

Paris, le 25/10/2019

*Les rendez-vous de la recherche*

## **Retour sur la conférence « la communication de crise face à la rumeur » du 22 octobre 2019**

### **Intervenants**

- Caroline Faillet, co-fondatrice d'un cabinet de conseil en stratégie digitale
- Benoît Ramacker, conseiller stratégie et communication, [Centre de crise national de Belgique](#)
- Nicolas Vanderbiest, directeur des opérations au sein d'une agence de communication de crise
- Romain Cerclé, Krystine Piguet et William Mezières, auditeurs de la [session nationale Management stratégique de la crise](#) 2018-2019 de l'INHESJ, auteurs d'un travail collectif sur la rumeur en communication de crise

### **Contexte**

À l'ère numérique actuelle, la rumeur se propage davantage et occupe une place majeure en temps de crise. Cette dernière peut être même à l'origine de la crise, ou l'aggraver en détournant les moyens humains ou techniques, en perturbant directement la gestion de crise par une médiatisation sans vérification. Cette profusion peut porter atteinte toute organisation publique ou privée, dans sa pérennité et sa réputation, et rend les sorties de crise difficile. Survient alors à un besoin de mieux comprendre la rumeur et ses conséquences.

Pour répondre à ce besoin, plusieurs auditeurs de l'INHESJ ont réalisé une étude sur la rumeur en communication de crise, dans le cadre de la session nationale « management stratégique de la crise » 2018-2019. Trois d'entre eux, Romain Cerclé, Krystine Piguet et William Mezières, sont venus présenter cette étude aux côtés de trois experts : Caroline Faillet, Benoît Ramacker et Nicolas Vanderbiest.

## Intervention de Benoît Ramacker, conseiller stratégie et communication au Centre de crise national de Belgique

À la différence du système français, il existe en Belgique un lieu de coordination multidisciplinaire, interministériel et interrégional pour tout type de risque ou de crise, de sécurité publique ou de sécurité civile : le Centre de crise National. Il coordonne l'analyse des risques, la planification d'urgence et la gestion de situations d'urgence nationales ou apporte un appui aux autorités locales, Préfets et maires, confrontés à aux risques et crises sur leur territoire.

Pour éviter de ne pas savoir quoi faire lorsqu'une crise survient, il convient de différencier ce qui est vrai ou faux. Dans ce monde saturé par les informations, il faut savoir extraire ce qui est pertinent pour pouvoir recadrer les fausses informations.

Les rumeurs sont considérées comme des informations qui sont ni confirmées ni infirmées. Elles sont intemporelles et inévitables en temps de crise. La rumeur ainsi définie se différencie du phénomène de *fake news* qui est également une fausse information, mais présente la particularité d'être diffusée avec une intention malveillante. La désinformation peut également être politico-stratégique lorsqu'elle est liée à l'ingérence d'un État ou d'une organisation.

Pour traiter la rumeur, il faut avant tout la comprendre pour pouvoir en tenir compte en communication de crise et si possible la contrer. Après avoir accepté l'aléa de départ, qui est de ne rien savoir en tout début de crise, une autre difficulté persiste : une forte demande de communication existe dans le chef des journalistes et citoyens alors qu'il n'y a pas d'informations disponibles au niveau des autorités.

Depuis 5 ans, la nouvelle approche en communication de crise du Centre de crise National belge se fonde sur les perceptions et besoins en information des personnes qui vivent la situation d'urgence. La meilleure stratégie est dès lors basée sur les interactions entre autorités, journalistes et citoyens. Pour cela, le monitoring et l'analyse des réseaux sociaux permettent avant tout de dégager les questions et les thématiques qui ressortent. Cela permet ensuite de définir des messages à diffuser via les canaux les plus appropriés, sur les comptes officiels des réseaux sociaux par exemple. Cette gestion « multicanale » répondant aux besoins des premiers concernés exclut d'une certaine manière le réflexe commun d'une autorité du seul et unique communiqué de presse en crise. Cette méthode permet de gagner en confiance et en crédibilité pour que les citoyens écoutent l'institution et non les rumeurs qui circulent.

Par ailleurs, les journalistes doivent être vus en crise comme des partenaires qui vérifient également les informations et rumeurs circulant sur le net. Ensemble, journalistes et autorités veillent à une information correcte de la population.

Il est également nécessaire de communiquer la stratégie, les messages et les actions entreprises à toutes les autorités concernées. L'importance est de rapidement mettre tout le monde autour de la table pour vérifier les informations disponibles et diffusées afin de faciliter la coordination de la communication de crise.

## **Intervention Nicolas Vanderbiest directeur des opérations au sein de l'agence Reputatio Lab, ultraconnexion en communication de crise**

Comme le montre l'analyse de la propagation de fausses nouvelles durant l'attentat de Nice analysé par le chercheur, il existe différentes étapes qui aboutissent à la propagation d'une rumeur dans un contexte de crise. D'abord, un événement réel se déroule. C'est ensuite partagé par des acteurs extérieurs qui ne sont pas présents sur place. L'événement est alors altéré de telle sorte que cela s'aggrave : un coup de feu peut devenir une bombe par exemple. Cette version est confirmée par des acteurs extérieurs. De nouveaux arguments contrent cette rumeur. Après les premiers *off the record* transmis, une déclaration officielle a lieu pour déclarer qu'il s'agit d'une rumeur et y mettre un terme.

La désinformation se fait généralement par une personne qui ne se trouve pas sur place, mais qui se justifie d'un contact pour propager cette fausse information. Après étude, il a été constaté que les personnes qui suivent les médias sur les réseaux sociaux partagent les bonnes informations. Les plus éloignées donnent des rumeurs et sont désinformées. L'analyse montre également l'efficacité d'une déclaration officielle des autorités lorsqu'il s'agit de mettre un terme à la rumeur. L'information des autorités noie la rumeur très rapidement. Le partage des négations de rumeurs est supérieur au partage des rumeurs.

Finalement, le principal problème dans la gestion et la communication de crise est l'hyper-visibilité de la défiance et de l'anomalie, en raison d'un climat diffus et confidentiel au moment de la crise.

## **Intervention de Caroline Faillet, spécialiste en communication de crise**

Caroline Faillet expose les quatre catégories de faussaires en matière d'émetteurs de rumeurs. Il existe d'abord le « troll », dont la principale motivation est la polémique. Dans un raisonnement pervers et sadique, le troll émet une rumeur pour s'amuser et voir les internautes se disputer entre eux.

Le deuxième émetteur de rumeurs est le dogmatique. Pour défendre son idéologie, la rumeur est un excellent moyen de conforter sa cause.

La troisième catégorie est le business de l'intox : par intérêt financier, certaines personnes peuvent construire un faux site de média, se faire rémunérer pour des clics ou faire vivre de faux profils.

Enfin il y a l'émetteur de rumeur de bonne foi : tout le monde est émetteur de rumeurs. Même si l'utilisateur sait qu'il s'agit d'une fausse information, il peut la partager dans l'unique but de susciter une émotion.

Pour détecter la *fake news*, le meilleur moyen demeure de vérifier une information lorsque cette dernière provoque une émotion forte de la part du lecteur. Pour limiter à l'avenir les phénomènes néfastes liés à la propagation de rumeurs, il s'agit de réhabiliter une culture de la rhétorique et de la dialectique, et l'enseigner notamment à l'école.

**Article rédigé par Agathe Chauderlot**

**Étudiante du Master 2 Droit et stratégies de la sécurité de l'Université Paris II Panthéon-Assas (association A2S)**