

## Former för FSPOS Samverkanskonferens

Under FSPOS samverkansövning 2013 genomfördes en samverkanskonferens för aktörerna i sektorns kärna. Baserat på deltagarnas återkoppling har en vidareutveckling gjorts dels gällande formerna för genomförandet och dels gällande agenda och mall för lägesbilsarbete. Vid uppdateringarna har även MSB:s dokument "Samverkanskonferens" används som ingångsvärde. Syftet med detta uppdaterade material är att FSPOS vill erbjuda ett stöd för lägesbilsarbete inom den finansiella sektorn.

Sammanställande av aktörer till en samverkanskonferens kan göras med olika syften:

- Behov av att dela enskilda aktörers lägesbild (informationsdelning)
- Behov av att upprätta en samlad lägesbild inom sektorn
  - Lägesbilden består i en beskrivning av fakta samt en beskrivning av antaganden och prognos
  - Bakgrunden kan vara att det finns risk för en händelse eller att en händelse har inträffat
- Behov av samordnande åtgärder för att hantera en inträffad händelse
- Behov av att koordinera budskap och informationsgivning (allmänhet/media/kunder/anställda)

Vilka organisationer som bör delta i samverkanskonferensen kan variera från fall till fall och bedömningen görs av den aktör som initierar samverkanskonferensen. Vilken funktion som är lämplig att sammankalla är också situationsberoende, exempel på deltagare är informatörer, krisledare, samverkansansvariga eller verksamhetsansvariga.

Tanken är att den utvecklade mallen för lägesbilsarbete även kan användas internt av respektive organisation. På så sätt kan varje aktör i ett första steg definiera en lägesbild med en detaljnivå som är lämplig för den egna verksamheten. I ett andra steg väljer aktören ut den information, inklusive förslag och frågor, som aktören vill lyfta till övriga deltagare vid genomförande av en samverkanskonferens. Efter genomförd samverkan kan respektive aktör uppdatera sin egen interna lägesbild baserat på den samlade lägesbild som skapats under samverkanskonferensen.

Stöddokumentet består av *Instruktion och agenda för samverkanskonferens* samt bilagan *Mallar och stödfrågor för lägesbilsarbete*.

# Instruktion och agenda för samverkanskonferens

## Syfte

Samverkanskonferenser kan ha olika syften. Exempel på syften listas nedan:

- Behov av att dela enskilda aktörers lägesbild (informationsdelning)
- Behov av att upprätta en samlad lägesbild inom sektorn
  - Lägesbilden består i en beskrivning av fakta samt en beskrivning av antaganden och prognos
  - Bakgrunden kan vara att det finns risk för en händelse eller att en händelse har inträffat
- Behov av samordnande åtgärder för att hantera en inträffad händelse
- Behov av att koordinera budskap och informationsgivning (allmänhet/media/kunder/anställda)

## Sammanfattning

Alla aktörer i finansiella sektorn har möjlighet att sammanfatta till samverkanskonferens. Sammanfattning sker genom att skicka en inbjudan till de aktörer som bör delta. Inkludera tidpunkt, form för samverkanskonferensen (telefon/webb/video/fysiskt), instruktioner för deltagande (ex. hur uppringning sker, möteskoder, användande av mute-funktion), syfte och agenda i inbjudan. Sammanfattande aktör utser ordförande och sekreterare för mötet.

## Deltagare

Vilka personer/funktioner som kallas beror på dels på situationen och dels på syftet med mötet. Exempel på deltagare är informatörer, krisledare, samverkansansvariga eller verksamhetsansvariga.

## Mötesagenda

- Närvarokontroll
- Säkerställ att sekreteraren loggför mötet
- Presentera syfte med mötet
- Respektive deltagande aktör redogör för följande (vilka punkter som inkluderas styrs av definierat syfte med samverkanskonferensen):
  1. Fakta om inträffad/befarad händelse
  2. Prognos för inträffad/befarad händelse
  3. Behov avseende koordinering av åtgärder
  4. Behov avseende koordinering av budskap
- Summering kopplat till syftet med mötet (informationsdelning, samlad lägesbild, koordinerade åtgärder och/eller koordinerat budskap)
- Sammanfattning av beslut/åtgärder
- Beslut om nästa samling (tid, form, syfte och agenda)

# Bilaga - Mallar och stödfrågor för lägesbildsarbete

## Stödfrågor till mall för att ta fram en intern lägesbild

1. FAKTA	2. PROG NOS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vad har hänt?<ul style="list-style-type: none"><li>- Beskrivning av händelsen</li><li>- Konsekvenser (ex. personella, materiella, ekonomiska, förtroendemässiga)</li><li>- Kommunikativt läge (ex. mediabevakning, sociala medier)</li></ul></li><li>• Vilka åtgärder har vi vidtagit?<ul style="list-style-type: none"><li>- Strategiskt</li><li>- Operativt</li><li>- Kommunikativt</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vad tror vi om utvecklingen?<ul style="list-style-type: none"><li>- Övergripande konsekvenser</li><li>- Opinionsmässig eller mediemässig utveckling</li><li>- Åsikter och frågor hos kunder och samarbetsparter</li><li>- Behov av beslut</li><li>- Samverkansbehov</li><li>- Juridiska implikationer</li><li>- Behov av ytterligare information</li></ul></li><li>• Vilka centrala antaganden har gjorts?</li></ul>
3. INRIKTNING OCH ÅTGÄRDER	4. KOMMUNIKATION
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vilken är vår strategiska inriktning?<ul style="list-style-type: none"><li>- Utgå från organisationens vägledande principer</li></ul></li><li>• Vilka åtgärder planerar vi att genomföra?<ul style="list-style-type: none"><li>- På kort och lång sikt</li><li>- Utse ansvarig</li><li>- Fastställ tidsplan</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hur ska vi kommunicera?<ul style="list-style-type: none"><li>- Interna budskap</li><li>- Externa budskap</li><li>- Kanaler för informationsdelning</li></ul></li></ul>

## Stödfrågor till mall för delgivning av lägesbild

1. FAKTA VI VILL DELGE SEKTORN	2. PROG NOS VI VILL DELGE SEKTORN
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vad har hänt?<ul style="list-style-type: none"><li>- Beskrivning av händelsen</li><li>- Konsekvenser (ex. personella, materiella, ekonomiska, förtroendemässiga)</li><li>- Kommunikativt läge (ex. mediabevakning, sociala medier)</li></ul></li><li>• Vilka åtgärder har vi vidtagit?<ul style="list-style-type: none"><li>- Strategiskt</li><li>- Operativt</li><li>- Kommunikativt</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vad tror vi om utvecklingen?<ul style="list-style-type: none"><li>- Övergripande konsekvenser</li><li>- Opinionsmässig eller mediemässig utveckling</li><li>- Åsikter och frågor hos kunder och samarbetsparter</li><li>- Behov av beslut</li><li>- Samverkansbehov</li><li>- Juridiska implikationer</li><li>- Behov av ytterligare information</li></ul></li><li>• Vilka centrala antaganden har gjorts?</li></ul>
3. BEHOV AVSEENDE KOORDINERING AV ÅTGÄRDER	4. BEHOV AVSEENDE KOORDINERING AV BUDSKAP
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vilka åtgärder behöver vi samordna med andra aktörer?<ul style="list-style-type: none"><li>- På kort och lång sikt</li><li>- Förslag på ansvarig</li><li>- Förslag på tidsplan</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vilka budskap behöver vi samordna med andra aktörer?<ul style="list-style-type: none"><li>- Interna budskap</li><li>- Externa budskap</li><li>- Kanaler för informationsdelning</li></ul></li></ul>

## MALL - Intern lägesbild

1. FAKTA	2. PROG NOS
3. INRIKTNING OCH ÅTGÄRDER	4. KOMMUNIKATION

## MALL - Delgivning av lägesbild

1. FAKTA VI VILL DELGE ANDRA AKTÖRER	2. PROG NOS VI VILL DELGE ANDRA AKTÖRER
3. BEHOV AVSEENDE KOORDINERING AV ÅTGÄRDER	4. BEHOV AVSEENDE KOORDINERING AV BUDSKAP