

Gestion de Crise & Communication de crise

Participer à une émission ou être interviewé dans le contexte d'une crise nécessite une solide et spécifique préparation.

Apprenez, mettez en œuvre et maîtrisez les règles de l'interview dans un contexte de crise en une journée de formation.

Face aux médias, devant une caméra, vous mettez en jeu la crédibilité de l'institution que vous représentez ainsi que la vôtre. Le fait d'être dans cette situation inhabituelle peut vous déstabiliser si vous n'y êtes pas préparé. Cette formation vous permet d'acquérir la maîtrise des situations « surexposées », de connaître comment répondre à une interview même avec une préparation très courte et les implicites de cet exercice, d'en anticiper les pièges et de faire passer votre message afin de sortir de la crise.

Public visé

- Elus – suppléants
- Directeurs de Cabinet / directeur de communication / chef de cabinet
- Directeurs administratifs collectivités / DGS / DGST
- Collaborateurs parlementaires
- Cadres supérieurs de la fonction publique
- Cadres supérieurs du secteur privé

Prérequis

La formation ne nécessite aucun prérequis et repose sur une démarche volontaire. Il est toutefois recommandé d'avoir suivi au préalable un média training, une formation à la prise de parole en public ou aux arts oratoires.

Axes de compétences visés

- Gestion d'une communication de crise
- Gérer son image et sa crédibilité dans un contexte défavorable
- Gérer l'image de l'institution ou de l'organisme qu'on représente

Profil de l'intervenant

Journalistes – Elus

Objectifs de formation

- Comprendre la crise, ses principes fondamentaux, ses différentes phases, son déroulement.
- Gérer la communication de crise, apprendre à gérer son stress apprendre à temporiser avant de communiquer
- Mettre en place une stratégie de communication en construisant des éléments de langage adapté au le niveau d'information de la presse ou du public et organiser le suivi de la crise

Programme

1. **Définir et déterminer une crise**
 - Les principes fondamentaux de la crise
 - Ampleur
 - Immédiateté de l'attention requise
 - Nécessité de s'occuper du problème
 - Extériorité du contrôle de la crise
 - Mise en situation
 - Déterminer l'évènement à l'origine de la crise
 - Fait générateur
 - Contexte porteur
 - Cadre amplificateur
 - Déroulement de la crise
 - Mise en situation
2. **La gestion de la crise**
 - Apparition de la crise
 - Le développement
 - La désorganisation

D É M O S

- La décompression
- La récupération
- Mise en situation

3. **Objectif de le gestion de crise**

- Dissiper le brouillard de la guerre
- Réduire les phases 1 et 4
- Organiser la phase 5
- Mise en situation

4. **Les quatre phases d'une crise médiatique**

- a. Naissance / explosion
- b. Débats enquêtes / polémiques
- c. Sortie, accalmie médiatique
- d. Renaissance

5. L'explication

- La compassion
- La responsabilité et la réparation

6. **La communication de crise**

- La méthode
- restaurer ou maintenir la confiance

7. **Établir une stratégie de communication de crise**

- choix du message
- la reconnaissance
- le projet latéral ou la contre-attaque – le contre feu

- le refus
- la guerre des récits
- intégrer la gestion de la désinformation dans sa stratégie

8. **Quelles sont les questions à se poser avant de communiquer ?**

- La règle des 5 W
- les principes fondamentaux de la communication de crise avec la presse et le public
- schéma de Lasswell

9. **Préparer son intervention malgré la tension due à la crise**

- gérer son stress
- Apprendre à connaître le niveau d'information de la presse ou du public
- construire des éléments de langage
- Comment temporiser avec un message d'attente avant de communiquer dans la sérénité
- La place du chef
- Préparer la communication en envisageant et en anticipant différents scénarios : conférence de presse, plateau télé, horaires, choix des médias, recensement des journalistes "amis" ou bienveillants avec vous ou "redevables" pour lancer une opération d'influence et un contre-feu.
- préparer le cadre et une attitude adaptés à la prise de parole dans un contexte de crise
- préparer un support, un communiqué de presse et envisager une conférence de presse si besoin et l'anticiper (lieu, qui parle, et quels journalistes)
- anticiper les réactions avec une veille et une revue de presse en instantané
- mettre en place un suivi de la crise en temps réel

D É M O S

La démarche articule pratique et réflexion à travers des mises en situation filmées et débriefées pour chacun des participants et des apports théoriques et techniques.

Modalités d'évaluation

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

Moyens pédagogiques

Supports pédagogiques de l'intervenant

Modalités pratiques

- **Durée** | 5h
- **Date** | à déterminer
- **Modalités de formation** | Formation en présentiel, groupe de 6 personnes maximum
- **Niveau** | Perfectionnement
- **Tarif** | ○ Prix unitaire 400€ HT/ élu. Taux horaire : 80€ ht/ Heure. Pas de dégressivité.