

REPUBLIQUE TUNISIENNE
Ministère de la Santé

Communication & Leadership

Quatrième Édition des JOQSSEP

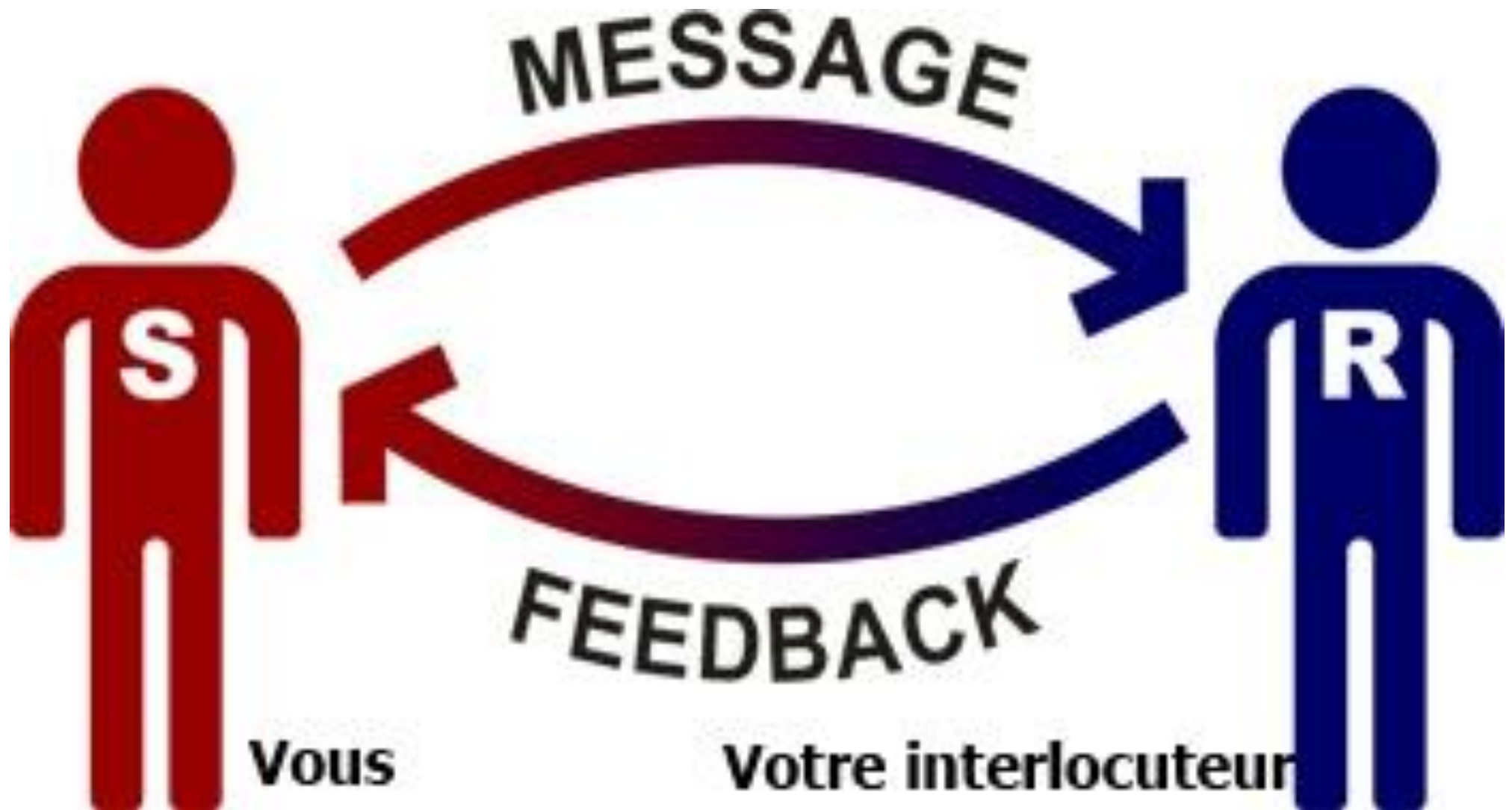
« Journées de la Qualité des Soins et de la Sécurité des Patients »,

Elmouradi Gammarth, 19-20 Octobre 2018

Dr Henda CHEBBI



Concept de la communication



La Communication: Tout passe par là

100%
80%

- Ce que je veux dire
- Ce que je dit

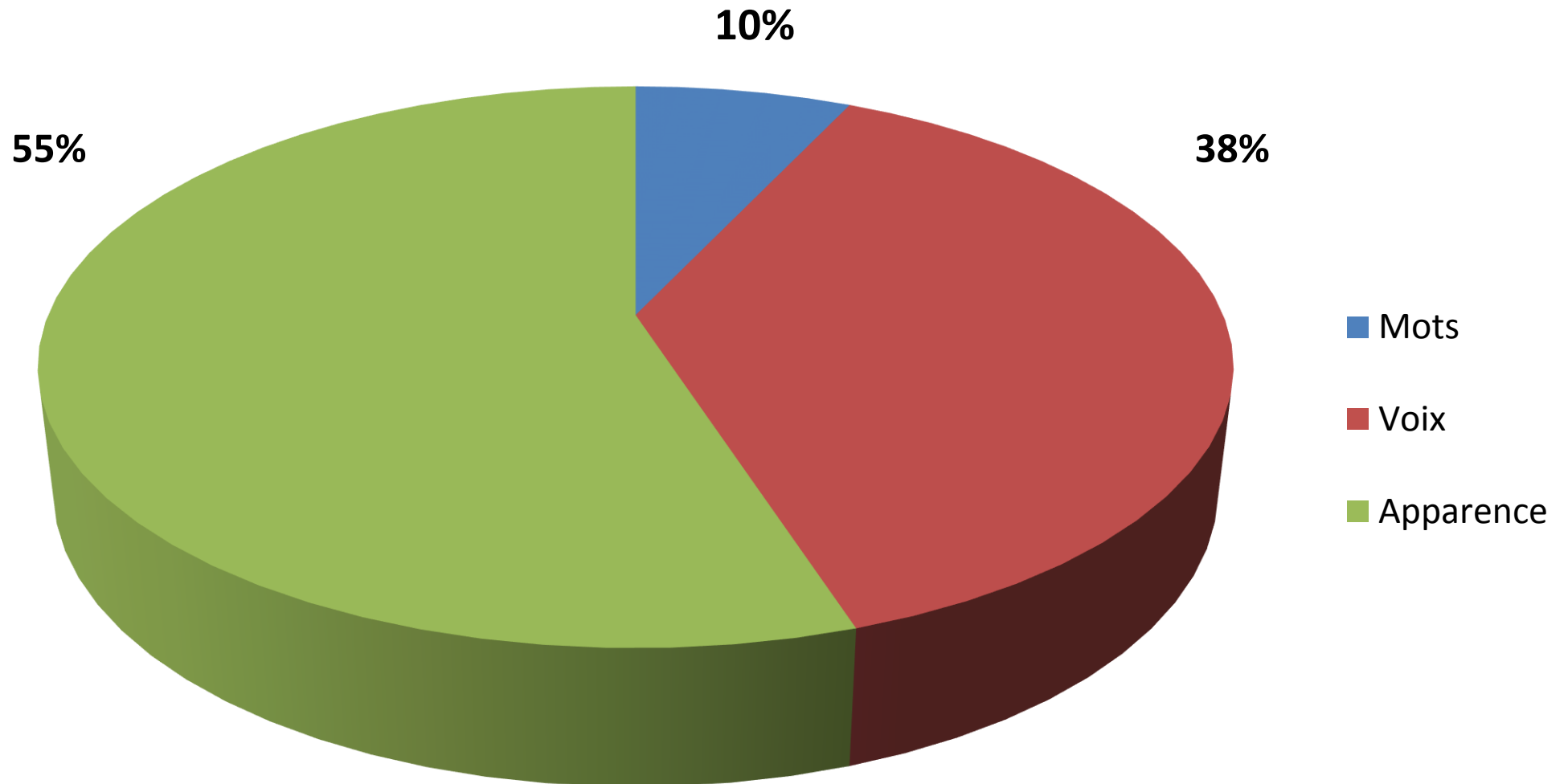
70%
50%

- Ce que l'autre entend
- Ce que l'autre comprend

20%
10%

- Ce que l'autre Retient
- Ce que l'autre Applique

La Communication



Les Défis de la Communication

Je n'ai pas
que cela à
faire...

Ensemble,
nous allons
réussir

Qu'est-ce qu'il
y a ce midi à
la cantine ?

On a déjà
essayé...

??????

Il aura
changé
d'avis
dans 1
mois



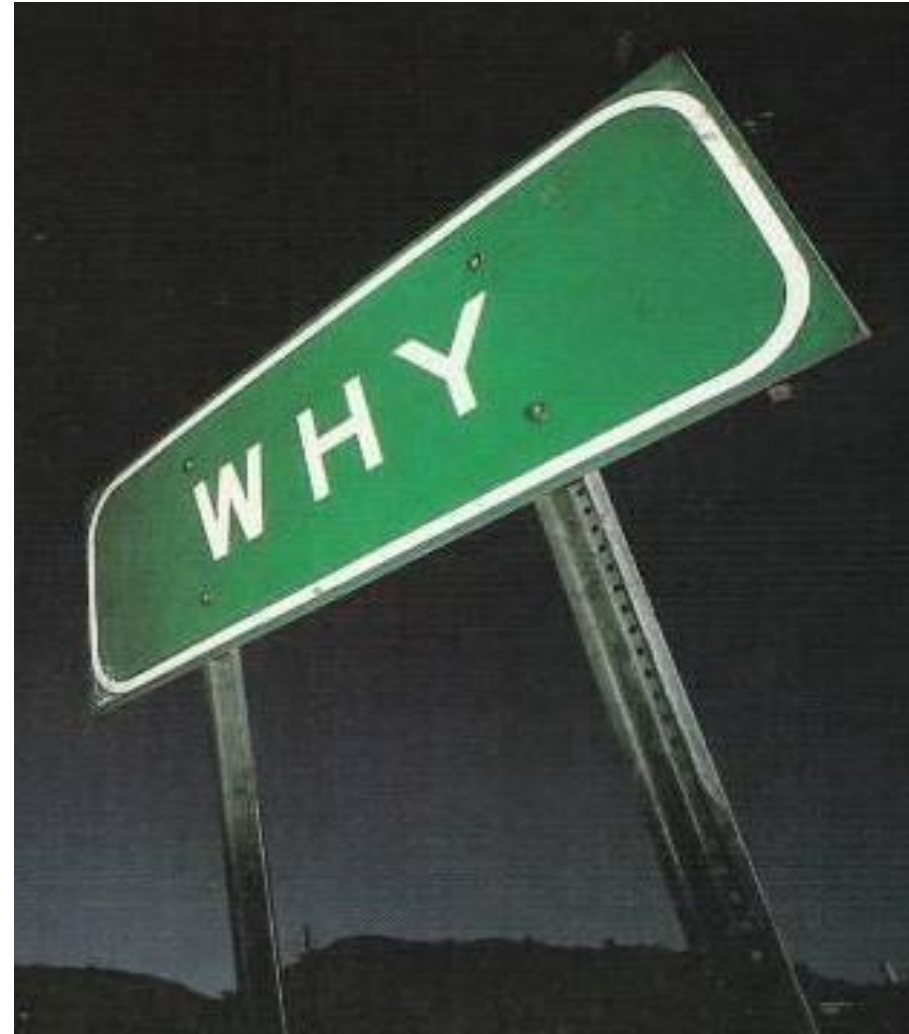
Défi 1

Si la communication était facile, tout le monde pourrait communiquer efficacement

Nous ne sommes pas toujours clairs sur :

POURQUOI

nous communiquons (soit un discours, une intervention écrite, une réponse ou une présentation)



Défi 2

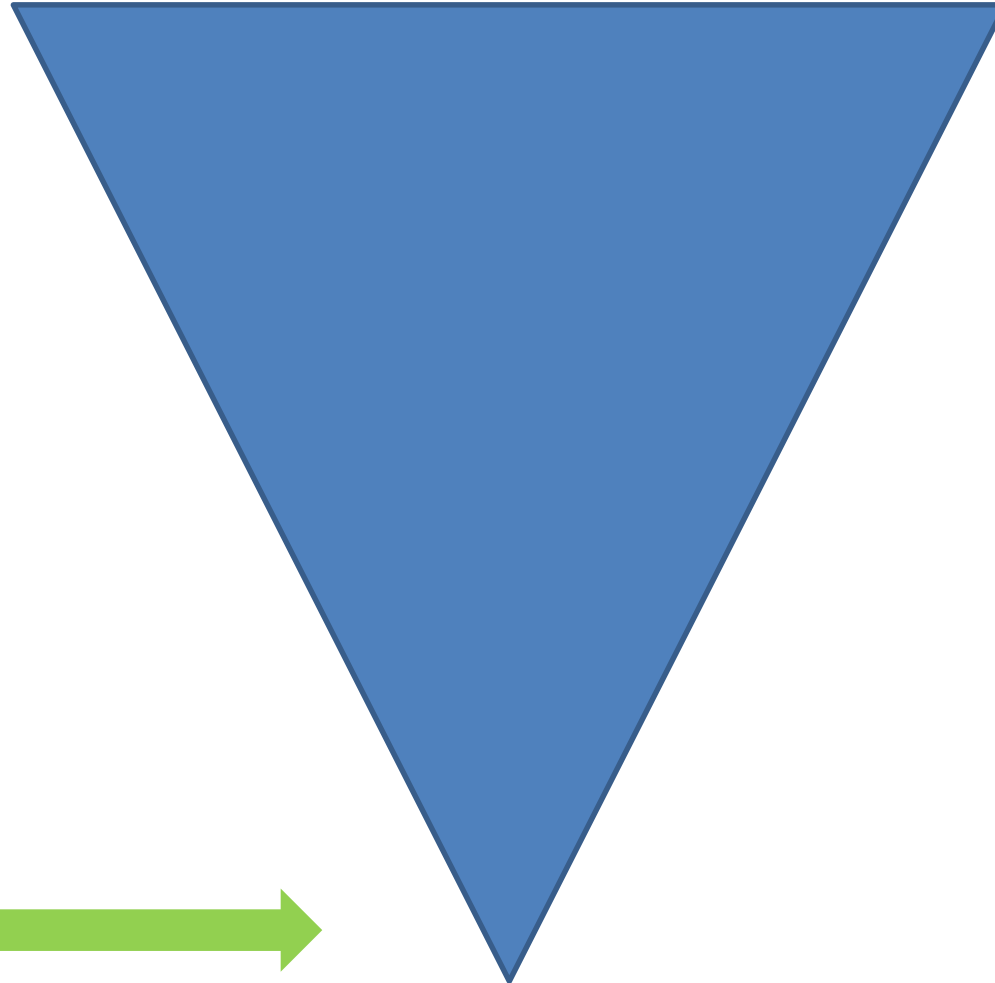
Les spécialistes (surtout les spécialistes en santé) sont formés afin :

- d'être logiques
- d'être exhaustifs
- d'être précis
- craindre d'être mal compris



Les Experts et les Spécialistes parlent comme ceci!!!

**Le message
principal**

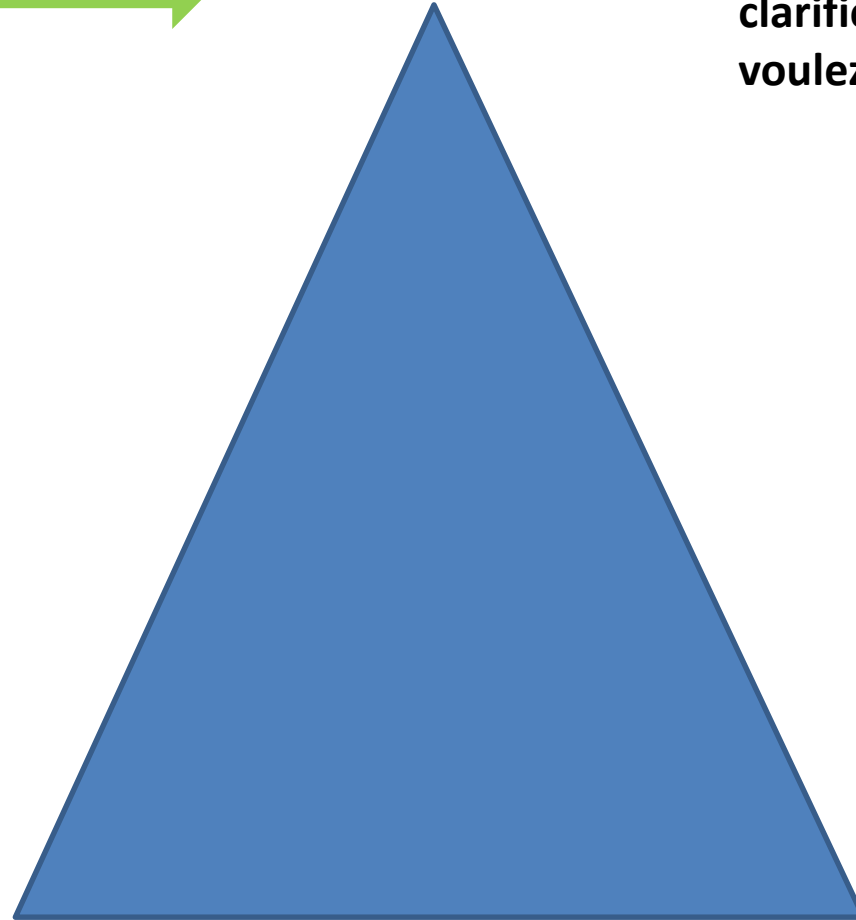


Le Publique entend comme ceci!!!!

**Le message
principal**



**clarifier le point que vous
voulez faire un message clé**



Conseil: Aller droit au But

Défi 3

Nous avons tendance à nous concentrer sur ce que nous connaissons

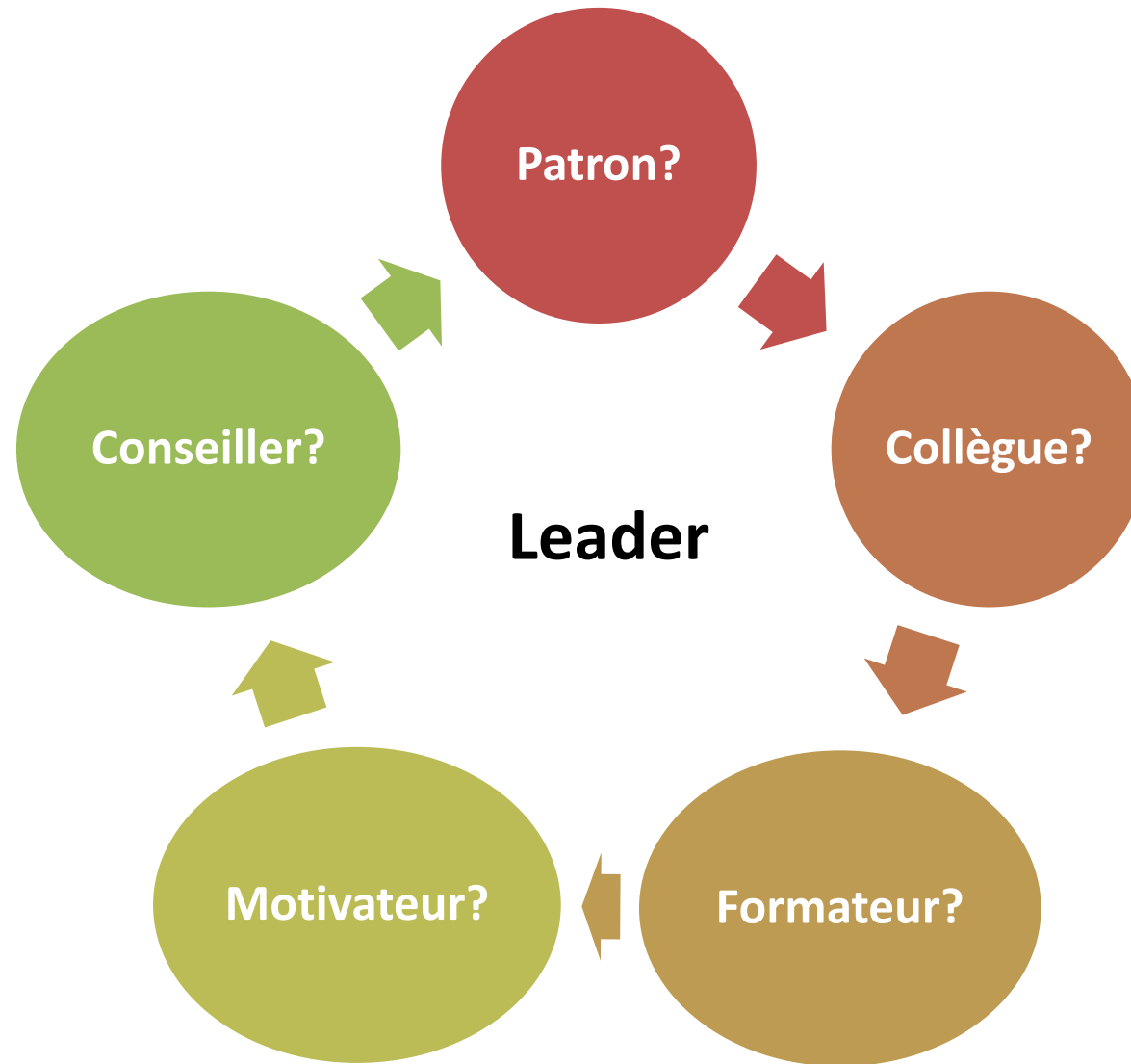
Nous ne nous demandons presque jamais **POURQUOI** notre message est important pour les interlocuteurs **MAINTENANT**



Les Défis de la Communication: besoin d'un leader!!



Qu'est ce qu'un Leader ?



**Le Leadership est une
Action et non
une Position**



Rôle du leader dans la communication

- communiquer l'information que le public **veut** ou dont il **a besoin** pour prévenir et réduire les maladies, les blessures ou la mort
- gagner la confiance et renforcer la crédibilité
- accroître le soutien à l'intervention



De bons Leaders sont en mesure de:

- bien communiquer et **de transmettre des messages convaincants**
- communiquer de façon crédible, en préservant une **bonne réputation**
- **établir un lien avec** les différents publics
- **mobiliser les parties prenantes**
- **Interagir** avec les médias



**Développer les points à discuter
(messages clés)**



Développer les points à discuter: 3 messages clés

Le problème

La solution

La réponse

À chaque message, ajouter 1 à 3 éléments probants

Le problème

- Les faits et les chiffres
- Et alors ?

La solution

- Des mesures concrètes
- Attrayantes, faciles, peu coûteuses

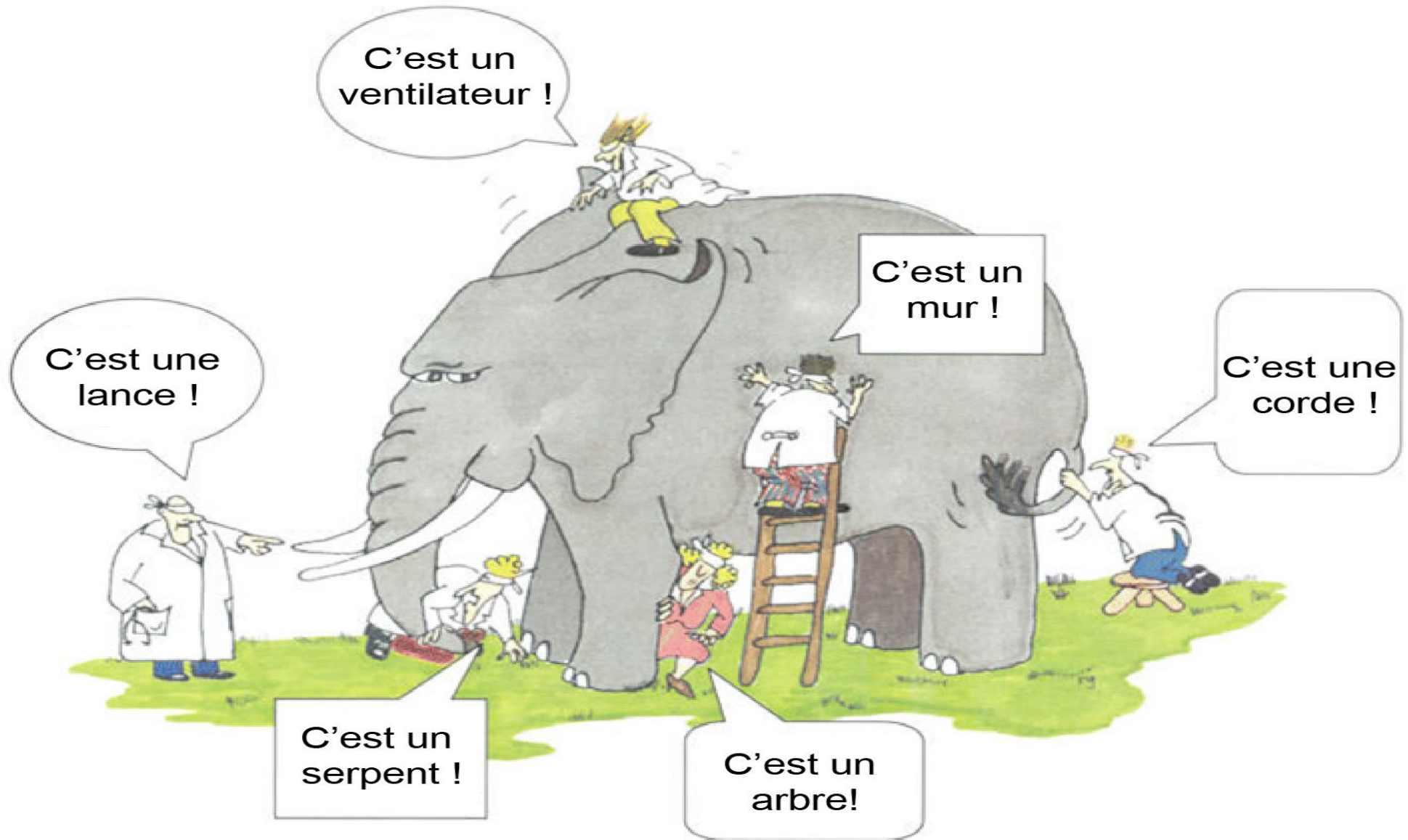
La réponse

- Mesures concrètes par l'institution
- Que peuvent faire les autres ?

La communication sur les risques sanitaires



La perception du risque est la clé



Perception Sélective



Perception Sélective



Perception Sélective

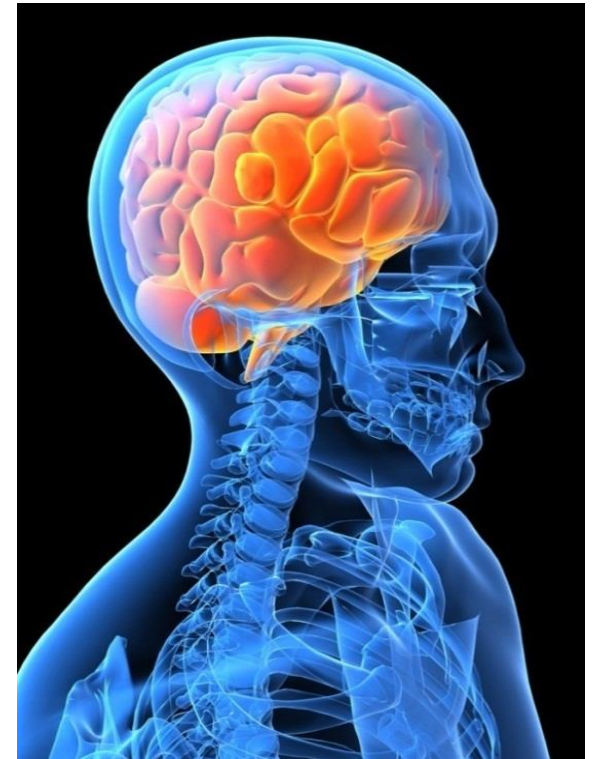


Perception Sélective



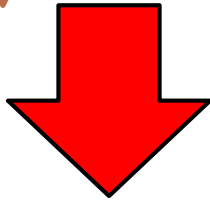
Perception

- Ancrée dans l'inconscient
- Souvent illogique
- Influencée par la culture
- Modifiée par les émotions
- Pas toujours exprimée verbalement
- Manifestée dans le comportement



Communication sur les Risques : Modèle Logique

Événement
D'urgence



IMPACT



Reduced death,
illness and
economic and
social loss

PUBLIC INFORMATION



through preferred
channels of affected
populations

MASS MOBILIZATION



of affected and at
risk communi-
ties using social
mobilization, etc

ENGAGEMENT



of community,
family
and individuals,
including
through influ-
encers

OUTPUT



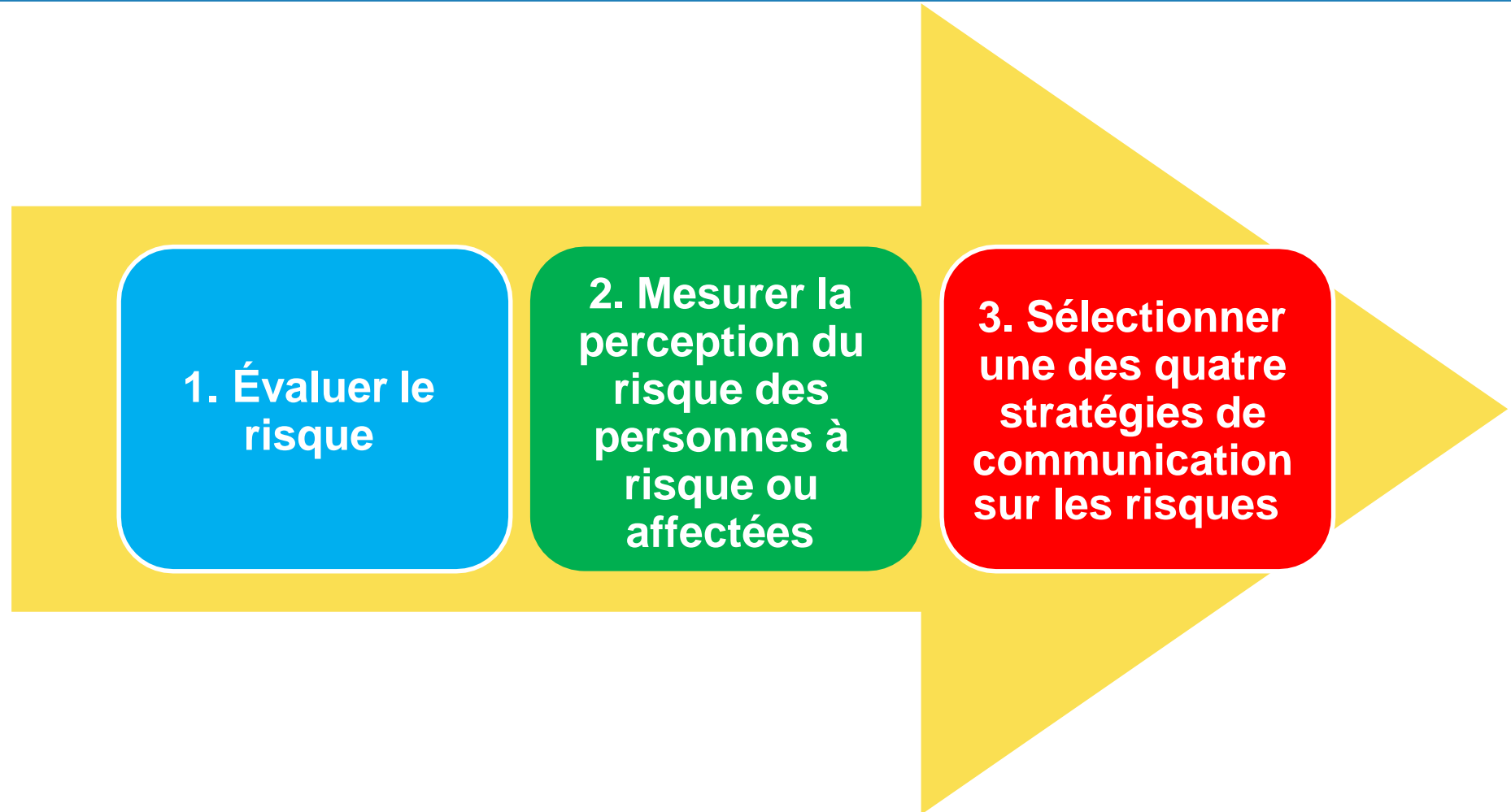
Trusted infor-
mation reaches
people, rumours
addressed

OUTCOME



everyone at risk
is able to take in-
formed decisions
to mitigate the
effects of the
threat (hazard)

Comment choisir la meilleure stratégie de communication sur les risques ?

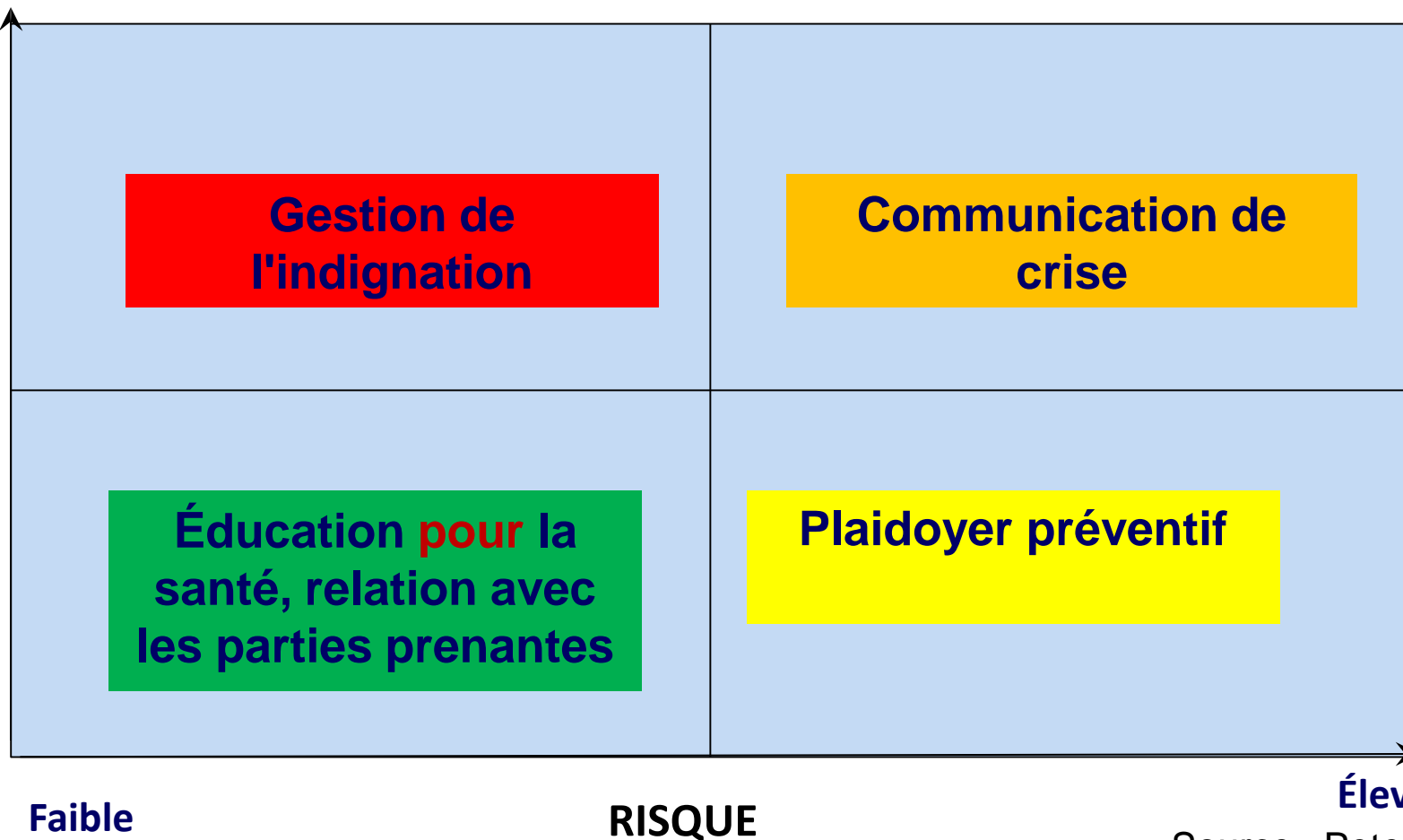


Choisir la stratégie de communication sur les risques la plus appropriée

Indignation/peur

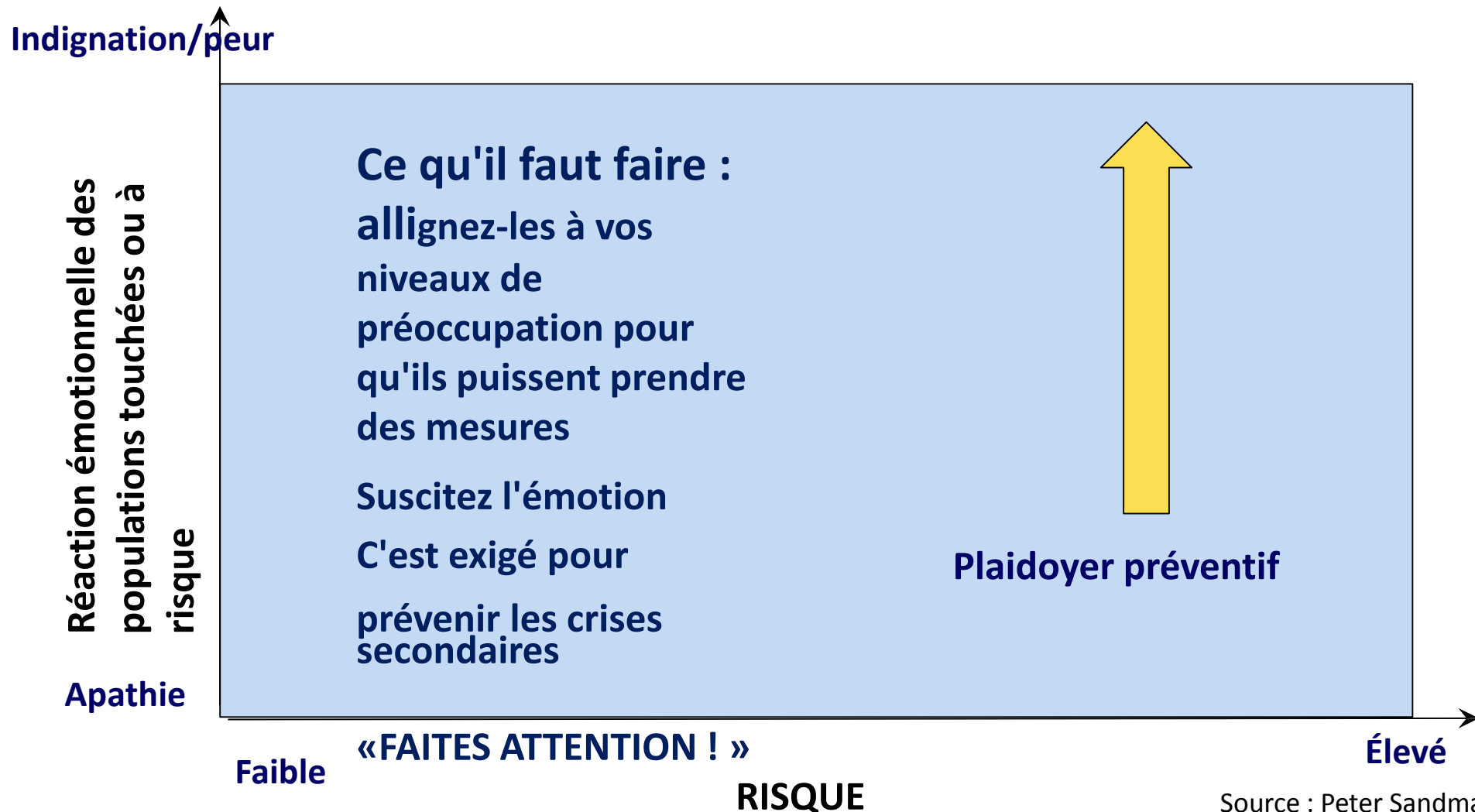
Réaction émotionnelle des populations touchées ou à risque

Apathie



Source : Peter Sandman

Stratégie 1 : Plaidoyer préventif



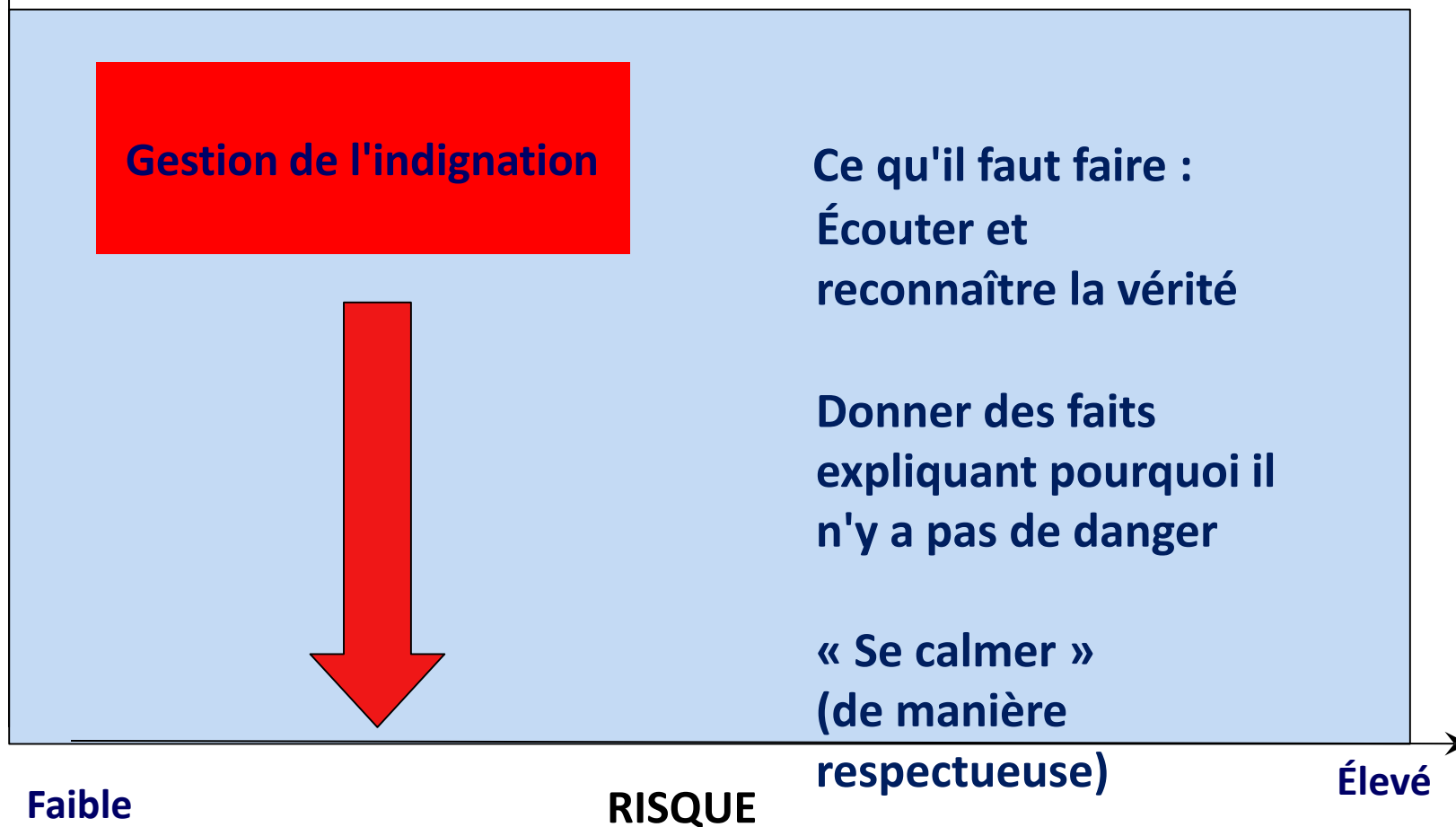
Source : Peter Sandman

Stratégie 2 : Gestion de l'indignation

Indignation/peur

Réaction émotionnelle des populations touchées ou à risque

Apathie



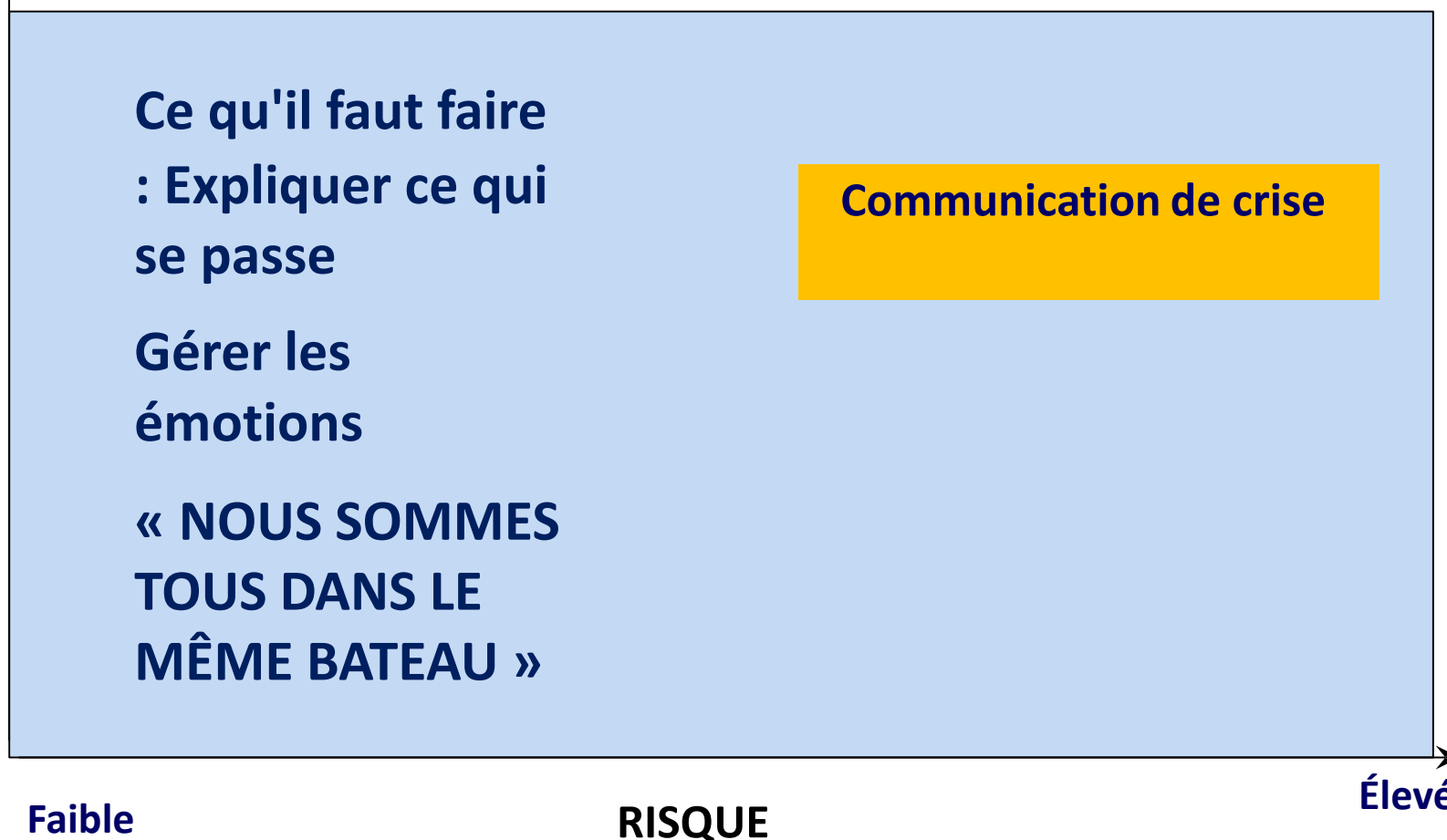
Source : Peter Sandman

Stratégie 3 : Communication de crise

Indignation/peur

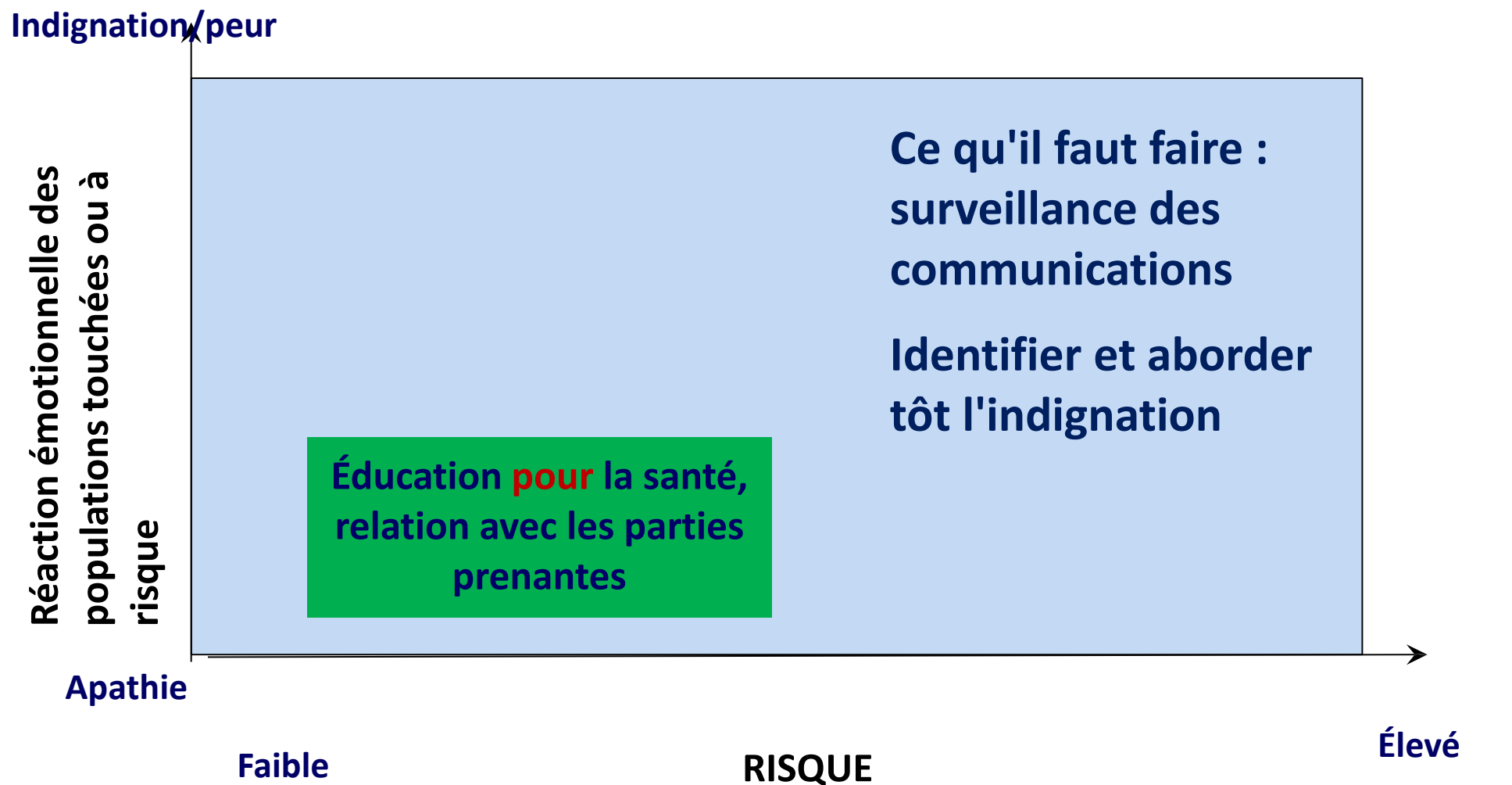
Réaction émotionnelle des
populations touchées ou à
risque

Apathie



Source : Peter Sandman

Stratégie 4 : Éducation à la santé, Relation avec les parties prenantes



Source : Peter Sandman

À retenir

- Suivre les étapes 1 et 2 pour décider de la stratégie à utiliser
- Réexaminer fréquemment votre analyse au fur et à mesure que la situation évolue ; et changez votre stratégie en fonction des besoins
- Différentes populations, différents groupes et publics touchés peuvent avoir besoin de stratégies différentes



Leadership & Communication avec les Média

Aujourd'hui une personne est submergée de plus d'informations en une journée qu'une personne du Moyen Âge durant sa vie entière !



Approches des journalistes

- Questions hypothétiques
- Questions fondées sur des rumeurs
- Questions négatives répétées
- Vous mettre des mots dans la bouche
- Questions reposant sur des présupposés
- Faits faux et informations erronées
- Laisser le micro allumé



Techniques de réponse Du Leader

- Faire obstruction
- Ménager une transition
- Accrocher
- Attirer l'attention sur certains sujets
- Énumérer point par point

} Passerelles

Techniques des "passerelles"

... pour vous ramener à bon port

1. Répondez à la question que pose le reporter de façon appropriée

2. **Enchainez** par une phrase qui réoriente la réponse vers la sécurité de vos messages clés



Questions hypothétiques

Questions

Que se passerait-il si...?

À votre avis, comment cela s'est-il produit ?

Pourriez-vous, à priori, tenter d'identifier pourquoi _____ ?

Réponses

Je ne voudrais pas spéculer là-dessus. En réalité, _____

J'estime important de nous en tenir aux faits tels qu'ils sont, et ils sont _____

Il est encore trop tôt pour se prononcer. Nous aurons une évaluation complète qui ferait la lumière sur ce qui s'est passé.

Questions fondées sur des rumeurs

Questions

Dr X du Bureau de l'éducation sanitaire nous a dit que_____

Une source au sein du Ministère de la santé nous a informé_____

Que dites-vous au directeur de l'OMS du pays qui a affirmé_____ ?

Selon nos sources,...

Réponses

Voici les informations dont je dispose____

J'aimerais m'en tenir aux faits, et selon les faits_____

En réalité, _____

Voilà ce que j'en sais _____

Je ne peux pas parler pour Dr XYZ, mais ce que je peux aborder...

Questions répétées négatives

Questions

Parlez-nous de la flambée E-coli qui a eu lieu ici aujourd'hui ?

Cela aurait-il pu déclencher une nouvelle catastrophe ?

Qu'en est-il de ___ ?

La supervision de l'OMS, pourquoi est-elle de qualité inférieure ?

Réponses

À vrai dire, _____

Permettez-moi de vous présenter les faits dont je dispose _____

Permettez-moi, encore une fois, de vous dire exactement ce qui s'est passé _____

(Ne pas répéter le commentaire ou le mot négatif !! Corrigez l'inexactitude)

Vous mettre des mots dans la bouche

Tactique/Question

« Donc, vos questions de moral affectent la santé publique, n'est-ce pas ?

Réponse

« Voyons quel est le problème, si vous permettez, »...
puis faites valoir un point positif.

(Tenez pour entendu que leur but est de vous amener à utiliser des mots que vous ne diriez pas.
Ne discutez pas.

Faits faux et informations erronées

Tactique/Question

« Donc, vous avez versé 75% du budget de vos bourses d'étude de la tuberculose à une organisation ?

Si un reporter fournit des informations incorrectes, c'est normal de le corriger...

Réponse

« Peut-être que je pourrais apporter des précisions à vos (spectateurs, auditeurs, lecteurs), [nom du reporter],

Ceci est incorrect... ; en réalité...

(Corrigez-les avec politesse et allez droit vers votre point positif)

« Vous n'exercez aucun contrôle sur ce qu'écrivent les reporters (et les rédacteurs) ; il faut vous y faire.

Que pouvez-vous contrôler ?

Vous maîtrisez à 100 pour cent ce qui sort de votre bouche ».

10 règles d'or

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10



10 règles d'or — 1

1. Ne mentez jamais
2. Ne dites jamais « pas de commentaire »
3. Les discussions « à titre confidentiel » n'existent pas
4. Soyez concis, et pensez toujours à l'auditoire
5. Gardez votre calme et votre confiance



10 règles d'or — 2

6. Utilisez un langage simple, éviter le jargon
7. Restez maître de la situation
8. Vous pouvez dire « Je l'ignore, mais je vais enquêter là-dessus »
9. Ne vous perdez pas en suppositions
10. Méfiez-vous des approches utilisées par les reporters



Pour en savoir plus ...

- **Effective Media Communication during Public Health Emergencies**

WHO Handbook and Field Guide

http://www.who.int/csr/resources/publications/WHO_CDS_2005_31/en/

- **Crisis and Emergency Risk Communication**

Centers for Disease Control and Prevention(CDC)

Course Book and Quick Guide

<http://www.bt.cdc.gov/cerc/books.asp>

MERCI DE VOTRE ATTENTION

