

Communication de crise : maîtriser ses relations avec les médias

Préparer et maîtriser son message en période de crise

2 jours (14 heures)

Expertise

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1750 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 08/10/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.

Que dire et quelle posture adopter quand on fait face aux médias en période de crise ? C'est tout l'objet de cette formation qui va vous aider à maîtriser votre communication pour clarifier votre message et vos relations avec la presse. En période de crise, plus que jamais, toute votre communication devra pouvoir s'appuyer sur un cadre. Un cadre, c'est à dire un ensemble de méthodes, de techniques, de pratiques qui vont vous aider à garder le contrôle. Accompagné d'un professionnel choisi pour son excellence et sa bienveillance, vous allez apprendre à bâtir ce cadre, solidifier vos processus et vos pratiques et vous entraîner à faire face aux crises.

Objectifs

- Se préparer aux différents scénarios de crise et maîtriser son message.
- Analyser une période de crise.
- Préparer une communication efficace avec les médias.
- Gérer la crise et en tirer profit.

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Analyser une période de crise, préparer une communication efficace avec les médias, gérer la crise et en tirer profit.

À qui s'adresse cette formation ?

Directeurs et responsables de communication, chargés des relations avec les médias.

Prérequis

Travailler dans la communication ou les relations presse.

Connaître les fondamentaux des relations presse.

Programme

1 Pendant votre formation

Communication de crise : maîtriser ses relations avec les médias

Se préparer et anticiper la crise

- Décrypter les 4 phases de la crise pour adapter ses actions.
- Analyser les conséquences possibles sur son organisation pour les anticiper.
- Définir l'organisation à mettre en place en période de crise pour assurer sa pérennité.
- Préparer plusieurs scénarios et stratégies pour gagner en réactivité.
- Créer et entretenir ses relations avec les journalistes pour instaurer une relation de confiance.

Communiquer et réagir rapidement face à la crise

- Mettre en place une cellule de crise pour assurer un pilotage efficace.
- Rédiger un communiqué de presse pour apporter de premiers éléments.
- Construire une conférence de presse en crise : spécificités et conseils.
- Progresser dans la pratique de l'interview pour consolider la prise de parole en crise.

Gérer les journalistes en période de crise

- Informatif, polémique, technique... : prendre en compte le contexte de l'interview en période de crise pour apporter les informations essentielles.
- Maîtriser les contraintes et attentes des journalistes en période de crise pour y répondre efficacement.
- Accompagner l'utilisation de ses écrits par les journalistes pour préserver son image.
- Appréhender les spécificités du « off » pour soigner ses échanges oraux avec les journalistes.

Assurer une communication de crise sur le web et les réseaux sociaux

- Utiliser les réseaux sociaux pour renforcer ses relations avec les journalistes et gagner en réactivité.
- Alertes, flux... : organiser sa veille web et réseaux sociaux pour surveiller sa e-réputation.

- Concevoir la cartographie des communautés et influenceurs pour identifier ses alliés et potentiels détracteurs.
- Établir la valeur marchande de l'information : bonnes pratiques et recommandations.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

[Nous contacter pour en savoir plus →](#)

Intervenants

Aliénor ROUFFET

formatrice, Alienor ROUFFET

Eric COUTARD

Journaliste, LA BOITE DE PROD

Christel Bertrand

JUMP BLUE

Modalités pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Nombreux exercices à partir de différents scénarios de crise.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

Détails de la session

Du 22 février 2027 au 23 février 2027 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 22 février 2027 au 23 février 2027 Paris

- 22 février 2027 9h00 – 17h30
- 23 février 2027 9h00 – 17h30