Toute relation repose sur la confiance. Lorsque votre organisme fait face à une urgence, le fait de communiquer ou non avec votre personnel, votre clientèle et d’autres parties prenantes peut renforcer votre relation ou lui nuire, selon le cas. Protégez la réputation et les relations de votre organisme en vous préparant à communiquer en contexte de crise.

En cas d’urgence, vous devez savoir avec qui communiquer, par quels moyens et dans quelles circonstances. Un exercice de planification s’impose. Assurez-vous que vos plans de mesures d’urgence comportent un volet sur les communications afin que vous sachiez comment réagir à chaque risque auquel votre organisme fait face. Les éléments essentiels d’un plan de communication de crise sont les suivants :

* **Parties prenantes :** Dressez la liste des personnes et des groupes publics ou privés avec lesquels votre organisme interagit. Les parties prenantes internes sont le personnel, les bénévoles, les membres du conseil d’administration, etc. Les parties prenantes externes sont la clientèle, les fournisseurs, les prestataires de services, le grand public, les organismes de réglementation (le cas échéant) et les médias. Réfléchissez aux renseignements que chaque groupe doit obtenir de votre part pendant une crise et à ce que vous devez apprendre d’eux.
* **Porte-parole :** Désigner une personne ou une petite équipe qui s’occupera de l’échange de renseignements avec les parties prenantes.
* **Stratégie :** Lors d’une crise, les communications doivent se faire avec transparence et ponctualité. Planifiez ce que vous allez communiquer aux parties prenantes internes et externes et la façon dont vous allez le faire, y compris d’autres moyens d’accéder à l’information et de la communiquer. Les déclarations générales peuvent être préparées et communiquées aux parties prenantes pendant une crise avant que des faits détaillés ne soient présentés. Par exemple, un organisme qui exerce ses activités dans une région touchée par des feux de forêt pourrait déclarer ceci : « Nos pensées vont à toutes les personnes en danger ainsi qu’aux intervenantes et aux intervenants. Nous avons mis à exécution notre plan de crise et communiquerons avec vous lorsque nous aurons de plus amples renseignements à transmettre. » Examinez et révisez régulièrement ces déclarations pour vous assurer qu’elles sont toujours pertinentes.

Au moment d’élaborer votre stratégie de communication et vos déclarations générales, tenez compte de l’environnement dans lequel votre organisme exerce ses activités. Par exemple, entrevoyez-vous des enjeux juridiques? Le cas échéant, il serait prudent de solliciter l’avis de votre conseillère ou conseiller juridique.

Une fois votre plan de communication préparé, assurez-vous qu’il soit présenté dans le cadre de votre formation sur la préparation aux urgences. Votre porte-parole ou votre équipe des communications devrait s’entraîner à rédiger des messages à communiquer pendant les scénarios de formation.

Lorsqu’une catastrophe frappe sans prévenir, évaluez la situation, documentez les faits et rédigez un message honnête, clair et concis. Vos communications aux parties prenantes devraient se concentrer sur les faits. Expliquez la situation et engagez-vous à intervenir.

Faites preuve d’empathie dans vos communications en exprimant vos préoccupations pour les personnes touchées, vos parties prenantes et la collectivité. Ne craignez pas de dire que vous n’avez pas la réponse à une question, mais préparez-vous à déployer les efforts nécessaires pour connaître la vérité au besoin. Votre empathie et votre honnêteté vous aideront à préserver une relation de confiance pendant la crise.