

Communiquer en situation de crise

De plus en plus médiatisées, les crises sociales, environnementales, sanitaires ou judiciaires exposent les institutions à l'opinion publique. Apprenez comment réagir face aux médias.



Crédit image | ©Institut national du service public (INSP)

La formation en un coup d'œil

- **Date de la formation** : Jeudi 19 juin 2025
- **Durée** : 2 jour(s)
- **Lieu** : INSP, 2, avenue de l'Observatoire, 75006 Paris
- **Prix** : 1 900 €
- **Langue** : Français
- **Format** : Présentiel

Public cible

- Cadres supérieurs de la fonction publique
- Cadres supérieurs du secteur privé

Pré-requis

La formation ne nécessite aucun prérequis et repose sur une démarche volontaire.

Compétences visées

- Incarner les valeurs de l'État et du service public
- Communiquer

Objectifs de la formation

- Établir une stratégie de communication pour faire face à la crise médiatique.
- Apprendre à faire face à l'opinion et aux médias.
- S'entraîner de façon concrète et opérationnelle à prendre la parole dans des contextes difficiles, d'urgence ou de crise.

Profil des intervenants

Experts en conseil et communication de crise. Des grands témoins peuvent être associés (magistrats, préfets...).

Programme

Jour 1

Maîtriser les crises pour une communication efficace

Crise : les qualifier pour mieux communiquer

- Caractérisation des types de crises
- Temporalités et crises : temps des crises, temps des médias, temps institutionnels...
- Dimension symbolique des crises
- Logique d'opinion

Déterminer une stratégie et les principaux messages

- Principes de communication de crise
- Définition, enjeux et règles d'or de la communication de crise
- Construire la communication de crise : s'informer, évaluer, scénariser et déterminer ce qui est à protéger
- Déterminer les publics
- Déterminer la posture et la stratégie
- Définir des messages en situation de crise

Jour 2

Anticiper la crise médiatique et maîtriser les médias

Médias et communication de crise : anticiper la crise médiatique

- Identifier les parties prenantes et leurs réactions possibles en situation de crise
- Définir les rôles : coordinateur, porte-parole, experts internes et externes

Media training de crise

- Comprendre les techniques utilisées par les journalistes
- Connaître les attentes des parties prenantes et trouver des alliés
- Savoir répondre aux objections sans se dérober et en gardant son calme
- Préparer les messages à délivrer

Pédagogie

Modalités d'évaluation

Présence sur l'intégralité du programme, compréhension de la méthode et des possibilités de mise en pratique à son poste.

Modalités pédagogiques

La formation inclut une combinaison d'apports thématiques et méthodologiques, enrichis par des exercices pratiques et des mises en situation. La formation implique également des mises en situation face à la caméra pour favoriser l'apprentissage et le développement des compétences.

Moyens pédagogiques

Supports pédagogiques de l'intervenant, mise en situation devant une caméra.

Modalités d'inscription

Groupe de 8 à 10 personnes

Indicateurs

Nos auditeurs et auditrices plébiscitent nos formations : 4,6/5 de satisfaction et 95 % de recommandation en 2024 !