

Communication de crise

DÉFINITIONS, ORIGINES, THÉORIES DOMINANTES

SUPPORT DE COURS PR SECK-SARR

CONSTATS MAJEURS

Toute organisation ou entreprise a été déjà été en crise ou sera en crise

Les crises sont de plus en plus déstabilisantes :

- décalage entre les intérêts des salariés et de l'entreprise,
- évènements externes nuisibles à l'organisation,
- fragilité des systèmes d'information,
- remise en cause de la qualité des produits, de la légitimité, des personnes,
- Crise de la réputation et e-reputation...

La médiatisation des crises par la presse: Saturation immédiate de la capacité de communication par l'afflux des demandes internes et externes (médias).

La notion de CRISE

Krisis : décision , Crisis : moment qui sépare,

Attributs connexes à la notion de crises : rupture, remise en question qualité produit, légitimité du pouvoir, danger, opportunité.

Crise: Phénomène prenant naissance au sein des organisations, mis en éveil par un événement déclencheur et dont la gravité peut être amplifiée par la présence de facteurs aggravants

« Crise : une situation où de multiples organisations, aux prises avec des problèmes critiques, soumises à de fortes pressions externes, d'âpres tensions internes, se trouvent brutalement et pour une longue durée sur le devant de la scène, projetées aussi les unes contre les autres ... le tout dans une société de communication de masse, c'est-à-dire en direct, avec l'assurance de faire la “ une ” des informations radiodiffusées, télévisées écrites, sur une longue période. » Patrick Lagadec.

Un problème n'est pas une crise

“ Un événement imprévu requérant une réponse rapide et radicale en termes commerciaux, médiatiques, techniques, organisationnels ou de gestion de personnel.

Crise : « Un problème qui a un potentiel de perturber ou de détruire le processus normal d'exploitation; de créer une menace ou un impact financier important, et qui pourrait nuire à la réputation, ou menacer la sécurité, le bien-être, la santé des personnes, ou l'existence même de l'entreprise » . Elaine Comeau 2011

C'est aussi une tendance ou une situation qui, si elle devait perdurer ou se développer, pourraient avoir un impact important sur la façon dont l'organisation gère ses activités.

ATTENTION: un problème n'est pas une crise mais un problème non géré peut devenir une crise.

La crise un phénomène normal mais inattendu

Une crise est un changement soudain et brutal entre deux états , qui provoque une rupture d'équilibre : phénomène grave mais néanmoins normal, il vient perturber le fonctionnement d'une organisation, en altérer le cours » (Thierry Libaert, Marie Héléne Westphalen, 2011 p.63)

La crise n'est pas toujours un danger. Une crise bien gérée peut être une véritable opportunité. C'est un événement normal, une accélération de restructuration.

Jean-Claude Boulet la définit comme « le bruit que fait le changement », (Passion Communication, 2003)

Surreprésentation de la communication

Surreprésentation de la communication: propension naturelle à survaloriser de la communication dans la gestion de la crise

Michael Bland Définit la crise comme une « mauvaise publicité non envisagée » (*Unexpected bad publicity*), Michael Bland, *Communicating out of a crisis*, MacMillan, 1998, p. 5

Michel Ogrizek, en référence à Joseph Scanlon, « Qui ne maîtrise pas cette crise d'information ne maîtrisera pas la crise »

Les crises sont de simples problèmes de médiatisation.

La gestion de crise est considérée que sous l'angle de la communication: 100% à 80 % de la gestion de crise ressort de la communication.

La communication une composante clé de gestion de crise

Face à l'ampleur de certains événements, la communication est impuissante (Tchernobyl).

La communication n'est qu'une composante de la gestion de crise : sans les actes, sans l'engagement des hommes, la crise peut perdurer

En tant de crise, on pense d'abord à gérer l'image

La communication peut atténuer l'impact d'une crise : rassembler les données, confronter les informations avant de les délivrer, fournir des recommandations aux acteurs de terrain et donner des alertes;

Un plan de gestion de crise doit inclure un volet « communication »

Origine de la crise

Causes : Sources internes, facteurs extérieurs, défaillances organisationnelles.

Ecole processuelle, crise résultante de dysfonctionnements antérieurs non traités , conséquences du refus de remédier à des fragilités organisationnelles –

- met l'accent sur le management, l'organisation des processus de prévention et de préparation à la gestion de crise

Ecole évènementielle , constat transformation des crises, avant accident technologique, today virus informatiques, ebola, covid -19, menaces terroristes de moins en moins détectable, et réductible

- Travaille davantage sur la formation, la sensibilisation, la culture de crise, l'apprentissage de la gestion de crise sur la base de simulation de crise

Principe de l'effet papillon « battements d'un papillon au brésil peut engendrer une tornade au texas »

Nul ne sait ni où , ni quand surviendra la crise

Modalités de communication sur la crise: 2 écoles

L'école technicienne

- communiquer sur des faits concrets, précis
- adopter une attitude responsable, avoir une volonté de transparence.

L'école symboliste dominante

- Communiquer sur un sentiment d'empathie
- Adopter un registre affectif, émotionnel, visuel.

Trois périodes : avant – pendant et après

- phase d'anticipation mise en place d'un plan de communication et d'une cellule de crise, impératif de se préparer à savoir gérer les crises, quelle que soit l'activité
- phase de gestion: analyse objective de la situation, mesure régulière de l'opinion interne et externe, réagir vite mais de façon crédible et concentrer l'effort des dirigeants sur la résolution de la crise et les protéger des médias
- plan de continuité d'activité et de suivi