

LES PROVERBES ET LA CRISE

« Il y a anguille
sous roche »

ORIGINE

Expression utilisée depuis le Moyen Âge qui part d'une image assez explicite : l'anguille est un **poisson charognard** qui vit et se nourrit la nuit, car **il n'aime pas la lumière**.

Mais l'expression pourrait aussi venir d'un jeu de mots entre anguille et le **verbe ancien « guiller »** qui signifiait **« éviter le combat, se faufiler »**

CE QUE L'ON APPREND

En situation de crise, tout ce qui est décidé par l'entreprise hors du process normal de routine peut être considéré comme suspect par les audiences.

C'est pourquoi il convient d'étudier avec soin l'impact qu'aurait une décision, ou une déclaration prise dans la précipitation, même si elle paraît justifiée, notamment lors de l'entrée en crise lorsque l'irrationnalité guide souvent l'intime conviction des audiences.

NOTION STRATÉGIQUE

Les facteurs discriminants

Les entreprises ne sont **pas égales** devant une même situation critique.

Des facteurs discriminants vont venir amplifier ou minorer la perception d'un événement, biaisant la construction d'une **intime conviction** parmi les audiences.

Ces facteurs discriminants peuvent constituer le **centre de gravité** de l'entreprise.