

## CHECK-LIST DE LA COMMUNICATION DE CRISE

Une crise bien préparée peut s'écarter !

Car une crise, en général cela ne prévient pas quand elle arrive ni quand elle part. Elle peut donc durer dans le temps et faire de gros dégâts.

Elle a besoin d'un environnement propice pour se développer, ce qui fait que, parfois, des signes avant-coureurs sont perceptibles.

La subjectivité prime sur l'objectivité, c'est l'opinion publique qui est le seul curseur valable. Avec l'avènement des réseaux sociaux, les crises arrivent plus vite et durent moins longtemps. Il est donc très important de se préparer et d'avoir une stratégie avant la crise, car une fois enclenchée, l'entreprise n'a plus le temps de réagir.

### Le cycle de vie d'une crise en 5 étapes

La prévention de la crise

La détection des signes avant-coureurs

La réponse à la crise

Le nouveau départ après la crise

Les apprentissages de la crise

La gestion de crise s'effectue par étapes, et la stratégie mise en place permettra d'être plus réactif.

Si un porte-parole est prédésigné, que les responsabilités sont réparties ; que des indicateurs de déclenchement probable de crise ont été déterminés, que des questions/réponses sont prêtes... la crise pourra être réduite voir désamorcée.

### Le déclenchement de la crise

Qui, comment, quoi, pourquoi, où, qui l'a découvert, qui sait quoi... ?

Y a-t-il des victimes, une amplification possible, quelle évolution prévisible... ?

Quels médias prévenir, Quelle est l'opinion publique... ?

**Analysez** la crise pour mieux la circonscrire

### Guide de la communication de crise indispensable

Prévoir un scénario

Désigner les personnes capables (responsable, porte-parole...)

Prévenir les rumeurs

Rassurer les éventuelles victimes et le public

Dire la vérité

Ne pas faire de projection, parler de l'état connu

Désigner les médias utiles (locaux, nationaux...)

Prévoir le cheminement de l'information (réseaux sociaux...)

Qui gère l'actualisation de l'information...

## Relations avec les médias en temps de crise

Ni ennemis, ni amis, les médias sont un vecteur de communication  
Malgré la pression, ne parlez que de ce dont vous êtes sûr  
Évitez les termes trop techniques, utiliser un vocabulaire simple pour tout public  
Soyez convaincant, les journalistes interprètent suivant leurs intuitions  
Ne portez aucune accusation

## Les interventions dans les médias

Sachez qui est le journaliste, comment le joindre, les thèmes de ses sujets habituels, sa cible  
Préparez l'interview (mots et chiffres clés) ou votre intervention radio ou télévisuelle  
Soyez clair, concis, indiquez qui instruit et gère la crise, et les procédures mises en place.  
Ne parlez que de ce qui est avéré à 100%, gardez toujours en tête le message à faire passer  
Suivez les horaires prévus pour informer de l'état d'avancement  
Astuce : suivez la chronologie des faits, ne spéculiez pas et restez naturel.

## Le communiqué de presse

Le titre doit être assez accrocheur  
Le chapeau de quelques lignes doit livrer les éléments qui vont inciter à poursuivre la lecture (qui? quoi? où? quand? comment? pourquoi? d'où?)  
Le texte (1 page) comporte des intertitres et des paragraphes, à la 3e personne du singulier  
Pas de langage technique, ni d'abréviation, et dater le  
Communiqué le nom et les coordonnées du porte-parole, et ses disponibilités  
Pas de pièces jointes: copier le texte directement dans l'e-mail, précisez l'expéditeur, avec ses coordonnées (adresse e-mail, téléphone, fax).

## La conférence de presse

Attention, assurez-vous de sa pertinence par rapport à la crise traversée  
Invitez la rédaction (pas à un seul journaliste)  
Annoncer de la conférence sur le site internet : Titre, Programme, Noms des intervenants, Lieu, Date, heure, début et durée, Contact  
Anticiper les questions, réfléchir aux réponses, préparer des exemples.  
Préparer les dossiers de presse avec les textes, photos, etc.

Au total, la conférence de presse ne devrait pas durer plus de 1 heure à 1 heure et demie.  
Les journalistes interviewent après la conférence de presse.

ACTCOM peut vous préparer à communiquer en cas de crise.