



**IHECS**

INSTITUT DES HAUTES ETUDES  
DES COMMUNICATIONS SOCIALES

FORMATION CONTINUE

## PROGRAMME

### ***Anticiper la crise (parties prenantes, typologie, presse, cellule de crise)***

- Identifier les parties prenantes et anticiper leurs réactions en situation de crise.
- Identification des situations de crise (facteurs, phase d'entrée en crise).
- Typologie des crises (interne, externe, connue ou non connue, annoncée ou soudaine, paroxystique, à rebondissement, situations d'enlisement, accident, négligence, responsabilité, personnelle ou collective, faute, incident...).
- Analyse de cas.
- Mettre sur pied une cellule de crise avec attribution des rôles clés.
- Préparer les outils (site Internet, argumentation, alliances).
- Modes de fonctionnement de la presse, des médias, d'Internet : compte-rendu journalistique, enquête, témoignages, investigation, recoupement des informations... Accès des journalistes aux informations d'entreprise (comptes, bilans, rapports, communiqués internes, rapports de concertation...)  
Le « on » and « off ».
- Tester la validité du plan de gestion de crise.

### ***Gérer la crise (stratégie de communication)***

- Identifier les facteurs de déclenchement et de résolution.
- Mettre sur pied une stratégie de communication interne et externe et les gérer de près.
- Adapter les messages et les méthodes de sa communication aux différents interlocuteurs ; identifier les motivations et prérogatives de la population locale, des élus, administrations, médias, associations.
- Identifier les facteurs de déstabilisation.

- Exercices de communication avec la presse et les médias (cette partie serait animée par un journaliste)
  - Rédaction de communiqué.
  - Porte-parole.
  - Points presse.
  - Interviews avec les journalistes et échanges en off.
  - Communication par le web.
  - Gestion des entrevues difficiles.
  - Réagir face à un incident ou un problème qu'on ignore

### ***Après la crise***

Savoir évaluer la solidité de son système de prévention et de réponse  
Restaurer la confiance de ses différents publics  
Rétablir la cohésion en interne, recréer une situation de confiance  
La sortie de crise, quel avantage tirer de la crise ?

### ***Exercices pratiques en temps réel, simulations***