Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Réseaux sociaux : gérer les commentaires haineux et discriminants

1 jour (7h00) | ★★★★½ 4,6/5 | RESOC-3700126 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 875 € ht

Formations Digital & Multimédia › Réseaux sociaux et content strategy : faites de votre marque un média › Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Structurer un cadre de gestion des interactions à risque
- Sécuriser les pratiques de modération au regard des exigences juridiques et réputationnelles
- Harmoniser les prises de parole sur les situations sensibles
- Renforcer la capacité de réaction en contexte de tension ou de crise
- Outiller les équipes avec des dispositifs directement opérationnels

Modalités, méthodes et moyens 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.

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.

Prérequis

Aucun

Public concerné

Community managers, communicants, et toute personne qui gère les réseaux sociaux de son organisation

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

1. Introduction : enjeux pour les marques

- L'impact des réseaux sociaux sur la réputation
- Les risques liés aux commentaires haineux : amplification des conflits sur les réseaux sociaux
- Perception publique de la modération
- Attentes des consommateurs envers les marques

Atelier : Analyse d'exemples réels

2. Comprendre les commentaires haineux et discriminants

- Typologie des commentaires : insultes, discours de haine, racisme / sexisme / homophobie, harcèlement, provocations et trolling, désinformation et manipulation
- Reconnaître les signaux faibles

Atelier : classification de commentaires réels.

Travail en groupe : catégoriser et évaluer le niveau de risque. Restitution collective.

3. Cadre légal et responsabilité des marques

- Ce que dit la loi : différencier la diffamation, l'injure publique, l'incitation à la haine, la discrimination
- Responsabilité de la marque : obligation de modération, conservation des preuves, signalement aux plateformes
- Risques pour l'entreprise : juridiques, réputationnels, RH internes

Atelier : analyse juridique de commentaires

4. Stratégie de modération

- Les différentes options : quand ignorer, répondre, modérer, masquer, bloquer, signaler ?
- Gestion des trolls et raids
- Exemples réels de chartes de modération

5. Techniques de réponse professionnelle

- Neutralité, empathie, fermeté, protection de la marque : quels principes de base
- **Ce qu'il faut éviter :** entrer dans le conflit**,** ironie ou sarcasme**,** silence sur des attaques graves
- **Modèles de réponses** : réponse pédagogique, réponse de désescalade, réponse institutionnelle

Atelier : rédaction de réponses à différents commentaires, sur base de vrais cas. Identifier les erreurs, proposer une stratégie alternative.

6. Atelier sur un cas concret, pour une mise en application en « conditions réelles »

Matrice de décision (répondre / supprimer), escalade interne, modèles de réponses, reporting, suivi des incidents.

Les participants construisent leur stratégie de réponse à la crise pour leur organisation, qui inclut : critères de gravité, les types de réponse, le seuil de suppression, le seuil d'escalade interne.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des exercices pratiques
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.