrivez comment ils peuvent vivre la situation de manière différente et les raisons possibles de cette différence par rapport à la population majoritaire.

2. Pour chaque population identifiée ci-dessus, que doivent-elles savoir ? (c'est-à-dire, quelles informations souhaitez-vous leur communiquer ?)

3. Quelles sont les organisations autochtones, les communautés et les dirigeants des Premières Nations, les organismes communautaires, les organisations professionnelles, les chefs religieux, les groupes d'immigrants/réfugiés, les tables de partenaires, les secteurs de la santé animale ou environnementale, etc. avec lesquels vous devriez entrer en contact et qui ont des relations de confiance avec les groupes les plus exposés ? Qui est leur principal interlocuteur ? Y a-t-il des différences régionales ?

Organisation : _____

Adresse/numéro de téléphone/courriel/site web : _____

Nom de la personne à contacter : _____

Titre : _____

Contact information: _____

4. Comment les membres de ces communautés communiquent-ils ? Ont-ils des groupes de messagerie instantanée (par exemple, WhatsApp, Telegram, Messenger, etc.), des bulletins d'information, des événements, des journaux communautaires ?

5. Questions destinées aux intervenants, aux dirigeants et aux collaborateurs de la communauté :

- ☐ La communauté est-elle consciente du risque ?
- ☐ La communauté sait-elle comment se protéger ?
- ☐ Y a-t-il des besoins spécifiques en matière d'information ?
- ☐ Notre message est-il adapté à la culture locale ? Peuvent-ils faire des suggestions ?
- ☐ Existe-t-il des problèmes historiques et/ou systémiques susceptibles d'influencer la perception des risques, ainsi que les messages et les approches en matière de risques ?
- ☐ Y a-t-il des rumeurs, des mythes et/ou des informations erronées qui circulent dans la communauté ?
- ☐ La communauté serait-elle réceptive aux messages sur les risques diffusés par le gouvernement ?
- ☐ Quelles langues sont parlées par la communauté ?
- ☐ Comment atteindre les différents groupes d'âge ?
- ☐ Leur organisation aiderait-elle à diffuser le message sur les risques à la communauté ? (par exemple, sur les plateformes de messagerie instantanée).
- ☐ Serait-elle disposée à organiser des réunions périodiques afin de tenir les communicateurs informés de la perception des risques et des besoins en matière d'information au sein de la communauté ?
- ☐ Quels sont les MIDI présents dans la communauté ?

Liste de contrôle pour l'organisation des tâches

A. Problèmes immédiats :	
☐	Déterminer qui gère l'événement d'un point de vue opérationnel, programmatique et scientifique.
☐	Réfléchir à la manière dont l'équipe de communication coordonne son action avec le personnel chargé de gérer la crise. À quelles réunions le personnel de communication doit-il assister ?
☐	Quelles sont les sous-équipes de communication de crise (c'est-à-dire médias, Web, stratégie, partenaires, intervenants et soutien) nécessaires ? Sont-elles opérationnelles ?
☐	Quelles sont les priorités actuelles les plus urgentes ?
☐	Quelles sont les ressources nécessaires ? Le personnel est-il suffisant ?
☐	Qui est le porte-parole de cet événement et de quel soutien pourrait-il avoir besoin (par exemple, des experts comme porte-parole supplémentaires, des réunions d'information ou des formations supplémentaires, des agents de liaison culturels) ?
☐	Le personnel chargé de la communication devra-t-il se déplacer ? Si oui, des équipements de protection individuelle ou des accessoires sont-ils nécessaires pour les démonstrations ?
☐	Des fonds supplémentaires sont-ils nécessaires ?
☐	Faut-il faire appel à un prestataire ou à une autre forme d'assistance ?
B. Problèmes organisationnels courants :	
☐	Quel est le risque que la situation d'urgence s'aggrave ?
☐	Ces événements vont-ils susciter un intérêt accru de la part du public ou des médias ?
☐	Des rumeurs ou des points de conflit ont-ils émergé ?
☐	Comment l'organisation doit-elle réagir à ces problèmes ? Existe-t-il actuellement une réponse et est-elle adéquate ?
☐	L'organisation doit-elle continuer à être une source d'information pour les médias au sujet de cette crise ?
☐	Certaines questions seraient-elles mieux traitées par d'autres groupes ou agences ?
☐	Les équipes fonctionnent-elles efficacement ?
☐	Le processus d'approbation fonctionne-t-il efficacement ?

☐	Les ressources sont-elles suffisantes ? Les ressources en personnel devraient-elles être réaffectées ?
☐	Les instructions quotidiennes ou hebdomadaires des experts en la matière sont-ils appropriés pour réduire la demande d’entretiens individuels avec ces experts ? Existe-t-il un plan pour augmenter ou réduire la fréquence en fonction de l’évolution de la situation ?
☐	Le personnel qui a été temporairement affecté à la crise devrait-il reprendre ses fonctions habituelles ?
☐	Faut-il accroître ou réduire les heures d’ouverture ?
☐	Des fonds supplémentaires sont-ils nécessaires pour les activités de sensibilisation du public ou autres ?
☐	Quels enseignements l’organisation tire-t-elle du public et des médias qui pourraient être utiles aux enquêteurs chargés de l’épidémie et aux responsables politiques ?
☐	Y a-t-il du personnel affecté à la surveillance des médias sociaux et à la réponse aux questions (après consultation d’experts) posées par des particuliers ?
C. Implication des partenaires dans les questions immédiates et à long terme	
☐	Quels sont les partenaires (traditionnels et émergents) de cet événement, y compris les partenaires One Health ? Ont-ils été informés ? Sont-ils préoccupés par leur propre réputation ?
☐	Quels partenaires sont ou devraient être impliqués dans la réponse ? Comment la coordination peut-elle se faire ?
☐	Un partenariat peut-il améliorer la réponse ? Si oui, qui allez-vous impliquer et comment ?
☐	Les partenaires souhaitent-ils s’impliquer dans la réponse ? Si oui, qui et comment ?

Liste de contrôle des premiers messages

☐	Quel est le risque ?
☐	Le risque est-il maîtrisé ?
☐	Suis-je en sécurité ? Comment puis-je protéger ma famille ?
☐	Qu'avez-vous découvert que ma famille et moi devrions savoir ?
☐	Quelle est la nature du risque et comment est-il apparu ? Que faites-vous pour l'arrêter ou pour atténuer ses répercussions ?
☐	Qui est responsable ?
☐	Comment les personnes touchées ou exposées à un risque accru d'exposition ou de maladie grave sont-elles aidées ? Comment puis-je bénéficier de cette aide ?
☐	Pourquoi cela s'est-il produit ? (Ne faites pas de suppositions. Répétez les faits, décrivez les efforts de collecte de données et décrivez le traitement.)
☐	Saviez-vous à l'avance que cela pouvait arriver ? Pourquoi n'avez-vous pas empêché que cela se produise (à nouveau) ?
☐	Quels autres problèmes pourraient survenir ? (Ne faites pas de suppositions, sauf si vous en avez la certitude.)
☐	Quand avez-vous commencé à travailler sur ce sujet (quand en avez-vous été informé, quand l'avez-vous déterminé) ?
☐	Que signifient ces données (informations, résultats) ?
☐	Quels sont les aspects négatifs que vous ne nous dites pas ? (N'oubliez pas les aspects positifs.)
☐	Qu'est-ce qui reste inconnu et que faites-vous pour réduire l'incertitude ?
☐	Comment pouvons-nous savoir que nous pouvons vous faire confiance ?
☐	Pourquoi devrions-nous vous faire confiance plutôt qu'à un influenceur, un podcaster ou un politicien ?
☐	Quand fournirez-vous une mise à jour ?

Liste de contrôle d'évaluation de la perception des risques

Il s'agit d'un outil subjectif. En général, plus vous cochez de « oui » aux questions, plus le niveau de perception du risque par le public est élevé. Cette liste de contrôle peut également aider à déterminer les questions qui préoccupent le plus les gens (par exemple, les enfants et les femmes enceintes sont-ils en danger ?) et les aspects du risque qui doivent être traités (par exemple, si le risque est causé par l'action humaine, il sera probablement prioritaire de s'y attaquer).

1. Cette question semble-t-elle susciter actuellement un intérêt élevé de la part du public ?	☐ Oui
	☐ Non
2. Les médias ont-ils abordé cette question (ou une question connexe) ?	☐ Oui
	☐ Non
3. Les médias ont-ils couvert cette question ?	☐ Oui
	☐ Non
4. Y a-t-il eu une activité significative sur les réseaux sociaux à ce sujet (ou sur un sujet connexe) ?	☐ Oui
	☐ Non
5. Y a-t-il eu une augmentation significative des demandes d'informations du public sur cette question ?	☐ Oui
	☐ Non
6. Les groupes de défense/ONG communiquent-ils actuellement ou ont-ils communiqué récemment sur cette question ? Si oui, identifiez-les et examinez leurs messages.	☐ Oui
	☐ Non
7. Est-il probable que cela devienne un sujet de préoccupation pour le public ?	☐ Oui
	☐ Non
8. Est-ce susceptible de devenir un sujet politique ?	☐ Oui
	☐ Non
9. Le risque est-il lié à un événement à venir (par exemple, une fête ou une période spécifique de l'année) ?	☐ Oui
	☐ Non
10. Le risque est-il lié, ou perçu comme étant lié, à un problème émergent ?	☐ Oui
	☐ Non
11. Le risque perçu affecte-t-il de nombreuses personnes/régions du pays ?	☐ Oui
	☐ Non
12. La question a-t-elle été traitée par des organisations ou des juridictions nationales dans le domaine de la santé publique, animale ou environnementale ?	☐ Oui
	☐ Non

13. Cette question a-t-elle été traitée ou discutée publiquement dans d'autres pays ou par des organisations internationales ?	☐ Oui
	☐ Non
14. Cette question présente-t-elle des caractéristiques susceptibles d'accroître la perception du risque ?	☐ Oui
	☐ Non
15. Le risque perçu est-il susceptible d'affecter les enfants ou les nourrissons ?	☐ Oui
	☐ Non
16. Le risque perçu est-il susceptible d'affecter d'autres groupes à risque (par exemple, les femmes enceintes, les personnes immunodéprimées, les personnes âgées, etc.) ?	☐ Oui
	☐ Non
17. Le risque perçu est-il susceptible d'affecter les populations défavorisées ? (par exemple, les communautés autochtones, les nouveaux immigrants, les minorités raciales, etc.)	☐ Oui
	☐ Non
18. Le risque perçu est-il particulièrement redoutable ? (p. ex. mort ou blessure grave)	☐ Oui
	☐ Non
19. Y a-t-il eu récemment un événement susceptible d'avoir des répercussions sur la confiance des gens dans nos communications ?	☐ Oui
	☐ Non
20. Le risque perçu provient-il d'une source humaine ? (par exemple, médicaments, nucléaire)	☐ Oui
	☐ Non
21. Dans le passé, ce risque ou un risque similaire a-t-il fait l'objet d'une grande attention ?	☐ Oui
	☐ Non
22. L'origine du risque perçu inspire-t-elle peu confiance au public ?	☐ Oui
	☐ Non

Liste de contrôle de transparence

☐	Le message explique-t-il clairement en quoi consiste le risque ?
☐	Le message identifie-t-il clairement les populations exposées à un risque direct et indirect ?
☐	La gravité du risque est-elle correctement contextualisée ? (Évitez les termes sujets à interprétation.)
☐	Exprimons-nous clairement ce qui est actuellement connu et inconnu ?
☐	Expliquons-nous les mesures prises pour réduire l'incertitude et quand nous pouvons espérer obtenir davantage d'informations ?
☐	Expliquons-nous quelles preuves ont été utilisées pour justifier les décisions ?
☐	Le message est-il trop optimiste ? Sommes-nous trop rassurants ?
☐	Y a-t-il d'autres informations utiles que nous devrions inclure ou des préoccupations que nous n'abordons pas ?
☐	Le message est-il cohérent avec les messages précédents ? Si ce n'est pas le cas, expliquons-nous les raisons de ces changements ?
☐	Y a-t-il des informations MIDI qui circulent ? Notre message y fait-il référence ?

Liste de contrôle pour un langage simple

☐	Adressez-vous directement au public.
☐	Énumérez les informations par ordre d'importance.
☐	Utilisez la voix active.
☐	Utilisez des mots, des phrases et des paragraphes courts et simples.
☐	Supprimez tout jargon technique. Si cela n'est pas possible, fournissez une définition claire pour chaque terme technique.
☐	Ne transformez pas les verbes en noms.
☐	Utilisez des constructions de phrases positives (ce qu'il faut faire) plutôt que des constructions négatives (elles peuvent être plus difficiles à comprendre pour les personnes dont la langue maternelle n'est ni l'anglais ni le français).
☐	Utilisez des comparaisons appropriées (aussi risqué que [risque similaire], le risque est plus élevé/plus faible que [risque similaire]).
☐	Énumérez les instructions dans l'ordre dans lequel elles doivent être exécutées.
☐	Pour les supports imprimés et Web : indiquez les points importants séparément du texte.
☐	Énumérez les éléments sous une forme parallèle (en utilisant la même forme grammaticale pour chaque élément).
☐	Testez ce que vous écrivez et demandez des commentaires.
☐	Dites ce que vous avez à dire et rien de plus (précision et concision).

Liste de contrôle des publications sur les réseaux sociaux

☐	Publiez dès que l'information est disponible.
☐	Adressez-vous directement au lecteur ; utilisez un ton conversationnel.
☐	Énumérez les messages clés par ordre d'importance.
☐	Utilisez un langage simple et des appels à l'action/conseils clairs.
☐	Incluez toujours un lien vers des informations complémentaires.
☐	Faites preuve de compassion et d'empathie.
☐	Utilisez des images ou des vidéos appropriées pour mettre en évidence les risques, les mesures d'atténuation ou le public cible.
☐	Utilisez des hashtags (#) pertinents.
☐	Surveillez les conversations.
☐	Évaluez le MIDI et déterminez la nécessité de prévenir/démystifier. Ce faisant, exprimez-vous de manière directe et utilisez des preuves scientifiques.
☐	Soyez cohérent avec les messages précédents et ceux de vos partenaires. Expliquez les changements apportés aux recommandations si nécessaire.
☐	Partagez le contenu connexe provenant d'autres ministères ou de parties prenantes.
☐	Invitez vos partenaires et les parties prenantes à collaborer pour amplifier vos messages et amplifier leurs propres messages.