

COMMUNICATION ET INFORMATION - INFORMATION ET COMMUNICATION

# Communication de crise : passer du risque à l'opportunité

Session de novembre complète, prochaines dates à venir sur 2027.

## PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

### Public

Membres de cellules de crise, personnes en charge de la communication : directeurs de communication, responsables, chargé(e)s de communication interne ou externe, attaché(e)s de presse, community managers...

### Pré-requis

Être familiarisé(e) avec les fondamentaux de la communication.

## PROGRAMME

### 1. Comprendre la crise : définitions & concepts

- Les attributs de la crise
- Définitions : communication de crise / risque / communication sensible / gestion de crise
- Les différentes phases de la crise
- Les typologies de crise
- Dix tendances caractéristiques de la société du risque

### 2. Se préparer à la crise : analyse des risques et élaboration des procédures

- L'importance de l'anticipation
- Capitaliser sur les temps de paix pour consolider sa réputation
- Connaître ses parties prenantes
- Cartographier les risques

*Exercice collectif : établir une cartographie des risques*

- Réaliser un manuel de crise
- Préparer sa cellule de crise
- Mettre au point un dispositif de veille et d'alerte

### 3. Se préparer à la crise : préparation des outils et mises en situation

- Préparer les outils (kit de crise)
- Diffuser une culture des risques en interne
- Media trainer les porte-parole (règles d'or de l'interview)
- Organiser des exercices de crise

*Exercice : préparer un scénario de crise et la pression médiatique simulée associée*

### 4. Gérer la crise : mise en place de l'organisation de crise

- Analyser et comprendre le début d'une crise
- Formuler un message d'attente
- Exercice : rédiger un message d'attente
- Activer la cellule de crise et organiser son fonctionnement

*Exercice : faire une analyse de contexte et des enjeux de communication d'une situation de crise, puis recommander une composition de la cellule de crise pour y faire face*

### 5. Gérer la crise : stratégies de réponse

- Choisir sa posture de communication de crise
- Adopter les bonnes pratiques
- Éviter les écueils
- Répondre aux sollicitations d'un média d'investigation

### 6. Sortir de la crise : enseignements et opportunités

- Faire un retour d'expérience

## Informations clés

**🕒 Durée :**  
14h

**€ Tarif :**  
Sur mesure

- Tiers (entreprises, OPCO, France Travail... ) : 1680€ nets - Individuel : 1176€ nets

## Responsable(s)



**Valentine Serres**

## Contact

[formations-courtes@celsa.fr](mailto:formations-courtes@celsa.fr)

- Conserver la mémoire de la crise
- Saisir les opportunités de rebond
- Anticiper la suite

*Exercice : simulation de crise*

## OBJECTIFS & COMPÉTENCES

---

- Analyser les différentes phases d'une crise pour aider les communicants à mieux anticiper, préparer et prévenir les crises.
- En contexte numérique, être capable d'affronter les situations sensibles et passer du risque à l'opportunité.

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

---

### Méthodes

- Mise en situation de crise.
- Analyse de cas pratiques et de situations réelles.

### MODALITES D'EVALUATION

Études de cas

## POUR CANDIDATER

---

### Inscription en ligne :

<https://fc.sorbonne-universite.fr/formulaire-bulletin-inscription-formati-ons-courtes-celsa/>

### Liens utiles

- Témoignage