



# LA COMMUNICATION DE CRISE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

## Stratégies, processus et pratiques

Cet ouvrage est le fruit de travaux de recherche menés depuis plus de 10 ans dans le domaine des relations publiques et de la communication organisationnelle. Il présente les grands concepts qui irriguent le champ de la communication de crise à l'ère du numérique et illustre les meilleures stratégies et pratiques développées et appliquées tant en Amérique du Nord et en Europe que dans le reste du monde. Il a pour ambition d'offrir aux étudiants, aux professionnels de la communication et à la communauté scientifique un état des connaissances théoriques et pratiques dans un contexte marqué par l'émergence de crises locales et planétaires atypiques et durables. Deux entrevues issues d'un projet de recherche (programme Savoir du Conseil de recherches en sciences humaines [CRSH]) sur l'évolution des pratiques de communication numérique – avec Santé publique Ottawa et le gouvernement ouvert du Canada – ainsi que le récit de l'expérience de la directrice de la communication de crise de la Gendarmerie royale du Canada y sont également présentés.

L'usage des plateformes numériques et des médias sociaux à des fins de communication de crise occupe une place centrale dans cet ouvrage et en constitue le fil rouge grâce à l'analyse d'exemples tirés de l'actualité. Les théories et les concepts abordés sont systématiquement appliqués et illustrés à travers des études de cas.

**Ivan Ivanov**

Directrice de collection **Stéphanie Yates**

2021 | 368 pages

Collection Communication - Relations publiques

978-2-7605-5554-9 **45,00 \$** PAPIER

978-2-7605-5555-6 **37,99 \$** PDF

978-2-7605-5556-3 **37,99 \$** EPUB

Les prix sont sujets à changement sans préavis.



# TABLE DES MATIÈRES

## Chapitre 1

### La communication de crise : du *vu jà dé* aux épisodes cosmologiques

- 1.1 Les sciences de l'information et de la communication et la prise de décision
- 1.2 De la communication à la gestion de crise

Étude de cas 1. La contamination de la farine Robin Hood

## Chapitre 2

### Les publics et les parties prenantes dans la communication de crise

- 2.1 Les individus et les membres
- 2.2 Les groupes, les publics et les parties prenantes
- 2.3 L'identification, l'analyse et la modélisation des parties prenantes

Étude de cas 2. La tuerie de masse dans la province de la Nouvelle-Écosse

## Chapitre 3

### L'analyse environnementale : informations, sources et méthodes

- 3.1 Comprendre l'environnement organisationnel
- 3.2 L'analyse des informations collectées et les problèmes relevés

Étude de cas 3. Le système de paye Phénix

## Chapitre 4

### De la planification aux messages organisationnels

- 4.1 La planification en tant que processus
- 4.2 Écrire les messages organisationnels

Étude de cas 4. L'arrestation d'un étudiant de la communauté noire sur le campus de l'Université d'Ottawa

## Chapitre 5

### Organiser l'équipe et les stratégies de communication de crise

- 5.1 L'équipe de gestion de crise (la cellule)
- 5.2 La stratégie de réponses à la crise
- 5.3 L'étape d'« après » et la crise sans fin

Étude de cas 5. La démission de la gouverneure générale Julie Payette

## Chapitre 6

### La communication de crise, les médias sociaux et les plateformes numériques

- 6.1 Qu'est-ce que les médias sociaux ?
- 6.2 Les médias sociaux en pratique

Étude de cas 6. Controverses et retards de livraison des vaccins contre la COVID-19 au Canada

## Chapitre 7

### La communication de crise dans la lutte contre la pandémie de COVID-19 : études de cas

- 7.1 Santé publique Ottawa : le visage de la Ville dans la lutte contre la COVID-19
- 7.2 Une interview avec Mélanie Robert du gouvernement ouvert du Canada au sujet de la gestion de la crise liée à la COVID-19

## Chapitre 8

### La communication de crise et la gestion d'événements majeurs à la Gendarmerie royale du Canada

- 8.1 Une carrière, une expérience et des conseils pratiques : un témoignage de Jolene Bradley (GRC)

# AUTEUR

**IVAN IVANOV**, titulaire d'un doctorat en communication organisationnelle de l'Université de Toulouse (France), est professeur agrégé au Département de communication de l'Université d'Ottawa. Auteur de plusieurs travaux scientifiques dans le domaine des relations publiques, il s'intéresse à l'évolution des pratiques de communication et aux transformations des compétences professionnelles des communicants à l'ère du numérique. Ivan Ivanov a également été journaliste professionnel et praticien des relations publiques, notamment dans le domaine de la communication interne et des relations médias.

Financé par le  
gouvernement  
du Canada

Funded by the  
Government  
of Canada

Canada

SODEC

Québec



#### Distribution

Canada : Prologue inc.  
Belgique : SOFEDIS / SODIS

France : SOFEDIS / SODIS  
Suisse : Servidis SA



418 657-4399  
puq@puq.ca



Presses  
de l'Université  
du Québec

50 ans  
de savoir