

CHAPITRE 3.3.

COMMUNICATION

Article 3.3.1.

Considérations générales

On entend généralement par communication l'échange d'informations entre différents groupes individuels, institutionnels et publics, dans le but d'informer, d'orienter et d'inciter à la prise de mesures. L'art de la communication et ses techniques consistent à adapter les messages en fonction des situations, des objectifs visés et du public ciblé.

Il est primordial de reconnaître la communication en tant que discipline au sein des *Services vétérinaires* et de l'y intégrer afin de permettre le bon fonctionnement de ces *Services*. L'intégration de compétences en sciences vétérinaires et en communication est essentielle pour une communication efficace.

La communication devrait faire partie intégrante de l'ensemble des activités des *Services vétérinaires*, y compris dans le domaine de la santé animale (*surveillance*, détection précoce et réponse rapide, prévention et contrôle), du *bien-être animal*, de la santé publique vétérinaire (sécurité sanitaire des aliments, *zoonoses*) et de la médecine vétérinaire.

Le présent chapitre sur la communication dans le cadre des *Services vétérinaires* a pour objectif de proposer des orientations pour l'élaboration d'un système de communication, de plans de communication stratégiques et opérationnels et d'outils destinés à évaluer la qualité de ces éléments.

Article 3.3.2.

Principes de la communication

1. Les *Services vétérinaires* doivent disposer de l'autorité nécessaire pour communiquer et avoir la capacité de remplir cette fonction dans le cadre de leur mandat.
2. La combinaison de compétences vétérinaires et de capacités de communication est essentielle.
3. La communication doit être ciblée et doit répondre aux critères fondamentaux de transparence, cohérence, rapidité, pondération, précision, honnêteté et empathie. De plus, elle doit respecter les principes fondamentaux de qualité des *Services vétérinaires* (article 3.1.2.).
4. La communication doit être un processus continu.
5. Les *Services vétérinaires* sont responsables de la planification, de l'application, du suivi, de l'évaluation et de la révision de leurs plans de communication stratégiques et opérationnels.

Article 3.3.3.

Définitions

Communication : désigne la discipline qui consiste à informer, orienter et motiver des groupes individuels, institutionnels et publics, idéalement sur la base d'échanges interactifs, pour toutes les questions relevant de la compétence des *Services vétérinaires*.

Communication relative à une crise : désigne le processus de communication d'informations, éventuellement encore incomplètes, dans des délais suffisamment rapides, lors de la survenue d'une crise.

Communication relative à un foyer : désigne le processus de communication en cas d'éclatement d'un foyer. La communication relative à un foyer inclut la notification.

Crise : désigne une situation de menace, difficultés ou incertitudes majeures où certaines questions relevant de la compétence des *Services vétérinaires* requièrent une action immédiate.

Article 3.3.4.

Systeme de communication

Outre les principes de la communication, il convient de mettre en œuvre les éléments ci-après dans le cadre du chapitre 3.1. lors de la planification, de l'application et de l'évaluation d'un système de communication.

1. Un organigramme indiquant clairement un lien direct entre les personnes chargées de la communication et l'Autorité vétérinaire, par le biais de la chaîne de commandement (unité de communication dédiée et responsable de la communication par exemple)
2. Ressources humaines
 - a) Existence d'un point focal identifié et accessible, officiellement chargé de la communication
 - b) Description des postes de communication définissant les rôles et les responsabilités
 - c) Présence d'un personnel qualifié, en nombre suffisant, faisant preuve des connaissances, compétences, comportements et capacités nécessaires dans le domaine de la communication
 - d) Formation continue (en matière de communication) du personnel chargé de la communication.
3. Ressources financières et matérielles
 - a) Définition claire du budget requis en matière de communication afin de lever les fonds nécessaires
 - b) Mise à disposition des ressources matérielles nécessaires afin que le personnel puisse s'acquitter de ses fonctions et responsabilités : local ou espace approprié doté de l'équipement de bureau et du matériel technique permettant l'accès aux technologies de l'information et à Internet.
4. Gestion du système de communication
 - a) Rôles et responsabilités du personnel en charge de la communication qui doit :
 - i) être placé sous l'autorité de l'*Autorité vétérinaire* ;
 - ii) participer à la prise de décision ;
 - iii) être responsable de la planification, de l'application et de l'évaluation des plans stratégiques et opérationnels en matière de communication et de procédures opératoires standard ;
 - iv) servir de point de contact pour les questions de communication qui se posent aux *Services vétérinaires* ;
 - v) fournir des orientations et une expertise aux *Services vétérinaires* en matière de communication ;
 - vi) mettre en place et coordonner la formation continue dans le domaine de la communication au sein des *Services vétérinaires*.
 - b) Plan de communication stratégique

Un plan de communication stratégique bien conçu doit venir étayer le plan stratégique des *Services vétérinaires* et jouir du soutien et de l'engagement de la direction. Le plan de communication stratégique doit répondre à tous les objectifs de haut niveau de l'organisation en matière de communication. Il doit être établi à long terme.

Le plan de communication stratégique doit être suivi et revu régulièrement ; il doit définir des objectifs de performance mesurables et les techniques d'évaluation correspondantes.

Le plan de communication stratégique doit tenir compte des différents types de communication : communication de routine, communication sur les risques, communication relative à un foyer et communication relative à une crise. L'objectif est de permettre à des personnes, aux parties concernées et/ou intéressées, à toute une communauté ou au grand public de prendre les meilleures décisions possibles, d'être informés et / ou d'être en mesure d'accepter les politiques décidées et leur fondement.

Un plan de communication stratégique appliqué de manière efficace permet avant tout d'accroître les connaissances et la sensibilisation du grand public et des parties concernées, de mieux comprendre le rôle des *Services vétérinaires* et d'améliorer leur visibilité, leur image et leur crédibilité. Il en résultera une meilleure compréhension et/ou acceptation des politiques arrêtées ainsi que des changements de perception, d'attitude et/ou de comportement.

c) Plans de communication opérationnels

Les plans de communication opérationnels doivent s'appuyer sur l'évaluation de questions spécifiques et doivent définir des objectifs précis ainsi que des publics cibles (personnel, partenaires, parties concernées, médias et grand public).

Chaque plan de communication opérationnel doit se composer d'une série d'activités bien planifiées faisant appel à différents types de techniques, d'outils, de messages et de moyens pour atteindre les objectifs visés, en utilisant les ressources disponibles dans les délais impartis.