

# PRATIQUE DE LA COMMUNICATION DE CRISE DES MINI-CRISES 'ORDINAIRES'

## ETUDE CONTEXTUALISEE D'UNE ENTREPRISE DE GAZ EN ALGERIE

**Yamine BOUDHANE**

Université de Sétif 2 ,Unité de recherche GRH. (Algérie)

**Aissa MERAH**

Université de Bejaia.

ملخص:

تستعرض الدراسة الآتية آليات إدارة الأزمات الاتصالية في المؤسسات الجزائرية، وطرق إدارة السمعة في أوقات الأزمات، وقد تناولنا بالتحليل تجربة مؤسسة التوزيع سونلغاز في معالجة آثار أزمة 2012، لما تسببت الثلوج المتساقطة في ولاية سطيف، سيما على مستوى مناطق شمال الولاية في إحداث انقطاعات في تزويد السكان بالكهرباء والغاز نتيجة التساقط المتراكم لكميات معتبرة من الثلوج لأسابيع متتالية، الأمر الذي دفع مؤسسة توزيع سونلغاز لإنشاء خلية أزمة طويلة فترة الانقطاعات للتعامل مع تغيرات الأزمة لطمأنة السكان، ووضعهم على اطلاع دائم بمجهودات المؤسسة في التعامل مع الأزمة.

Résumé:

L'étude suivante va se concentrer sur l'évaluation des actions menées par les professionnels de la communication de SDE " Société de

distribution d'électricité et de Gaz de l'Est" lors de cette tempête de neige qui a caractérisé la région des hauts plateaux pendant quatre semaines consécutives, Notre analyse portera sur le discours de l'entreprise représenté dans sa communication (information émise et interventions de ses acteurs) à travers les 14 situations de mini-crisis marquant la perturbation de la distribution du gaz de ville dans la région de Sétif durant l'année 2012. Nous nous intéressons aux relations avec les journalistes locaux et à la nature des informations diffusées.

## **Introduction :**

En février 2012 ,les événements entourant la tempête de neige qui a caractérisé la région des hauts plateaux constituent un exemple typique de l'endroit où une crise est renforcée. Les tempêtes de neiges ont isolé plusieurs localités ,particulièrement dans les régions Est de l'Algérie. Les coupures d'électricité ont causé ,au plus fort des tempêtes de neige ,l'interruption de la distribution de l'énergie électrique qui a affecté près de 954 000 foyers à cause de la chute des supports de transport et des câbles électriques au niveau de plusieurs localités des hauts plateaux[1]. En effet ,ces incidents ont provoqué des dommages aux réseaux électriques et gaziers gérés par la même entreprise Sonelgaz. L'aggravation de la situation a installé la crise avec des conséquences non maîtrisées surtout en matière de la gestion des dysfonctionnements des installations et des équipements techniques entraînant l'insécurité des personnes et des biens et un sentiment de panique générale.

L'objectif principal de cette étude est d'évaluer les actions menées par les professionnels de la communication de SDE " Société de distribution d'électricité et de Gaz de l'Est" lors de cette tempête de neige qui a caractérisé la région des hauts plateaux. Cette étude vise aussi à identifier les caractéristiques de ce type de crises et les erreurs qui lui sont liées dans une perspective de médias de communication. Cela se fera à travers une analyse des communiqués de presse publiés et des propos diffusés par les responsables de la SDE lors de la période de la crise et dans les mois qui ont suivi la tempête.

### **Problématique**

L'expérience a montré que durant les moments de crise la communication d'entreprise en matière d'informations diffusées et argumentées ne se suffit pas à elle seule. Autrement dit sa composante informationnelle portant sur le fait critique/problématique (ce que l'on aurait dû savoir ce qu'il est urgent de savoir ou de faire savoir les éléments de décision ou d'évaluation plus) doit être cadrée par une composante communicationnelle (la façon de dire ou de négocier les moyens et le contexte choisis pour le faire la valeur persuasive ou émotive du discours l'anticipation de l'interprétation des médias et des acteurs sociaux).

En transposant cette vision professionnelle de la communication d'entreprise au contexte algérien où la rétention de l'information discordante est systématique et la satisfaction du partenaire est peu importante il est difficile de parler de stratégie ou de plan de communication de crise en Algérie. C'est pourquoi nous proposons de parler de pratiques dans le sens d'exercice improvisé combinant des

éléments de l'accumulation des expériences et ceux des réactions immédiates. Cet exercice caractérisant la communication d'entreprise notamment au sein des sociétés relevant du secteur étatique et dans un espace public peu ouvert .réduit les chances de la professionnalisation de la communication de crise et ce .surtout quand la crise est prise dans son sens médiatique d'événement conjecturel surmédiatisé.

C'est dans cette optique que s'inscrit notre texte consacré à l'observation de la gestion de la communication de crise au sein d'une entreprise de distribution de gaz (Sonelgaz) lors de nombreuses situations de mini-crisis de gaz de ville: fuites .incidents et coupures 'ordinaires' qui ne présentent pas de grands risques. Notre analyse portera sur le discours de l'entreprise représenté dans sa communication (information émise et interventions de ses acteurs) à travers les 14 situations de mini-crisis marquant la perturbation de la distribution du gaz de ville dans la région de Sétif durant l'année 2012. Nous nous intéressons aux relations avec les journalistes locaux et à la nature des informations diffusées.

Notre objectif est donc de décrire cette gestion de manière à découvrir la réalité de l'exercice de la communication de crise et de dégager ses caractéristiques communicationnelles .identifier ses objectifs informationnels et persuasifs et situer ses limites de formulation et de déroulement.

### **Structure de la crise**

Le présent article ne vise pas à évaluer ou à commenter les actions des différentes personnes impliquées dans cette crise. Au contraire .son objectif est d'identifier et de décrire les actions d'information adoptées par les responsables de communication afin

d'atténuer les conséquences négatives que cet événement grave peut avoir sur l'image de l'institution ,sur la confiance de la clientèle et sur l'engagement de ses personnels. Ce travail retranscrit l'analyse effectuée par les professionnels de la distribution lors des situations de crise à plusieurs niveaux: les constats partagés ,les fondamentaux en matière de communication interne ,de relations avec les publics et avec la presse.

Le choix de l'Entreprise publique SDE " Société de distribution d'électricité et de Gaz de l'Est" comme étude de cas se justifie par des raisons objectives cadrant avec les exigences méthodologiques et empiriques du cas de l'étude permettant d'examiner la théorie conceptualisant pour la communication de crise et les pratiques professionnelles entrant dans le cadre des missions et activités de communication des organisations. La situation de crise offre un exemple concret de l'exercice qui permet de voir de près la réaction de l'entreprise en tant qu'organisation responsable et de tester l'efficacité des dispositifs de communication de crise de cet établissement important. Il est aussi à signaler que l'entreprise SDE jouit d'une réputation de grande institution techniquement solide et professionnellement performante.

La conjoncture de crise a mis en examen ses vocations principales d'organisme à grand public et d'intérêt général. Par ailleurs ,le caractère catastrophique de la gestion de la perturbation des réseaux de distribution des énergies en forte demande en cette période de a fourni une matière de prédilection aux médias. D'ailleurs ,la tempête de neige et ses conséquences ayant présenté l'actualité médiatique du moment l'ont rapidement cédée pour la crise à Sonelgaz accusée d'avoir mal

géré la situation. Pis .les journalistes ont critiqué surtout au début du problème .l'entreprise d'avoir échoué dans la gestion de sa communication de crise en privilégiant la rétention de l'information.

A propos des types de données qui ont été utilisées dans la réalisation de cette étude .on peut citer les suivantes: Entretiens et communiqués établis avec la presse écrite et les médias .Les BMS (Bulletin météo spécial) diffusés à la radio locale au cours de la période de la tempête de neige. En termes de moyens de communication utilisés pour gérer la crise .compte tenu de la grande quantité d'articles .de programmes et séquences de programmes consacrés à ce sujet .nous nous sommes limités aux principaux médias qui étaient accessibles et qui ont joué un rôle déterminant dans la crise.

La crise de Sonalgaz distribution en février 2012 était une catastrophe unique .suite à l'incapacité des équipes du groupe Sonalgaz de répondre aux sollicitations de ses clients paralysés par la neige. Des coupures d'électricité persistent dans les régions de l'est du pays. Les reliefs et l'épaisseur de la neige .atteignant à certains endroits près de 3 m .empêchent l'intervention des équipes de Sonelgaz. (Fatima Arab:2012).

Nous proposons donc dans un ordre chronologique une structure de cette crise qui se compose en trois phases distinctes (Martial Pasquier .Etienne Fivat: 2012).

- **Le développement des crises:** la crise a commencé avec Les premières coupures d'électricité enregistrées depuis le (29/01/2012) ;

«Avec le début de la vague de froid qui frappe le nord du pays , plus de 33 600 familles attendent .dans le noir . Sonelgaz arrivera-t-elle à rétablir l'électricité dans ces foyers et diminuer de leur souffrance ? Pas si sûr .à s'en fier à la progression actuelle des équipes réquisitionnées pour cette opération. Nos agents avancent à... pied» Toutes les équipes du groupe ,même celles des sociétés sous-traitantes , et de toutes les filiales sont déployées pour répondre aux besoins exprimés .après les premières coupures signalées. » (Fatima Arab:2012).

**-La phase aiguë:** au cours des premières semaines suivantes .une série d'événements nouveaux ont été révélés .l'intervention des agents de Sonelgaz était quasi impossible au niveau des hauteurs de l'est et des zones enclavées de la région. Des habitants de plusieurs quartiers étaient toujours sans électricité pendant plus trois semaines .La filiale de distribution du groupe Sonelgaz n'avait pas de moyens sophistiqués pour intervenir pour la réparation des pannes dans l'immédiat à cause de multiples cas de rupture de câbles .provoquées par les vents violents et l'accumulation de la neige dans toutes les régions. Ces événements ont provoqué des dommages majeurs aux réseaux (électrique et gazier) . et des dysfonctionnements des installations techniques.

En dépit de plan communicationnel mis à l'épreuve par les cellules de crise pour mieux gérer les interventions de rétablissement des deux énergies (électrique et gaz) .et malgré les progrès réalisés en matière de qualité et de continuité de service durant cette tempête de neige .et malgré aussi toutes les mesures de prévention et les systèmes

de détection mis en place pour mieux gérer la crise ; Malgré toutes ces mesures de prévention la crise a éclaté. Les médias étaient sur place . l'image de l'entreprise était vraiment mise en jeu. La gestion de la crise est délicate. C'était urgent de réagir passivement face aux accusations des médias sur l'incapacité ou l'incompétence de Sonelgaz. C'était alors nécessaire de discerner très vite les enjeux ,préparer des réponses ,évaluer l'incidence de chacune des options ,tempérer les accusations et adapter sa communication au personnel qui devra être régulièrement tenu au courant... tout cela en un temps record.

- **La phase de récupération:** Les démarches entreprises par les responsables de la cellule de crise de Sonelgaz pour entretenir une stratégie de communication de sortie de crise le jour même de son déclenchement ,et les jours qui suivent via tous les vecteurs de la communication ont mis cette crise sous contrôle. La crise a pris fin. L'intérêt des médias a diminué par rapport à cette crise ! D'autre part , dans le cadre du débriefing conduit à l'issue de la crise ,un bilan des conséquences de la crise sur l'image de l'institution en interne comme en externe était tiré ,afin de repérer les dysfonctionnements et les faiblesses puis proposer des mesures correctrices. (khalil hedna: 2012).  
(répétition du mot crise)

### **Organiser une communication de crise**

Tout d'abord ,Avant de définir les différentes stratégies communicationnelles mises en place par l'entreprise de distribution de gaz « Sonelgaz » durant la tempête de neige qui s'est étalée du 31/01/2012 jusqu'au 12/02/2012 ,il est judicieux de définir ce qu'est



exactement une crise. Il existe de très nombreuses définitions d'une crise .selon Thierry Libaert .il s'agirait de « la phase ultime de dysfonctionnements mettant en péril la réputation et la stabilité d'une entreprise. » (Libaert:2005 .p9).

On peut donc proposer plusieurs définitions de la communication de crise .selon les approches que l'on choisit :

1-« Une crise .c'est un incident majeur .prévisible ou non .qui provoque une source de difficultés anormales pouvant engendrer des dysfonctionnements. Cela doit entraîner une réponse extraordinaire. Plus vous serez préparé .moins vous aurez de chance de manquer votre communication.»(Christophe Bay)

2-« La communication de crise est bien plus qu'une information des autorités pour expliquer la situation d'urgence .son évolution .les actions qu'elles entreprennent .ou encore les recommandations faites à la population. En effet .la gestion d'une situation de crise n'est bien évidemment efficace que lorsqu'une collaboration et une coordination entre toutes les autorités et services d'urgence existe. Cependant .dans ce schéma classiquement suivi par les autorités .il manque un acteur principal: le citoyen. »(Jaak Raes: 2007 .p8)

3-«La communication de crise consiste à mettre en œuvre des actions d'information interne .de relations presse et publiques adaptées .afin de limiter les conséquences négatives qu'un événement grave peut avoir sur l'image de l'entreprise .sur la confiance de la clientèle et sur l'engagement des personnels qui y travaillent. » (Patrick Guillot: p10)

La communication de crise va donc être un ensemble de techniques de communication permettant d'atteindre plusieurs objectifs :

- Permettre d'anticiper les crises .voire même les éviter.
- Éviter qu'un accident ne se transforme en crise.
- Permettre d'atténuer une crise.
- Éviter qu'une crise ne se transforme en catastrophe.
- Proposer l'opportunité d'une sortie favorable à une crise.
- Dans tous les cas .l'objectif majeur de la communication de crise sera de préserver la crédibilité de l'entreprise ou de l'institution.(Catherine Guillaume:2010)

Alors que la crise dans toutes ces phases nécessite une gestion professionnelle pour identifier les techniques appropriées pour le déploiement des solutions (aider les personnes en difficulté . d'identifier et de trouver une solution technique à un échec .etc) et remettre les choses à leur normalité .Selon la plupart des auteurs .une bonne gestion de crise nécessite une bonne communication (voir Anthonissen .2008; Coombs .2007; Fearn-Banks .2007; Horsley et Barker .2002; Ulmer et al .2007;. 2009). Thus ."[a] Ainsi .« La crise selon ces auteurs oblige les organisations à communiquer avec divers publics afin de limiter les dommages qui peuvent être causés par une crise. La qualité de ces communications peuvent améliorer ou aggraver la situation "(Zaremba .2010 .p. 21). Similarly .John Penrose (2000) De même .John Penrose (2000) souligne que sans communication échéant . un plan de gestion de crise est inutile.

## **Comment la SDE de l'Est a géré la Crise de (tempête de neige)**

La crise d'hiver au sein de la distribution d'électricité et de Gaz au niveau de l'entreprise Sonelgaz Est demeurait un sujet de prédilection des médias pendant le jour même de la crise .et les jours qui suivent. Car les dégâts provoqués par les coupures étaient contraignants et même couteux. Raison pour laquelle le ton montait chez les médias qui ont accordé une couverture exceptionnelle à cet événement .la crise est créée ou aggravée par la réaction de la presse et l'émotion qu'elle véhicule.

Pour sa part .la direction de distribution de Sétif et dès l'arrivée du BMS (Bulletin météo spécial) du 29/01/2012 .une cellule de gestion d'une probable crise fut installée par la Direction de la distribution de Sétif tout en s'appuyant sur le plan orsec établi. Trois volets ont été mis en œuvre ; logistique .organisation et communication. (Hedna:2012)

En effet un plan de communication en situation de crise fut établi sur trois points importants ; mobilisation sur le terrain .information en usant des canaux efficaces (interventions à la radio nationale et locale . communiqués pour la presse nationale .Rédiger un communiqué **de (et)** organisation des interviews .des points de presse .et des conférences de presse).

D'autre part .le chargé de communication s'est rapproché de ses homologues de la mairie .des autorités (wilaya .protection civile . gendarmerie...) et des partenaires afin de concevoir un protocole

d'intervention pour organiser une communication de crise (après l'aval de la hiérarchie directe). Et des réunions systématiques menées par le directeur de la distribution (trois réunions par jours en plus des « briefing ») ont été tenues au siège de la direction générale avec la participation de tous les responsables des structures concernées pour évaluer la situation éventuelle de chaque jour. (Hedna .2012)

Une cellule de crise donc a été installée au sein de la direction générale l'entreprise afin que toutes les parties prenantes citées ci dessus puissent se retrouver et brainstormer sur la marche à suivre. Pour Mr Hedna le chargé de communication de SDE: "Il était important de déterminer qui fait quoi et comment ? Rien ne devait être laissé dans le flou .car le temps était notre principal défi. C'était une véritable course contre la montre". (Hedna .2012)

L'entreprise était obligée de montrer qu'elle a pris la mesure de ce qui c'est passé. Pour cela .il était indispensable que les dirigeants prennent leur part d'émotion et aillent au-devant des personnes concernées par la crise. "On ne peut se prévaloir des honneurs sans prendre sa part des servitudes de sa fonction" .précise-t-il Mr Hedna. Et cela passe par une intervention en face à face .d'autant que la communication non verbale est très importante dans ces moments. Il leur faut aussi montrer que la situation est sous contrôle .

Lors d'une intervention émise à la radio de Sétif et consacrée à l'évaluation des actions menées durant la tempête de neige .ces jours-ci .le chargé de communication .face à lui .le porte parole de la gendarmerie .celui de la protection civile et les membres des

associations de solidarité de la région de Sétif .a déclaré que cette crise a été gérée avec des plans de cartographie du réseaux électricité .des plans de route .du schéma directeur Gaz .afin de se rendre compte de la réalité de la situation de distribution des deux énergies ainsi qu'avec une liste de numéros de téléphone (Instances locales .entreprises .communes .associations .journalistes...) dans le but d'avoir immédiatement les bons contacts à joindre.(cellule de la communication: 2012).

Les démarches communicationnelles entreprise par la cellule de crise était de transmettre le vecteur de l'information le jour même de la crise .et les jours qui suivent à raison de cinq interventions par jour (8h .10h .12h .15h et 17h) via la radio nationale sur l'état d'avancement des rétablissement des incidents causés par la tempête . ainsi que la transmission de communiqués récapitulatifs pour la presse écrite nationale (un communiqué par jour) sans pour autant oublier la mise en place d'une communication de sortie de crise.

Plusieurs interventions faites aux différentes radios nationale et locale (71 interventions émises en 13 jours) .on citera entre autres .la radio chaîne 3 .chaîne 2 .chaîne 1 .radio internationale et 17 communiqués de presse. (Voir le tableau ci- dessous) Autres actions qui ont aussi démontré que la SDE est une entreprise citoyenne .les agents d'exploitation et ceux d'interventions ont contribué eux aussi aux actions de solidarité qui se sont déclenchées immédiatement à Sétif. (Cellule de la communication: 2012).

<b>Date et heure</b>	<b>sujet</b>	<b>Médias</b>	<b>Nombre d'intervention</b>
30/01/12 - 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif Arabe et Tamazight	03
31/01/12 - 08h-12h- 14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif Arabe et Tamazight	04
01/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif Arabe et Tamazight	05
02/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif Arabe et Tamazight	05
03/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif Arabe et Tamazight	05
04/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif Arabe et Tamazight	05
05/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif Arabe et Tamazight	05

06/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif Arabe et Tamazight	05
07/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio nationale chaîne 3 Radio Sétif (Arabe et Tamazight)	07
08/02/12 -08h- 10h-12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Algérie internationale Radio nationale chaîne 2 Radio Sétif (Arabe et Tamazight)	07
09/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif (Arabe et Tamazight)	05
10/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif (Arabe et Tamazight)	05
11/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif (Arabe et Tamazight)	05
12/02/12 - 08h-10h- 12h-14-17h	Situation de l'alimentation en énergie et intervention de nos équipes	Radio Sétif (Arabe et Tamazight)	05

**Entretiens et communiqués établis avec la presse écrite et les médias audiovisuels du 31/01/2012 jusqu'au 12/02/2012**

## Conclusion

Certes cet article nous a permis d'analyser scientifiquement les efforts établis par l'entreprise Sonalgaz "Distribution" pour mettre en œuvre des relations presse fiables et efficaces à l'issue de la crise de la tempête de neige .cet exposé nous a offert une brève (une: à supprimer) réponse pertinente à une situation de crise .et nous à démontré clairement les différentes actions de" communication presse" conduites par le service de la communication visant à entourer la crise et permettre à Sonalgaz d'en sortir rapidement .et même d'en retirer des bénéfices ultérieurs en matière de réputation dans la presse et auprès de l'opinion publique.

Dans le cadre du débriefing mené par la cellule de crise installée dès le début de la tempête de neige pour évaluer la plan d'action adopté et pour mieux assurer les conséquences une stratégie de communication globale ont été adoptées:

- (la rédaction)Des communiqués de presse ont été rédigés .
  - (l'organisation)Des contacts avec la presse ont été organisées(conférences de presse .points presse...).
  - Des articles de presse publiés dans la presse locale et nationale.
  - (la diffusion)Des BMS (bulletin météo spéciales) diffusés stations télévisés et radiophoniques.
- Un bilan des conséquences de la crise sur l'image de l'institution en interne comme en externe a été tiré .visant à repérer les dysfonctionnements et les faiblesses puis proposer des mesures correctrices.



- Des communiqués de presse de remerciement: à l'issue de la crise ont été adressés aux journalistes .et d'autres communiqués de presse de remerciement étaient destinés aux équipes de réparations au niveau(x) des services suivants (réseau informatique(DGSI) .système de téléconduite et système automatisés Scada .TIA.... (

Nous sommes donc arrivé à un point de démonstration faisant de la communication de crise un vecteur incontournable dans la vie des entreprises en générale. Le choix des vecteurs dans contexte de crise doit lui aussi faire l'objet d'une réflexion spécifique .prenant en compte les éléments constitutifs d'une bonne communication de crise. (Giret .Sophet: 2003 .p 141) Malgré tout .il serait important de savoir qu'une crise peut avoir un effet très positif sur une entreprise. En plus de s'être renforcée après avoir surmonté une crise .sa visibilité médiatique a été augmentée. (LIBAERT .Thierry: 2005 .p31)

## **Bibliographie**

Martial Pasquier «Etienne Fivat «Caractéristiques de la communication de crise et erreurs. Une étude de cas. Revue de communication au public. Sydney: Australien Centre for Public Communication 2 (1) – 2012 «p 20.

hedna «khalil.(2012)." Communication de crise à SDE" «Brainstorming-communication de crise- DRH- SDE- 2012.

LIBAERT «Thierry. (2005). La communication de crise. Paris: Dunod.

Bay «Christophe. (2012). Communication: comment gérer une crise selon le préfet de l'Aube. France: Lest-eclair.

Raes Jaak et autres. (2007). Un guide en communication de crise «Plan mono-disciplinaire d'intervention pour l'information de la population. Bruxelles: IBZ.

Guillot «Patrick et autre. (2010). Guide de la communication de crise. Paris: réseaux CHU.

Guillaume Catherine. (2010). Définitions rôles et objectifs de la communication de crise « Les Risques Majeurs » Colloque organisé par l'Université de Nouvelle-Calédonie et la province Sud. Octobre 2010.

Gabay M.(2001). La nouvelle communication de crise: Concepts et outils. Paris: Éditions Stratégies

Giret Sophie. (2003). La communication de crise ; Fait SA Pub. Maîtrise d'information Paris: Université Sorbonne IV.

- Samia Amine. (2012). "Sonelgaz annonce le rétablissement progressif de l'alimentation électrique". Récupérer de site: [http://www.tsa-algerie.com/divers/sonelgaz-annonce-le-retablissement-progressif-de-l-alimentation-electrique\\_19348.html](http://www.tsa-algerie.com/divers/sonelgaz-annonce-le-retablissement-progressif-de-l-alimentation-electrique_19348.html)

Fatima Arab.(2012) . "Sonelgaz peu préparée pour les situations difficiles ; Ses équipes sont impuissantes dans les zones montagneuses" .El Watan le (8- 2 — 2012).

Cellule de la communication. (2012). Emission spéciale à la radio de Sétif. Algérie: SDE Sonalgaz ,(29/01/2012).

Cellule de la communication. (2012). Comment la DD de Sétif a géré la Crise Bilan d'évaluation. Sétif. Algérie: SDE Sonalgaz 12-03-2012.