



Termes de Référence Atelier

**Communication
Media Training
Public Speaking
Plaidoyer**

Base: 35 participants
Saly, 9, 10, 11 Novembre 2015

I - CONTEXTE

La communication est un élément essentiel dans la bonne marche et la réussite d'une organisation ! Bien articulée, la communication, constitue un outil de management extraordinaire qui épouse les contours de la vision et des ambitions de la structure.

Oxfam, dans sa quête d' «un monde juste et sans pauvreté » fait de la communication--sous ses différentes coutures—un allié indispensable dans l'atteinte de ses objectifs et pour aider à lutter contre la pauvreté et ses causes.

Pour ce faire, Oxfam doit, et c'est son rôle, prendre des initiatives, innover, et se montrer entreprenante, surtout dans cette phase de transition.

Pour remplir sa fonction, elle doit bien connaître ses cibles, mais aussi son personnel, et tenir compte de toutes les contraintes de son environnement, le tout à travers le prisme d'un monde en perpétuelle mutation sociologique influencée par l'avancée technologique de ces dernières décennies, qui ont bouleversé les modes de vie.

Il va sans dire donc que savoir communiquer, devient la clé du succès, de la pérennité et de la visibilité à donner aux actions d'Oxfam.

Dans le cadre de la Vision 2020 d'Oxfam, le travail d'influence, demeure un élément fondamental de ses actions. C'est dire si la communication et le plaidoyer vont jouer un rôle moteur dans cette nouvelle démarche !

Une approche s'impose dans la quête de l'excellence : s'informer, analyser, prévoir, organiser, établir des projets, des stratégies, lancer des actions, des campagnes ; en un mot, **décider** et **décider** sans cesse !

De cette approche globale, et dans un contexte marqué par une forte volonté de se maintenir comme leader dans le domaine, le Département Communication a identifié des domaines de compétences à renforcer auprès des collaborateurs internes, et externes pour accompagner leur professionnalisation et renforcer leurs capacités.

Cette formation invite à la compréhension et à l'utilisation des **outils de communication de base**, de la **maitrise des outils de media training**, de **prise de parole en public**, **du plaidoyer** et surtout de la motivation pour renforcer le sentiment d'appartenance à une même organisation.

Ces éléments sont des outils qui visent à aider à réaliser la performance recherchée au sein de l'organisation. La formation tournera autour de quatre (4) principaux modules :

- **Communication interne** et **externe**, leur importance et leurs exigences
- **Média Training** (comment interagir avec les médias, radio, télévision, en l'occurrence, comment gérer le stress d'une interview, comprendre la psychologie et le monde des médias pour mieux s'en servir)

- **Prise de parole en public.** Ne pas réussir à faire passer ses idées ou pensées lors d'un événement important, peut être préjudiciable pour votre image ou pour la crédibilité de l'institution que vous représentez, car, « ***le tout n'est pas de parler, mais de savoir comment le faire !*** »
- **Le plaidoyer**, un outil indispensable dans le travail de persuasion et de changement du statu quo pour «Un monde juste et sans pauvreté ! », occupera une place de choix durant cette rencontre.
- **Keystone Survey.** Oxfam accorde du prix à la qualité de sa collaboration avec les partenaires. L'enquête menée à ce propos à révéler bien de données sur lesquelles, Oxfam compte travailler afin parvenir à des résultats probants dans la manière de travailler avec ses partenaires. Cette volonté passe bien évidemment par l'amélioration de la communication. Une des sessions de cet atelier sera consacrée aux trouvailles de ce sondage.

II - OBJECTIFS

1. MEDIA TRAINING :

Les medias sont incontournables dans toute bonne stratégie de communication. Or, il n'est pas toujours naturel de s'exprimer avec aisance et fluidité devant un micro, face à une caméra ou l'auditoire d'une conférence de presse ou tout simplement lors d'une réunion.

Le média training enseigne les techniques utilisées par les professionnels. Il permet de jouer à armes égales avec eux, en évitant les pièges ainsi que les erreurs qui découlent du manque de pratique.

Acquérir ce savoir-faire et assimiler les contraintes, permettent de faire toute la différence entre un bon et un mauvais "papier", une bonne et une mauvaise interview ; ce sont là autant de centres d'intérêt de ce module formation en média training.

Objectifs et contenus Spécifiques



1. Comprendre l'information

- Le degré d'urgence de l'information.
- Son intérêt.
- Presse spécialisée ou grand public.
- Presse écrite, radio ou télévisée.
- Presse nationale ou régionale.

2. Préparer l'interview

- Préparer ses interventions et interviews.
- Définir son message : ce que le journaliste devrait retenir de l'interview.
- Discerner "l'angle"
- Définir son "angle" et le décliner.

3. Maîtriser l'interview

- L'attitude durant l'interview (la voix, le ton, la gestuelle...).
- Les erreurs à éviter.
- Les pièges lors de l'interview
- Gérer le stress, le trac, l'imprévu...
- Les spécificités des interviews : direct et différé.

4. Tenue sur les médias (comportement/Plastique)

- Les bonnes attitudes devant le micro (radio) ou la caméra
- Comment « crever l'écran » ?
- Rhétorique visuelle
- Distinguer une prestation radio de celle de la télévision
- Comprendre la « magie de l'image »

2. Public Speaking (La Prise de Parole en Public)

“It's not only What you say, but How you say it”.



Tout le monde peut parler à toute occasion et sur tout; seulement un discours bien articulé, argumenté et percutant appelle un certain nombre de prérequis. C'est l'objet de cette formation qui nous montrera les techniques de prise de parole, suivant le type d'audience et selon les occasions.

Des notions telles que la **diction**, l'**articulation**, les **jeux de la voix**, les **couleurs de la voix**, la **gestuelle** et la **rhétorique visuelle**, vont meubler ce module de formation, qui vise aussi à aider le participant à vaincre le stress et le trac, véritables entraves à la prise de parole en public .

3. COMMUNICATION INTERNE :

La communication interne tient un rôle prépondérant dans le fonctionnement d'une entreprise et permet de faire le lien entre les différents employés. Créer un sentiment d'appartenance à une équipe et véhiculer les valeurs de la société sont d'autres objectifs de la communication interne et renforcent son aspect incontournable

Contenu du module :

- Communication interne et sens collectif
- Les acteurs de la communication interne
- Fonctions de la communication interne
- Outils de communication interne

4. PLAIDOYER :

Dans la nouvelle phase qu'elle est en train d'amorcer avec la Vision 2020, Oxfam basera son travail sur l'influence en vue d'obtenir les changements escomptés pour « un monde juste et sans pauvreté ». Le **plaidoyer**, qui est la défense écrite ou orale d'une opinion, d'une cause, d'une politique ou d'un groupe de personnes, fait partie des principales approches utilisées par Oxfam.

III- METHODOLOGIE DE LA FORMATION

La méthodologie utilisée est orientée performances pratiques.

Les supports de cours théoriques essentiels à la compréhension des concepts de base seront transmis aux participants au terme de la formation.

Il sera effectué des rappels fondamentaux et importants pour chaque partie de la formation et agrémentés d'ateliers et travaux de groupe, ainsi que le visionnage d'éléments vidéo pour une meilleure aide à la compréhension des démarches utilisées dans le cadre de cette formation.

Les outils d'évaluation des acquis pendant la formation se feront sous forme de présentation de travaux des participants.

Les outils d'évaluation des acquis pendant la formation se feront sous forme de présentation de travaux des participants.

METHODOLOGIE DE TRAVAIL	
COURS et THEORIES :	Validation des connaissances Théoriques : 50 %
VIDEOS A VISUALISER:	Visualisation de vidéos thématiques : 30%
ATELIERS ETUDES DE CAS:	Interaction auditeurs – Présentations – jeux de rôles : 20 %

IV-Participants

Date de l'atelier : **9, 10, 11 novembre 2015.**

Cette session va s'étendre sur trois jours. Elle est destinée aux partenaires d'exécution des programmes d'Oxfam et s'adresse à une trentaine de participants.

V-Prise en charge

Les frais inhérents à la tenue de cet atelier sont à la charge d'Oxfam.
L'hébergement et la restauration des participants, seront pris en charge par Oxfam.
Des frais de voyage des participants qui viennent de l'intérieur du pays, seront remboursés.
Les participants venus de Dakar, bénéficieront d'un forfait pour le transport.
Un forfait pour le téléphone, sera accordé à chaque participant.

Personnes contacts : Hans MASRO kmasro@oxfamamerica.org

Fatou NDOUR fndour@oxfamamerica.org

Touty GUEYE tgueye@oxfamamerica.org