MEDIA TRAINING ET COMMUNICATION DE CRISE

Louis-Jean Calvet linguiste dit :

« Souvenez-vous du succès de la formule de Michel Rocard, lorsqu'il était Premier ministre : Le « parler-vrai » ! Si cette formule est restée, c'est sans doute que nous pensons plus ou moins consciemment qu'ils parlent tous faux. En fait les hommes politiques sont plurilingues : ils parlent le français, mais aussi la langue de bois… et la langue de vipère, sans oublier le « politiquement correct », qui consiste à changer les mots au lieu de s'attaquer aux choses…. Au Québec, ils ont décidé de dire « gens d'affaires » au lieu d'« hommes d'affaires » : y a-t-il plus de femmes d'affaires pour autant ? »

Exemple de communication de crise le jeudi 17 octobre 2008 :

À la suite d'une erreur, un détenu - accusé de viols, enlèvements et séquestration - devait être remis en liberté jeudi, dans la soirée. Dans un arrêt du 17 octobre, la chambre de l'instruction de Paris a infirmé au lieu de confirmer le jugement de première instance qui statuait pour le maintien en prison du prévenu. Mais à la suite de cette argumentation, d'une erreur de plume, la chambre «infirme» c'est-à-dire invalide l'arrêt de première instance. «Une erreur idiote» a-t-on commenté au parquet de Paris. Vous l'avez compris et c'est honteusement efficace : On évoque l'erreur du greffier (un »employé ») et non la vraie, celle du magistrat qui n'a pas relu avant de signer.

Au-delà de ces deux extraits, il y a deux réalités dans le quotidien de l'Élu Territorial :

- **D'une part il est amené à expliquer, à faire comprendre, à convaincre, à relativiser, à dédramatiser…..**
- **D'autre part, il doit savoir actionner en permanence le réflexe médias : Pour cela, il faut en avoir la capacité et l'envie ; un réseau média, ça ne s'improvise pas du jour au lendemain mais se construit au fur et à mesure d'une mandature.**

Et dans cet exercice, le niveau « technique » de l'Élu donne « le LA » : Soit on sait faire et on sait être, soit on n'est pas très bon, sinon davantage.



Pour vous rendre définitivement « pro » dans ce domaine, Philippe TALLOIS est l'homme de la situation : Journaliste de l'audiovisuel depuis plus de 40 ans, il a présenté près de 30 000 journaux radio, 1000 journaux télévisés, réalisé 2000 reportages d'actualité et plus de 100 magazines de 15 à 52 minutes. Son activité se poursuit dans ce domaine pour TF1 et Télé-Monte-Carlo comme journaliste indépendant. Il applique une pédagogie active, particulièrement passionnante qui dédramatise, conforte et fait ressortir le potentiel de chacun.



Il est assisté de François SITTLER, consultant, co-auteur de la méthode de diction, d'expression et de communication L'EXPRECOM. Il s'occupera plus particulièrement des « réglages » du verbal, du non verbal et du MENTAL, élément incontournable de la moindre réussite.

SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION – Tél : 04 92 09 83 55 - Courriel : f.sittler@free.fr

Structuration pédagogique de la formation :

A l'issue de la première journée, vous aurez tous les éléments vous permettant de connaître des règles du jeu que l'on ne peut deviner. Mais également toute une série de préconisations techniques absolument indispensables : Comment être percutant en 1 ou deux minutes ; comment parler pour faciliter le montage d'une séquence, comment construire son relationnel médias…….
Sera également abordé la question du mental avec notamment l'appropriation d'une méthode permettant d'éliminer le trac et la peur de l'échec
Lors de la seconde journée, vous passerez à l'action en « grandeur nature ». Nous aurons reconstitué un plateau de télévision, avec 3 caméras (dont une mobile) afin que vous testiez vos nouveaux acquis. D'où l'intérêt de venir avec des coupures de presse, des descriptifs de thèmes vous concernant afin que n'utilisiez que des sujets à vos mesures.
Dernière précision : Les déjeuners seront pris en commun, afin de commenter agréablement les ressentis de la matinée.

Reconstitution d'un plateau de télévision



SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION – Tél : 04 92 09 83 55 - Courriel : f.sittler@free.fr

CONTENU

Journée 1

1) Comprendre comment fonctionnent les médias

- Les sources d'intérêt de la presse généraliste, des radios, des télévisions et la presse spécialisée.
- La loi de proximité, le plus petit commun dénominateur.
- Les angles, les cibles, la ligne éditoriale.
- Le message essentiel, la construction du message, la clarté du propos, le vocabulaire.
- Les rapports avec la presse, les relations « à l'année » avec les journalistes.

2) Spécificités de la communication de crise

- Les types de crise (accident, malversation, négligence, responsabilité personnelle ou collective, faute, incident…)
- Analyse des cas
- Le contexte, les précédents.
- Définition des cibles à informer.
- Détermination et choix des angles
- Rapports avec les journalistes. : La question particulière du « off » ; Choix de l'interlocuteur « dédié » à la presse. Dispositions d'urgence.
- L'interview à chaud, en extérieur, au bureau, au téléphone, enregistrée, en direct.
- Le droit de réponse.
- Le quatrième pouvoir.
- Le dispositif permanent et autre logistique préventive
- L'usage de l'internet en période de crise.

3) Autres outils

- Optimisation du mental : L'ancrage, la concentration
- Réglage du verbal et du non verbal

Journée 2

Exercices pratiques d'application

- Le communiqué. Son interprétation au micro, devant une caméra.
- Communication avec la presse écrite.
- L'interview : comment s'y préparer, comment s'entourer.
- L'interview pour la presse écrite.
- L'interview radio : enregistrée, en direct, préparée, à chaud, dans son bureau, en extérieur, en studio, au téléphone.
- L'interview télévisée.

Nota : Il est important que les participants viennent avec des sujets concrets les concernant, avec des coupures de presse… afin qu'ils puissent travailler sur des thèmes concrets et non génériques.

SARL FRANCESCO EZZO DIFFUSION – Tél : 04 92 09 83 55 - Courriel : f.sittler@free.fr