



GUIDE RÉSUMÉ — PROGRAMME DE FORMATION

Communiquer pour coopérer

Gestion de crise et relations de presse

Module 5

La gestion de crise

Un volet opérationnel, un volet communicationnel — et cinq phases à connaître

La gestion de crise comporte un **volet opérationnel**, qui peut englober des dimensions techniques, industrielles, environnementales, informatiques, financières, médicales, juridiques, sociales, politiques ou de sécurité publique, et un **volet communicationnel**. La préparation d'un plan de crise ou de mesures d'urgence doit intégrer ce second volet pour être efficace.

Les cinq phases d'une crise

Incubation / préliminaire

Déclenchement

Aiguë / chronique

Redressement / cicatrisation

Incubation (retour)

Le retour à l'incubation constitue une phase transitoire : les leçons tirées de la crise nourrissent la vigie du prochain cycle.

Prévention & préparation

- Vigie des potentiels de risques
- Mesures palliatives
- Conception de plans et guides de gestion de crise
- Mise en place de mesures de réponse (en veille)

Communication de risque

Réaction

De l'entrée à la sortie de la crise

Alerte

- Voies de diffusion multiples
- Recherche de confirmation
- Choix d'actions protectrices

Communication de crise

Adaptation

- Transformation des organisations, structures ou procédures
- Intégration des leçons tirées de la crise

Communication de risque

Quatre principes clés en gestion de crise

Selon Grunig (2001)

1

Le principe d'imputabilité

L'organisation doit accepter la responsabilité d'une crise, même si ce n'est pas de sa faute.

2

Le principe relationnel

L'organisation peut mieux affronter une crise quand elle réussit à établir de bonnes relations à long terme avec des publics dits à risque, par exemple à la suite de décisions ou de comportements de l'organisation. (Ce principe fait partie de la gestion des enjeux.)

3

Le principe de transparence

Au moment de la crise, l'organisation doit divulguer tout ce qu'elle sait à propos de la crise en question.

4

Le principe de la communication symétrique

Au moment de la crise, l'organisation doit considérer l'intérêt public comme étant au moins aussi important que son propre intérêt.

Le modèle « Temps zéro »

Trois moments clés autour de l'événement déclencheur



En continu, avant, pendant et après l'événement, trois activités structurent la démarche :



Crédits : INHESJ / Anne-Lise Cœur-Bizot.

Le porte-parole et ses outils

La voix et le visage de l'organisation, préparés avec rigueur

Le porte-parole

La « voix » et le visage de l'organisation. À chaque situation son porte-parole, disponible selon les besoins et la stratégie.

Formé pour traiter avec plusieurs médias

Connaît et maîtrise le sujet

Crédible

Respecté

Habile

Le document questions et réponses (Q&R)

Un outil essentiel pour la préparation des porte-parole

- Exercice d'anticipation et de précision sur les questions les plus sensibles, afin d'éviter l'improvisation
- Document disponible uniquement aux journalistes
- Permet d'aligner les messages
- Regroupe les questions par thèmes
- Doit être cohérent avec les différents messages clés

Face aux médias

Les dix commandements des relations de presse, et des conseils concrets pour réussir

Les dix commandements des relations de presse

- 1 Tu sauras ce que tu veux
- 2 Tu prendras le bon chemin
- 3 Tu te prépareras avec soin
- 4 Tu joueras le jeu
- 5 Tu diras ce que tu as décidé de dire
- 6 Tu seras clair et bref
- 7 Tu resteras toi-même
- 8 Tu évalueras calmement ta performance
- 9 Tu feras contre mauvaise fortune bon cœur
- 10 Tu y trouveras du plaisir

Motulsky et Vézina.

Des conseils pour réussir

- | | |
|--|---|
| Soyez concis | N'improvisiez pas |
| Attention aux silences | Restez dans votre champ de responsabilité |
| Ne mentez jamais | Corrigez les inexactitudes |
| Évitez le tutoiement | Question négative = réponse positive |
| Évitez de répondre aux questions hypothétiques | Attention au « off the record » |
| Surveillez votre langage non verbal | Ne cédez pas à la provocation |
| Sachez à qui vous parlez | Reposez-vous sur vos messages clés |

Ce qu'il faut retenir

La préparation fait toute la différence face à une crise

La gestion de crise réussie repose sur l'anticipation : connaître les phases d'une crise, appliquer les principes d'imputabilité, de relation, de transparence et de symétrie, et préparer son porte-parole avec un document questions-réponses solide. Le reste est affaire de sang-froid, de concision et de constance dans le message.

Notre approche

RPSF

À travers RPSF, les professionnel.les des communications et des relations publiques accompagnent bénévolement des organismes locaux des pays en voie de développement pour leur permettre d'augmenter leur notoriété, d'améliorer leur perception et de provoquer de nouveaux comportements.

1

Notoriété

2

Perception

3

Comportements