



COMMUNICATION

MEDIA TRAINING ET OUTILS DE COMMUNICATION DE CRISE

2 JOURS

Session en INTRA

Nous Consulter
pour un DEVIS

PUBLICS CONCERNES :

Toute Personne susceptible d'intervenir en cas de situation de crise, et faire face aux médias (Directeurs, Managers, Personnel d'astreinte...).

Objectif de la
formation :

- Comprendre le fonctionnement des journalistes,
- S'entraîner activement à communiquer face aux médias,
- S'approprier les éléments de la situation de crise,
- Maîtriser les principes et outils de la communication de crise.

PROGRAMME :

Jour 1 : S'entraîner à communiquer face aux Médias

- **Le fonctionnement des journalistes, de quoi parlons nous ?**
- **Média training et mise en situation :**
 - **Interview en configuration conférence de presse avec plusieurs journalistes** (un porte-parole présente devant la presse une situation de crise et répond aux questions de journalistes. Selon la date du séminaire, plusieurs étudiants-journalistes peuvent constituer le groupe de journalistes, de façon à restituer, au plus proche des situations réelles, les conditions de pression médiatique et de tension).
Analyse de la séquence : ce qui est dit, entendu, compris et ne doit pas être dit (par l'interviewé/par le journaliste)
 - **Interview enregistrée sur place avec un journaliste** (un seul participant reçoit dans son bureau / rencontre sur le terrain de la crise, un rédacteur de télévision qui l'interviewe dans le cadre d'un reportage. Il est filmé par un journaliste reporter d'images.
Analyse (sur le fond) de la séquence des Questions / Réponses
Analyse (sur la forme) du dispositif spécifique de l'ITW à la télévision, du tournage au montage.
 - **Interview plateau en direct limitée dans le temps** (Chaque participant passe en studio de TV dans le rôle de l'invité du Journal télévisé pour être interviewé sur la situation de crise.
Durée de l'interview en direct : 3 minutes
Débriefing collectif de chacune des interviews sur le mode « points forts/points faibles »

JOUR 2 : Les Principes et les Outils de la Communication de Crise

Typologie des crises :

- Les caractéristiques et identification des crises.
- Incident/ accident industriel.
- Crise sociale.

Présentation et discussion autour de la procédure de communication de crise dans l'entreprise.

1 / Les risques sur le site :

- Types d'accident, incident.
- Évaluation de la gravité : Indice des matières dangereuses relâchées.
- L'accompagnement du réseau Usinaid.

2 / La procédure de gestion de la crise :

POI, PPI ...

3 / Se préparer à la crise :

Une accélération liée aux réseaux sociaux.

- **La première réponse** :
- Préparer les équipes d'astreintes : opérateurs en salles de contrôle, chefs d'équipe, cadres d'astreinte et responsables HSE.
- **La cellule de crise.**
Les scénarii, les messages.
- **Le dispositif de communication** :
Point presse, communiqué et conférence presse...
- **Constituer un réseau de correspondants et relais** :
La communication presse hors contexte de crise, les réseaux sociaux.

INTERVENANTS

Brigitte **BESSE** - Maître de conférences à l'Institut de Journalisme de Bordeaux Aquitaine, spécialiste de l'argumentation
Dominique **DAVID**, Déléguée Générale de l'UIC Aquitaine – Consultante pendant plus de 20 ans en Communication et Relations presse.

METHODES PEDAGOGIQUES

Une formation de grande qualité animée par des professionnels Experts dans le domaine des Médias et de la Communication.

- Mise en situation dans des conditions réelles, en studio, dans les locaux de Institut de Journalisme de Bordeaux Aquitaine.
- Approche des procédures, des messages et des outils dans le contexte spécifique des industries chimiques.

CONTACT

Alexandra martin
a.martin@aquitainechimiedurable.fr
07 79 95 86 61
www.aquitainechimiedurable.com