

# COMMUNIQUER EN SITUATION DE CRISE



L'ACADÉMIE DES  
LEADERS PUBLICS

**Durée :** 1 journée, 7 heures

**Moyens pédagogiques :** cas pratiques et études de cas

**Publics visés :** En groupe ou en individuel, élus locaux, collaborateurs d'élus locaux

**Pré-requis :** aucun

**Les acquis recherchés :**

- ✓ Savoir communiquer sur une situation de crise en évitant les pièges et les dangers de la communication dans l'urgence
- ✓ Connaître les outils de gestion de crise et savoir les utiliser au bon moment, au bon endroit

---

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

- > Identifier le **phénomène de crise** pour mieux s'y préparer
- > Comprendre le **phénomène de rumeur** en psychologie sociale
- > S'approprier la **dynamique de crise**, ses conséquences et son image
- > **Gestion et communication de crise** : quels outils ? quelles actions ?
- > Mettre en oeuvre les dispositifs spécifiques et **représenter son organisation devant les médias**
- > Composer sa **cellule de crise**, diriger et animer
- > Analyser le **phénomène de bad buzz** et **repérer les fakes news**

---

## CONTENU PEDAGOGIQUE

### > Anticiper la crise médiatique

Les parties prenantes et leurs réactions en situation de crise

La répartition des rôles : coordinateur, porte-parole, experts internes et externes

Anticiper et identifier les messages à délivrer

### > Structurer une communication adaptée au scénario de crise

Les trois stratégies à connaître pour sortir de la situation de crise

Activer le dispositif de crise et la cellule de crise

Le projet de communication de crise

Organiser l'information et connaître les erreurs à éviter

La diffusion rapide de l'information

Cas pratique : appliquer un scénario de crise préétabli

### > L'après-crise : une étape importante à soigner

Le bilan post-crise

La mise en place et le suivi du tableau de bord

La définition des indicateurs et la mesure des écarts

La préconisation des bonnes pratiques suite à l'évaluation de la crise