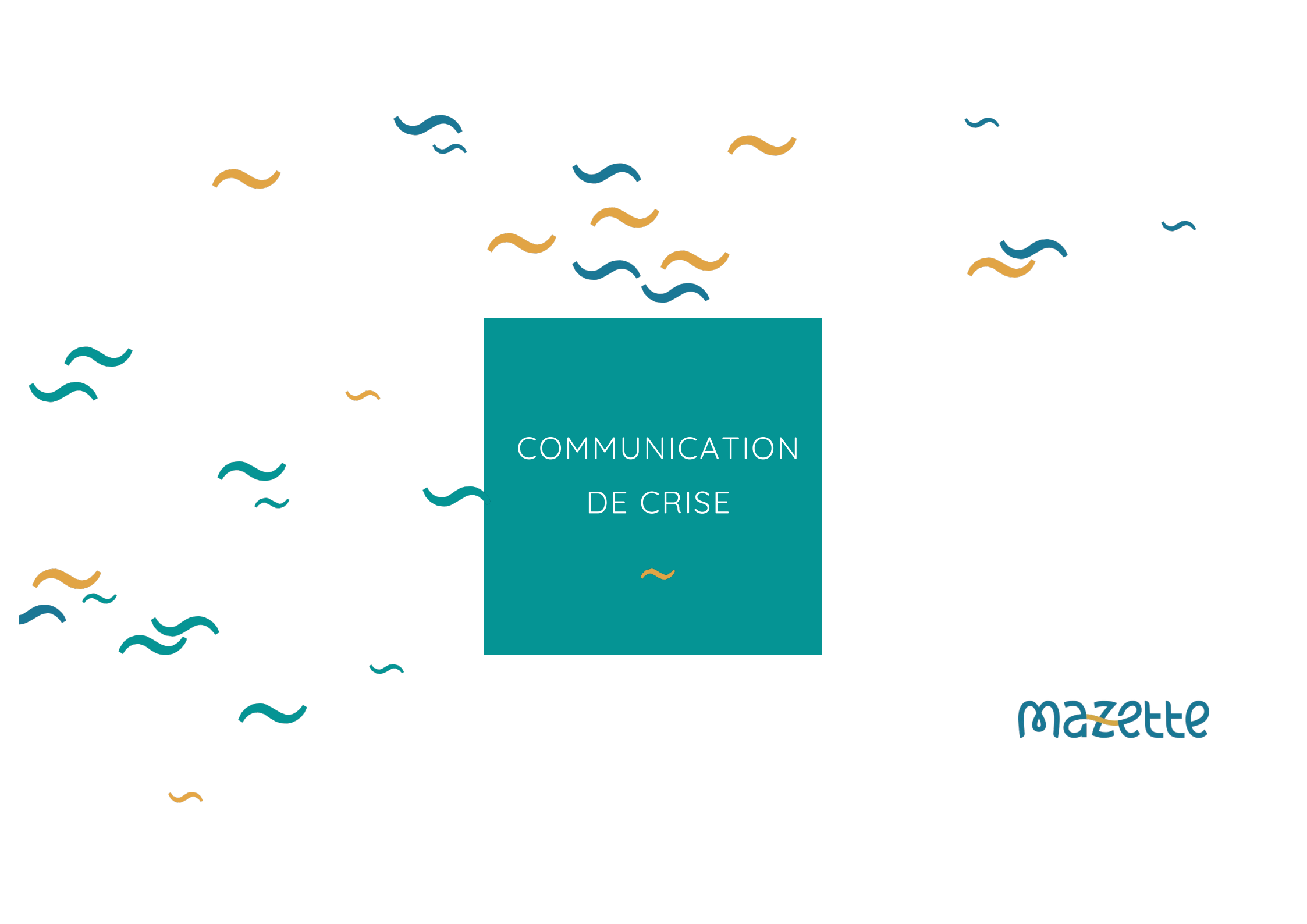


The background of the slide is white and filled with numerous small, stylized wavy lines in teal and orange, scattered across the entire area. A large teal square is positioned in the center-right of the slide.

COMMUNICATION DE CRISE

mazette



1

UNE CRISE, C'EST QUOI ?

ATELIER

1. ACTUALITÉS



1. ATELIER

QU'EST-CE QU'UNE CRISE ?

1. La **mise en péril des objectifs premiers de l'organisation** : renvoi à l'événement de la crise. En état de crise, les objectifs premiers de l'organisation sont perturbés. Un accident ne se transforme en crise que lorsqu'il est ingérable.

2. **Le décompte, l'urgence** : le manque de temps opportun pour formuler une réponse est un point fondamental. La gravité de la situation implique une réaction immédiate.

3. La **surprise** ou le coup de théâtre : la phase inattendue et mystérieuse pour les décideurs. C'est la dimension inattendue.

1. ATELIER

SPÉCIFICITÉS CULTURELLES

1. Capital symbolique
2. Lien aux publics
3. Financements croisés
4. Incarnation des projets
5. Gouvernance partagée
6. Moyens budgétaires et humains contraints
7. Visibilité médiatique



2

LES PHASES

2. PHASE 1

ATELIER - COMMUNICATION DE CRISE

1. La **phase préliminaire** : l'organisation se doit d'être à l'affût de premiers signaux pouvant mener à une crise en tout temps.



2. ATELIER - COMMUNICATION DE CRISE

2. PHASE 2

2. La **phase aigüe** : L'événement déclencheur amène de façon rapide et intense l'organisation en situation de crise et l'oblige à réagir.



A la Bobine, c'est plus compliqué, car l'association qui gère le lieu est directement mise en cause (l'affaire bruissait déjà dans Grenoble avant Balance ton Bar). La victime présumée raconte sur Instagram avoir été agressée à plusieurs reprises par un serveur – elle affirme n'être pas la seule –, et accuse l'association Projet Bob de ne pas l'avoir écoutée et d'avoir mis de longs mois à réagir. Cette dernière a répondu publiquement le 24 novembre. Elle explique que son action a été freinée par les dispositions du code du travail (on ne licencie pas quelqu'un du jour au lendemain sur la base d'un seul témoignage, si édifiant soit-il), reconnaît « *la légitime colère des victimes* » et présente « *ses excuses* ». Un communiqué en clair-obscur, puisqu'il défend la position évidemment anti sexiste de l'asso, sans être très éclairant sur les faits. « *Ça nous affecte beaucoup, d'autant que nous travaillons sur l'égalité de genre depuis longtemps* », confie Steeve, membre du conseil d'administration de la Bobine. Son collègue Jérémie renchérit : « *Bien que l'on n'ait jamais prétendu être les rois de la question, on ne s'attendait vraiment pas à ce que cela vienne de l'intérieur...* » Depuis, la Bobine a investi dans les fameux capuchons à verres, a renforcé l'affichage, et surtout la sensibilisation de ses équipes. C'est là qu'elle sollicite les pouvoirs publics. En tant qu'association, elle a besoin d'aide pour financer et mettre en œuvre ces formations. Du côté de l'Ampérage, Laurence Tadjine regrette également que les moyens alloués aux associations de prévention ne soient pas plus conséquents.

2. PHASE 3

ATELIER - COMMUNICATION DE CRISE

3. La **phase chronique** : La phase chronique est caractérisée par une réduction progressive de l'attention médiatique ou du grand public.



Accueil > Société

Après cinq mois d'occupation et de fermeture, quel avenir pour la Gaité lyrique ?

Les représentants de la Gaité lyrique, en situation précaire, dénoncent un revirement dans les engagements de la Ville de Paris. Une situation qui met en lumière les tensions croissantes entre collectivités locales et établissements culturels.



Rassemblement en soutien aux mineurs isolés occupant la Gaité lyrique après l'ordre d'évacuation par la préfecture de police de Paris, le 17 mars 2025. Photo Bastien Ohier/Hans Lucas/AFP



Le magazine en format numérique

[Lire le magazine](#)

Jura

Les financeurs du Moulin de Brainans réunis, les travaux bientôt lancés ?

Le soutien au Moulin de Brainans ne se dément pas, côté spectateurs. Dans les coulisses, le président du Cœur du Jura, Dominique Bonnet, a rencontré les potentiels financeurs depuis la validation du projet en conseil communautaire. Le Département était absent de la réunion.

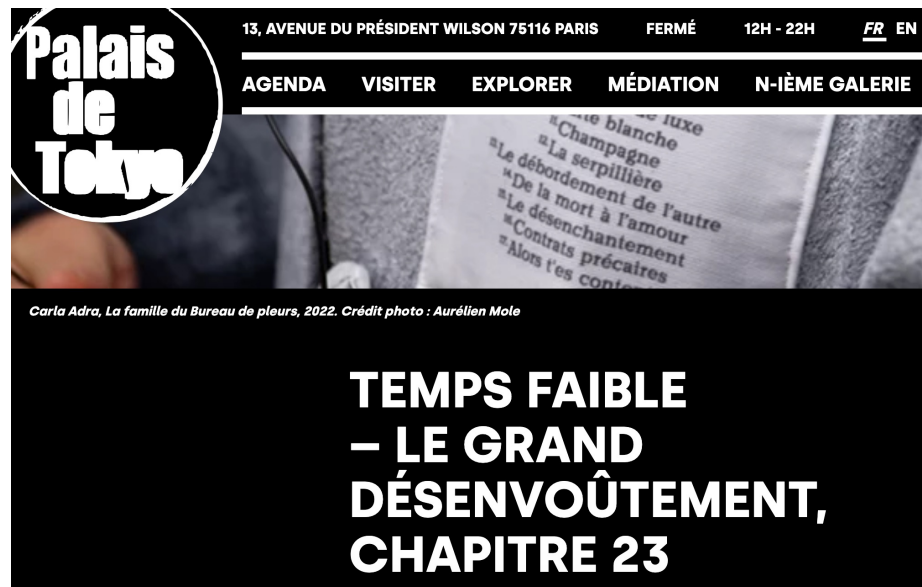
Maryline Chalon - 12 mars 2025 à 18:00 - Temps de lecture : 3 min



2. PHASE 4

ATELIER - COMMUNICATION DE CRISE

4. La phase de **cicatrisation** : retour au fonctionnement normal de l'organisation, et l'impulsion d'un nouveau cycle.





3

STRATEGIES

3. STRATÉGIES CHOIX



RESPONSABILITÉ



DÉFENSE



CONTRE-ATTAQUE

3. STRATÉGIES LES MOTS

Les mots qui **qualifient la crise** traduisent la posture / la stratégie de celui ou celle qui les exprime.

Exemples :

- Un événement regrettable > Neutralité / Minoration
- Une horreur absolue > Empathie / Sidération
- Un incident isolé > Minoration
- Une infamie historique > Combatif / Indignation
- Un contre-temps déplorable > Minoration / Faible impact
- Un débat vif > Constructif / Reconnaissance

3. DIRE LA CRISE

EXEMPLE

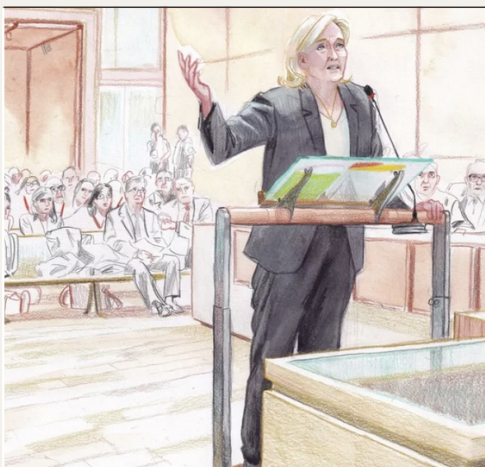


~~Divorce~~

> "Conscious uncoupling"

3. DIRE LA CRISE

EXEMPLE



~~Procès du RN~~

- > “Différend administratif”
- > “Coup d’état” / “Démocratie assassinée” / “Décision politique”

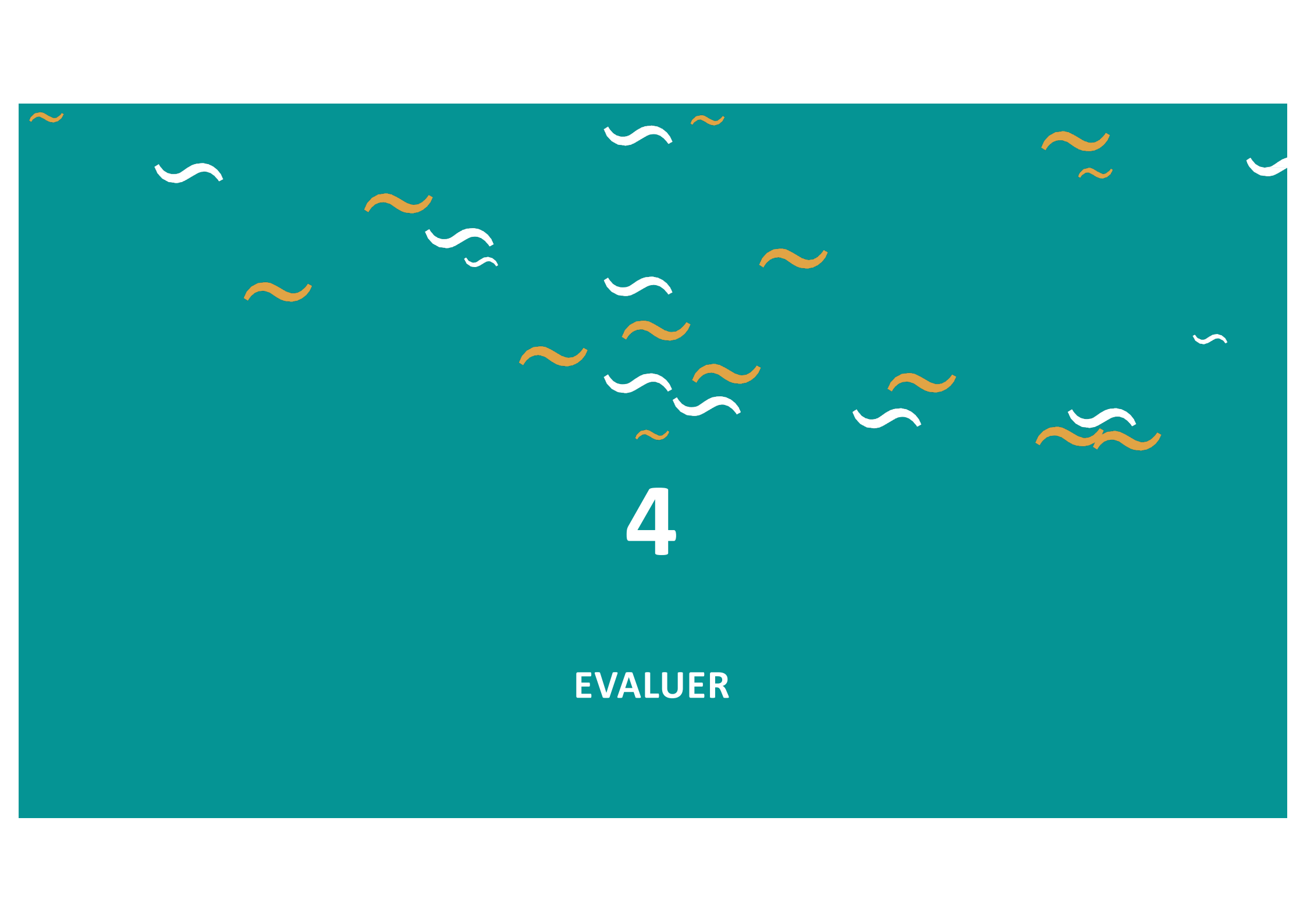
3. DIRE LA CRISE

EXEMPLE



BAL DES ARDENTES dans un couvent désacralisé **Annulé / Reporté en raison de pressions de groupes catholiques**

- « Débauche irrévérencieuse » selon Elie Guyon, le responsable des jeunes Républicains en Mayenne
- « *Hommage vivant* » selon le député de la 3^{ème} circonscription de La Mayenne, Yannick Favennec
- « *rituel thérapeutique* » selon l'association Tribu



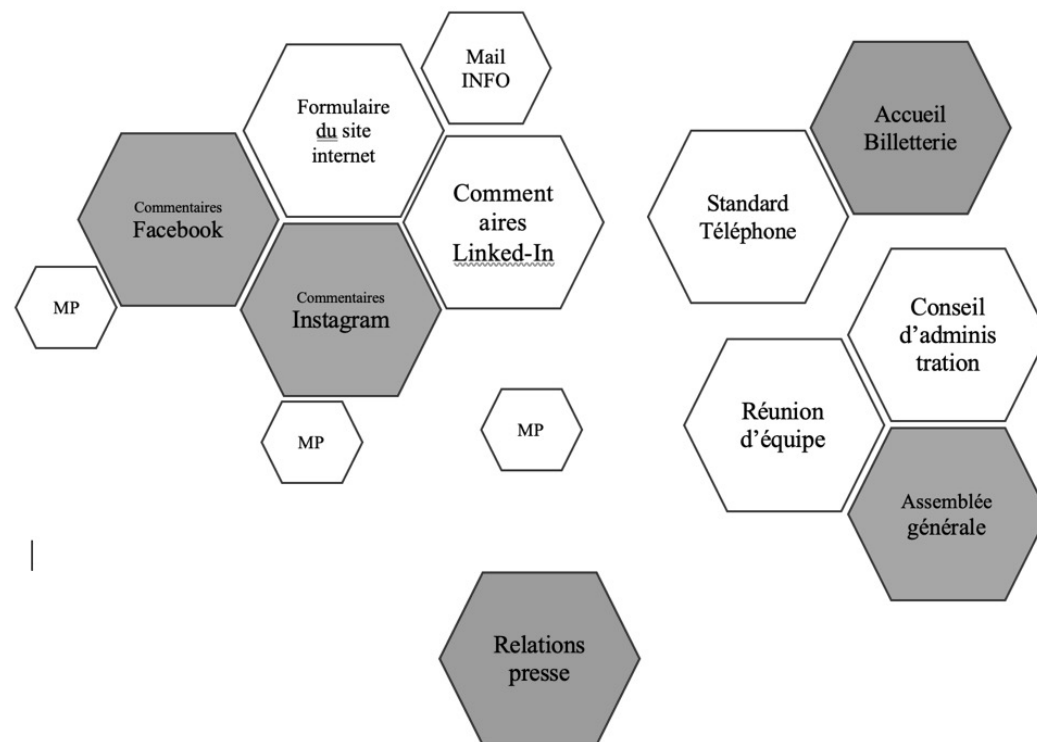
4

EVALUER

4. ÉVALUER ENJEUX PRINCIPAUX

- Qu'est-ce qui risque de s'interrompre ?
 - Qu'est-ce qui est directement menacé ?
 - Qui relaie l'information ?
 - Qui est concerné ?
-
- Est-ce que votre principal enjeu est **juridique** ? Parce que votre structure est assignée en justice par exemple.
 - Est-ce que votre principal enjeu est lié à **la gouvernance** ? Parce que certains administrateurs souhaitent démissionner.
 - Votre principal enjeu est-il financier avec un problème de **trésorerie à moyen terme** ? Parce qu'un coût inopiné vient faire dérailler votre budget prévisionnel
 - Est-ce qu'il s'agit d'un problème **logistique** ? Parce que vous ne pourrez pas assurer la livraison d'un matériel.
 - Est-ce qu'il s'agit d'un problème de **billetterie** ? Parce que vous allez devoir gérer un remboursement à grande échelle.
 - Est-ce qu'il s'agit d'un problème de **communication** ? Parce que vous avez commis un impair sur les réseaux sociaux.
 - Etc.

4. CARTOGRAPHIE ENDROITS CHAUDS



4. ÉVALUER BALISES D'ALERTE



- Alerte simple
- Social listening
- Tendances de recherche

4. ASTUCES

- Soyez réactifs mais pas épidermiques !
- Accordez-vous à l'émotion principale : tristesse, colère, peur, surprise, dégoût...
- Ne tarissez pas le flow de commentaires : orientez-le ! Formulaires, mail dédié, numéro spécial...
- Soyez **synthétiques**, résumez votre posture stratégique en quelques mots : les socionauts lisent vite et peu.
- En cas de crise en phase aigüe, **l'incarnation est nettement préférable** : la phrase « La Direction et la gouvernance... » sont des terminologies qui ne fonctionnent pas sur les réseaux sociaux. Dites qui parle !
- L'objectif sera de placer votre structure comme étant la source fiable **faisant autorité sur ce qui s'est réellement passé et ce qui est fait**. Les réseaux sociaux sont des **plateformes horizontales** : la posture de condescendance, le jargon technique ne sont pas les bienvenus. Il faut être humble et pédagogue sans infantiliser.
- Pensez toujours à la **dimension visuelle de votre contenu sur les réseaux sociaux**, par exemple, un carrousel avec le texte écrit sur un fond sobre (slider pour les intimes) avec des pages numérotés (afin qu'en cas de partage d'une seule image, les personnes sachent qu'il s'agit d'un texte tronqué).
- Gardez la **possibilité de diffuser votre message en story** et non pas via un post sur les plateformes Meta. Même si cela restera dans la mémoire d'internet et que les gens auront la possibilité d'en faire des copies d'écran, une story est par définition un contenu éphémère (sauf si vous l'épinglez en « une » sur Instagram).
- Autre manière de diffuser le contenu par définition « sensible » : faire un résumé avec un court texte et une image et mettre le lien vers la page du site internet et/ou le PDF du **message officiel dans son intégralité dans le premier commentaire** de l'article s'agissant de Facebook (ou un lien dans la bio dans Insta).

4. ASTUCES LE CAS ETAM

Hier, une femme s'est présentée dans l'un de nos magasins afin d'y déposer sa candidature. La manière dont elle a été reçue par la responsable du magasin et dont nous avons été informés, ne reflète pas nos valeurs. Etam est une entreprise engagée en faveur de la diversité et de l'inclusion et s'oppose fermement à toute forme de discrimination – qui pour rappel est répréhensible par la loi. Dès que nous avons été informés de cette situation, nous avons présenté nos excuses, par la voix de notre Directeur Général, auprès de la personne concernée, qui a rapidement été contactée par nos équipes.

En parallèle, nous avons déclenché un processus d'enquête interne pour déterminer les faits avec précision. La responsable de magasin a été mise à pied à titre conservatoire.

Au nom d'Etam, nous nous opposons à ce traitement et nous nous engageons à ce que sa candidature fasse l'objet d'un traitement équitable dans le cadre de nos processus RH habituels.

Pour autant, nous condamnons fermement les réactions menaçantes dont nous faisons actuellement l'objet et appelons au calme.

Nous tenons à rappeler que la politique de recrutement du groupe Etam, qui concerne 5000 embauches par an en France, s'effectue sur la seule base des compétences et non de l'appartenance religieuse ou politique. Nous demandons en revanche à nos employés en contact avec nos clients, conformément à notre règlement intérieur et comme l'autorise la loi, de respecter dans le cadre de leurs fonctions une totale neutralité dans leur expression comme dans leur apparence. À la lumière de ce qui s'est passé, nous avons décidé de renouveler la sensibilisation de nos équipes, par une formation de nos responsables de magasins, à la question du recrutement tel qu'il doit se passer chez Etam.

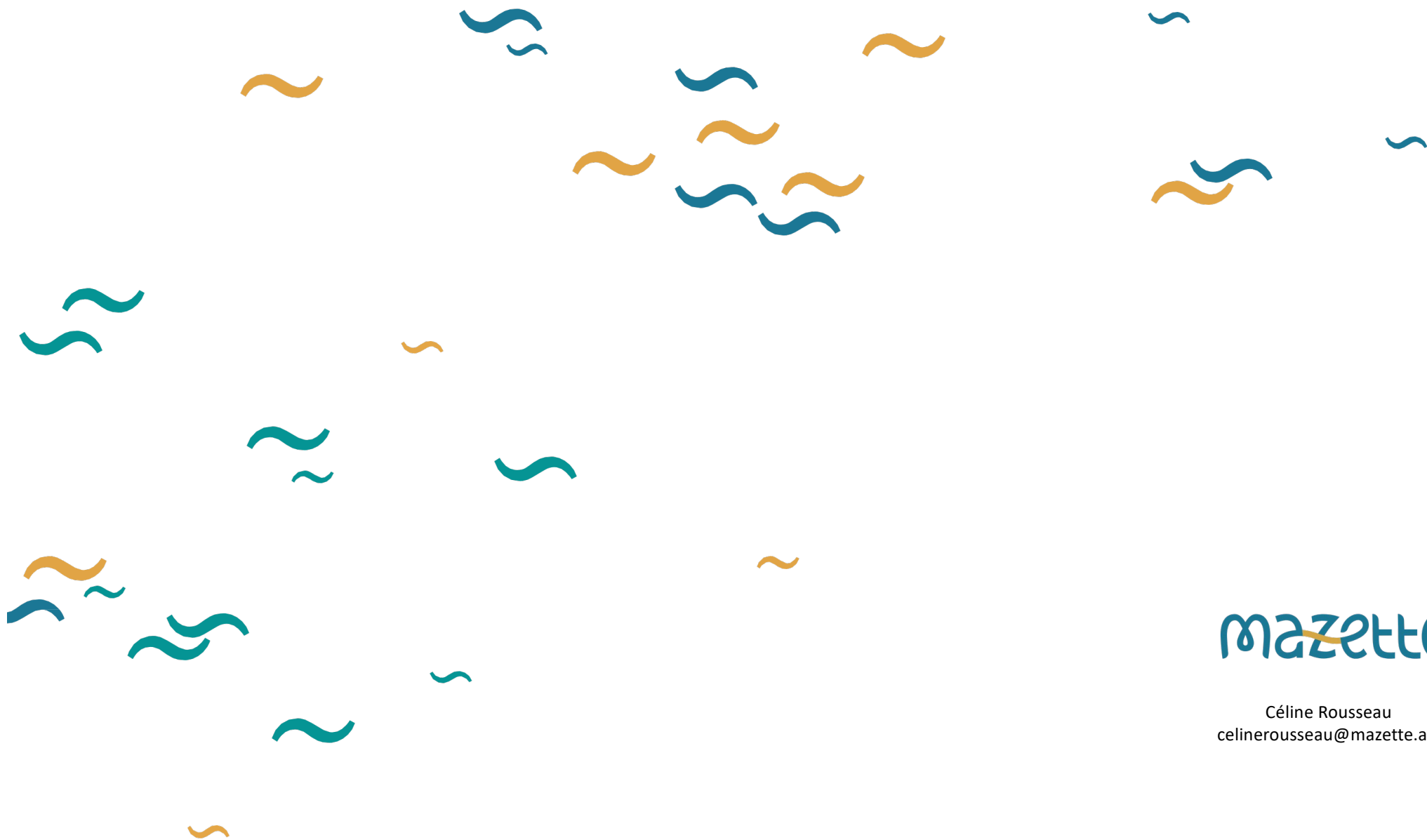
« Bonjour, je suis Cédric, le Directeur d'Etam. Je viens de prendre connaissance de ce qui s'est passé dans notre magasin. Sachez que chez Etam, nous comprenons votre émotion et sommes désolés de ce qui s'est passé. C'est effectivement contraire à nos valeurs ».

Compte ETAM officiel - 12 mars 2019



5

QUESTIONS / RÉPONSES



mazette

Céline Rousseau
celinerousseau@mazette.art