

## Communication de crise et pratique du média training

### Contexte

Au-delà des exigences réglementaires, des mesures de sécurité et de précaution, les situations aptes à ébranler les entreprises de l'agroalimentaire ne manquent pas : crises sanitaires, environnementales, sociales, accidents de personnes, catastrophes naturelles.

Elles prennent également la forme d'attaques régulières à la réputation soit par la diffusion de reportage télévisuel mettant en cause une activité voire toute une filière soit par des actions orchestrées par des « communautés d'influence » qui utilisent leurs propres médias (chaînes YouTube, réseaux sociaux, sites internet).

La gestion et la communication de crise ne s'improvisent pas :

- Comment anticiper, se préparer, préparer les équipes, les salariés ?
- Dans quelle situation devez-vous activer votre dispositif – « Signaux forts » et « Signaux faibles » ?
- Comment affronter la pression externe (médias, victimes, autorités,...) et interne (salariés, maison mère, syndicats...) en situation de crise ?
- Comment reconstruire ensuite une image et un capital confiance ?

Autant de questions qui méritent une journée de formation.

### Objectifs pédagogiques

- S'approprier les fondamentaux de la gestion de crise
  - Comment réagir ? Par où commencer ? Quels sont les points de vigilance ? Comment organiser et animer votre cellule de crise ? Comment sortir de crise ?
- Appréhender au travers de situations simulées la communication de crise
  - Comment se confronter à des différentes situations rencontrées dans la communication de crise :
    - La rédaction d'un communiqué de presse
    - L'interview téléphonique et en direct plateau radio/télévision
    - Le point presse
  - Chaque simulation sera précédée d'une présentation des fondamentaux de la communication de crise et suivi d'une analyse à chaud
  - Comment appréhender la gestion de la communication sur les réseaux sociaux ?
    - Quels réseaux sociaux ? Quels risques ? Quels atouts pour la communication de crise et quelles sont les règles à connaître ?

### Public visé

Chef d'entreprise, équipe de direction, chargé de communication, toute personne amenée à prendre la parole en situation de crise

### Programme

- **Qu'est-ce que la crise dans l'agroalimentaire ?**
  - Les principaux risques et les nouveaux risques.
  - Le rappel du champ de la responsabilité de l'entreprise (Civile/pénale).
  - La crise ?
- **Gérer une crise c'est avant tout prévenir des risques**
- **La préparation à la gestion d'une crise**
  - Objectif : Appréhender les méthodes et les outils des différentes phases d'une crise.
  - La phase réflexe : les actions clés et exemples d'outils à mettre en œuvre (schéma d'alerte fond et forme).
  - La phase de construction et mise en œuvre de la stratégie de réponse : Les actions clés et les outils (la logistique de crise, l'analyse de la situation, organisation de la cellule de crise, la main courante, les procédures, le plan de continuité d'activité).
  - La phase de sortie de crise.

- Zoom sur le rappel produit.
- Zoom sur l'exercice de crise.
- **Mises en situation** : les différentes séquences seront ponctuées d'une simulation d'une gestion de crise et d'une analyse à chaud.
- **Les développements du réseau professionnel.**
- **La stratégie de communication externe, interne et médiatique.**
- **Les ressources et les fondamentaux à respecter.**
- **La cartographie des acteurs impliqués.**
- **Zoom sur les médias : Rôle et problèmes posés.**
- **Une liste de quelques questions que les journalistes pourraient... vous poser.**
- **Se préparer à communiquer en situation de crise**
  - Le communiqué de presse.
  - L'interview.
  - Les réseaux sociaux.
  - Quelques outils de veille.
  - Eviter la « disqualification » =>le contre-manuel de communication de crise.
- **Les attaques à la réputation orchestrées par « des communautés d'influence » via leurs propres médias (Site internet, chaîne YouTube, comptes sur les réseaux sociaux).**
  - Comment identifier ces communautés, leur rôle, leur fonctionnement et leurs influences ?
  - Appréhender la relation avec ces dernières

### Méthodes et supports pédagogiques

- Formation théorique en salle avec vidéo projecteur
- Méthodologie participative
- Validation des acquis à chaud par QCM
- Remise d'un fascicule reprenant l'ensemble des supports de formation

### L'intervenant

Jean-Marc SEPIO- Spécialiste gestion de crise et continuité d'activité

### Durée, date et lieu

Durée	Date	Lieu
1 jour (7h) – de 9h à 17h	29 mai 2018	Cité de l'Agriculture - Orléans

### Coût de la formation

Tarif adhérent AREA	450,00€ HT (soit 540,00€ TTC) / personne
Tarif non adhérent AREA	550,00€ HT (soit 660,00€ TTC) / personne

- Frais de restauration offert
- Frais de déplacement et d'hébergement à la charge du stagiaire

### Le +

- Un groupe de 12 participants maximum pour favoriser les échanges et la pratique de chacun.
- Les séquences sont illustrées d'exemples de supports de la gestion de crise issus des retours d'expérience.
- L'analyse de cas ou de mises en situation tout au long du programme.
- Les séquences centrées sur la mise en situation.
- L'inventaire des questions que peuvent poser un journaliste et les outils de veille de la communication.
- La gestion de la communication sur les réseaux sociaux : L'analyse de situations basées sur l'actualité pour illustrer l'utilisation, les risques et les gains attendus.