

## EXECUTIVE SUMMARY Commission COMMUNICATION 2020

### « Comment l'écoute du web pourrait permettre d'anticipation des crises »

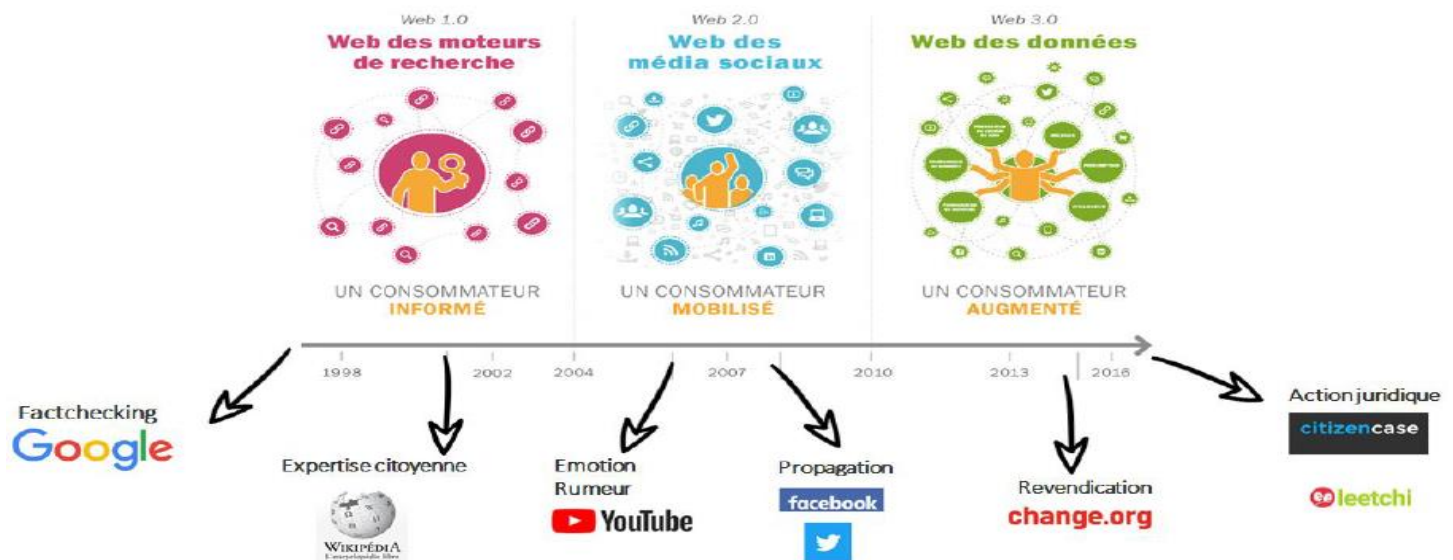
Cet executive summary fait suite à une intervention de Caroline Faillet, CEO de l'agence Opinion Act

#### Rappel du contexte :

- 64% des français utilisent internet pour s'informer sur l'actualité
- 90% des français admettent avoir cru en une « fausse information » sur les réseaux sociaux
- « Être référent, ce n'est pas être celui qui parle le plus fort mais celui qui répond le mieux »

#### Un peu d'histoire pour comprendre le rapport au web des consommateurs et patients :

Les révolutions numériques ont armé le citoyen

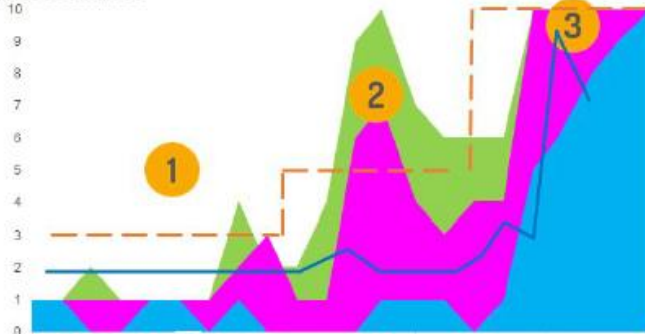


Source : Opinionact – 8 rue Victor Hugo – 69002 LYON – www.opinionact.com

#### Anticiper une crise par l'écoute du web et proposer une réponse adaptée, c'est commencer par :

- Ecouter les signaux faibles avant que la rumeur puis les médias ne s'en emparent
- Ne pas négliger les signaux faibles et aligner la vision interne de l'entreprise avec celle de l'extérieur. Ne pas sous-estimer les rumeurs, ne pas les surestimer non plus.
- Pour cela, faire la veille des publications sur les réseaux et répondre dès la phase 1.
- Proposer une réponse adaptée : du contenu scientifique prêt « au cas où » : accessible à celui qui cherche, documenté scientifiquement.
- Préparer des contenus dès les premiers signaux pour ne pas être « sec » au moment de répondre.

Evolution des indices



**1** Accumulation de signaux faibles :  
 - Témoignages convergents de patients  
 - Volumétrie faible mais croissante régulièrement  
 - Emotion : inquiétudes, questionnement

**2** Mobilisation & médiatisation :  
 - Pétition, désinformation, rumeurs  
 - Volumétrie : accélération et forte viralité  
 - Emotion : désarroi, colère, incompréhension

**3** Irréversibilité de la crise :  
 - Implication politique et leaders d'opinion médiatiques  
 - Volumétrie : explosion, spirale de viralité (RS/média)  
 - Emotion : scandale, bouc émissaire, judiciarisation.

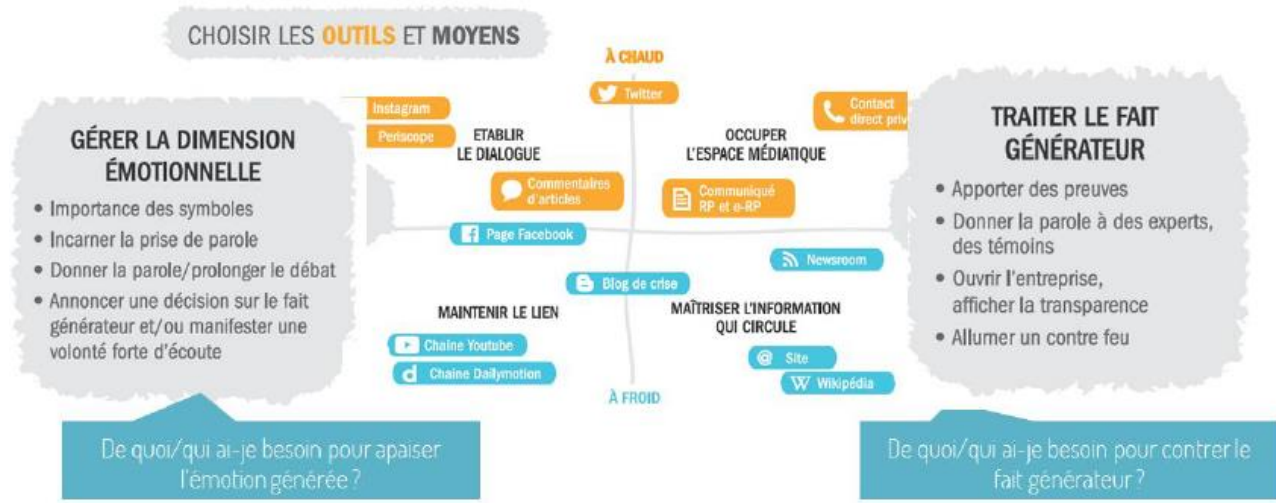
- Média
- Commentaires (polémiques, patients qui s'enflamment)
- Partage sur les réseaux sociaux

## Prendre la parole ou non, tout l'enjeu face à un sujet à risque :



Source : OpinionAct – 8 rue Victor Hugo – 69002 LYON – [www.opinionact.com](http://www.opinionact.com)

## Une réponse adaptée en fonction de la charge émotionnelle et le fait générateur



Le buzz est créé et entretenu par l'émotion. Agir à la fois sur le fait générateur et l'émotion véhiculée.

### ...En adoptant la bonne posture (acceptable)



Source : Opinionact – 8 rue Victor Hugo – 69002 LYON – www.opinionact.com