

- 1. À quoi doit s'intéresser la communication de crise ?**
  - a. À la communication avec les médias et les médias sociaux.
  - b. À l'ensemble des volets de la communication des organisations.
  
- 2. Quelles sont les étapes d'une crise dans l'opinion ?**
  - a. L'émotion, la stupeur, la contestation.
  - b. L'émotion, le questionnement, la polémique.
  - c. Le *badbuzz*, les « lol », le retour au calme.
  
- 3. Qu'est-ce qui est le plus important pour les publics ?**
  - a. La transparence.
  - b. La vérité.
  - c. La vérité vraisemblable.
  
- 4. Quelles sont les trois stratégies de communication de crise ?**
  - a. La reconnaissance, le refus, le projet latéral.
  - b. La transparence, la fuite, le silence.
  - c. La vitesse, l'action sur les réseaux sociaux, la réponse aux médias.
  
- 5. Selon vous, la communication interne en situation de crise est :**
  - a. secondaire, car ce qui se dit dans les médias est plus impactant.
  - b. importante, car les collaborateurs doivent être informés en priorité.
  - c. inutile, car les employés sont informés par le bouche-à-oreille.
  
- 6. Les publics prioritaires en situation de crise sont :**
  - a. les publics impactés par la crise.
  - b. les journalistes.
  - c. les influenceurs.
  
- 7. Les messages en situation de crise sont surtout :**
  - a. constitués d'éléments de langage destinés à être répétés à l'envi.
  - b. des idées-forces qui doivent être acceptées par les publics.
  - c. des images et vidéos postées sur Internet.
  
- 8. Parmi les principes communication de crise suivants, lesquels sont corrects ?**
  - a. La rapidité, la sobriété, la simplicité de la prise de parole face aux médias.
  - b. L'engagement, la cohérence, la dignité dans la communication.
  - c. L'empathie, la transparence, la bienveillance.

**9. Pour réussir une communication de crise, quelles sont les étapes importantes ?**

- a. S'informer, comprendre la situation, s'engager distinctement.
- b. Lire la presse, appeler les journalistes, faire des communiqués de presse.
- c. Trouver les influenceurs, préparer des éléments de langage, faire du *media training*.

**Réponses : 1.** ni a. ni b.\* ; **2.** b. ; **3.** c. ; **4.** a. ; **5.** b. ; **6.** a. ; **7.** b. ; **8.** b. ; **9.** a.

\* À l'ensemble des volets de la communication, interne et externe ainsi qu'aux parties-prenantes.