



Programme de formation

Communiquer en temps d'incertitude : les radios associatives en action

Dernière mise à jour : 20/02/2026

**Communiquer efficacement, c'est tout un art !
Encore plus en période d'incertitudes. Cette
formation a vocation à vous aider à adresser le
bon message, au bon public, avec le bon ton !**

Public visé

Salarié.e.s de radios associatives, coordinatrices et coordinateurs, directrices, directeurs

La Skol – SAS à Capital Variable - Espace Galatée - 6b, Rue du Commandant Charcot - 35580 GUICHEN

Siret : 944 359 157 00020 – Tél : 02 99 57 06 24 - www.laskol.fr - info@laskol.fr

Organisme de formation professionnelle N°53 35 12526 35 auprès du préfet de région de Bretagne – Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.



Administratrices, administrateurs bénévoles

Pré-requis

Aucun prérequis.

Il est recommandé de bien connaître le projet de sa radio et les supports de communication habituels de celle-ci.

Informations sur l'accessibilité

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap (adaptation pédagogique).

Objectifs pédagogiques

Depuis deux ans, les radios associatives font face à des attaques récurrentes sur leur utilité, leurs coûts ou leur supposée orientation politique... Cette formation vous invite à prendre du recul pour mieux structurer une communication externe positive, crédible et adaptée à vos différents publics. Apprenons à affirmer le rôle essentiel de nos radios sans verser dans le conflit ou le discours anxiogène. L'enjeu est de trouver le bon équilibre entre engagement et discours apaisé, tourné vers l'avenir. Un temps sera également consacré à la mobilisation des équipes comme relais et ambassadeurs de cette communication positive et engageante !

Description / Contenu

La formation se découpe en deux demi-journée d'Atelier de 3h30 chacun, espacées d'une à deux semaines.

Les groupes sont à taille humaine, de 3 à 15 participantes et participants.

JOUR 1 - Atelier 1 : poser le cadre en période d'incertitude

Le contexte de communication des radios associatives

- Types d'attaques subies (coûts, utilité, positionnement politique...)
- Enjeux de financement présents et futurs, importance d'anticiper les prochaines remises en cause
- Spécificités territoriales : relations aux élus, contexte politique local

La juste place de la communication dans le projet de la radio

- Ce que la communication peut (et ne peut pas) faire
- Lien entre solidité du projet, gouvernance et crédibilité de la parole publique
- Identifier les forces de sa radio (ancrage local, éducation aux médias, lien social...)

Construire une communication positive et réaliste

- Passer de la plainte (« injustice », attaques) à la mise en avant des solutions et impacts concrets
- Valoriser les actions / apports de la radio et les financements nécessaires pour l'éducation aux médias, le lien social et de proximité
- Trouver le bon ton : ni attaque ni comparaison, éviter le registre anxiogène

Trouver son équilibre entre militantisme et communication « policée »

- Clarifier sa posture : ce que la radio veut défendre et comment
- Identifier les risques d'un discours trop radical ou trop lisse

Exercices pratiques

- Travail en petits groupes sur des situations vécues par les radios participantes
- Reformuler un message « extrême » en message mobilisateur et audible pour des publics variés
- Première formulation de messages clés « cœur de radio » à garder comme repères
- Mise en commun de bonnes pratiques de communication en période de tension

JOUR 2 - Atelier 2 : adapter sa communication aux publics et préparer les situations sensibles

Travailler des argumentaires ciblés selon les familles de publics

- Garder les auditeurs au centre
 - ce qu'on peut dire sans inquiéter ni fatiguer
 - appeler au soutien sans dramatiser
 - sensibiliser la communauté (liberté d'expression, proximité, service rendu au territoire, participation citoyenne)
- Rassurer / fédérer / recadrer les élus communaux, intercommunaux, députés : utilité sociale, impact local, complémentarité avec les politiques publiques

- Mobiliser les partenaires de terrain (associations, structures éducation aux médias...) : co-construction, actions communes, visibilité partagée

Zoom : relations avec les journalistes et médias

- Clarifier son message avant une interview : objectifs, impact, lignes rouges
- S'exprimer sans se faire « doubler » : rester sur son message, gérer les questions délicates
- Échange d'expériences

Faire de son équipe de bons ambassadeurs

- Pourquoi partager des éléments de langage en interne
- Poser quelques messages communs simples et cohérents
- Impliquer les salariés et bénévoles dans la remontée d'exemples concrets et de récits positifs

Exercices pratiques

- Rédiger des éléments de langage adaptés à un public choisi
- Élaborer une « feuille de route » de communication pour sa radio (priorités, publics, messages)
- Temps d'échanges croisés : retours entre pairs, partage de conseils et d'idées d'actions à court terme

Modalités pédagogiques

Distanciel

Possibilité de créer des sessions en présentiel en fonction des demandes (au sein d'une même radio, ou auprès d'une fédération de radios par exemple)

Alternance d'apports théoriques et pratiques : exercices pratiques, études de cas...

Rapport de 70 % de pratique pour 30 % de théorie.

Utilisation de différentes méthodes pédagogiques en fonction des objectifs pédagogiques : démonstrative, interrogative, active et expérientielle.

Moyens et supports pédagogiques

Visio avec le logiciel Zoom (outils collaboratifs, travaux en petits groupes)

Support de présentation diaporama

Boîte à outils / bibliographie

Modalités d'évaluation et de suivi

- Le ou la participante répond à un questionnaire de positionnement en amont de la formation, afin d'aider la formatrice ou le formateur à adapter sa pédagogie.
- Un questionnaire à l'entrée et la sortie de la formation permettra d'évaluer l'atteinte de l'objectif final.
- Evaluation formative tout au long de la formation à travers la réalisation de mise en situation sur les thèmes et sujets de chaque participant.

Prix	Durée	Organisation	Contacts
Inter : 700,00 € Intra : 1900,00€	7,00	<i>À distance</i>	Tél : 02 99 57 06 24 Mail : info@laskol.fr