

Grippe A(H1N1) : Avez-vous un plan en place si le tiers de vos employés ne se présentent pas au travail? Comment communiqueriez-vous avec votre clientèle?

Situation :

La direction de la santé fédérale ainsi que les provinces ont élaboré un plan pour atténuer le danger latent que pose la grippe A(H1N1). La conception et la distribution d'un vaccin à tous les Canadiens ainsi que la diffusion d'une campagne d'information généralisée font partie de leur stratégie pour faire en sorte que le public comprenne ce qu'il doit faire pour se protéger contre la pandémie.

La direction de la santé nous assure que pour la majorité de la population, la grippe A(H1N1) ne représente qu'un inconfort. Il s'agit d'une grippe dont nous rétablirons en approximativement une à deux semaines. Pour ceux qui ont des problèmes de santé pathologiques, et dans des cas relativement rares, la grippe H1N1 a entraîné des complications graves et même des décès.

Il n'y a actuellement pas de déclaration de pandémie, il est cependant prudent, de planifier un plan de gestion de crise et ce, dès maintenant.

Quels sont les risques?

De 15 à 35 % de vos employés pourraient être malades à un moment ou à un autre. Selon un rapport préparé par les manufacturiers et exportateurs du Canada (MEC), les entreprises devraient prévoir un taux d'absentéisme pouvant atteindre 50 % pendant environ deux semaines au plus fort de la crise¹, et un taux d'absentéisme plus bas pendant les semaines précédant et suivant ce sommet. En général, une vague pandémique peut durer environ huit semaines.

Les risques encourus comprennent :

- une grande partie des employés ne se rendront pas au travail parce qu'ils seront malades;
- une grande partie des employés ne se rendront pas au travail parce qu'ils devront rester chez eux pour prendre soin d'un membre de la famille touché par la maladie ou s'occuper d'un enfant puisque des écoles pourraient être fermées;
- les membres de la direction ne se rendront pas au travail parce qu'ils seront malades;
- des retards dans la production;
- incapacité de servir le public en raison du manque de personnel;
- la contamination de la clientèle;
- la dissension des employés envers l'inaction de la direction.

¹ Information dérivée dans un contexte de la grippe aviaire (2006)

La grippe A(H1N1) peut avoir une incidence sur les entreprises de toute taille et pourrait avoir des répercussions sérieuses sur le moral des employés et le service à la clientèle. Les affaires ne suivront pas leur cours habituel. La façon dont les compagnies feront face à la situation aura des répercussions sur la réputation et la marque de l'entreprise.

Plan de continuité ou de communications pour votre entreprise

Ce court document vise à vous faire réfléchir sur cette menace et à vous inciter à commencer à planifier maintenant — si vous ne l'avez pas encore fait. Voici quelques suggestions concernant les aspects communicationnels :

Développez un plan de continuité pour votre entreprise

- Le fait d'avoir et de partager un plan au sein de votre entreprise améliorera l'image de l'organisation auprès des employés, des actionnaires et des clients en démontrant une attitude proactive.
- Identifiez un officier d'information et coordonnateur en cas de pandémie H1N1.
- Identifiez les ressources nécessaires au soutien de la continuité des activités de l'entreprise, y compris le personnel, les communications, les équipements, les affectations financières, les services juridiques, la protection des infrastructures et l'hébergement.

Élaborez un plan de communications

Vous pouvez avoir le plan de continuité des opérations le plus complet et le plus à jour possible, mais sans une communication efficace avec vos employés, la direction, les autres unités d'affaires de votre organisation, le gouvernement, les fournisseurs clés et les clients importants, votre plan échouera.

Parlez très tôt à votre personnel des risques liés au manque de personnel et expliquez leur comment votre entreprise s'est préparée pour y faire face.

- Donnez de l'information à votre personnel pour les aider à prévenir une pandémie.
- Anticipez l'anxiété des employés, les rumeurs et les renseignements erronés et planifiez vos communications en conséquence.
- Identifiez les personnes-ressources (ainsi que leurs remplaçants) et une chaîne de communication (comprenant les fournisseurs et les clients) par le biais d'un arbre de communication.
- Élaborez des plates-formes (p. ex. des numéros d'urgence, des sites Web spécialisés) pour faire le point sur la pandémie et les mesures à prendre avec les employés, les vendeurs, les fournisseurs et les clients, de façon cohérente et en temps opportun, y compris les redondances du système de contact d'urgence. Ne prenez rien à la légère.
- Identifiez les sources d'information auprès de la direction de la santé publique pour obtenir des renseignements fiables et mis à jour sur la pandémie (sur le plan national et international) ainsi que les ressources permettant de prendre des mesures de prévention.

Tactiques de communication

- Informez le personnel sur les mesures prises pour prévenir la grippe A(H1N1).
- Identifiez le centre de vaccination local.
- Donnez les coordonnées des médecins et cliniques médicales à proximité de votre lieu de travail pour les personnes qui présentent des symptômes apparentés à la grippe.
- Mettez sur pied une base de données d'adresses courriel consacrée à la grippe A(H1N1).
- Élaborez et affichez des documents traitant de la grippe A(H1N1) sur les sites intranet de la société.
- Créez une foire aux questions (FAQ).
- Informez le personnel.
- Mettez sur pied une ligne d'information 1-800.
- Effectuez une surveillance des médias pour demeurer informés sur l'évolution de la situation.
- Gardez les choses en perspective.

Mettez en œuvre un exercice pour tester votre plan et révissez-le au besoin.

À propos de MaisonBrison Communications

MaisonBrison Communications a produit le présent document d'information sur la planification de communications pour la grippe A(H1N1) pour répondre aux besoins de ses clients et dans le cadre d'une initiative de la fonction publique.

MaisonBrison conçoit et met en œuvre depuis plus d'un quart de siècle des programmes de communications corporatives novateurs axés sur les résultats pour des sociétés ouvertes et privées. Animée d'une passion pour l'excellence, l'équipe multidisciplinaire de MaisonBrison cherche à surpasser les attentes de ses clients en leur offrant des solutions en matière de relations avec les investisseurs, de relations publiques, de gestion de crise, de communications avec les employés et d'arts graphiques, selon les meilleures pratiques. MaisonBrison s'efforce constamment d'être un chef de file au chapitre de la performance.

Renseignements :

Rick Leckner
Président

(514) 731-0000