

# GUIDE PRATIQUE POUR UNE GESTION DE CRISE EFFICACE

## SOMMAIRE

<b>AVANT-PROPOS</b>	<b>3</b>
<b>"UNE CRISE NE PROFITE À PERSONNE, CONTRAIREMENT À UN BON PLAN"</b>	<b>4</b>
<b>01 ▶ Prêt à affronter une crise ?</b>	<b>8</b>
1. La préparation à la crise	9
2. Le management de crise : quoi et pourquoi ?	10
<b>CASE Food security</b>	
Crise dans le secteur alimentaire	14
3. Conclusion	17
<b>02 ▶ Contexte et notions</b>	<b>18</b>
1. Définition du risque	19
2. Gestion des risques	19
3. Management de crise	22
4. Plan de continuité de l'activité	23
<b>03 ▶ Crise ? Crise !</b>	<b>24</b>
1. Caractéristiques	25
2. Causes de la multiplication des crises	27
<b>04 ▶ Les six phases d'une maîtrise réussie de la crise</b>	<b>28</b>
<b>PHASE 1 : Préparation</b>	<b>29</b>
<b>PHASE THÉORIQUE</b>	<b>29</b>
1. Profil de risque	29
2. Stratégie et procédures	31
3. Élaboration des procédures	34
4. Rôle des assureurs	34
<b>PHASE PRATIQUE</b>	<b>35</b>
1. Qu'est-ce qui détermine le succès d'un BCP?	35
2. Mise à jour, formation et exercices pratiques	36
<b>PHASE 2 : Détection, vérification et compte rendu</b>	<b>36</b>
<b>PHASE 3 : Mise en sécurité des valeurs, lutte contre l'incident et protection des activités</b>	<b>38</b>
1. Limitation des dommages : 1 <sup>ère</sup> priorité	38
2. Leadership fort	38
3. Première réaction = le résultat de la culture d'entreprise	38

<b>PHASE 4</b> : Évaluation de la situation	39
<b>PHASE 5</b> : Rétablissement des activités	39
<b>PHASE 6</b> : Évaluation de la crise	39

## **05** ► Communication pendant la crise 40

1. Qu'est-ce que la communication de crise ?	41
2. Pourquoi la communication de crise est-elle importante ?	41
3. Développer une stratégie de communication	41
<b>PHASE 1</b> : Avant la crise	42
<b>PHASE 2</b> : Pendant la crise	42
<b>PHASE 3</b> : Après la crise	42

### **CASE Carrefour**

Carrefour : son plan de crise proactif sauve l'approvisionnement 44

4. Comment communiquer de manière crédible ?	48
--	----

### **CASE Bostoën**

Bostoën met un incendie à profit 50

5. Les médias sont un partenaire important	53
6. Médias sociaux et communication de crise	57

## **06** ► Dix facteurs critiques de succès 58

1. Préparez-vous	58
2. Les pires scénarios comme hypothèse	58
3. Identifiez la crise au plus vite	58
4. Organisez-vous avec votre meilleure équipe	58

### **CASE Centre de crise**

Anticiper pour mieux gérer 60

5. Calme résolu	62
6. Distinguez la gestion de crise du 'business as usual'	62
7. Une communication crédible	62
8. Tirez les leçons de vos erreurs et de vos expériences	63
9. Montrez de l'empathie pour ceux qui ont subi un préjudice	63
10. Testez et rectifiez	63

## **07** ► Boîte à outils 64

1. Plan de crise	65
2. Analyse de la situation de crise	69
3. Communication de crise	69
4. Les membres de l'équipe de management de crise	70
5. Centre de crise	71

<b>LIENS UTILES, SITES INTERNET</b>	72
<b>SOURCES</b>	72