

## ÉTUDES & CLUBS

### Webinar « Manager en période de crise » Vendredi 5 avril 2024

Procos a organisé en partenariat avec Grant Thornton un webinar sur la gestion de crise. *Comment se préparer à l'imprévisible ? Comment s'organiser pour être prêt le moment venu ?*

Les intervenants :



**Clothilde MARCHETTI**  
Associée, Business Risk  
Services,  
Risques Extrêmes



**Benjamin SORIANO**  
Directeur Sûreté Groupe



Cyber attaques, défaillances des fournisseurs, pandémie, attentats terroristes, bad buzz... Les crises sont partout et de toutes natures.

Les entreprises y sont d'autant plus sensibles dans un contexte d'aversion accrue aux risques et de très fortes incertitudes sur l'environnement économique, politique, écologique, sanitaire, financier ...

*Dans ces conditions, comment se préparer à l'imprévisible ? Comment manager en situation de crise ?*

Les mises en situation sont riches d'enseignements. Elles permettent de vérifier « à froid » que l'organisation est robuste et la prise de décision adaptée, mais également d'être plus sereins « à chaud » face à un événement réel.

Le webinar était organisé autour d'un serious game animé par Clothilde MARCHETTI afin d'imprégner les participants d'une situation de crise et de leur faire prendre des décisions.

Le témoignage de Benjamin SORIANO, directeur Sûreté de Fnac-Darty a permis de prendre en compte les spécificités du retail et, surtout d'apporter les éléments de vision concrète au sein d'une enseigne.

Afin de permettre à chacun de s'exprimer sans réserve durant ce webinar, de poser ses questions sur ces dossiers sensibles il avait été décidé de ne pas enregistrer celui-ci. Nous n'en ferons donc pas un compte rendu exhaustif mais vous trouverez ci-dessous quelques éléments d'une check-list qu'il vous faut approfondir. Bien entendu, vous pouvez vous rapprocher de Clothilde MARCHETTI ([C.Marchetti@fr.gt.com](mailto:C.Marchetti@fr.gt.com)) et de son équipe chez Grant Thornton pour tout complément d'information et toute réflexion concernant le cas de votre organisation.

- La composition de la cellule de crise dépend de la nature de la crise mais la présence de la direction générale est indispensable. Par ailleurs, la composition change en fonction de l'évolution de la crise qui peut nécessiter progressivement d'intégrer d'autres fonctions ou experts de l'entreprise.
- La priorité : essayer de limiter les dommages potentiels et restaurer la confiance dès que possible,
- Circulariser les informations auprès de tous les membres de la cellule de crise,
- Tenir une main courante des événements,
- Se baser sur des faits réels. Ne pas ignorer les rumeurs mais gérer des faits réels.
- Penser à gérer le stress. Garder le calme, ne pas céder à la panique.

Pour y parvenir, il faut impérativement effectuer des exercices, des tests pour être prêt le moment venu qui peut intervenir n'importe quand.

Objectif : rendre la prise de décision la plus confortable possible dans une situation très inconfortable.

- Gérer la logistique de la salle de crise : écrans TV pour suivre toutes les sources d'information, éléments pour manger et boire, téléphone, prises de courant ....
- Communication,
  - Une seule personne doit être le porte-parole de l'entreprise, pivot essentiel de la gestion de crise,
  - Bien établir les éléments de langage et les valider avec la direction générale,
  - Ne jamais communiquer auprès des médias avant les collaborateurs,
- Ne pas laisser les rumeurs s'installer donc la maîtrise des messages et des éléments de communication est vitale.
- Ne pas oublier de gérer les représentants du personnel voire les pouvoirs publics et élus si la nature de la crise le réclame.
- En cas de demande d'interview de la part de la presse :
  - Ne pas hésiter à retarder la prise de parole en fonction de la situation et de la maîtrise des événements et éléments,
  - Avant interview, demander la liste des questions prévues.
- Cybersécurité : on peut demander des éléments d'accompagnement à l'ANSSI.
- En fin de crise : communication de fin de crise, rétablir la normalité de l'activité et la confiance auprès de l'écosystème de l'entreprise. ■