

"La communication au sein des SDIS : Institutionnelle, Interne, Opérationnelle & de Crise"

*Regard de l'expert
Laurent Vibert
CEO de Nitidis*



SÉMINAIRE
ENSOSP

24 OCTOBRE 2023



"La communication au sein des SDIS : Institutionnelle, Interne, Opérationnelle & de Crise"

Dans un monde marqué par la digitalisation croissante de l'information et l'omniprésence des médias sociaux, la communication est plus que jamais au cœur des préoccupations des SDIS. Les enjeux liés à la perception publique, à la coordination interne et à la gestion des crises nécessitent une approche différenciée et stratégique.



"La communication au sein des SDIS : Institutionnelle, Interne, Opérationnelle & de Crise"

Chaque type de communication, qu'il s'agisse de la communication institutionnelle, interne, opérationnelle ou de crise, possède ses propres caractéristiques, enjeux et outils.

Il est essentiel de reconnaître ces nuances, car appliquer la même stratégie à toutes les situations pourrait s'avérer contre-productif, voire nuisible.



"La communication au sein des SDIS : Institutionnelle, Interne, Opérationnelle & de Crise"

Cette présentation vise à mettre en lumière l'importance de distinguer ces différents types de communication et d'adapter chaque stratégie en fonction des besoins, des publics cibles et des contextes spécifiques.

Pour autant, un lien ténu existe toujours entre ces 4 Communications.
Ce qui rend l'exercice délicat mais passionnant !

A stylized, handwritten signature in white ink that reads "Laurent Vibert". The signature is fluid and elegant, with a long, sweeping underline that extends to the right.

Expert en communication & Média trainer



Quand l'évènement commande...



La communication institutionnelle



01.

Définition : Communication liée à l'image et à la notoriété du SDIS.

02.

Importance : Construire et maintenir la confiance du public.



La Communication interne



01.

Définition : Échanges d'informations entre les membres de l'organisation.

02.

Importance : Maintenir la cohésion, assurer la transmission des directives et renforcer l'esprit d'équipe.





L'importance de la communication interne à l'ère du numérique

- **Les outils numériques pour faciliter les échanges internes.**
- **Le rôle des plateformes internes sécurisées et des intranets.**





La communication opérationnelle

01.

Définition : Communication liée aux opérations et interventions en cours.

02.

Importance : Informer le public, assurer la sécurité, coordonner les équipes et les parties prenantes.





“Incendies : la difficile prévention de la pyromanie chez les sapeurs-pompiers”

La communication de crise

01.

Communication lors d'événements imprévus ou catastrophiques (en interne) ayant souvent un impact médiatique

02.

Importance : Rassurer, informer, protéger l'institution



Nouveaux enjeux des médias numériques

- **Rapidité de diffusion de l'information.**
- **Risques liés à la diffusion de fausses informations ou rumeurs.**
- **Adaptation nécessaire des stratégies de communication.**





Conseils pour une communication efficace

- **Former régulièrement les équipes de communication.**
- **Maintenir des canaux de communication clairs et actualisés.**
- **Collaborer étroitement avec les médias traditionnels et en ligne.**
- **Entretenir et développer les RP.**



La Règle

- Analyser les faits et les impacts de l'évènement et de la communication (en cours ou à venir)

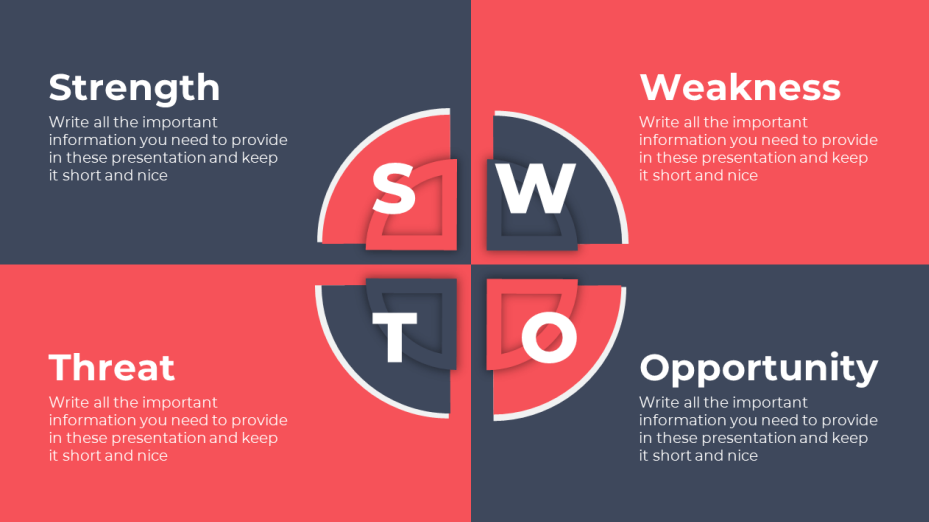
- Cartographier les acteurs ou parties prenantes

- Worst scenario

- Proposer des hypothèses et des EDL - messages

- Choisir les médiums et piloter, surveiller les messages émis





L'analyse SWOT

Analyser avec le SWOT : Avant toute action, réalisez une analyse SWOT (Strengths – Forces, Weaknesses – Faiblesses, Opportunities – Opportunités, Threats – Menaces).

Cet outil permet de cerner l'environnement interne et externe, d'identifier les points forts, les zones d'amélioration, les opportunités à saisir et les défis à relever en matière de communication.



Le SWOT





- **Analyser** : Avant toute action, il est crucial d'analyser le contexte, les enjeux et les besoins en matière de communication.
- **Objectiver** : Basé sur des faits concrets, cela permet d'avoir une communication claire, transparente et crédible.
- **Construire des hypothèses et des messages** : Élaborer des messages stratégiques basés sur des hypothèses solides pour garantir une communication efficace.
- **Choisir les bons médiums** : En fonction de la cible et du message à transmettre, le choix du médium (réseaux sociaux, presse, intranet, etc.) est déterminant.
- **Validation** : Il est impératif de valider les messages avant leur diffusion pour éviter tout contretemps ou malentendu.
- **Ciblage** : Adapter le message en fonction des publics et des cibles à atteindre pour assurer sa pertinence et son impact.
- **Monitoring et adaptation**

Merci pour votre
attention !

Laurent VIBERT
+33 6 16 01 11 92

ceo@nitidis.com

Laurent Vibert

Expert en communication & Média trainer

