Domaine : Information et communication - **Thématique(s) :** Communication institutionnelle

STAGES COURTS

COMMUNICATION DE CRISE : PASSER DU RISQUE À L'OPPORTUNITÉ

Durée de la formation : 14h
Dates : Voir le calendrier
Lieu : 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine
Tarif : Voir ci-dessous

Modalité : Présentiel

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

OBJECTIFS

- 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.

PUBLIC VISÉ 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

RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Valentine Serres

Session 1	LES 18 ET 19/03/2027
Session 2	LES 30 ET 01/10/2027

CONTACT

formations-courtes@celsa.fr

Informations non contractuelles
PDF généré le 10/11/2026

• 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
• Conserver la mémoire de la crise
• Saisir les opportunités de rebond
• Anticiper la suite
Exercice : simulation de crise

MÉTHODES

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

MODALITES D'EVALUATION

Études de cas

CALENDRIER

Durée de la formation : 14h
Rythme : 2 jours

SESSION 1	LES 18 ET 19/03/2027 de 09:30 à 17:30
SESSION 2	LES 30 ET 01/10/2027 de 09:30 à 17:30

Informations non contractuelles
PDF généré le 10/11/2026