

Communication de crise et responsabilité environnementale

Sabine Huc - 26 novembre 2007

1. Introduction

- **L'environnement**
 - Une science en pleine évolution
 - Une prise de conscience progressive
 - La mise en lumière des erreurs du passé
- **La législation**
 - Vise à contraindre les pollueurs
 - Formalise l'évolution des mentalités
 - Du citoyen
 - De la presse
 - Des professionnels de l'environnement...

1. Introduction

- **Une entreprise, un dirigeant responsable**

- Assume une lourde responsabilité
- Doit être conscient
 - Du contexte environnemental
 - Du contexte réglementaire
- Doit agir
 - Accepter d'investir
 - Adapter son organisation
 - Faire évoluer la culture d'entreprise

=> Dans un domaine pointu et encore souvent mal maîtrisé...

1. Introduction

- **Pour faire face, le dirigeant doit**
 - Arriver à maîtriser la complexité du système
 - Savoir prendre des risques
 - Le risque de déclencher le problème
 - Et si ce n'était pas nous ?
 - Et si le problème s'arrangeait sans notre intervention ?
 - Le risque de reconnaître les erreurs
 - Le risque de ne pas se relever...
 - Etre préparé à gérer la crise

1. Introduction

- L'expérience montre que
 - Les erreurs du passé vous poursuivent toujours, mieux vaut les assumer
 - Plus rapide est la prise de conscience du problème, plus facile est sa résolution
- ⇒ La crise nous guette tous : la préparation = 90% du succès!

2. Quelques exemples

- Montage vidéo

3. La crise

- Quelle que soit la situation...
 - La crise fait peur
 - Elle paralyse
 - Au moment où il s'agit d'agir rapidement
 - La crise est un moment de vérité
 - Pour le système
 - Pour les acteurs
 - Pour les témoins

3. La crise

- La communication en situation de crise

- Elle permet
 - aux acteurs d'être plus efficaces ensemble
 - de gérer les médias
 - de gérer l'opinion publique
- Mélange
 - de comportements préparés
 - d'actions réflexes
 - d'improvisations créatives

=> La crise exige une grande maîtrise des règles de communication

4. Les phases d'une crise

- Une crise peut être très brève (quelques heures) ou très longue (quelques années)

1. Le déclenchement

- « Coup de tonnerre »
- Début de panique - réactions réflexes
- **Communication d'urgence**
- Recherche d'un « bouc émissaire » : ce n'est pas moi, c'est l'autre !

2. L'installation

- Mise en place de la structure de crise
- Analyse
- Changement de référentiel (« plus comme avant »)
- **Communication de fond**

4. Les phases d'une crise

3. La gestion de la crise

- Modification durable de l'organisation
- Trouver des réponses efficaces à long terme
- Changer la culture de l'organisation
- **Communiquer sur les solutions mises en oeuvre**

4. L'après-crise

- « Fin d'alerte »
- Ce que la crise a changé
- **Communiquer sur le changement**

5. Attitude vis-à-vis de la crise

- Il faut adopter une attitude mentale positive
 - La crise est « naturelle » : elle fait partie des risques de la vie
=> Dédramatiser
 - La crise est un défi à transformer en opportunité
=> Une expérience enrichissante
 - La crise est d'autant plus difficile qu'on est impliqué personnellement
=> Savoir prendre du recul

6. Comment se préparer à la crise ?

- **Disposer**
 - De politiques claires en matière d'environnement, de sécurité, d'assurances, de communication...
 - D'outils de communication de base
 - De réseaux efficaces (internes et externes)
- **Rendre l'organisation capable**
 - De répondre aux nécessités des crises potentielles connues
 - De s'adapter rapidement
- **S'exercer**
 - A organiser la mobilisation
 - A agir ensemble dans des circonstances imprévues

6. Comment se préparer à la crise ?

- Et le moment venu
 - Garder la maîtrise de la communication
 - En interne
 - Un porte-parole
 - Un message
 - En externe
 - Ne pas se taire (parler du processus en cours)
 - Informer tous les publics concernés
 - Organiser l'accueil
 - S'engager
 - A donner des informations
 - A mettre en place les dispositions nécessaires pour résoudre le problème...

6. Comment se préparer à la crise ?

- Rédiger le message
 - Objectif (ne pas porter de jugement)
 - Rassurant (si possible)
 - Remis dans son contexte global
 - Vrai (ne jamais mentir)
- Etre créatif
 - De là sortira la solution !
- En tirer les conséquences à long terme

7. Conclusion

- Une entreprise responsable
 - Une entreprise armée pour affronter la crise
 - Une entreprise capable de transformer chaque problème en axe de progrès

Communication de crise et responsabilité environnementale

Sabine Huc - 26 novembre 2007