

Relations presse de crise : gérer les fuites, les scoops et la désinformation

Lien : https://innov-maroc.com/formation/relations-presse-de-crise-gerer-les-fuites-les-scoops-et-la-desinformation

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
COM218

CATÉGORIE
Communication Evènementielle et Relations Presse

INNOV MAROC

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✔ Anticiper les risques médiatiques et détecter les signaux annonciateurs d’une crise.
- ✔ Réagir rapidement et méthodiquement face à une fuite, un scoop ou une polémique.
- ✔ Vérifier les informations avant toute prise de parole publique.
- ✔ Élaborer une stratégie efficace de lutte contre la désinformation.
- ✔ Construire une cellule de crise et une chaîne de décision performante.
- ✔ Développer des messages de crise cohérents, crédibles et maîtrisés.
- ✔ Préparer efficacement un porte-parole aux interviews et questions difficiles.
- ✔ Gérer les relations avec les journalistes dans un contexte de forte pression.
- ✔ Piloter la réputation de l’organisation sur les médias traditionnels et numériques.
- ✔ Restaurer la confiance et capitaliser sur le retour d’expérience après la crise.

👥 POUR QUI ?

- ✔ Directeurs et responsables de communication.
- ✔ Responsables des relations presse et attachés de presse.
- ✔ Porte-paroles d’entreprises, institutions et organisations publiques.
- ✔ Conseillers en communication stratégique et communication de crise.
- ✔ Responsables communication digitale et Social Media Managers.
- ✔ Dirigeants, membres de comités exécutifs et cadres dirigeants.
- ✔ Responsables affaires publiques et relations institutionnelles.
- ✔ Conseillers de cabinets ministériels et directions générales.
- ✔ Responsables juridiques impliqués dans la gestion des crises médiatiques.
- ✔ Consultants et professionnels de la réputation, de l’influence et de la gestion de crise.

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / COMPRENDRE LA DYNAMIQUE D'UNE CRISE MÉDIATIQUE

- Identifier les différents types de crises susceptibles de déclencher une couverture médiatique.
- Analyser la vitesse de propagation d'une information sensible.
- Évaluer les risques pour l'image, la réputation et la crédibilité de l'organisation.

2 / DÉTECTER ET GÉRER LES FUITES D'INFORMATION

- Identifier l'origine, la nature et le niveau de sensibilité d'une fuite.
- Organiser la collecte et la vérification des informations avant toute réaction.
- Mettre en place un dispositif de prévention et de maîtrise des fuites internes.

3 / RÉPONDRE AUX SCOOPS ET RÉVÉLATIONS MÉDIATIQUES

- Analyser rapidement une enquête, un scoop ou une révélation journalistique.
- Déterminer quand répondre, quand temporiser et quand prendre l'initiative.
- Construire une réponse factuelle sans aggraver la crise.

4 / LUTTER CONTRE LA DÉSINFORMATION ET LES FAUSSES INFORMATIONS

- Identifier les mécanismes de propagation des rumeurs et informations manipulées.
- Vérifier les faits et distinguer erreur, rumeur, manipulation et désinformation.
- Déployer une stratégie de correction rapide et crédible.

INNOV MAROC

5 / CONSTRUIRE UNE CELLULE DE CRISE MÉDIATIQUE

- Définir les rôles du porte-parole, de la direction et de l'équipe communication.
- Mettre en place une chaîne de validation et de diffusion des messages.
- Organiser la coordination entre communication, juridique, direction et experts techniques.

6 / MAÎTRISER LA RELATION AVEC LES JOURNALISTES EN SITUATION DE CRISE

- Identifier les journalistes, médias et influenceurs pertinents pour la crise.
- Répondre aux sollicitations difficiles avec précision et maîtrise.
- Préserver une relation professionnelle avec les médias tout en protégeant les informations sensibles.

7 / CONSTRUIRE LE MESSAGE DE CRISE ET LES ÉLÉMENTS DE LANGAGE

- Élaborer des messages courts, cohérents et vérifiables.
- Préparer les Q&A, talking points et réponses aux questions sensibles.
- Adapter le discours selon les médias, les publics et l'évolution de la crise.

8 / GÉRER LES INTERVIEWS ET CONFÉRENCES DE PRESSE SOUS PRESSION

- Préparer un porte-parole à répondre aux questions hostiles ou pièges.
- Maîtriser les techniques de reformulation, de recentrage et de bridging.
- Éviter les déclarations ambiguës, contradictoires ou susceptibles d'alimenter la polémique.

9 / PILOTER LA CRISE SUR LES MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX

- Assurer une veille en temps réel sur les médias, réseaux sociaux et plateformes numériques.
- Identifier les signaux faibles et les contenus susceptibles de devenir viraux.
- Coordonner les réponses entre relations presse, communication digitale et communication institutionnelle.

10 / RESTAURER LA RÉPUTATION APRÈS LA CRISE

- Évaluer l'impact médiatique et réputationnel de la crise.

INOV MAROC

- Construire une stratégie de rétablissement de la confiance.
- Mettre en place un retour d’expérience et renforcer durablement le dispositif de communication de crise.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

15 au 19 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
12 au 16 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
07 au 11 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
02 au 06 Août 2027	Présentiel - Casablanca
27 Sep. au 01 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@innov-maroc.com
Web : https//www.innov-maroc.com

INNOV MAROC — Tous droits réservés