



Communiquer clairement pour endiguer l'épidémie

La population doit être informée de manière claire, convaincante et efficace sur les mesures qu'elle doit suivre pour limiter la propagation du virus.

L'information joue un rôle essentiel dans la gestion des crises. Si une bonne communication ne peut compenser une gestion déficiente, une mauvaise communication peut rendre inefficace la meilleure des réponses. Les derniers sondages indiquent que la population continue à faire confiance au gouvernement, mais qu'elle considère ne pas disposer de toutes les informations sur l'épidémie et sur les mesures attendues d'elle.

Le public doit être conscient que nous devons ensemble, comme société, trouver des manières de vivre avec le virus pour encore longtemps en minimisant au maximum les impacts négatifs. Eviter le risque d'un nouveau confinement exige de mettre en œuvre efficacement la stratégie «Dépistage, identification des contacts, isolement et quarantaine», de surveiller les nouveaux foyers d'épidémie et de réagir rapidement et localement. Les gens doivent savoir quand et comment se faire dépister et quelles conséquences attendre (coût du tests, questions liées à une perte éventuelle de revenu, etc.). Les informations doivent être fiables, claires, cohérentes et compréhensibles. Le but est que la population se sente responsable et responsabilisée, et qu'elle se perçoit comme capable de contribuer positivement à la lutte contre l'épidémie.

En plus de messages destinés au grand public, la communication doit cibler les différentes populations selon l'âge, les régions ainsi que les facteurs socio-démographiques car ces différents groupes perçoivent et vivent l'épidémie de manière différente. Il existe des inégalités face à la communication qui peuvent renforcer des inégalités face à la maladie. La communication doit en particulier atteindre les gens vulnérables et ceux qui adoptent un comportement à risque, ainsi que les populations allophones, moins connectées à Internet ou en situation de handicap.

Convaincre est en général plus efficace que faire peur. Les messages doivent informer et souligner autant les bénéfices pour la société que pour tout un chacun, et rappeler qu'il est crucial en tant que société de ne pas abandonner les personnes les plus vulnérables. Ils doivent également indiquer ce que la population peut et doit faire de manière concrète : l'objectif n'est pas que celle-ci devienne savante, mais d'abord qu'elle agisse. Il est important d'informer sur les nouvelles mesures sans oublier de rappeler les anciennes mesures toujours valables.

Il faut écouter les différents groupes de la population afin de comprendre leur perception et adapter les messages. La population doit savoir qu'elle est entendue des autorités et des experts, pas seulement sur les questions de santé publique mais également sur les implications plus larges des mesures de prévention. Elle doit savoir que les efforts accomplis jusqu'à présent ont été perçus et appréciés. Il faut l'encourager à continuer ainsi et ne pas donner l'impression que les premiers succès engrangés justifient un relâchement.

Tester les campagnes de communication est important pour s'assurer qu'elles seront effectivement bien entendues et comprises. Elles doivent s'appuyer sur des sources respectées à même de consolider la confiance de la population et renforcer son adhésion aux mesures nécessaires au contrôle de l'épidémie.