**Médian TI05**

 **23 avril 2014**

**Question 1**

 **La communication de crise**

Vous êtes directeur de la société GIROUD qui fabrique des produits alimentaires destinés aux grandes surfaces. Vous venez d’être informé que des saucisses pistachées du lot n°57, fabriquées le 21 avril 2014, étaient impropres à la consommation.

Des petits morceaux de plastique d’emballage ont été trouvés à l’intérieur de 5 saucisses de ce lot n°57 sans que l’on sache pourquoi à cette heure. Une enquête est en cours….

Le lot de saucisses en cause est déjà livré à la grande distribution, il est dans les rayons de vente de certains magasins depuis hier 22 avril 2014.

Plusieurs mesures immédiates ont été prises, sur votre demande, dès connaissance des faits (saucisses retirées des points de vente, numéro vert mis en place, arrêt de la ligne de fabrication concernée, alerte des autorités sanitaires compétentes…)

Les médias (télévisons, radios et presse écrite) se présentent dans votre entreprise et souhaitent vous rencontrer pour avoir des explications sur cette crise…

Sur la base des faits ci-dessus répondez aux questions suivantes :

1. **Quel contenu allez-vous donner à cette première prise de parole avec les médias**(Rédigez le contenu de votre première prise de parole auprès des médias en précisant ensuite les points incontournables que vous devez respecter…)
2. **Quelles sont, d’une façon générale, les principales causes des échecs lors des communications de crise ?**
3. **Quelles sont enfin, et d’une façon générale toujours, les 6 étapes principales à respecter dans un plan de communication de crise ?**

(Vous vous limiterez à citer ces 6 étapes)

**Question 2**

 **La publicité médias**

1. **Quels sont les avantages et inconvénients pour les annonceurs de la publicité médias classique tels que la presse, la télévision ou la radio par exemple ?**
2. **Quels sont les deux domaines principaux de la communication ou de la promotion commerciale ?** (Citez succinctement les objectifs poursuivis par ces deux modes de communication commerciale)

**Question 3**

**L’écoute active**

Thomas Gordon a mis en évidence l’importance de l’écoute active dans la communication interpersonnelle.

A propos de l’écoute active répondez aux questions suivantes :

1. **Qu’est-ce que l’écoute active et quels sont ses avantages ?**
2. **Quelles sont les 4 étapes à respecter dans un schéma d’écoute active tel que préconisé par Thomas Gordon ?**
3. **Dans la situation décrite ci-après comment formuleriez-vous votre message en pratiquant l’écoute active et en vous appuyant sur les 4 étapes du schéma préconisé par Thomas Gordon ?**

**Description de la situation**

Vous êtes responsable de l’industrialisation au sein de l’entreprise CORESEPT qui fabrique des composants électroniques pour le domaine informatique.

Un de vos collaborateurs, responsable du service des méthodes, vient vous voir à propos d’un dossier qu’il vient de remettre au responsable de la production, il a l’air abattu et vous déclare :

*« Je ne comprends plus les attentes du chef de fabrication, il est en permanence insatisfait et n’arrête pas de changer nos cahiers des charges, mes techniciens du bureau des méthodes malgré leurs efforts sont découragés face à cette situation et finissent par être démotivés »*

(Rédigez votre réponse sous forme d’écoute active en suivant le schéma identifié dans la question 2)

**QUELQUES CONSIGNES DE REDACTION**

**• Numérotez vos réponses**

**• Ecrivez une ligne sur deux**

**• Soyez précis en évitant les mots inutiles**

**• Structurez vos réponses**