



# Prendre la parole en public et devant la presse (16h)

 **06 et 13 février 2014**

 **9h30 à 17h30**

 **Cabriès**

### OBJECTIFS

- Mieux comprendre le contexte dans lequel se déroulent les relations médias et la prise de parole en public
- Connaître les « règles du jeu » des relations avec la presse, la radio, la TV, le web, les médias sociaux ainsi que celle liée à la prise de parole en public
- Être capable de développer un plan média, des relations médias, et d'élaborer une base de données médiatiques
- Comprendre les attentes et le temps des médias pour servir les médias et se servir des médias
- Comprendre les enjeux liés à la prise de parole en public

### DÉROULÉ DE LA FORMATION

La thématique des relations médias s'inscrit dans le cadre de l'ouverture et de la transparence que les organisations (associations, entreprises, collectivités) sont amenées à développer.

Ce développement se fait vis-à-vis des usagers mais aussi des parties prenantes internes ainsi que des autres organes de la société (médias, institutions financières, établissements bancaires, organismes de tutelle etc.).

Ce développement passe donc nécessairement par la "caisse de résonance" que constituent les médias. Ces derniers se multiplient de façon quasi-exponentielle et sont avides d'informations, y compris donc celles émanant des associations sportives, comités et ligues qui ne peuvent déroger ces demandes, voire, dans certains cas, ces exigences.

Dans une république éclairée, satisfaire aux besoins des médias est une nécessité, mais aussi un choix émanant des plus hautes instances des

collectivités qui doivent impulser cette dynamique nouvelle.

*La formation, sur deux journées, s'adresse aux personnes-ressources de clubs sportifs, comités et ligues amenées à développer les relations avec les médias locaux, régionaux, voire nationaux et internationaux, étant donnée la conjoncture globalisée et interdépendante, notamment en Europe, à laquelle sont soumises les clubs et associations sportifs et leurs personnels.*

Elle est suivie d'une autre formation intitulée "Prendre la parole en public et devant la presse" (niveau 2).

En outre, intrinsèquement liée à la thématique, la formation développe une partie consacrée à la prise de parole en public.

En particulier, il y est abordé les principes généraux de la communication verbale et non verbale, l'organisation du discours, le repérage de l'essentiel et la concision.

### PRÉ-REQUIS

Dans la mesure du possible, les stagiaires devraient être sensibilisés aux questions liées aux médias soit par intérêt personnel, soit au travers de leurs responsabilités professionnelles ou autres, en tant que chefs de service, responsables de la communication ou des communications, porte-parole, cadres, rédacteurs ou toute autre personne-ressource dont le quotidien professionnel accorde une large place aux relations médias.

Les stagiaires sont invités à apporter des documents (communiqués de presse, dossiers de presse, articles etc.) ou à réfléchir à des événements à venir, impliquant des relations médias.

Il serait également profitable qu'ils puissent venir avec un ordinateur portable.

### CONTENU PÉDAGOGIQUE

Le formateur propose une approche concrète et pratique des relations médias à partir de sa propre expérience et des études de cas et adopte une approche progressive des relations médias et de la prise de parole en public à partir des spécificités du groupe.

- Débats et tour de table avec les stagiaires sur leur propre expérience des relations avec les médias, dans le cadre de leur travail ou autre
- Présentation des principes généraux des relations médias, études de cas
- Mise en pratique de certains outils de relations presse (communiqué de presse, interviews, conférence de presse) dans le cadre d'exercices filmés

### ÉVALUATION ET SUIVI

- Reprise des objectifs, évaluation collective des appropriations et mesure des écarts
- L'évaluation prend la forme d'un tour de table au début du stage et à chaque fin de journée
- Distribution de documents de synthèse, d'une bibliographie et d'une webographie détaillées
- Mise à disposition des coordonnées de l'animateur pour un éventuel suivi téléphonique ou par l'internet

### FORMATEUR

*JacoMedia, Gestion Médias*

### MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Présentations théoriques
- Documents authentiques et documents audiovisuels (interviews radio, extraits vidéo)
- Exercices pratiques (jeux de rôles & mises en situation)
- Tour de table et débats avec les stagiaires c'est déjà dans les contenus (à noter que pendant la pause déjeuner, les stagiaires sont susceptibles de poursuivre le débat avec l'animateur)