SMCA

Plan de Gestion des Incidents et des Crises

S. Hesschentier

Version 1.0 - 12 Janvier 2024

Table des matières

Gestion documentaire : versions / Dates / Modifications 3
1. Introduction et objectifs du plan de gestion de crise 4
1.1. Présentation de l'entreprise XYZ et de ses activités principales. 4
1.2. Objectifs du plan de gestion de crise. 4
2. Structure de gestion de crise 4
2.1. Cellule de crise 4
2.2. Annuaire de cellule de crise 5
3. Identification des risques et des scénarios de crise 6
3.1. Scénario d'incendie dans les locaux de l'entreprise 6
3.2. Scénario de cyberattaque paralysant le système informatique 6
3.3. Scénario de pandémie entraînant des fermetures et des restrictions de déplacement : 6
4. Système d'alerte interne 7
4.1. Canaux de communication multiples 7
4.2. Procédure d'alerte 7
5. Gestion des ressources 8
6. Procédure de communication de crise 8

6.1. Planification préalable : 9
6.2. Communication proactive : 9
6.3. Adaptation aux parties prenantes : 9
6.4. Ce qu'il faut faire / Ce qu'il ne faut pas faire 10
6.5. Plan de Communication de crise 11
7. Annexes: 14

Gestion documentaire : versions / Dates / Modifications

Version	Auteur	Modifications
1.0	Moi	Première version approuvée.

1. Introduction et objectifs du plan de gestion de crise

1.1. Présentation de l'entreprise XYZ et de ses activités principales.

L'entreprise XYZ, spécialisée dans la fabrication de produits électroniques, est un acteur majeur du marché, employant plus de 500 personnes dans ses installations à travers le pays. Elle fournit des produits innovants à des clients du monde entier et a développé une solide réputation de qualité et de fiabilité.

1.2. Objectifs du plan de gestion de crise.

Le plan de gestion de crise de l'entreprise XYZ vise à protéger ses employés, maintenir ses opérations, préserver sa réputation et minimiser les pertes financières en cas de situation critique.

Il met l'accent sur la sécurité des employés, avec des formations et des procédures d'évacuation pour réduire les risques.

Il coordonne la continuité des opérations en identifiant les scénarios de perturbation et en mettant en place des stratégies de secours et de diversification des fournisseurs.

La communication proactive est essentielle pour protéger la réputation, en fournissant des informations précises aux clients et en répondant rapidement à leurs préoccupations.

Enfin, la gestion financière prudente et la préparation des ressources permettent de minimiser les pertes financières en cas de crise.

2. Structure de gestion de crise

2.1. Cellule de crise

Dans le cadre de la gestion de crise de l'entreprise XYZ, une cellule de crise a été mise en place pour coordonner efficacement les actions et les décisions. Cette cellule comprend des professionnels clés qui apportent leurs compétences spécifiques pour faire face aux situations de crise de manière coordonnée.

- Monsieur Jean Dupont a été nommé responsable de la cellule de crise. En tant que PDG de l'entreprise XYZ, il possède l'autorité et la vision nécessaires pour guider l'entreprise à travers les épreuves. Il assure la coordination globale de la cellule de crise et prend les décisions stratégiques. En cas d'absence, Monsieur Paul Durand, Directeur Général Adjoint, le remplace en tant que responsable de la cellule de crise.
- Monsieur Pierre Martin, en tant que Directeur des Opérations, est chargé de superviser les aspects opérationnels pendant la crise. Il travaille en étroite collaboration avec les différents départements pour s'assurer que les opérations essentielles se poursuivent et que les mesures d'urgence sont mises en place de manière efficace. En cas d'absence, Monsieur Marc Dubois, Chef de Service Opérations, le remplace en tant que responsable des opérations.
- Madame Sophie Laurent, en tant que Responsable des Ressources Humaines, est responsable de la gestion des questions liées au personnel. Elle veille à ce que les employés soient en sécurité, informés et soutenus pendant la crise. Elle facilite également les mesures de gestion des ressources humaines, telles que le déploiement de personnel supplémentaire ou la mise en place d'un soutien psychologique si nécessaire. En cas

d'absence, Madame Isabelle Martin, Responsable Adjointe des Ressources Humaines, la remplace en tant que responsable des ressources humaines.

- Monsieur Alexandre Dubois occupe le poste de Responsable des Communications. Il est chargé de gérer la communication interne et externe pendant la crise. Il travaille en étroite collaboration avec les médias, les parties prenantes et les employés pour diffuser des informations précises, transparentes et opportunes. Il veille à ce que l'image de l'entreprise soit préservée et que les parties prenantes soient informées de manière adéquate. En cas d'absence, Madame Nathalie Leroy, Chargée de Communication, le remplace en tant que responsable des communications.
- Monsieur Philippe Leroux, en tant que Responsable Financier, évalue l'impact financier de la crise sur l'entreprise XYZ. Il analyse les coûts, les pertes et les dépenses associées à la crise, et prend les décisions financières nécessaires pour atténuer les effets négatifs. Il travaille en étroite collaboration avec les autres membres de la cellule de crise pour garantir une gestion financière prudente et stratégique. En cas d'absence, Monsieur Olivier Leclerc, Analyste Financier, le remplace en tant que responsable financier.

2.2. Annuaire de cellule de crise

Pour contacter la cellule de crise de l'entreprise XYZ :

- Responsable de la cellule de crise : Monsieur Jean Dupont (ou Monsieur Paul Durand en cas d'absence)
  Adresse e-mail : jean.dupont@xyz.com

  Numéro de téléphone : +33 1 23 45 67 89

- Directeur des Opérations : Monsieur Pierre Martin (ou Monsieur Marc Dubois en cas d'absence)
  Adresse e-mail : pierre.martin@xyz.com

  Numéro de téléphone : +33 1 23 45 67 90

- Responsable des Ressources Humaines : Madame Sophie Laurent (ou Madame Isabelle Martin en cas d'absence)
  Adresse e-mail : sophie.laurent@xyz.com

  Numéro de téléphone : +33 1 23 45 67 91

- Responsable des Communications : Monsieur Alexandre Dubois (ou Madame Nathalie Leroy en cas d'absence)
  Adresse e-mail : alexandre.dubois@xyz.com

  Numéro de téléphone : +33 1 23 45 67 92

- Responsable Financier : Monsieur Philippe Leroux (ou Monsieur Olivier Leclerc en cas d'absence)
  Adresse e-mail : philippe.leroux@xyz.com

  Numéro de téléphone : +33 1 23 45 67 93

Ces contacts sont disponibles 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, pour répondre aux besoins liés à la gestion de crise de l'entreprise XYZ.

3. Identification des risques et des scénarios de crise

L'entreprise XYZ réalise une évaluation approfondie des principaux risques auxquels elle est exposée. Cela comprend une analyse des différentes catégories de risques tels que les catastrophes naturelles, les pannes informatiques, les cyberattaques, les crises sanitaires, et bien d'autres. L'objectif est de comprendre les menaces potentielles qui pourraient perturber les activités de l'entreprise et d'élaborer des mesures de prévention et d'intervention adéquates.

Dans le cadre de cette démarche, des scénarios de crise spécifiques sont développés pour chaque risque identifié. Ces scénarios sont conçus pour simuler des situations réalistes et potentiellement déstabilisantes, permettant à l'entreprise de se préparer en conséquence. Voici quelques exemples de scénarios de crise spécifiques envisagés par l'entreprise XYZ :

3.1. Scénario d'incendie dans les locaux de l'entreprise

Ce scénario suppose qu'un incendie se déclare dans l'un des bâtiments de l'entreprise. Les mesures prises incluent l'évacuation rapide des employés, l'activation des procédures d'alerte et d'intervention des services d'urgence, et la mise en place de mesures de protection pour limiter les dégâts matériels. Des exercices réguliers d'évacuation et de formation au maniement des extincteurs sont organisés pour assurer une réponse efficace en cas d'incendie réel.

3.2. Scénario de cyberattaque paralysant le système informatique

Dans ce scénario, l'entreprise XYZ est confrontée à une cyberattaque majeure qui affecte son système informatique central. Les mesures prises incluent l'activation immédiate du plan de réponse à une cyberattaque, la mobilisation d'une équipe de sécurité informatique pour contenir et éliminer la menace, la restauration des systèmes à partir de sauvegardes sécurisées et la mise en place de mesures renforcées pour prévenir de futures attaques. Des tests de vulnérabilité et des formations en cybersécurité sont régulièrement effectués pour renforcer la résilience de l'entreprise face à de telles menaces.

3.3. Scénario de pandémie entraînant des fermetures et des restrictions de déplacement :

Ce scénario suppose une pandémie majeure qui nécessite des mesures de confinement et de restriction des déplacements. L'entreprise XYZ met en place des protocoles spécifiques pour assurer la santé et la sécurité des employés, tels que le télétravail, la distanciation sociale et l'adoption de mesures d'hygiène renforcées. Des plans de continuité des activités sont établis pour garantir la continuité des opérations essentielles, en mettant l'accent sur la communication interne, la gestion des ressources humaines et la coordination avec les autorités sanitaires.

En identifiant ces risques et en développant des scénarios de crise spécifiques, l'entreprise XYZ est mieux préparée à faire face à des situations potentiellement perturbatrices. Cela lui permet de

mettre en place des plans d'action adaptés, des procédures d'urgence efficaces et des mécanismes de suivi pour gérer les crises avec réactivité et résilience.

4. Système d'alerte interne

L'entreprise XYZ a mis en place un système d'alerte interne sophistiqué et réactif pour informer rapidement les membres de la cellule de crise en cas d'incident. Voici une description détaillée du système d'alerte et de sa procédure :

4.1. Canaux de communication multiples

Le système d'alerte interne utilise divers canaux de communication pour s'assurer que les membres de la cellule de crise sont informés dans les plus brefs délais. Ces canaux comprennent :

- Messages texte : Des alertes sont envoyées aux membres de la cellule de crise via des messages texte sur leurs téléphones portables professionnels. Ces messages contiennent des informations essentielles sur l'incident en cours, telles que sa nature, son impact préliminaire et les actions recommandées à prendre.
- Appels téléphoniques : En cas d'incident grave nécessitant une attention immédiate, des appels téléphoniques sont passés aux membres de la cellule de crise. Ces appels sont effectués en utilisant des lignes dédiées spécifiquement réservées à la gestion de crise. Les membres reçoivent des instructions directes et peuvent poser des questions supplémentaires pour clarifier la situation.
- Courriels : Des courriels sont envoyés simultanément aux membres de la cellule de crise, fournissant des informations détaillées sur l'incident en cours, ainsi que des directives spécifiques sur les actions à entreprendre. Ces courriels peuvent inclure des pièces jointes telles que des rapports d'incident, des procédures d'urgence mises à jour, ou tout autre document pertinent.

4.2. Procédure d'alerte

Lorsqu'un incident survient et nécessite l'activation de la cellule de crise, la procédure d'alerte suivante est mise en œuvre :

- Détection de l'incident : L'incident est détecté par le système de surveillance en place, que ce soit par le biais de capteurs, de systèmes de détection automatisés ou de rapports internes. Par exemple, la détection d'une intrusion dans le système informatique ou la réception de signaux d'alarme provenant des installations de l'entreprise.
- Évaluation préliminaire : Une évaluation préliminaire de l'incident est effectuée pour déterminer sa gravité et son impact potentiel sur l'entreprise. Cette évaluation est réalisée par des experts désignés au sein de la cellule de crise ou par des spécialistes compétents dans le domaine concerné.
- Activation du système d'alerte : Une fois l'incident évalué, le système d'alerte est activé. Les messages texte, les appels téléphoniques et les courriels sont instantanément envoyés aux membres de la cellule de crise, les informant de la situation et des mesures à prendre. Les informations fournies incluent une description de l'incident, son emplacement, son niveau de gravité, ainsi que les contacts et les ressources disponibles.

- Confirmation de réception : Les membres de la cellule de crise doivent confirmer la réception de l'alerte en répondant aux messages texte, en confirmant par téléphone ou en envoyant un courriel de retour. Cela permet de s'assurer que chaque membre est informé et prêt à agir.
- Actions à entreprendre : Les membres de la cellule de crise sont tenus de suivre les instructions fournies dans l'alerte et de prendre les mesures appropriées pour faire face à l'incident. Cela peut inclure l'activation de plans de secours, la mobilisation de ressources supplémentaires, l'organisation de réunions d'urgence ou la mise en place de communications spécifiques avec les parties prenantes concernées.

Ce système d'alerte interne permet à l'entreprise XYZ de détecter rapidement les incidents, de mobiliser efficacement la cellule de crise et de coordonner les actions nécessaires pour gérer la crise avec réactivité et efficacité. La clarté des informations fournies et les procédures précises permettent aux membres de la cellule de crise de prendre des décisions éclairées et de mettre en œuvre les mesures appropriées pour atténuer les effets de la crise.

5. Gestion des ressources

Voici une checklist pour la gestion des ressources pendant une crise :

- Identifier les ressources nécessaires pour faire face à une crise : équipements de secours, fournitures d'urgence, compétences spécialisées, ressources humaines supplémentaires, partenaires externes, etc.
- Évaluer les besoins spécifiques en ressources en fonction de la nature de la crise.
- Allouer les ressources en fonction des critères de priorisation établis.
- Désigner des responsables de la coordination des ressources.
- Mettre en place des canaux de communication clairs pour une coordination efficace entre les équipes impliquées.
- Organiser des réunions régulières pour mettre à jour les responsables des ressources sur les besoins actuels, les disponibilités et les priorités.
- Maintenir des registres détaillés des ressources allouées, de leur utilisation et de leur durée d'utilisation.
- Assurer un suivi régulier de l'état des ressources et apporter des ajustements si nécessaire.
- Évaluer la disponibilité des ressources en temps réel et anticiper les besoins futurs.
- Mettre en place des mécanismes de contrôle et de traçabilité des ressources.
- Rapporter régulièrement l'état des ressources à l'équipe de gestion de crise.
- Adapter l'allocation des ressources en fonction de l'évolution de la crise et des priorités établies.

6. Procédure de communication de crise

Nous ne sommes pas partisans d'un dispositif de communication lourd et compliqué. Dans les grands groupes, nous pouvons imaginer des dispositifs sophistiqués mais la plupart du temps une bonne checklist comme celle que nous vous indiquons devrait suffire :

6.1. Planification préalable :

- ◻ Élaborer un plan de communication de crise détaillé, en identifiant les rôles et les responsabilités de chaque membre de l'équipe de communication.
- ◻ Établir une liste de contacts clés internes et externes, y compris les médias, les parties prenantes, les autorités et les experts.
- ◻ Mettre en place un système de surveillance pour détecter rapidement les signaux d'alerte et les incidents potentiels.
- ◻ Former et sensibiliser régulièrement l'équipe de communication à la gestion de crise.

6.2. Communication proactive :

- ◻ Établir une communication transparente et honnête dès le début de la crise.
- ◻ Diffuser des informations claires, précises et vérifiées aux parties prenantes, en évitant les spéculations et les rumeurs.
- ◻ Utiliser différents canaux de communication appropriés pour atteindre les parties prenantes (site web, médias sociaux, communiqués de presse, courriels, etc.).
- ◻ Nommer un porte-parole officiel pour assurer la cohérence et la crédibilité des messages.

6.3. Adaptation aux parties prenantes :

- ◻ Identifier les différentes parties prenantes et adapter les messages en fonction de leurs préoccupations et de leurs besoins spécifiques.
- ◻ Fournir des informations régulières aux employés pour maintenir leur confiance et les tenir informés de la situation.
- ◻ Collaborer avec les autorités réglementaires et les experts pour obtenir des informations précises et pertinentes à partager.

- 4. Gestion des médias :
  - ◻ Établir des relations solides avec les médias avant la crise.
  - ◻ Répondre rapidement aux demandes des médias et coordonner les interviews et les conférences de presse.
  - ◻ Préparer des messages clés et des réponses aux questions fréquentes pour assurer une communication cohérente.
- 5. Gestion des réseaux sociaux :
  - ◻ Surveiller activement les médias sociaux pour détecter les discussions et les réactions du public.
  - ◻ Répondre rapidement aux commentaires et aux questions des utilisateurs, en maintenant un ton professionnel et empathique.
  - ◻ Diffuser des informations mises à jour régulièrement sur les plateformes de médias sociaux pour garder le public informé.
- 6. Évaluation et ajustement :
  - ◻ Évaluer régulièrement l'efficacité de la communication de crise et apporter des ajustements si nécessaire.

- ◻ Analyser les retours d'information et les commentaires du public pour améliorer les futurs efforts de communication de crise.
- ◻ Effectuer une revue post-crise pour identifier les leçons apprises et mettre à jour le plan de communication de crise en conséquence.

- 7. Coordination avec d'autres équipes :
  - ◻ Travailler en étroite collaboration avec l'équipe de gestion de crise et les autres parties prenantes pour assurer une coordination efficace.
  - ◻ Partager des informations et des mises à jour régulières avec les autres équipes impliquées dans la gestion de crise.
- 8. Soins de bien-être :
  - ◻ Veiller à la santé et au bien-être de l'équipe de communication, en fournissant un soutien psychologique si nécessaire.
  - ◻ Encourager la communication interne et le partage des expériences pour renforcer la résilience de l'équipe.

En suivant cette checklist de bonnes pratiques en communication de crise, vous serez mieux préparé pour gérer efficacement les communications pendant une situation de crise et maintenir la confiance des parties prenantes.

6.4. Ce qu'il faut faire / Ce qu'il ne faut pas faire

Voici une liste des choses à faire et à ne pas faire en matière de communication de crise :

- À faire :
  - ◻ 1. Être transparent et honnête : Fournir des informations claires, précises et vérifiées dès le début de la crise. Admettre les erreurs et les lacunes, le cas échéant.
  - ◻ 2. Communiquer rapidement : Répondre rapidement à la crise et diffuser des informations régulières pour maintenir les parties prenantes informées et éviter la propagation de rumeurs.
  - ◻ 3. Établir un plan de communication de crise : Préparer à l'avance un plan détaillé comprenant les rôles et responsabilités, les canaux de communication, les messages clés et les procédures à suivre.
  - ◻ 4. Nommer un porte-parole officiel : Désigner une personne compétente et autorisée pour être le porte-parole officiel de l'organisation et assurer la cohérence des messages.
  - ◻ 5. Adapter les messages aux parties prenantes : Reconnaître les préoccupations spécifiques de chaque groupe de parties prenantes et adapter les messages en conséquence pour maintenir leur confiance.
  - ◻ 6. Utiliser différents canaux de communication : Utiliser une combinaison de canaux de communication tels que les médias traditionnels, les médias sociaux, les sites web, les communiqués de presse, les courriels, etc., pour atteindre les parties prenantes de manière efficace.
  - ◻ 7. Être empathique : Reconnaître les émotions et les préoccupations des parties prenantes et répondre avec empathie et compassion.

- 8. Coordonner avec les autorités et les experts : Collaborer avec les autorités réglementaires et les experts pour obtenir des informations précises et pertinentes à partager.
- 9. Évaluer et ajuster : Évaluer régulièrement l'efficacité de la communication de crise et apporter des ajustements si nécessaire. Analyser les retours d'information du public pour améliorer les efforts futurs.

- À ne pas faire :

  - 1. Cacher ou minimiser la crise : Éviter de cacher ou de minimiser la gravité de la crise. La transparence est essentielle pour maintenir la confiance des parties prenantes.
  - 2. Spéculer ou propager des rumeurs : S'abstenir de spéculer sur les causes de la crise ou de propager des rumeurs non vérifiées. Se fier uniquement à des informations fiables et vérifiées.
  - 3. Ignorer ou négliger les parties prenantes : Ne pas négliger l'importance de communiquer avec les parties prenantes concernées, y compris les employés, les clients, les partenaires, les médias et les régulateurs.
  - 4. Adopter un ton défensif : Éviter d'adopter un ton défensif ou de blâmer les autres parties. Assumer la responsabilité de la situation et fournir des solutions ou des mesures correctives.
  - 5. Oublier l'importance de la communication interne : Ne pas négliger la communication interne avec les employés. Ils sont également des parties prenantes essentielles et doivent être informés de la situation.
  - 6. Diffuser des informations non vérifiées : Éviter de diffuser des informations non vérifiées ou des rumeurs qui pourraient causer de la confusion ou de l'anxiété chez les parties prenantes.
  - 7. Sous-estimer l'importance des médias sociaux : Ne pas sous-estimer l'impact des médias sociaux dans la diffusion d'informations pendant une crise. Surveiller activement les plateformes et y répondre de manière proactive.
  - 8. Utiliser un langage technique ou complexe : Éviter d'utiliser un langage technique ou complexe qui pourrait rendre les messages difficiles à comprendre pour les parties prenantes non spécialisées.
  - 9. Cesser la communication une fois la crise terminée : Maintenir une communication continue même après la résolution de la crise pour assurer un suivi adéquat et rassurer les parties prenantes.

En suivant ces recommandations, vous serez mieux préparé pour gérer la communication de crise de manière efficace, en maintenant la confiance et la crédibilité de votre organisation. Nous vous invitons à les intégrer dans votre plan de communication de crise et à les utiliser comme lignes directrices pour entrainer le porte-parole et l'équipe en charge des supports de communication.

6.5. Plan de Communication de crise

Objectif : Fournir une communication transparente, cohérente et efficace pendant la crise, en prenant en compte les différents publics concernés.

A. Cellule de Communication

- ◻ Responsable de la communication
- ◻ Porte-Parole
- ◻ Equipe de Communication Web et médias sociaux
- ◻ Equipe de communication presse
- ◻ Equipe de communication institutionnelle
- ◻ Equipe de communication interne

Note: la plupart des entreprises disposent de une à trois personnes dans cette cellule.

B. Equipement et données

- ◻ Moyens informatiques
- ◻ Moyens de communication
- ◻ Sources d'information
- ◻ Salle de presse

C. Plan d'action

1. Communication interne :

- ◻ Nommer un point de contact centralisé pour la communication interne.
- ◻ Envoyer un message interne immédiat informant les employés de la situation de crise, des actions entreprises et des mesures prises pour assurer leur sécurité.
- ◻ Fournir des mises à jour régulières par le biais de réunions d'équipe, d'e-mails ou de plateformes de communication internes.
- ◻ Mettre en place un système de rétroaction pour recueillir les questions et les préoccupations des employés.
- ◻ Assurer un soutien émotionnel et psychologique en proposant des ressources d'aide et en favorisant une communication ouverte et empathique.

2. Communication avec les médias :

- ◻ Nommer un porte-parole officiel pour gérer les relations avec les médias.
- ◻ Préparer un communiqué de presse initial détaillant la situation, les actions prises et les mesures prévues.
- ◻ Organiser une conférence de presse pour répondre aux questions des médias et fournir des mises à jour en temps réel.
- ◻ Fournir des informations précises, vérifiées et cohérentes aux médias pour éviter la propagation de rumeurs.
- ◻ Suivre activement les médias pour détecter les articles ou reportages inexacts et y répondre rapidement et de manière appropriée.

3. Communication avec les clients :

- ◻ Envoyer un communiqué aux clients dès que possible pour les informer de la situation, de l'impact sur les services et des mesures prises pour minimiser les perturbations.

- ◻ Fournir des canaux de communication dédiés pour répondre aux questions et aux préoccupations des clients.
- ◻ Mettre en place un système d'assistance clientèle renforcé pour traiter les demandes urgentes et fournir des mises à jour régulières sur la résolution de la crise.
- ◻ Offrir des alternatives ou des solutions de contournement aux clients touchés par la crise.

4. Communication avec les actionnaires :

- ◻ Envoyer un message aux actionnaires pour les informer de la situation et des mesures prises pour gérer la crise.
- ◻ Organiser une réunion d'information pour les actionnaires afin de répondre à leurs questions et de leur fournir des mises à jour sur les impacts financiers potentiels de la crise.
- ◻ Établir un canal de communication régulier pour partager les rapports et les résultats financiers actualisés liés à la crise.

5. Communication avec les partenaires :

- ◻ Communiquer avec les partenaires commerciaux pour les informer de la crise, de ses impacts potentiels sur la relation commerciale et des mesures prises pour minimiser les perturbations.
- ◻ Coordonner les actions avec les partenaires pour assurer une réponse coordonnée à la crise.
- ◻ Établir des canaux de communication réguliers pour maintenir les partenaires informés des développements et des mesures correctives prises.

6. Communication avec les fournisseurs :

- ◻ Informer les fournisseurs de la crise et de son impact sur les livraisons ou les services attendus.
- ◻ Coordonner avec les fournisseurs pour mettre en place des mesures alternatives ou des plans de secours.
- ◻ Communiquer régulièrement avec les fournisseurs pour tenir compte de leur situation et de leurs préoccupations.

7. Communication avec les autorités :

- ◻ Respecter les obligations légales en matière de communication de crise en informant les autorités compétentes de la situation.
- ◻ Coopérer pleinement avec les autorités en fournissant les informations requises et en suivant leurs directives.
- ◻ Assurer une communication transparente et proactive avec les autorités pour maintenir la confiance et faciliter la coordination des actions.

8. Gestion des médias sociaux en communication de crise :

- ◻ Surveiller activement les médias sociaux pour détecter les mentions et les discussions liées à la crise.
- ◻ Établir des canaux de communication officiels sur les médias sociaux pour fournir des mises à jour régulières et répondre aux questions et préoccupations du public.
- ◻ Réagir rapidement aux commentaires et aux questions sur les médias sociaux en fournissant des informations précises et cohérentes.
- ◻ Anticiper et répondre aux rumeurs ou informations incorrectes en clarifiant les faits de manière proactive.

- Collaborer avec les équipes de communication et les experts en médias sociaux pour gérer efficacement les interactions sur les plateformes sociales.

7. Annexes:

Formulaires

Base de contacts

Bonnes pratiques

Fournisseurs et partenaires