*Lorsqu’une crise se produit,* *il est essentiel d’y être préparé tout en demeurant ouvert et honnête dans toutes ses communications.* *Ce document présente des lignes directrices précises à l’intention des personnes qui doivent jouer le rôle de porte-parole.*

Lorsque vous communiquez de l’information à la suite d’un événement inattendu, les éléments les plus importants à appliquer sont les suivants :

DIRE LA VÉRITÉ **–** RÉAGIR EN PREMIER **–** RÉPÉTER LE MESSAGE **–** FORMER SES COMMUNICATEURS ET COMMUNICATRICES

À FAIRE

* Lorsque vous vous préparez à l’arrivée d’une crise potentielle, vous devez désigner à l’avance une personne ou une équipe qui sera responsable des communications en temps de crise. Assurez-vous qu’elles sont dûment formées en vue de comprendre tous les aspects des communications de crise et de représenter l’organisation correctement au moment de rassembler et de diffuser l’information.
* Faites preuve de jugement et de rigueur au moment de choisir une ou un porte-parole. Vous avez besoin d’un bon communicateur ou d’une bonne communicatrice qui s’exprime de façon claire. La personne choisie doit être capable de transmettre un message avec autorité et crédibilité. Idéalement, il s’agit d’une personne dans l’organisation qui a établi des liens de confiance avec les parties prenantes. Bien souvent, cette personne occupera un poste de direction.
* Communiquez au personnel la liste des personnes autorisées à prendre la parole au nom de l’organisation, ou à parler aux médias en cas de crise. Les membres du personnel doivent savoir qui s’occupe des demandes médias.
* Intégrez la communication de crise dans les plans de préparation aux urgences. Pratiquez la formulation et la diffusion de messages lors d’exercices.
* Planifiez et formulez des  messages d’attente  pour des incidents possibles à la lumière des risques définis (p. ex. une interruption de service due à de mauvaises conditions météorologiques ou à une panne d’électricité), qui peuvent être adaptés pendant les périodes de crise. Ces déclarations préparées permettent à votre organisation de répondre rapidement aux questions du public au début d’une crise, tout en recueillant davantage de renseignements sur la situation.
* Soyez honnête et faites preuve de transparence. La confiance doit être au cœur de toutes vos communications.
* Exprimez de la sympathie et de l’empathie avec sincérité.
* Reconnaissez le mérite et exprimez de la gratitude lorsque c’est nécessaire.
* Veillez à ce que les communications soient aussi concises que possible. Tenez-vous-en aux faits.
* Prenez le temps de rédiger le bon message pour le public, en utilisant le canal de communication et le format médiatique les plus appropriés.
* Faites preuve de diligence au moment de rédiger du contenu. Effectuez des recherches et vérifiez vos sources d’information.
* Révisez les communications. Vérifiez l’exactitude des faits présentés et assurez-vous d’utiliser l’information la plus récente.
* Veillez à la cohérence du contenu et des messages clés dans vos différentes communications.
* Préparez des réponses aux questions anticipées. Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, dites-le.
* Pendant les entrevues, le ou la porte-parole doit se contenter de livrer le message approuvé.
* Répétez vos messages clés lors de l’entrevue. Assurez-vous que les points les plus importants sont répétés aussi souvent que possible, s’il y a lieu.

À ÉVITER

* N’évitez pas les médias. Gérez plutôt les communications dès que possible et dans un environnement contrôlé.
* Ne mentez pas et n’adoucissez pas les propos.
* Ne donnez pas de réponses sans lien avec les messages clés approuvés.
* Ne faites pas d’allusion ou d’hypothèses sur les causes de l’incident.
* N’acceptez pas de responsabilité prématurément ou sans avoir consulté un conseiller ou une conseillère juridique.
* N’accusez personne et ne portez pas le blâme sur quelqu’un.
* Ne vous prononcez pas sur les actions ou le comportement d’une autre organisation ou d’une personne ne faisant pas partie de votre personnel.
* Ne répondez pas à des questions hypothétiques. Tenez-vous-en au message concernant la situation en cours.
* Ne promettez pas que la situation se résoudra d’une façon précise, car cela pourrait s’avérer impossible.
* N’essayez pas de manipuler les médias. Votre réponse ne tiendra plus et pourrait aggraver la situation.
* Ne donnez pas plus de détails que nécessaire.
* Informez les médias des séances d’information prévues et des changements possibles à ce calendrier.
* Ne répondez pas aux questions des journalistes en dehors des entrevues officielles et planifiées.
* Ne sous-estimez pas le pouvoir de l’opinion publique.
* Si une personne s’est blessée ou est décédée, ne divulguez pas son nom ou les circonstances de la blessure ou du décès.
* Ne donnez pas la priorité aux dommages financiers plutôt qu’au bien-être et à la sécurité des personnes.
* N’estimez pas l’impact financier des dommages.
* Ne permettez pas à une personne autre que le ou la porte-parole de s’exprimer au nom de l’organisation, sauf si elle a été approuvée et préparée par l’équipe responsable des communications en temps de crise.