

---

# **COMMUNICATION DE CRISE**

---

# **DE CRISE COMMUNICATION**

---

GUIDE EFFICACE DE COMMUNICATION EN TEMPS DE CRISE

**Bonjour.**

>>

**VOUS AVEZ ENTRE LES  
MAINS UN DOCUMENT QUI  
VOUS AIDERÀ À DÉVELOPPER  
UN MODÈLE EFFICACE  
DE COMMUNICATION DE  
CRISE DANS VOTRE  
ORGANISATION**

---

QUELLE EST SON UTILITÉ ?

- Éviter une crise provoquée par des problèmes d'organisation interne
- Se préparer à des situations soudaines et inattendues
- Ne pas perdre la tête lorsque le terrain devient glissant



**LA COMMUNICATION  
DE CRISE S'APPUIE  
SUR  
ÉLÉMENTS :**

---

- ① Contrôle des risques potentiels
  - ② Préparation des procédures de réaction à une situation de crise
  - ③ Déploiement des procédures de réaction à une situation de crise
-

# **VEILLONS À CE QUE CES 3 ÉLÉMENTS FONCTIONNENT EFFICACEMENT !**

---

- ① Contrôle  
des risques potentiels**
- ② Préparation des  
procédures de réaction  
à une situation de crise**
- ③ Déploiement des procédures  
de réaction à une situation  
de crise**



# **COMMENT ÉLABORER UN SYSTÈME DE COMMUNICATION DE CRISE ?**

---



# 1 COMMENCEZ PAR UNE ÉVALUATION DE LA SITUATION

ANALYSE DE LA SITUATION ACTUELLE AU SEIN DE L'ORGANISATION ET DANS SON ENVIRONNEMENT

Connaissez votre organisation et son environnement (vos clients et concurrents) : vérifiez comment ils communiquent, avec qui et de quoi parlent-ils ?

## Identifiez les leaders d'opinion en ligne et hors ligne:

- observez leurs messages/réponses : s'ils s'avèrent critiques, ils peuvent constituer une source additionnelle très défavorable d'informations négatives
- vérifiez si les leaders peuvent vous aider à distribuer du contenu sur l'état actuel de votre gestion de la crise

## Identifiez les risques qui peuvent conduire à une crise.

Distinguez:

- **les risques internes** (par ex. les problèmes résultant de la gestion, d'un conflit au sein de l'organisation, d'un manque de communication interne)
- **les risques externes** (le commentaire d'un client/concurrent mécontent dans les réseaux sociaux, un article de presse, une situation extraordinaire, etc.)

Demandez-vous comment ces risques peuvent être interprétés par:

- les salariés
- les partenaires de l'organisation
- les clients de l'organisation
- la communauté locale
- les médias



Chaque groupe peut percevoir différemment un risque donné. Par exemple, l'introduction de règles SST particulières liées au COVID-19 au sein d'une société aura une signification essentielle pour la sécurité des salariés, mais elle peut également devenir un sujet de prédilection pour les médias qui compareront la manière dont les employeurs veillent à la sécurité de leurs salariés.



**COMMENT ÉLABORER UN  
SYSTÈME DE COMMUNICATION  
DE CRISE ?**

---

**ÉTAPE 2**

# 2

## CONSTITUEZ UNE ÉQUIPE DE CRISE

**Constituez une équipe !** En situation de crise, le soutien est absolument nécessaire. Si votre organisation est importante, invitez dans l'équipe des représentants des différents départements, ce qui vous permettra d'avoir une vue d'ensemble de la situation.

- **Élaborez :**

La composition de l'équipe (demandez-vous de qui vous avez besoin dans l'équipe et informez les membres de la constitution de l'équipe)

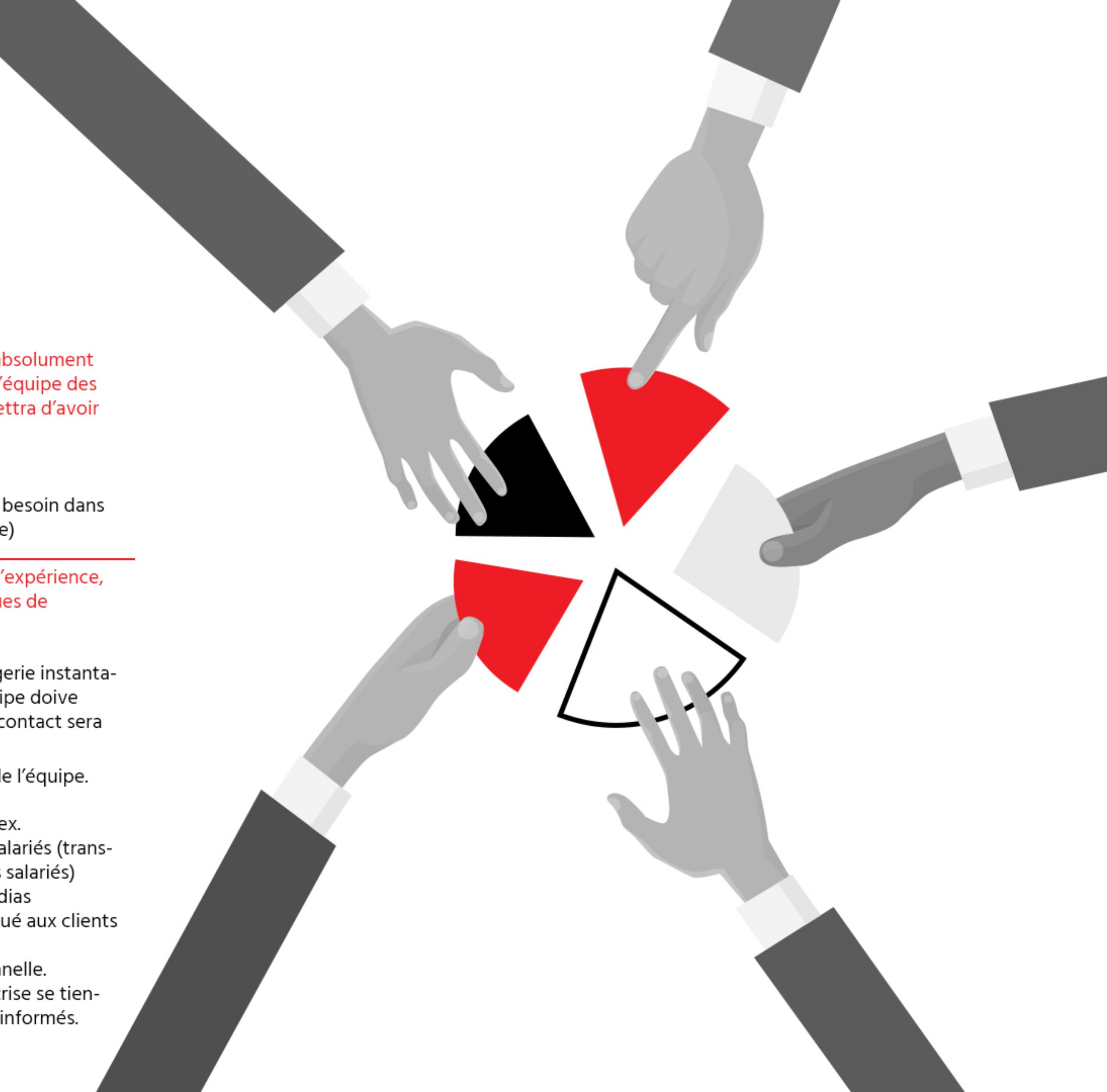


**N'OUBLIEZ PAS !** Suivant les besoins, l'étendue de la crise et l'expérience, vous pouvez constituer l'équipe sur la base des personnes issues de l'organisation ou être assisté par des experts de l'extérieur.

- Les méthodes de communication (réunion, téléphone, messagerie instantanée) sont importantes ; il peut s'avérer que la réunion de l'équipe doive être organisée rapidement, mieux vaut prévoir quel mode de contact sera le plus facile pour les membres de l'équipe.
- Déterminez également la circulation de l'information au sein de l'équipe.

Attribuez des tâches concrètes aux membres de l'équipe, par ex.  
la personne A est responsable de la communication avec les salariés (transmission des informations et collecte des questions venant des salariés)  
la personne B est responsable du contact exclusif avec les médias  
la personne C est responsable de la préparation du communiqué aux clients

Lorsque surviendra une crise, votre équipe doit être opérationnelle.  
Préparez-vous à ce que les réunions de l'équipe en temps de crise se tiennent régulièrement, parfois plusieurs fois par jour, pour rester informés.



**COMMENT ÉLABORER UN  
SYSTÈME DE COMMUNICATION  
DE CRISE ?**

---

**ÉTAPE 3**

# 3

## ABORDEZ LA COMMUNICATION DE CRISE AVEC VOTRE ENVIRONNEMENT



### Communication interne (pour les salariés, les membres de l'organisation)

Les membres de l'organisation doivent savoir ce qui se passe dans l'organisation, quelles actions sont entreprises par l'équipe de crise, quels sont les plans de l'organisation. Il est indispensable que les membres de l'organisation soient informés des réactions de l'organisation à la crise par des communiqués qui leur sont adressés directement. Nous augmenterons ainsi le sentiment d'appartenance des différentes personnes à l'organisation, nous éviterons les rumeurs et les messages non vérifiés qui peuvent influer sur l'organisation de manière négative.

#### Les communiqués doivent :

- être transmis régulièrement à tous les salariés
- être rédigés de manière simple et compréhensible, ils mentionnent des faits !
- faire preuve d'empathie
- être cohérents



#### Conseil

Dans la communication interne, nous sensibilisons les salariés au fait que tous les commentaires relatifs à la situation de crise et à la politique de l'organisation sont donnés par les personnes attitrées. Par exemple, si un journaliste essaie de contacter un salarié, ce dernier doit savoir que l'attaché de presse/le responsable des RP/le vice-président/le président est responsable dans la société de la communication avec les médias et il doit rediriger le journaliste vers la dite personne.

### Communication externe (par ex. destinée aux partenaires commerciaux, aux clients, aux médias, etc.)

Le rôle de l'équipe de communication de crise est de préparer les communiqués appropriés qui seront transmis au public. Dans les messages, il convient de se concentrer sur les faits et les plans destinés à sortir de la situation de crise. Au moment de l'identification d'une source potentielle de crise, il est utile d'élaborer avec l'équipe des modèles de communiqué. Ainsi, lorsque surviendra la crise, nous pourrons nous référer aux solutions déjà préparées et les mettre aussitôt en œuvre.

#### Ce qu'il est utile de préparer :

- les informations de base sur l'organisation
- les faits et les données
- un modèle de déclaration
- l'envoi essentiel des informations / il est parfois bon de les relier à la mission de la société

#### De quelle manière l'organisation peut-elle réagir en situation de crise ?

- Communication réactive et contrôle ultérieur de la situation : nous faisons référence à une situation qui a déjà été commentée par le public
- Entretien avec un journaliste, éclaircissement / mise à disposition de davantage d'informations - l'action peut être aussi bien réactive que proactive - lorsque, en tant qu'organisation, nous émettons un communiqué en anticipant d'éventuels commentaires du public.
- Envoi d'une déclaration - communiqué officiel
- Organisation d'un briefing / d'une conférence de presse
- Demande d'exercer son droit de rectification - lorsque les informations sur la crise sont inexactes.

# **COMMENT ÉLABORER UN SYSTÈME DE COMMUNICATION DE CRISE ?**

---

**TAPÉ 4**

# 4

## MIEUX VAUT PRÉVENIR QUE... - PLAN D'ACTIONS CORRECTIVES

---

Il s'agit d'un plan d'actions orienté vers la réduction maximale du risque surgissant de crises successives. Si en analysant divers aspects de l'activité de votre organisation vous percevez des lacunes susceptibles de conduire au déclenchement d'une crise ultérieure, essayez de maîtriser le problème avant qu'il ne prenne l'ampleur d'une crise. Prenez en compte les stratégies à court et long terme de votre organisation.



---

**N'oubliez pas que les actions entreprises par votre organisation doivent être cohérentes et faire référence à la stratégie d'action de toute l'organisation.**

---

## SURVEILLEZ LA SITUATION !



**LET'S GO!**

---

**N'OUBLIEZ  
PAS!**

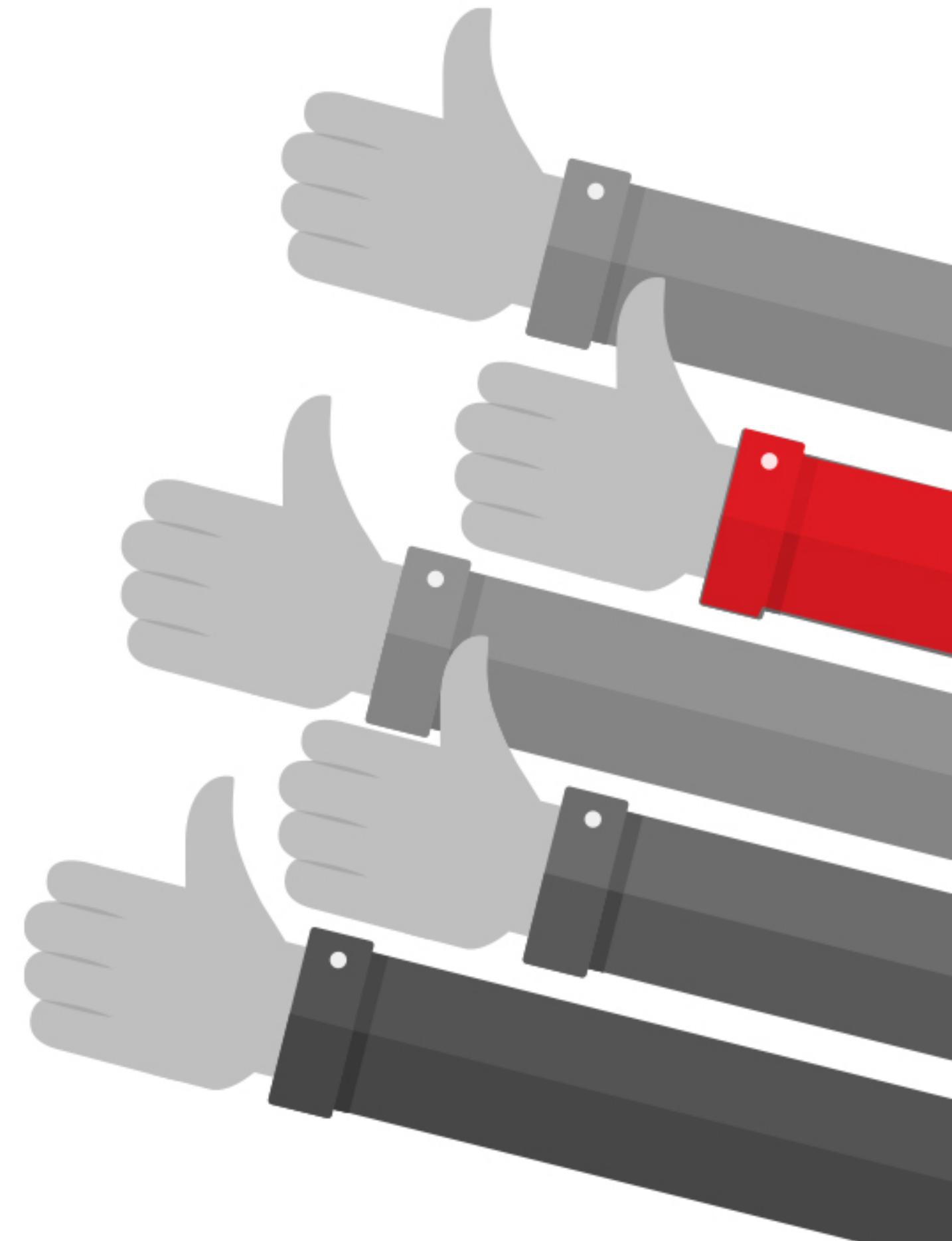
---



# CARACTÉRISTIQUES DE LA COMMUNICATION DE CRISE :

---

- En accord avec les valeurs et la philosophie de l'organisation
- S'en tenir aux faits, éviter la spéculation
- Se concentrer sur l'avenir proche, sans négliger les effets à long terme
- Soutien des déclarations par des données chiffrées, par des déclarations d'experts
- Toute information transmise doit être vérifiée
- Engagement démontré dans la résolution du problème
- Responsabilité
- Valeurs affichées dans l'activité au quotidien



---

**BON COURAGE !**

---

**VOUS AVEZ  
D'AUTRES  
QUESTIONS ?**

ÉCRIVEZ OU APPELEZ

**Bonjour.**

**BASIA MAN**

+48 883 304 433

[basia@bonjour.pl](mailto:basia@bonjour.pl)