



**AAPI**

Association des professionnels  
en accès à l'information  
et en protection de la vie privée

**MÉDIATHÈQUE – SITE INTERNET AAPI**  
**ACCÈS-DIFFUSION-PROTECTION DE L'INFORMATION**  
**WWW.AAPI.QC.CA**

---

**Tiré des Actes du 22<sup>e</sup> Congrès – 16 et 17 avril 2014**  
**LAISSEZ VOTRE EMPREINTE !**

---

## **CONFÉRENCE**

### **Gérer sa réputation lors de pertes de données ou de bris de confidentialité**

**M. Steve Flanagan, président fondateur, Flanagan Relations publiques**

La fuite de renseignements personnels peut avoir d'importantes conséquences, que ce soit pour les personnes concernées ou pour la réputation de l'organisme impliqué. Comment agir dans de telles circonstances ? Comment communiquer et protéger son image publique ? Le conférencier a présenté diverses stratégies de gestion et de communication en temps de crise afin de prévenir la perte de données ou les bris de confidentialité et de maintenir la confiance du public.

**12 pages**

Aux fins d'utilisation de cette documentation accessible aux membres via le site Internet de l'AAPI, nous vous prions de vous référer à l'énoncé des conditions d'utilisation des documents déposés dans la Médiathèque de la section réservée aux membres. Plus précisément, il est strictement interdit de modifier le contenu, par addition, suppression ou autrement, et d'en soustraire le nom ou le logo de l'AAPI ou de ses partenaires. Tous les documents mis à la disposition des membres appartiennent à l'AAPI ou à ses concédants de licence. Cette documentation vous est offerte à des fins d'information personnelle. L'AAPI et ses concédants de licence ne font aucune déclaration et ne donnent aucune garantie que le contenu est exhaustif, fiable, exact, exempt d'erreurs, de défauts, exempt de virus informatiques ou d'autres éléments nuisibles, ou que tous problèmes de cet ordre qui pourraient survenir sont corrigés. L'AAPI et ses concédants de licence ne sauraient être tenus responsables de quelque dommage que ce soit, y compris des dommages directs, indirects, accessoires, spéciaux, consécutifs, exemplaires ou punitifs découlant de l'accès à la documentation et aux services offerts à ses membres, de leur contenu ou de leurs outils, ou encore de l'accès à ceux-ci ou de l'utilisation de ceux-ci.

**Vous pouvez reproduire ce texte, en tout ou en partie, en citant toutefois la source suivante : Flanagan, S. (2014). Conférence. « Gérer sa réputation lors de pertes de données ou de bris de confidentialité », Actes du 22<sup>e</sup> Congrès AAPI 2014, Montréal, SOQUIJ, p. 77-89. Médiathèque AAPI - ©AAPI-CONGRÈS 2018-2019**

## CONFÉRENCE 6

### Gérer sa réputation lors de pertes de données ou de bris de confidentialité

**M. STEVE FLANAGAN**

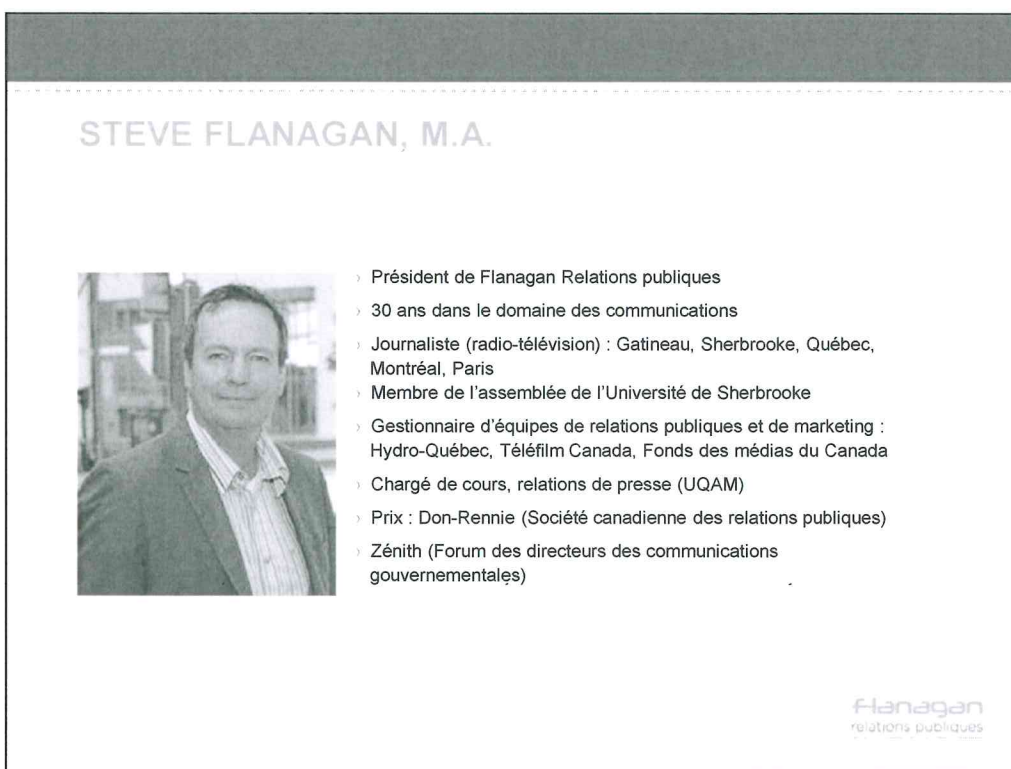
Président-fondateur, Flanagan Relations publiques

flanagan  
relations publiques

GÉRER SA RÉPUTATION LORS DE PERTES DE DONNÉES  
OU DE BRIS DE CONFIDENTIALITÉ  
PAR STEVE FLANAGAN, PRÉSIDENT DE FLANAGAN RELATIONS PUBLIQUES

Lors du 22<sup>e</sup> Congrès annuel des membres de  
**L'Association sur l'accès et la protection de l'information**  
À l'Hôtel Westin, Québec, le 16 avril 2014





Publié le 14 avril 2014 à 08h48 Mis à jour le 14 avril 2014 à 13h09

## Agence du revenu du Canada: 900 NAS volés



PHOTO PAWEŁ KOPCZYŃSKI/REUTERS

 **HUGO DE GRANDPRE**  
La Presse

[Suivre](#)

**ma PRESSE**  
[Ajouter](#)

**PARTAGE**  
[Recommander](#) 14  
[Twitter](#) 105

**Flanagan**  
relations publiques

(OTTAWA) Le bogue informatique Heartbleed a fait des dommages au gouvernement fédéral : l'Agence du revenu du Canada a annoncé lundi qu'environ 900 numéros d'assurance sociale avaient été copiés de son site web.

**De :** Bank of Montreal [mailto:notify@secureserver.net]  
**Envoyé :** 14 avril 2014 12:07  
**À :** steve@flanaganinc.com  
**Objet :** INTERAC e-Transfer from Canada Revenue Agency

CANADA REVENUE AGENCY has sent you an INTERAC e-Transfer.

Amount: \$98.00 (CAD)

Sender's Message: A message was not provided

Expiry Date: 15 April 2014

Action required:  
To deposit your money, [click here](https://etransfer.interac.ca/CAAEJMqq)  
<https://etransfer.interac.ca/CAAEJMqq>

**Flanagan**  
relations publiques



## NOS OBJECTIFS

- › Comprendre les mécanismes d'une crise ;
- › Identifier les principales étapes de gestion d'une crise ;
- › Comprendre le mécanisme de construction de la réalité (médiatique).

Flanagan  
relations publiques

## CRISE OU URGENCE ?

Une crise est une situation inattendue où il y a un blocage sérieux de l'action. Une véritable crise a pour effet d'altérer de façon durable l'environnement de l'entreprise, ses relations avec ses clients, ses partenaires, son personnel et l'ensemble de la population.

Flanagan  
relations publiques



## LES CARACTÉRISTIQUES DE LA CRISE

- › Une impossibilité de retour à la normalité avec les moyens habituels ;
- › Une fracture du contexte organisationnel ;
- › Une détérioration permanente ou une désintégration du lien de confiance.

flanagan  
relations publiques

## LES CARACTÉRISTIQUES DE L'URGENCE

- › Un changement brusque du contexte d'affaires ;
- › Un événement inattendu ou une suite de dysfonctionnements qui met en péril la stabilité et la réputation d'une organisation ;
- › La présence d'acteurs pouvant être inhabituels : journalistes, élus, associations ou regroupements d'intérêts, etc. ;
- › Un flux inhabituel et surdimensionné d'informations (ou des demandes) ;
- › Une mise sous tension générale et accélération du temps disponible ;
- › La naissance d'incertitudes et la circulation de rumeurs.

flanagan  
relations publiques

## LES CONSTATS D'ÉCHECS

- › Le déni ;
- › L'absence ;
- › Le manque de leadership ;
- › L'absence de message cohérent ;
- › La communication aux mauvais publics.

flanagan  
relations publiques

## LES PRINCIPALES ÉTAPES DE LA GESTION DE CRISE

**La reconnaissance des faits**

**La prise en charge**

**L'accompagnement**

flanagan  
relations publiques



## LA RECONNAISSANCE DES FAITS



- › Reconnaître la situation, prendre acte ;
- › Donner le plus tôt possible une explication, un sens à l'événement ;
- › Reconnaître et considérer la diversité des opinions et de craintes.

Flanagan  
relations publiques

## LA PRISE EN CHARGE



- › Mobiliser et réunir l'ensemble des ressources nécessaires à la réponse à la situation d'urgence ;
- › Assurer un leadership distinctif dans le déploiement des moyens ;
- › Établir des objectifs réalistes et les atteindre.

Flanagan  
relations publiques



ASSOCIATION SUR L'ACCÈS  
ET LA PROTECTION DE  
L'INFORMATION (AAPI)



## L'ACCOMPAGNEMENT

- › Positionner l'organisation comme étant la principale source d'information fiable et crédible ;
- › Mettre en place une communication empathique destinée uniquement aux personnes touchées et concernées ;
- › Communiquer uniquement sur les actions et ses réalisations de façon régulière.

Flanagan  
relations publiques

## DES EXEMPLES



Flanagan  
relations publiques



ASSOCIATION SUR L'ACCÈS  
ET LA PROTECTION DE  
L'INFORMATION (AAPI)

## COMMENT STRUCTURER SA RÉPONSE

PRÉVENIR LA CRISE

GÉRER LA CRISE

ÉVALUER LA CRISE

Flanagan  
relations publiques

VEILLE

DIAGNOSTIC

**ACTION  
DÉCISION**

ÉVALUATION

VEILLE

relations publiques



## PRÉVENIR LA CRISE

- Réaliser un audit sur les plans de mesures d'urgence ou de continuité des affaires
- Réaliser une mise à jour régulière des plans ou réaliser un plan
- Identifier les différentes cellules opérationnelles, leur fonctionnement et leurs interactions avec les autres cellules de gestion de l'urgence
- Identifier les ressources (humaines et matérielles)
- Identifier les différents publics de l'organisation
- Identifier les canaux de diffusion
- Définir des principes directeurs
- Définir les rôles et responsabilités
- Former le personnel
- Réaliser des simulations sur une base régulière
- Réaliser une veille en continu

Flanagan  
relations publiques

## GÉRER LA CRISE

- Reconnaître les signes d'une situation d'urgence
- Déployer les ressources (humaines et matérielles) le plus tôt possible
- Définir une stratégie et un plan d'actions
- Communiquer le déploiement de chacune des actions
- Évaluer les résultats
- Communiquer les résultats
- Réaliser une veille en continu

Flanagan  
relations publiques



## ÉVALUER LA CRISE

- Réaliser un post-mortem
- Réviser les plans
- **Célébrer le succès !**

Flanagan  
relations publiques

## CONSTRUIRE LA RÉALITÉ

- › La réalité se construit par la diffusion des informations.
- › Les sources deviennent des acteurs importants.

Flanagan  
relations publiques



VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?...  
j'ai peut-être pas toutes les réponses !

flanagan  
relations publiques

Merci!

flanagan  
relations publiques





# flanagan

relations publiques

**Pour nous rejoindre :**

Flanagan Relations publiques  
505, boulevard René-Lévesque O.  
Bureau 200  
Montréal (Québec)  
H2Z 1Y7  
Téléphone : 514 284-7964  
Cellulaire : 514 916-2512

**Pour nous suivre:**

[www.sflanaganinc.com](http://www.sflanaganinc.com)  
[www.gestiondecrise.ca](http://www.gestiondecrise.ca)  
[www.twitter.com/sfirp](https://twitter.com/sfirp)  
[www.facebook.com/sficonseil](https://www.facebook.com/sficonseil)  
[www.facebook.com/gestiondecrise](https://www.facebook.com/gestiondecrise)

