



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
Évènementielle et
Relations Presse**

🎯 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.



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.

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.

- 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

 09 au 13 Nov. 2026

 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>