



**Vivez une formation
qui fait contraste!**



Vivez une formation qui fait **contraste!**

L'Orange bleue est fière de vous présenter le contenu de ses formations.

Toutes nos formations sont disponibles en entreprise à la grandeur du Québec et à distance! Elles sont admissibles aux dépenses de formation dans le cadre de la *Loi sur les compétences (Loi du 1 %)* et pourraient faire l'objet d'une subvention pouvant aller jusqu'à 50 % par Emploi-Québec.

Elles sont offertes en format conférence, demi-journée, journée complète, ou selon la durée souhaitée. Le format conférence comprend un échange avec les participants après l'exposé théorique. La demi-journée de formation comprend un atelier pratique après l'exposé. La journée complète de formation comprend deux ateliers pratiques.

Chaque séance de formation est adaptée au profil du groupe et à l'actualité du jour. Chacune de nos formations est taillée sur mesure à la réalité de chaque client.

Pour bénéficier d'une expérience autant profitable qu'agréable, contactez-nous dès aujourd'hui!



Table des matières

Table des matières	3
Notre formateur	5
Des clients satisfaits	6
Relations avec les médias	7
Les médias sont vos alliés!	7
Devenez un porte-parole efficace auprès des médias	7
Les défis du porte-parole expert	8
Formation extrême : communiquer (ou non) en situation de crise	8
Comment rédiger le meilleur communiqué de presse au monde?	9
L'entrevue avec un journaliste : une transaction	9
La conférence de presse aujourd'hui	10
Réseaux sociaux et affaires publiques : aller plus loin, mais pas trop!	10
Votre association dans les médias.....	11
Relations avec les médias pour l'entreprise.....	11
Porte-parole en situation judiciaire	12
Porte-parole gouvernemental.....	12
Grandeur et misères du relationniste	13
Les médias au Québec pour l'international	13
Acceptabilité sociale : le rôle essentiel des médias	14
Gestion du risque média	14
Relations gouvernementales	15
Lobbying 101 : apprenez comment parler aux décideurs.....	15
Stratégies de lobbying municipal	15
Rencontrer un ministre : le nouvel encadrement.....	16
Tout est politique.....	16
Réussir son audition en commission parlementaire	17
Comment préparer un bon mémoire?	17

NOUVEAUTÉ

NOUVEAUTÉ

Le véritable sens de l'acceptabilité sociale	18
Obtenir un soutien financier du gouvernement	18
Santé et services sociaux	19
L'Assemblée nationale pour les nuls.....	19
Le gouvernement au Québec pour l'international	20
Lobbyiste, un métier à hauts risques	20

Relations publiques 21

Parler en public

Présider une assemblée

NOUVEAUTÉ

Votre dépliant : encore un incontournable.....

NOUVEAUTÉ

David contre Goliath : comment positionner efficacement votre organisation.....

Rédiger un discours percutant

Persuader et négocier sans y laisser sa chemise!

Faire de votre assemblée générale un moment stratégique

Comment se démarquer dans un débat?

Le risque réputationnel : reconnaître, prévenir et gérer

Analysons votre cas : le point de vue d'un expert.....

Je suis candidat : guide de survie

Contactez-moi dès maintenant! 27

Notre formateur



Politologue de formation, Mathieu Santerre est reconnu pour son expertise de pointe en lobbying et comme l'un des porte-parole d'organisations les plus efficaces au Québec. Il excelle dans la gestion d'enjeux, le positionnement stratégique et les communications de crise. Les rouages gouvernementaux et les relations avec les médias n'ont plus de secret pour lui.

Mathieu Santerre, président et formateur agréé

M. Santerre a œuvré aux cabinets du premier ministre du Québec, du leader parlementaire du gouvernement et du ministre du Revenu. Il a dirigé les communications de l'Association québécoise des retraité(e)s des secteurs public et parapublic (AQRP) pendant huit ans. Il a été président de l'Association québécoise des lobbyistes (AQL) de 2014 à 2017 et s'implique toujours comme président sortant au sein de cette association.

M. Santerre a assuré la formation et la préparation de porte-parole de tous les niveaux, tant dans le secteur associatif qu'en entreprise ou dans le monde politique. Ses conseils stratégiques en matière de relations gouvernementales ont profité à de nombreux clients.

Conférencier expérimenté, il a collaboré au programme de deuxième cycle *Affaires publiques et représentation des intérêts* de l'Université Laval.

Des clients satisfaits

C'est avec plaisir que nous vous partageons quelques mots d'appréciation que nous avons reçus lors de la tenue de nos formations.

« Plusieurs Comités sectoriels de main-d'œuvre (CSMO) se sont regroupés pour suivre une formation intitulée « les chemins de l'influence ». Avant la formation, une conférence téléphonique a été tenue pour connaître les besoins et les attentes des participants et pendant la formation proprement dite, le formateur a su adapter son contenu aux besoins et à l'expérience de ces derniers, et ce, à la satisfaction de tous. »

[Luc Baillargeon, directeur général du Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'industrie des Mines](#)

« La formation a été très bien adaptée et répondait aux besoins des participants. Ils auraient même apprécié avoir plus de temps consacré à cette formation! Celle-ci était détaillée, compréhensible et donnait les informations pertinentes quant au sujet choisi, notamment avec l'expertise du conférencier. »

[Gena Déziel, chef de service – Soutien au réseau de la Fédération des chambres de commerces du Québec](#)

« Les services de L'Orange Bleue pour la formation de porte-parole ont été très appréciés par toute l'équipe. Comme le contenu avait été élaboré selon nos besoins spécifiques, la présentation très vivante de Mathieu était pertinente et intéressante pour tous les participants. Mathieu a bien su partager avec nous son expérience pour nous aider à mieux comprendre le fonctionnement du monde des médias et comment interagir avec ceux-ci. Nous recommandons vivement les services de L'Orange Bleue. »

[Stéphan Lazure, conseiller principal et chef de la pratique retraite chez PBI Conseillers en actuariat](#)

« La formation sur mesure présentée par L'Orange Bleue a répondu rapidement à nos questions et besoins en cours. Le contenu a été très compréhensible et adapté à la réalité de notre entreprise. »

[José Lemay-Leclerc, vice-président de Tout en nuage inc.](#)

« Mathieu Santerre nous a livré un atelier des plus efficaces intitulé Les médias sont vos alliés! Il a su capturer l'attention des participants pendant presque 3 heures de temps grâce à une excellente méthode didactique et des exercices pratiques et réalistes! Je recommande fortement cette formation à tous ceux qui ont un message à communiquer aux médias! »

[Louis Moubarak, directeur général de la Société canadienne des directeurs d'association](#)

« Mathieu Santerre est un formateur captivant. Son expérience et sa pédagogie permettent au participant de bien comprendre les médias et la façon de transiger avec eux pour obtenir de meilleurs résultats. Je le recommande fortement! »

[Nathalie Samson, directrice générale de la Corporation des thanatologues du Québec](#)

« Le groupe a apprécié l'aspect pratique de la formation »

[Mathieu St-Amand, conseiller à la formation et au développement des organisations de l'Union des producteurs agricoles](#)

Relations avec les médias

Les médias sont vos alliés!

Comment retenir l'attention des médias d'information? Comment leur parler? Cette formation fait le point sur les notions de base des relations avec les médias dans le contexte d'aujourd'hui.

Résumé de la formation :

- Le merveilleux monde des médias
- Qu'est-ce qu'une nouvelle?
- Qu'est-ce qu'un bon communiqué?
- Les particularités des relations avec les médias dans votre domaine d'activité
- Les réseaux sociaux
- Ateliers pratiques : communiqué de presse et/ou simulation d'entrevues

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, gestionnaires, professionnels des communications.

Devenez un porte-parole efficace auprès des médias

« Formation reconnue par le Barreau du Québec aux fins de la formation continue obligatoire pour les membres du Barreau »

Comment parler aux médias d'information? Comment s'y préparer? Cette formation avancée permet de perfectionner ses habiletés de porte-parole et d'aborder certains aspects moins connus des relations avec les médias dans le contexte d'aujourd'hui.

Résumé de la formation :

- Le merveilleux monde des médias
- L'entrevue : une transaction
- Les principales qualités d'un porte-parole
- Les particularités des relations avec les médias dans votre domaine d'activité
- Le boulot de relationniste
- Ateliers pratiques : visionnement critique d'entrevues et/ou simulation d'entrevues

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, titulaires de charges publiques, professionnels des communications, gestionnaires.

Les défis du porte-parole expert

Comme s'exprimer en public en tant qu'expert? Comment se préparer à une présentation devant public? Comment s'assurer d'être bien compris par les médias d'information? Cette formation avancée permet à l'expert de perfectionner ses habiletés de porte-parole dans les principaux contextes où il est amené à intervenir publiquement.

Résumé de la formation :

- La communication publique comme discipline
- La vulgarisation bien comprise
- L'attitude de l'expert
- L'expert dans trois contextes :
 - la rencontre technique
 - l'entrevue avec un journaliste
 - la commission parlementaire
- Conseils pratiques
- Atelier pratique : simulation de période de questions lors d'une présentation technique

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, personnalités publiques.

Formation extrême : communiquer (ou non) en situation de crise

Cette formation avancée permet de raffiner l'approche à adopter en situation de crise médiatique. Quelles sont les attentes de l'environnement médiatique? Comment atteindre efficacement ses objectifs de communication en situation défensive? Comment désamorcer une crise médiatique? La formation aborde également la prévention et les réseaux sociaux.

Résumé de la formation :

- Qu'est-ce qu'une nouvelle?
- Qu'est-ce qu'une situation de crise médiatique?
- Les particularités des relations avec les médias dans votre domaine d'activité
- Le silence : avantages et inconvénients
- Communiquer efficacement en situation de crise
- Ateliers pratiques : simulation d'entrevues en situation de crise et/ou préparation d'un protocole de communication de crise

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, personnalités publiques.

Comment rédiger le meilleur communiqué de presse au monde?

Tout le monde peut écrire un communiqué. Sera-t-il lu? Mènera-t-il à des entrevues? La nouvelle sera-t-elle traitée par les salles de nouvelles? Basée sur le succès des opérations pilotées par notre formateur, cette formation avancée fait le point sur l'usage actuel d'un communiqué de presse et propose les meilleures avenues pour sa préparation et sa diffusion, dans le monde d'aujourd'hui.

Résumé de la formation :

- Qu'est-ce qu'une nouvelle?
- À quoi sert un communiqué de presse?
- La construction parfaite d'un communiqué
- La diffusion optimale d'un communiqué
- Les réseaux sociaux
- Ateliers pratiques : analyse critique de communiqués actuels et/ou préparation d'un communiqué original

Clientèle ciblée : professionnels des communications.

L'entrevue avec un journaliste : une transaction

Les médias sont vos alliés. Cette formation, très fortement axée sur la pratique, aborde les notions et le savoir-faire qu'il faut détenir pour performer en entrevue avec un journaliste. La location d'équipement audiovisuel est également disponible afin de maximiser les bénéfices de la formation pour le client.

Résumé de la formation :

- Qu'est-ce qu'une nouvelle?
- L'entrevue : une transaction
- Les principales qualités d'un porte-parole
- Savoir gérer sa propre entrevue : trucs et astuces
- Communiquer efficacement en situation de crise
- Ateliers pratiques : simulation d'entrevues et/ou analyse critique d'entrevues

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, personnalités publiques.

La conférence de presse aujourd'hui

Comment organiser une conférence de presse? Est-elle toujours le moyen privilégié de communiquer une nouvelle majeure aux médias d'information? Cette formation pose un regard lucide sur l'outil important que demeure la conférence de presse dans votre plan de communication. Tout en fournissant les éléments essentiels à sa réussite, elle propose d'en faire un usage à la fois agile et sélectif.

Résumé de la formation :

- Le merveilleux monde des médias
- Conférence de presse : oui ou non?
- La préparation préalable à la conférence de presse
- Le déroulement d'une conférence de presse
- Le boulot de relationniste
- Ateliers pratiques : analyse critique d'interventions publiques et/ou préparation d'un scénario de conférence de presse

Clientèle ciblée : gestionnaires, porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques.

Réseaux sociaux et affaires publiques : aller plus loin, mais pas trop!

Cette formation avancée permet de cerner l'usage potentiellement très puissant de Facebook, Twitter et LinkedIn en affaires publiques. Les limites à ne pas franchir sont également abordées, tant du point de vue de l'utilisateur proactif qui souhaite maximiser l'impact de ses interventions que de celui du récepteur de communications de l'externe qui souhaite éviter les embêtements. L'angle proposé est le cadre de référence propre aux affaires publiques, et non celui de la technologie ou de la théorie communicationnelle pure.

Résumé de la formation :

- Facebook : communautés et personnalités publiques
- Twitter et les relations avec les médias
- Entretenir des relations à long terme avec LinkedIn
- Politiciens, médias et réseaux sociaux : où sont les limites?
- Trolls et affaires publiques
- Atelier pratique : démonstration d'interactions en direct

Clientèle ciblée : gestionnaires, porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques.

Votre association dans les médias

Votre association doit-elle parler aux médias? Que peut-t-elle espérer d'une entrevue de son porte-parole? Comment se préparer à entrer en contact avec les médias d'information? Cette formation permettra aux participants issus du milieu associatif de bien choisir leurs interventions et de les préparer selon les règles de l'art.

Résumé de la formation :

- Le merveilleux monde des médias
- Qu'est-ce qu'une nouvelle?
- L'entrevue : une transaction
- Les principales qualités d'un porte-parole
- Les particularités des relations avec les médias dans votre domaine d'activité
- Ateliers pratiques : communiqué de presse et/ou simulation d'entrevues en situation de crise

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, gestionnaires, professionnels des communications, citoyens engagés.

Relations avec les médias pour l'entreprise

Quand une entreprise doit-elle prendre la parole publiquement? Comment se préparer à entrer en contact avec les médias d'information? Cette formation permettra aux participants issus du milieu économique de bien choisir leurs interventions et de les préparer selon les règles de l'art.

Résumé de la formation :

- Le merveilleux monde des médias
- Les médias et le développement économique
- Qu'est-ce qu'un bon communiqué?
- L'entrevue : une transaction
- Communiquer en situation de crise
- Ateliers pratiques : communiqué de presse et/ou simulation d'entrevues en situation de crise

Clientèle ciblée : dirigeants d'entreprise, gestionnaires, professionnels des communications.

Porte-parole en situation judiciaire

Cette formation spécialisée offre à ses participants de parfaire leur savoir-faire comme porte-parole et d'approfondir certaines notions essentielles du domaine des relations avec les médias. Elle est toute indiquée pour les professionnels du secteur juridique qui sont appelés à s'adresser aux médias d'information, que ce soit en matière criminelle, civile ou dans le cadre de toute autre contexte similaire (arrestation, enquête, plainte au syndic d'un ordre, etc.). Elle est également offerte aux mis en cause, aux policiers ainsi qu'au secteur militaire.

Résumé de la formation :

- Qu'est qu'une nouvelle?
- Le silence : avantages et inconvénients
- L'entrevue : une transaction
- Les principales qualités d'un porte-parole
- Savoir gérer sa propre entrevue : trucs et astuces
- Ateliers pratiques : analyse critique d'interventions publiques et/ou simulation d'entrevues en situation de crise

Clientèle ciblée : professionnels du secteur juridique, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, citoyens, policiers, militaires.

Porte-parole gouvernemental

L'État a un rôle essentiel dans notre société, tant sur le plan national qu'en région ou dans le secteur municipal. Pour le meilleur ou pour le pire, la réalisation des politiques publiques est étroitement liée à l'actualité politique, économique et sociale. Cette formation spécialisée permettra au communicateur gouvernemental de mieux comprendre le rôle des médias d'information, d'anticiper les réactions de l'écosystème au sein duquel il évolue et d'optimiser la portée de ses gestes et recommandations.

Résumé de la formation :

- Les services publics et les médias au Québec : une relation tendue
- Les principales qualités d'un porte-parole gouvernemental
- Le point sur le politique
- Le silence : avantages et inconvénients
- Communiquer efficacement en situation de crise
- Ateliers pratiques : analyse critique d'interventions publiques et/ou simulation d'entrevues en situation de crise

Clientèle ciblée : gestionnaires, professionnels des communications, titulaires de charges publiques.

Grandeur et misères du relationniste

Relationniste, attaché de presse, porte-parole auprès des médias : le boulot de relationniste est méconnu, précisément en raison du fait que son travail se situe dans l'ombre du véritable porte-parole et du journaliste. Cette formation spécialisée permettra au relationniste de parfaire ses compétences pour gagner en efficacité au quotidien. Elle pourra également intéresser porte-parole et journalistes, qui pourront ainsi comprendre de l'intérieur le rôle de ce collaborateur important.

Résumé de la formation :

- Le merveilleux monde des médias
- Le rôle du relationniste auprès des médias
- Le rôle du relationniste auprès du porte-parole
- Les principales qualités d'un bon relationniste
- Stratégies avancées et éthique
- Ateliers pratiques : analyse critique d'interventions publiques et/ou simulation de conversations non pour publication

Clientèle ciblée : professionnels des communications, porte-parole d'organisation, journalistes.

Les médias au Québec pour l'international

Cette formation est spécialement conçue pour les organisations étrangères qui souhaitent entretenir des relations fructueuses avec les médias du Québec. Elle comprend une mise en contexte importante sur le plan social et médiatique. Elle permettra aux participants d'évaluer le potentiel des relations avec les médias au Québec, quel que soit le projet qui les amène à considérer cette opportunité.

Résumé de la formation :

- La société québécoise : un survol
- Les principaux médias au Québec
- Qu'est-ce qu'une nouvelle?
- Les particularités des relations avec les médias dans votre domaine d'activité
- Le potentiel des relations avec les médias au Québec
- Ateliers pratiques : simulation d'entrevues et/ou communiqué de presse

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications.

Acceptabilité sociale : le rôle essentiel des médias

Quel est le rôle des médias dans une démarche d'acceptabilité sociale? Comment les différents acteurs se positionnent-ils dans ce contexte? Comment communiquer dans cette jungle? Cette formation propose une lecture politique de l'acceptabilité sociale et fournit des outils pratiques à ses participants afin de positionner leurs enjeux et organisations.

Résumé de la formation :

- Le merveilleux monde des médias
- Les médias et le développement économique
- Qu'est que l'acceptabilité sociale?
- Qu'est-ce qu'une consultation réussie?
- Communiquer en situation de crise
- Ateliers pratiques : visionnement critique de démarches d'acceptabilité sociale et/ou simulation d'entrevues en situation de crise

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, citoyens engagés.

Gestion du risque média

Votre réputation est importante. Les médias et les réseaux sociaux détiennent donc un certain pouvoir sur vous. Pour toute personnalité publique, entreprise ou organisation, il est essentiel d'évaluer rigoureusement les risques d'être placé en situation défensive sur le plan médiatique afin de poser les gestes de préparation adéquats.

Résumé de la formation :

- Qu'est-ce qu'une nouvelle?
- Qu'est-ce qu'une situation de crise médiatique?
- Le silence : avantages et inconvénients
- Qu'est-ce qu'un bon plan de communication de crise?
- Les particularités des relations avec les médias dans votre domaine d'activité
- Ateliers pratiques : simulation d'entrevues en situation de crise et/ou préparation d'un protocole de communication de crise

Clientèle ciblée : gestionnaires, dirigeants d'entreprise, personnalités publiques.

Relations gouvernementales

Lobbying 101 : apprenez comment parler aux décideurs

Comment parler aux décideurs? Quoi leur dire? Les contacts avec les décideurs gouvernementaux sont des moments privilégiés pour faire avancer vos priorités. Cette formation permettra de mieux comprendre les notions essentielles à toute démarche de relations gouvernementales pour en améliorer l'efficacité. Les novices y trouveront les bases de contacts réussis et les initiés pourront raffiner leur approche.

Résumé de la formation :

- Les principaux acteurs gouvernementaux au Québec
- À quoi servent les rencontres ministérielles?
- Vive le Registre des lobbyistes!
- Préparer son énoncé d'ouverture
- Préparer la période de questions
- Ateliers pratiques : préparation d'énoncé d'ouverture et/ou simulation de période de questions

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, gestionnaires.

Stratégies de lobbying municipal

NOUVEAUTÉ

Comment parler aux décideurs? Quoi leur dire? Les contacts avec les décideurs municipaux sont des moments privilégiés pour faire avancer vos priorités, dans leur champ de compétence. Cette formation permettra de mieux comprendre les notions essentielles à toute démarche de relations gouvernementales pour en améliorer l'efficacité, en particulier dans le secteur municipal. Les novices y trouveront les bases de contacts réussis et les initiés pourront raffiner leur approche.

Résumé de la formation :

- Les principaux acteurs gouvernementaux au Québec
- À quoi servent les rencontres avec les décideurs municipaux?
- Les principales qualités d'un bon lobbyiste
- Les particularités au niveau municipal
- Préparer sa rencontre avec un élu municipal
- Atelier pratique : simulation de questions-réponses avec un élu municipal

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, gestionnaires.



Les règles présidant à l'obtention d'une rencontre avec un ministre et à son dévoilement public automatique ont évolué : il faut en tenir compte. Cette formation vous informera également sur les meilleures pratiques à suivre pour l'obtention d'une rencontre avec un ministre, l'identification de vos messages clés, la correspondance de votre projet en lien avec les priorités gouvernementales et les éléments à appliquer lors d'une rencontre avec un élu gouvernemental, pour l'avancement positif de votre dossier.

Résumé de la formation :

- Les principaux acteurs du gouvernement du Québec
- La demande de rencontre
- La préparation de son dossier en lien avec les priorités gouvernementales
- S'entendre sur la suite
- Les critères d'une rencontre réussie
- Atelier pratique : simulation d'une rencontre

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, gestionnaires.

Tout est politique

Cette formation avancée aborde spécifiquement les réflexes à développer si vous devez ou désirez rencontrer un élu ou un membre de son personnel politique. Axée surtout sur la pratique, la formation aborde de façon constructive les particularités de la vie partisane dans le Québec d'aujourd'hui. La formation est adaptée à tous les paliers de gouvernement.

Résumé de la formation :

- Les principaux acteurs du gouvernement au Québec
- La ligne de parti
- À quoi servent les rencontres politiques?
- La demande de rencontre
- Le déroulement de la rencontre
- Ateliers pratiques : simulation d'énoncé d'ouverture et/ou de période de questions

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, gestionnaires, citoyens engagés.

Réussir son audition en commission parlementaire

Une audition en commission parlementaire est un moment très important pour une organisation. C'est le moment privilégié de contact avec des décideurs à un moment où ils sont, théoriquement, à l'écoute. Cette formation permettra aux participants de mieux comprendre ce forum très particulier et les conditions de succès de leur passage en commission parlementaire.

Résumé de la formation :

- Le parlementarisme québécois et le processus législatif
- Le mémoire
- Préparer son énoncé d'ouverture
- Préparer la période de questions
- La Tribune de la presse
- Ateliers pratiques : préparation d'énoncé d'ouverture et/ou simulation de période de questions

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, citoyens engagés.

Comment préparer un bon mémoire?

Que ce soit en commission parlementaire, à l'occasion d'une consultation publique ou dans le cadre d'une démarche d'acceptabilité sociale, un bon mémoire doit répondre à des exigences précises pour avoir l'impact espéré. Un bon mémoire est un document stratégique qui doit être préparé et utilisé comme tel. Cette formation fait le tour de la question de façon à ce que son contenu soit immédiatement utilisable dans votre organisation.

Résumé de la formation :

- À quoi servent les consultations publiques?
- Quelle est l'utilité d'un bon mémoire?
- La table des matières idéale
- Les contraintes de format, de temps et de ressources
- La présentation du mémoire
- Ateliers pratiques : analyse critique d'un mémoire et/ou simulation de période de questions

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, citoyens engagés.

Le véritable sens de l'acceptabilité sociale

Basée sur notre approche politique de l'acceptabilité sociale, cette formation est destinée à outiller concrètement les participants aux diverses démarches du genre qui sont en cours au Québec. Rigoureuse, la formation est neutre sur le plan idéologique et s'adapte à tous les publics.

Résumé de la formation :

- Qu'est que l'acceptabilité sociale?
- Qu'est-ce qu'une consultation réussie?
- Préparer son énoncé d'ouverture
- Préparer la période de questions
- Communiquer en situation de crise
- Ateliers pratiques : simulation de période de questions et/ou simulation d'entrevues en situation de crise

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, citoyens engagés.

Obtenir un soutien financier du gouvernement

Obtenir un financement gouvernemental, que ce soit par une subvention, un prêt ou un investissement, peut signifier l'envol d'un projet prometteur pour une entreprise ou une organisation. Cela dit, obtenir un tel financement est de plus en plus difficile et les contraintes à respecter sont nombreuses. Basée sur notre connaissance approfondie de l'appareil gouvernemental, cette formation vous permettra de déterminer quelles sont les conditions favorisant un financement gouvernemental pour **votre** projet.

Résumé de la formation :

- Les programmes normés et les autres sources de financement
- L'avis de pertinence
- La demande de financement
- Le point sur le politique
- Suivis, relances et nouvelles demandes
- Ateliers pratiques : analyse critique de projets financés et/ou de programmes normés.

Clientèle ciblée : dirigeants d'entreprise, gestionnaires, porte-parole d'organisation.

Santé et services sociaux

Véritable entité à part au sein de l'État québécois, le réseau québécois de la santé et des services sociaux est imposant de par ses activités, ses ressources et sa relative indépendance. Quiconque souhaite convaincre un acteur de ce réseau ou faire affaire avec lui devrait suivre cette formation spécialisée. Le partenariat est sa marque de commerce.

Résumé de la formation :

- Les principaux acteurs du réseau sociosanitaire québécois
- La culture sociosanitaire québécoise
- Devenir partenaire du réseau
- Le point sur le politique et les médias
- La santé publique et l'acceptabilité sociale
- Ateliers pratiques : analyse critique d'interventions publiques et/ou de programmes normés

Clientèle ciblée : gestionnaires, porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, titulaires de charges publiques, citoyens engagés.

L'Assemblée nationale pour les nuls

Comment fonctionne l'Assemblée nationale du Québec? Comment s'y retrouver? Destinée à un public averti, cette formation fait un survol des principaux travaux du siège du pouvoir législatif au Québec et fournit aux participants des outils pratiques pour y intervenir.

Résumé de la formation :

- Le parlementarisme québécois
- Les principaux acteurs de l'Assemblée nationale
- Le contrôle parlementaire et la période de questions
- Le processus législatif et l'audition en commission parlementaire
- La Tribune de la presse
- Ateliers pratiques : préparation de pétition et/ou simulation de période de questions

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, citoyens engagés.

Le gouvernement au Québec pour l'international

Cette formation est spécialement conçue pour les organisations étrangères qui souhaitent entretenir des relations fructueuses avec les différents paliers de gouvernement au Québec. Elle comprend une mise en contexte importante sur le plan social et gouvernemental. Elle permettra aux participants d'évaluer le potentiel des relations gouvernementales au Québec, quel que soit le projet qui les amène à considérer cette opportunité.

Résumé de la formation :

- La société québécoise : un survol
- Les principaux acteurs du gouvernement au Québec
- Les règles à respecter au Québec
- Comment parler aux décideurs québécois?
- Qu'espérer des relations gouvernementales au Québec?
- Ateliers pratiques : simulation de rencontre politique et/ou administrative

Clientèle ciblée : dirigeants d'entreprise, titulaires de charges publiques, gestionnaires.

Lobbyiste, un métier à hauts risques



Hors
série

Dans le contexte actuel, le simple fait de réaliser des communications légitimes et parfaitement légales avec des titulaires de charges publiques peut être mal interprété. Comment minimiser ce risque? Cette formation pour public averti révisé les grands principes des relations gouvernementales avec cette préoccupation au cœur de son déroulement.

Résumé de la formation :

- Les principaux acteurs gouvernementaux au Québec
- Le lobbying au Québec : perceptions et réalités
- À quoi servent les rencontres ministérielles?
- Vive le Registre des lobbyistes!
- Communiquer en situation de crise
- Ateliers pratiques : simulation d'inscription au Registre des lobbyistes et/ou simulation d'entrevues en situation de crise

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, gestionnaires.

Relations publiques

Parler en public

Dans le cadre de cette formation, notre large expérience auprès des médias, dans le cadre de conférences et à l'occasion de diverses activités publiques est mise à profit afin de vous transmettre les éléments essentiels à la prise de parole en public. Les débutants y trouveront une solide base sur laquelle construire alors que les personnes expérimentées y trouveront une source d'inspiration et de perfectionnement.

Résumé de la formation :

- Passez votre message!
- L'importance du langage non verbal
- Gérer les questions du public
- Le trac, le trac et encore le trac...
- Trucs et astuces
- Ateliers pratiques : simulations d'entrevues et/ou improvisations commentées

Clientèle ciblée : gestionnaires, dirigeants d'entreprise, titulaires de charges publiques, personnalités publiques, citoyens engagés.

Présider une assemblée

Assemblée générale, conseil d'administration, consultation publique : le rôle du président est essentiel au bon déroulement d'assemblées de toutes sortes. Ce rôle ne doit pas être pris à la légère. Il doit toutefois s'exercer tout en nuances.

Résumé de la formation :

- Le rôle du président d'assemblée
- Le choix des règles d'assemblée
- L'ordre du jour
- Le leadership d'écoute
- Trancher pour le bénéfice de la collectivité
- Ateliers pratiques : analyse critique d'un ordre du jour et/ou simulation de période de questions

Clientèle ciblée : gestionnaires, porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques.

Votre dépliant : encore un incontournable

NOUVEAUTÉ

Beaucoup d'outils de communication existent de nos jours. Malgré la croissance fulgurante de l'usage d'outils « technologiques », le dépliant promotionnel demeure un outil de communication incontournable pour récolter la visibilité et le lectorat souhaités. Cette formation vous donnera tous les aspects et les astuces à considérer dans l'élaboration du contenu de votre dépliant promotionnel, les messages à y véhiculer et le visuel à privilégier.

Résumé de la formation :

- Les bases de la communication
- Les formats de dépliants à privilégier
- Le contenu d'un dépliant promotionnel attrayant
- Le visuel
- Les fournisseurs
- Atelier pratique : concevoir un dépliant promotionnel

Clientèle ciblée : gestionnaires, porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques.

David contre Goliath : comment positionner efficacement votre organisation?

NOUVEAUTÉ

Comment se démarquer parmi toutes ces organisations souhaitant défendre leur cause? Comment positionner efficacement mon organisation pour qu'elle sorte du lot tout en respectant sa mission? Cette formation approfondira tous les aspects à considérer pour obtenir le positionnement souhaité tant au niveau du positionnement stratégique même, des communications publiques, des relations gouvernementales que des partenariats à privilégier.

Résumé de la formation :

- Qui suis-je? La base du positionnement stratégique
- Communications publiques selon la nature de votre organisation
- Lobbying 101
- Partenariats et concurrences
- La veille, clé de l'intervention stratégique
- Atelier pratique : discussion de recommandations sur mesure pour votre organisation

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, administrateurs, gestionnaires.

Rédiger un discours percutant

Que ce soit pour convaincre, pour amuser ou pour émouvoir, la rédaction de discours est un art qui se perd. Pourtant, de la rhétorique classique aux réseaux sociaux, un discours percutant ne s'improvise pas. Cette formation vous offre un condensé actuel de rigueur argumentative, d'inspiration artistique et d'expérience politique.

Résumé de la formation :

- Quel est le message?
- Quel est le médium?
- Quel est le public?
- La structure idéale et l'arsenal rhétorique
- La livraison et l'interaction
- Ateliers pratiques : analyse critique de discours et/ou visionnement commenté de discours

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, gestionnaires, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, citoyens engagés, personnalités publiques.

Persuader et négocier sans y laisser sa chemise!

La négociation comporte un rapport de force et un jeu d'influence pour l'obtention d'un gain. Comment se préparer à une argumentation? Comment faire pour convaincre notre interlocuteur? Cette formation vous initiera aux techniques de persuasion pour sortir gagnant d'une négociation.

Résumé de la formation :

- Qu'est-ce que la négociation?
- Les styles de négociateurs
- La perception des messages
- Comprendre les besoins et les objectifs de notre interlocuteur
- Une bonne préparation pour une bonne négociation
- La transmission de votre message
- Outils et tactiques
- Une bonne conclusion
- Ateliers pratiques : préparation d'un argumentaire et/ou simulation de période de négociation

Clientèle ciblée : toute personne d'une organisation devant négocier ou argumenter pour l'avancement de son dossier, pour l'obtention d'un contrat, etc.

Faire de votre assemblée générale un moment stratégique

Votre assemblée générale annuelle n'est pas une obligation : c'est une opportunité stratégique pour votre organisation. Cette formation permettra d'outiller concrètement les participants afin de tirer le meilleur de cet événement. Un heureux équilibre de stratégie et d'organisation.

Résumé de la formation :

- Les principaux acteurs de l'assemblée générale annuelle
- Qu'est-ce qu'une assemblée réussie?
- La préparation nécessaire
- Gérer efficacement les travaux de l'assemblée
- Les médias et l'assemblée
- Ateliers pratiques : simulation de période de questions et/ou simulation de propositions d'amendements

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, professionnels des communications, citoyens engagés.

Comment se démarquer dans un débat?

Basée sur notre expérience des débats politiques et de la prise de parole en public, cette formation avancée permettra aux participants de se préparer adéquatement à tout type de débat impliquant l'argumentation devant public.

Résumé de la formation :

- Passez votre message!
- L'importance du langage non verbal
- Déstabiliser l'adversaire
- Anticipation des questions
- Pièges à éviter
- Ateliers pratiques : simulation de débat et/ou visionnement commenté d'un débat

Clientèle ciblée : personnalités publiques, porte-parole d'organisation, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, citoyens engagés.

Le risque réputationnel : reconnaître, prévenir et gérer

La réputation d'une entreprise constitue, et de loin, « l'actif le plus stratégique sur le plan de la création ou de la destruction de la valeur d'une organisation »¹.

Située à la frontière entre la gestion pure et les communications publiques, la gestion du risque lié à la réputation vise à reconnaître, prévenir et gérer cet actif stratégique pour le futur de votre entreprise.

Dans une économie mondialisée et à l'heure des réseaux sociaux, il est plus que jamais important d'adopter des pratiques rigoureuses pour solidifier la profitabilité de votre entreprise, la confiance de ses partenaires et ses liens avec les communautés.

Au terme de cette formation d'une demi-journée, les participants seront en mesure de mieux reconnaître les risques liés à la réputation de leur entreprise ainsi que d'identifier les principales actions à réaliser afin de prévenir et gérer ces risques.

La formation comprend également un atelier pratique sur les communications de crise auprès des médias d'information et des réseaux sociaux.

Reconnaître

- Qu'est-ce que le risque lié à la réputation?
- Le risque lié à la réputation dans le monde d'aujourd'hui
- Un risque qui implique toute l'entreprise

Prévenir

- L'identification des risques et des facteurs déclencheurs
- L'adoption de politiques d'évaluation, de prévention et de gestion des risques liés à la réputation
- L'importance de susciter l'adhésion de tout le personnel

Gérer

- La dynamique d'une crise liée à la réputation
- Les grands principes d'une communication de crise efficace
- Revenir sur la crise : amélioration continue des processus

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, titulaires de charges publiques, personnalités publiques.

¹ *Rapport bourgogne*, CIRANO, 2012

Analysons votre cas : le point de vue d'un expert

Vous avez l'expérience de rédiger des communiqués de presse, des mémoires, de participer à une commission parlementaire, mais souhaiteriez qu'un expert en la matière vous précise de façon constructive les éléments et angles à améliorer pour l'avenir?

Cette formation d'analyses de cas vous permettra de rajuster le tir et d'implanter les améliorations nécessaires pour vos prochaines interventions. Voici les interventions que nous pouvons analyser pour vous :

- Votre prestation en commission parlementaire
- Une entrevue effectuée
- Votre communiqué de presse
- Votre mémoire
- Votre couverture de presse

Le formateur agréé procédera au préalable à l'analyse de l'élément ciblé et vous transmettra les points forts ainsi que les points à améliorer lors d'une formation à ce sujet qui inclura un atelier pratique spécifiquement sur le sujet.

Clientèle ciblée : porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, professionnels des communications, gestionnaires.

Je suis candidat : guide de survie

La santé de notre société requiert la participation de personnes désireuses de s'impliquer. Cette formation spécialisée aborde les aspects les plus importants d'une campagne pour tout candidat à un poste électif.

Résumé de la formation :

- Les grandes étapes d'une campagne
- L'équipe du candidat
- Les activités publiques
- Le respect du public
- La conscience personnelle
- Ateliers pratiques : simulation d'entrevues et/ou visionnement commenté d'un débat

Clientèle ciblée : personnalités publiques, porte-parole d'organisation, dirigeants d'entreprise, titulaires de charges publiques, citoyens engagés.

Contactez-moi dès maintenant!

Nous faisons contraste!



Josée Lemieux, associée
VP Finances

Téléphone : 418 998-6540

Courriel : info@lorangebleue.biz

