

Fiche 17

Face à la crise : analysez la situation

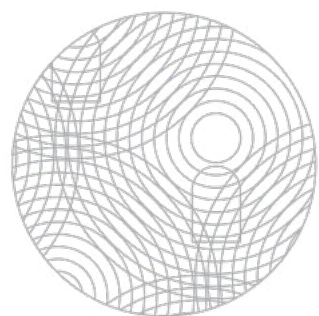
Un groupe citoyen critique de manière virulente, sur les médias sociaux, le programme phare de votre institution, en citant certaines données hors de leur contexte. Le directeur des affaires publiques débarque dans votre bureau, en criant à la désinformation. En tant que directrice des communications, on vous intime d'agir.

Face à une crise impliquant des informations trompeuses, la première étape consiste à analyser le phénomène dans son contexte, afin de faire preuve de discernement dans des situations complexes, émotives, et pleines d'incertitude. Vous pourrez ensuite décider, de la manière la plus éclairée possible, de la stratégie à adopter

Fiche 18.

Six points pour renforcer votre discernement en temps de crise

- **Cherchez d'abord à vérifier ce qui se passe.** Posez des questions aux personnes qui possèdent de l'information (gestionnaire de médias sociaux, direction des communications, sécurité informatique).
- **Méfiez-vous des effets grossissants** générés par la surprise, la couverture médiatique, l'émotion de voir votre organisation affectée, etc.
- **Ramenez la crise à sa juste proportion.** S'étend-elle dans un cercle de personnes convaincues seulement? Est-elle délimitée à un secteur?
- **Résistez à la tentation de présumer que les personnes impliquées sont mal intentionnées.** Ces dernières sont peut-être mal informées.
- **Attention à ne pas confondre les faits et les volontés gouvernementales.** Il est légitime que les volontés gouvernementales fassent l'objet de contestation, mais moins les faits.
- **Prenez en compte le niveau d'incertitude** relié aux informations dont vous disposez.



Fiche 17

Face à la crise : analysez la situation

Délimitez le désordre informationnel

Sur la base d'un travail de veille ciblée (Fiche 10) et de la typologie des désordres de l'information (voir p. 10), tentez de répondre aux questions suivantes :

- En quoi l'information est-elle trompeuse? Tentez de la qualifier.
- Quelle est l'intention affichée des auteurs ou des autrices?
- Peut-on identifier les autrices ou les auteurs? A-t-on affaire à un groupe structuré?
- Quels canaux et quels formats sont utilisés?
- Dans quelle mesure l'information trompeuse est-elle étendue? Dans quelles sphères d'activité, dans quelles communautés?
- Quel est le phénomène social sous-jacent? Essayez de comprendre les origines de la situation, car un désordre de l'information n'émerge jamais de nulle part.

Évaluez les dommages potentiels

- **Sur votre public** : capacité à accéder à vos services, nombre de personnes potentiellement atteintes.
- **Sur la capacité à réaliser votre mission** : effets sur le personnel et sur les services, perte de ressources.
- **Sur votre réputation et sur votre stratégie institutionnelle** : capacité à déployer le plan stratégique, crédibilité de l'institution, image de marque.
- **Sur les autres organisations publiques** : capacité à réaliser leur mission, réputation.
- **Sur la société québécoise** : tensions sociales, perte financière pour l'État, effets sur l'économie, réputation et autonomie du Québec.

En temps de crise, vous ne devriez jamais perdre de vue que votre priorité est d'assurer la sécurité de la population et de préserver le lien de confiance avec les institutions publiques. À ce titre, vous ne devriez pas seulement penser à protéger les intérêts de votre organisation, mais aussi ceux des publics, des autres organisations publiques, et de la société québécoise.



Pour aller plus loin