

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	7 La communication 7.10 Comment gérer une crise ?	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- **Menace organisationnelle.**
Une panne informatique majeure.
- **Menace sociale.**
Une grève, un conflit social, une fausse rumeur.
- **Menace sur le savoir-faire de l'entreprise.**
Un espionnage industriel, une divulgation d'information confidentielle.

7.10.2.2 Les conséquences d'une crise

Voici les principales conséquences d'une crise :

- **Menace écologique.**
La pollution d'une zone.
- **Menace économique.**
La chute du cours de l'action, le boycottage des biens et des services de l'entreprise.
- **Menace juridique.**
Un procès, une nouvelle réglementation draconienne.
- **Menace sociale.**
La détérioration de l'image de l'entreprise, la contamination de la population.

7.10.3 Les difficultés d'une crise

7.10.3.1 L'identification

Pour l'entreprise, une crise est une situation à laquelle elle ne s'attend pas. La première difficulté est d'identifier au plus tôt que l'entreprise est en situation de crise :

- Elle ne s'en rend pas compte immédiatement.
Pour certaine crise, son point de vue est « tout va bien ».
- Elle ne veut pas s'en rendre compte.
- Elle s'en rend compte mais elle minimise la situation.

F Afin de détecter les situations de crise, l'entreprise **Chanel** utilise un tableau de bord composé des trois indicateurs suivants :

- **La mesure de l'exposition médiatique de la marque.**
Cet indicateur est particulièrement important pour l'industrie du luxe.
- **Le nombre de jours d'arrêt de production.**
Cela important étant donné qu'il ne doit pas exister de rupture de stocks dans les points de vente. Les clients achètent surtout à l'occasion de voyage ; ils sont donc volatiles.
- **Le coût d'une opération.**
Il est donné par la comptabilité analytique.

M **Le danger est de ne pas sur-réagir ou de réagir à chaque fausse alerte.** Cela est éprouvant pour les employés et consommateur de ressources.