

Vidéo 2

Les médias et la communication de crise

Nous venons de voir que la communication de crise, au sens large du terme renferme 3 modalités de communication en situation dégradée, mais le plus souvent en cas d'événement, ces 3 modalités sont combinées ou se succèdent dans le temps, il y a donc combinaison communicationnelle.

Nous allons maintenant voir quelles sont les spécificités de cette communication de crise et quelles sont les clés d'une bonne communication en situation exceptionnelle.

Avant de mettre en œuvre un dispositif, un plan de communication de crise, il paraît nécessaire de s'interroger sur les attentes des médias, afin d'y répondre au mieux.

L'information des populations est un des fondements de la démocratie. Nombre de médias partent du postulat que la communication faite par les institutions sert leurs intérêts et doit donc être, par nature, mise en doute. Alors que les médias, souvent présentés comme le quatrième pouvoir, recherchent l'intérêt général, servent la démocratie en offrant la vérité aux citoyens.

Il faut aussi avoir à l'esprit que l'exceptionnel reste le « sel du métier » de l'information. Que le drame peut être une « bonne nouvelle » médiatique, en effet, le drame focalise l'attention du public, car il met en scène des personnes ordinaires auxquelles le public peut facilement s'identifier.

Les médias cultivent ainsi une culture d'opposition. Pour remplir leur mission, l'information vraie des populations, ils cherchent toujours à garder leurs distances avec la source d'information, à toujours mettre en doute l'information qui leur est communiqué. La recherche du scoop est alors le but ultime, l'information débusquée, révélée, reste la meilleure.

Quels éléments de communication seront attendus en cas de crise?

Nous pouvons identifier trois phases :

- la première que nous appellerons « la course folle à l'information » relève de l'information de crise. Il s'agira alors de donner des éléments sur ce qui se passe, où cela se passe, quels en sont les causes, et qu'est ce qui est mis œuvre pour y faire face ;
- la deuxième phase aura pour but de comprendre la situation, quelles sont les causes de l'événement, les circonstances dans lesquelles il s'est produit ;
- et enfin la troisième phase au cours de laquelle il s'agira de déterminer les responsabilités dans la survenance de la situation, le rôle exact de l'ensemble des acteurs.

Faisons maintenant un point sur les questions types qui pourront être posées en cas de crise, questions qui varieront selon le type de crise à traiter.

D'abord des questions sur les faits qui seront relatives aux personnes concernées, aux lieux, au nombre de victimes ou de blessés, au nombre d'évacués, aux éventuelles visites

d'autorités.

Puis des questions sur le contexte : quelle est l'ampleur de l'événement, est-il comparable à un événement précédent, y avait-il des plans de secours prévus, les intervenants étaient-ils formés à la gestion de ce type de crise,.

Mais aussi des questions éventuelles sur l'organisation qui doit faire face à cette crise : quels sont les rôles de chacun, exploitant, autorités, contrôleur. Des interrogations également sur les acteurs de la crise, les victimes, les sauveteurs, les responsables éventuels.

Ensuite des questions sur l'existence d'une enquête en cours, des remises en cause, des responsabilités à établir, y aura-t-il des poursuites, des sanctions, disciplinaires, judiciaires.

Puis viendra le temps des suites données à cet événement, des leçons à en tirer, des commémorations.

Face aux attentes des médias en matière de communication de crise, voyons les attitudes qu'il convient de proscrire pour ne pas risquer le « KO médiatique » :

- cacher le problème ou refuser de parler, comme nous l'avons dit la société actuelle est une société de communication, dans tous les cas l'information circulera alors il vaut mieux la maîtriser au moins un peu ;
- rassurer avant de savoir, présenter des certitudes absolues, en situation de crise, le communicant qui reviendrait, après quelques heures, sur des éléments importants annoncés trop vite ou avec trop de fermeté perdrait certainement en crédibilité non seulement sur sa capacité à communiquer mais aussi sur sa capacité à gérer la crise ;
- recourir à une attitude hautaine, employer un langage technique inaudible couperait certainement le communicant de son objectif qui est d'informer et d'expliquer la crise ;
- refuser toute responsabilité *a priori* avant même que toute la lumière soit faite sur les événements et *a fortiori* lorsque celle-ci semble pouvoir être mise en cause.