

Un site entièrement dédié à la communication sensible

Brigitte DE WOLF-CAMBIER

« Dans les années 2000, la communication de crise en est à ses premiers balbutiements en Europe, aux Etats-Unis, au Canada. Les différents acteurs travaillent de manière un peu éparse. Aujourd'hui, on peut dire qu'elle a atteint une phase de maturité. Un certain nombre de techniques et de méthodes ont été fixées. Tout le monde les connaît. Depuis deux ans, la communication de crise est véritablement devenue un produit d'appel », analyse D. Heiderich. D'où son idée de proposer, avec plusieurs autres spécialistes en communication, un site web rassemblant des informations, proposant un magazine en ligne, un espace « business class » accessible aux responsables de la communica-

tion et aux gestionnaires d'entreprises et annonçant la parution de livres ou de nouvelles formations. Le site www.communication-sensible.com était né en décembre 2000.

De nombreux consultants ont flairé ce nouveau marché, certains avec les compétences requises, d'autres pas. D'où la nécessité d'analyser ces phénomènes de crise de manière rationnelle. « Un certain nombre de points cruciaux sont à prendre en compte », poursuit D. Heiderich. « Lorsqu'on est confronté à une crise, il faut communiquer avant que d'autres ne le fassent. Sinon, ce seront eux qui donneront leur propre version. Deuxième élément important : la capacité à comprendre, à recueillir l'information avec discernement et à l'analyser en profondeur. Enfin, il est indispensable de proposer un message véritablement construit ».

Pour toute entreprise, quelle que soit sa taille, le postulat de base est de savoir quand la crise surviendra. « Personne ne peut dire : jamais dans la mienne ! ». Après avoir travaillé dans le secteur industriel, D. Heiderich est, depuis dix ans, devenu consultant en communication. Il connaît son sujet. « Les crises ont une imagination absolument folle ! » Mieux vaut s'y préparer car les aspects psychologiques sont importants. « Une crise peut provoquer épuisement physique, mental, intellectuel et laisser des séquelles. Tous ceux qui en ont vécu une dans leur vie, chefs d'entreprises, responsables de communication, ... le confirment. Les facteurs humains sont à prendre en compte et une bonne préparation doit permettre d'affronter le choc d'une crise. »