Communiquer sur son métier et ses pratiques agricoles auprès du grand public

Durée	2 Jours - (16 Heures)
Pré-requis	Aucun
Public	Tout public, notamment les exploitants agricoles, producteurs et leurs salariés souhaitant faire connaître leur métier et leurs pratiques
Intervenants	Formateur issu de la communication et du marketing digital
Nb participants	1 à 5
Prix	Sur devis (durée, nombre de participants, lieu) ou voir convention
Financement	OPCO, AGEFICE, FIF PL, FAFCEA ou entreprise, sous réserve de l'accord du financeur
Modalité d'accès	Inscription par téléphone au 01 34 25 80 37, par mail à contact@pyramidia.fr ou via notre formulaire de contact sur notre site internet www.pyramidia.fr
Date	Voir convention
Lieu	Voir convention
Délai d'accès	8 jours à 3 mois entre la demande et le début de la formation
Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap. Référent handicap : Hugo Chaussavoine – contact@pyramidia.fr ou 01 34 25 80 37
Obligations réglementaires	Aucune

Méthode pédagogique :
Alternance de démonstrations, de cas concrets et d'exercices pratiques. Mise en situation avec des exemples métiers (communication, marketing, RH…)

Outil pédagogique :
Supports papier et/ou numérique, outils numériques (CANVA, Google Docs/Sheets, ChatGPT)

Évaluation :
L'évaluation continue est réalisée par le formateur au début et fin de formation avec validation des acquis. Une note en pourcentage avec grille d'évaluation d'entrée et grille d'évaluation de sortie + Évaluation de la satisfaction du stagiaire par un questionnaire.

Validation :
Attestation de fin de formation (formation non certifiante)

OBJECTIF

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les attentes et les idées reçues du grand public sur l'agriculture
- Construire des messages clairs et pédagogiques sur ses pratiques
- Choisir les supports adaptés : réseaux sociaux, site, presse locale, portes ouvertes
- Répondre aux questions et aux critiques avec sérénité

PROGRAMME

JOUR 1 :

Le grand public et l'agriculture
- Attentes, inquiétudes et idées reçues
- Le rôle de l'agriculteur comme ambassadeur de son métier
- Ce que l'on peut montrer et expliquer

Construire son message
- Raconter son exploitation et son histoire
- Expliquer ses pratiques simplement (sans jargon)
- Valoriser ses engagements et ses produits

JOUR 2 :

Les supports de communication
- Réseaux sociaux : publications, photos et vidéos de l'exploitation
- Site internet et fiche Google Business Profile
- Relations avec la presse locale
- Accueil à la ferme, portes ouvertes et marchés

Dialoguer avec le public
- Répondre aux questions et aux commentaires
- Gérer une critique ou une polémique
- Mises en situation

Plan de communication
- Construction de son plan de communication
- Bilan et évaluation des acquis