

Communication de crise : Analyse des enjeux stratégiques, politiques et communicationnels

Thèse présentée à la Faculté des sciences de la société de l'Université de Genève

par

Anne-Claude Steiner Mellot

Sous la direction du Professeur Patrick-Yves Badillo

Medi@lab

Résumé

La communication de crise est un domaine transversal de la communication qui occupe aujourd'hui une importance majeure dans les organisations. Les entreprises, tout comme les collectivités publiques, doivent se préparer à gérer des situations de crise et déployer une communication circonstancielle. Aujourd'hui, la notion de crise a profondément changé : « Nous sommes entrés dans une ère d'événements d'un genre nouveau caractérisés par leur vitesse de propagation, leur hypercomplexité, leur dimension mondiale, l'ignorance dans laquelle ils placent les acteurs concernés et le caractère impensable de leur nature »¹, (Lagadec, cité par Delcayre, 2009, p.1) observe Patrick Lagadec, professeur à l'Ecole Polytechnique. L'évolution des métiers de la communication, l'ampleur des crises, le positionnement de l'opinion publique, sont donc autant d'éléments qui complexifient la gestion de la communication de crise.

Domaine couvert par plusieurs auteurs, nous nous intéressons dans ce travail à la gestion de la communication de crise dans le secteur public. En effet, les administrations et entreprises qui évoluent dans ce secteur bénéficient d'un statut particulier qui induit une gouvernance par une logique politique, fortement réglementée. Leurs tâches et leurs objectifs sont également différents. Il s'agit de mettre en place et de gérer des prestations pour les citoyens et de déployer des politiques publiques pour répondre à des besoins et à des problématiques de société. Enfin, le secteur public se distingue par le fait que la concurrence est quasi inexistante.

Ainsi, ce travail nous mènera à analyser plus spécifiquement les particularités et les enjeux politiques, stratégiques et organisationnels de la communication de crise dans

¹ <http://www.strategies.fr/actualites/agences/122090W/comment-la-grippe-a-bouleverse-la-communication-de-crise.html>

le secteur public genevois. Pour répondre aux questions qui guident cette recherche, des entretiens qualitatifs semi-dirigés ont été menés auprès de dirigeants, responsables communication et journalistes. Un échantillon de l'opinion publique a également été sondé sur ses attentes et besoins par un court questionnaire quantitatif. Cette analyse débouche sur l'élaboration d'une méthodologie, d'un guide avec des outils pratiques.

Ainsi schématiquement, voilà le système étudié dans cette recherche :

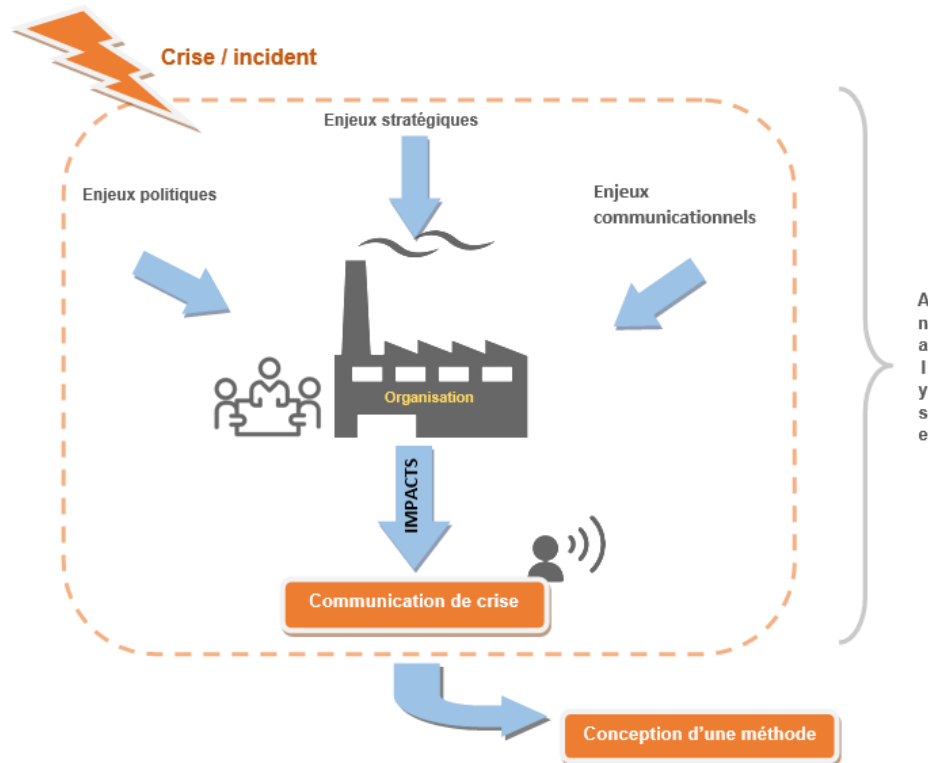


Figure 1 Problématique de la recherche © Anne-Claude Steiner

En conclusion, les éléments analysés dans cette recherche volontairement pratique et proche du terrain, fournissent des informations à même d'aider les entreprises à se préparer à affronter des périodes sensibles. Par ailleurs, la méthodologie élaborée propose des outils spécifiques pour chaque étape. Ils permettent d'améliorer la communication en rapport avec la perception de l'opinion publique et des enjeux d'une communication finement définie.

Contact :

Anne-Claude Steiner Mellot
076 587 46 21 ou anne@zencorp.ch