

PROGRAMME DE FORMATION

Tourisme et situation de crise : comment communiquer ?

Objectifs de la formation

- Identifier les enjeux et le périmètre de la communication en situation de crise
- Reconnaître le fonctionnement et les besoins des médias en situation de crise
- Expérimenter des éléments de méthode dans l'anticipation et s'approprier les outils
- Tirer des enseignements de la crise

Programme

Face aux grands défis du secteur du tourisme (tourisme de masse, impacts du climat sur le secteur, place de l'avion et de la voiture dans l'offre de destination,...), l'opinion publique se questionne, s'insurge, se clive et s'enflamme de plus en plus souvent. Les petites phrases, les polémiques, les scandales, les fake news se multiplient et se confrontent à la réalité et à la sincérité de l'engagement de chaque destination. Il est nécessaire de rappeler qu'une communication de crise ne saurait être efficace si elle ne peut s'appuyer sur un positionnement solide (notamment RSE).

La gestion de crise est un métier d'urgentiste. Comme tout métier d'urgentiste, elle requiert des process, des outils, une organisation pensés en temps calme et appliqués méthodiquement en temps de crise. Une communication mal maîtrisée devient un facteur aggravant de la crise elle-même.

Module 1 : Introduction à la communication de crise

- Comprendre la finesse des enjeux (y compris personnels)
- Caractéristiques de la crise : détecter les signaux faibles
- Distinguer les notions de bad buzz (suite à une fake news, par exemple) vs com sensible (par exemple, le tourisme de masse) vs com de crise (par exemple, violent feu de forêt, évacuations, annulations) et les risques d'escalade
- Rôle de la communication dans la gestion de crise

Module 2 : Panorama des médias

- Les tendances : storytelling de l'info, gestion de flux de contenu, crédibilité de l'info
- Les spécificités de la crise par type de médias (presse écrite, audiovisuelle, web, horizontale ou verticale, nationale ou régionale)
- Fonctionnement d'une rédaction : prise de décision et circuit de fabrication de l'info
- Presse et web : les mécaniques en situation de crise

Module 3 : Anticiper la crise

- Identifier les scénarios clés
- Identifier, informer, former les acteurs de la gestion de crise (cellule de crise et équipes opérationnelles d'une part ; sociaux pro, élus, partenaires et autres ambassadeurs ou relais, d'autre part)
- Etablir des process, concevoir des outils

Module 4 : Gérer la crise

- Organiser la remontée d'information
- Déterminer le niveau de pro-activité/réactivité de la stratégie (stratégies types par cible : Interne et partenaires / Presse / Web)
- Porte-parolat : crédibilité & compétence / stratégie du fusible
- Outils stratégiques : analyser une situation et prendre des décisions

Module 5 : Atelier de mise pratique

Module 6 : L'après crise

- Piloter la sortie de crise
- Retour d'expérience autour des outils, de l'organisation, des personnes et ajustement
- Evaluation de l'image et de la réputation de la marque

Méthodes et supports

- Apports théoriques
- Echanges d'expériences
- Exercices de co-construction, de rédaction de scénario et d'évaluation des risques
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires

Public

Directeur.rice, responsable communication, manager et responsable de toute structure touristique

Prérequis

Pas de pré-requis

Matériel nécessaire :

Disposer d'un ordinateur d'une bonne connexion internet (WIFI accessible dans la salle de formation)

Informations complémentaires

La formation est dispensée par Cecilia VENDRAMINI, formatrice et consultante spécialisée dans la prise de parole en public, en communications délicates et sur les questions d'éthique et de communication.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : questionnaires, quizz, exercices
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé le lendemain de la formation

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Durée

2,00 jour(s)

14:00 heures