Un plan communication et média doit :

* **Présenter l’objectif du plan**
* **Décrire et désigner les rôles et responsabilités qui incombent au personnel national et international en situation de crise**
* **Préciser la manière dont l’Équipe de communication en situation de crise sera mobilisée**
* **Désigner**

qui fait partie de l’Équipe de gestion de crise et qui n’en fait pas partie

qui fait partie de l’Équipe de communications en situation de crise et  qui n’en fait pas partie

qui est chargé de préparer une salle des opérations

qui est chargé de mener la réponse communication et média et d’autoriser la diffusion d’information

qui est chargé de surveiller les médias et les réactions sur les réseaux sociaux

qui est chargé de mettre en œuvre d’autres mesures, par exemple d’informer la famille, de fermer les sites de réseaux sociaux

qui a besoin d’information sur ce qui s’est passé

* *Voir Figure 4 : Diffuser des messages internes et externes appropriés*
* **Include**

les procédures de vérification de l’information et les autorisations relatives à la diffusion de l’information

les noms et les coordonnées accessibles 24 heures / 24 du porte-parole principal et des autres porte-parole

les noms et les coordonnées des porte-parole pays, régionaux ou affiliés

la liste vérifiée et actualisée des contacts médias

la marche à suivre pour les briefings des équipes EGC–ECC

les politiques et procédures relatives aux contacts des salariés avec les médias

des informations sur la suppression des messages publiés sur les réseaux sociaux

* **Indiquer dans les grandes lignes**

les plans d’urgence à mettre en place selon les différents scénarios

les exercices et simulations qui permettront de tester le plan  communication et média en situation de crise

* **Identifier**

les individus, agences partenaires ou autres experts, par exemple concernant un pays ou une région particulière, qui sont prêts à collaborer en cas d’urgence

les entités susceptibles de fournir des conseils en matière de sécurité au personnel déployé dans une autre région

* **Rassembler des exemplaires des documents suivants**

versions préliminaires de déclarations à chaud, de communiqués de presse, de messages clés et de modèles

fiches d’information, points à discuter et tout autre document

procédures à respecter pour publier des informations sur des sites Internet

listes des tâches à accomplir lors des 2, 4, 8, 12, 16, 24 et 48 premières heures

procédures à suivre pour évaluer le plan communication et média en situation de crise

toute politique à laquelle il pourrait être nécessaire de se référer en cas de crise, par ex. :

* liaison avec les familles et soutien
* gestion de l’information
* législation et bonnes pratiques en matière de vie privée, d’anonymat et de confidentialité
* soutien psychosocial
* médias sociaux
* **Coordonnées des contacts prioritaires**
* **Date de la dernière révision du plan**

Certaines agences conservent le plan communication et média en situation de crise sur un site Intranet ou dans un fichier qui n’est activé qu’en cas de crise. D’autres détiennent une partie ou la totalité du plan sur des documents papier. Quelle que soit la méthode employée, l’information doit être gardée de manière sécurisée mais accessible au personnel désigné et autorisé.