

Communiquer positivement vers ses interlocuteurs



L'Appel d'Offre Spécifique (AOS) peut être consulté sur la page vivea.fr/Occitanie



CONTEXTE

Les membres du comité Occitanie constatent l'importance capitale prise par la communication dans la société. Ces dernières années une surmédiation secoue régulièrement l'agriculture (utilisation de phytos, filières viande,...). Les relations qu'entretiennent les agriculteurs avec les ruraux et les citoyens méritent de s'appuyer sur une communication plus enthousiaste et didactique sur les atouts de l'agriculture et les pratiques des agriculteurs. De plus les « détracteurs » savent parfaitement utiliser les moyens et les techniques de communication. Les agriculteurs expriment leurs difficultés vis-à-vis de ces interpellations qui pour eux ne reflètent pas la réalité de leurs pratiques. Non habitués à communiquer sur leurs pratiques, ils sont souvent mal à l'aise ou en posture défensive.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Les formations retenues dans cet AOS devront permettre aux participants d'être à même de mieux répondre aux diverses interpellations de la société. Pour cela les formations devront aborder les objectifs suivants :

▶ obligatoires

1. Comprendre son environnement pour prendre en compte les attentes de ses interlocuteurs et éviter les tensions et/ou les conflits
2. Adopter une posture d'écoute et de dialogue

▶ optionnels

3. Adapter sa communication afin d'améliorer ses relations avec son voisinage, ses clients, les associations en lien avec son entreprise et améliorer son image sur les réseaux sociaux,
4. Savoir élaborer un argumentaire personnel et adapté à ses interlocuteurs, sa situation commerciale
5. Professionnaliser sa prise de parole dans les médias (TV, radios ...) et sur les réseaux sociaux

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Les formations doivent obligatoirement comprendre des temps : d'apports, de mises en pratique des situations de communication, de débriefings s'inspirant de situations professionnelles.

Pour que les stagiaires soient acteurs de la formation, ces temps pourront prendre la forme de jeu de rôle, mise en situation, d'échanges.

À RETENIR

- ▶ Période de réalisation : 1/01/2022 au 31/12/2024
- ▶ Publics / région : **Contributeurs d'Occitanie**
- ▶ Durée de la formation : **Minimum 7 heures**
- ▶ Prix d'achat plafond : **60€/h**
- ▶ Prise en charge plafond : **44€/h**
- ▶ **+ 2 € de l'heure/stagiaire par la mise en place de partenariat afin d'améliorer le recrutement**

NOUS POUVONS VOUS ACCOMPAGNER

Audrey DE PAPE

Départements : 09-32 et 82

Téléphone : 06 80 26 28 22

Mail : a.depape@vivea.fr

Claudia DE LA TORRE

Départements : 30-34-48- et 66

Téléphone : 06 72 01 48 18

Mail : c.delatorre@vivea.fr

Laure MARTY

Départements : 12-46 et 81

Téléphone : 06 75 66 48 62

Mail : l.marty@vivea.fr

Jérôme CARRIE

Départements : 11-31 et 65

Téléphone : 06 07 89 74 52

Mail : j.carrie@vivea.fr



Communiquer positivement vers ses interlocuteurs

Rédacteurs : VIVEA - Délégation sud- Région Occitanie
Destinataires : prestataires de formation
Date de création : Octobre 2021
Date de révision : novembre 2023



1. Le contexte

VIVEA est le fonds d'assurance formation pour les non-salariés du secteur agricole (chefs d'exploitation ou d'entreprise, conjoints collaborateurs et aide-familiaux). Il compte plus de 529 000 contributeurs. VIVEA finance les formations en direction de ses contributeurs et définit une politique de développement de la formation pour répondre aux besoins en compétences de ces derniers en lien avec les orientations de son Plan Stratégique (consultable sur www.vivea.fr).

L'origine de l'appel d'offre

Les membres des comités territoriaux de Midi Pyrénées et de Languedoc Roussillon constatent l'importance capitale prise par la communication dans la société. Dans de nombreuses situations la qualité et la pertinence de la communication sont déterminantes. Ces dernières années une surmédiation secoue régulièrement l'agriculture (utilisation de certains phytos, filières viande, œuf...). Des crises sanitaires se répètent. Le monde agricole doit redoubler d'effort pour restaurer son capital sympathie auprès du grand public. Les relations qu'entretiennent les agriculteurs avec les ruraux et les citoyens méritent de s'appuyer sur une communication plus enthousiaste et didactique sur les atouts de l'agriculture et les pratiques des agriculteurs (utilisation de l'espace, impact environnemental des pratiques culturales, gestion et utilisation de l'eau...). De plus les « détracteurs » savent parfaitement utiliser les moyens et les techniques de communication. Les agriculteurs expriment leurs difficultés vis-à-vis de ces interpellations qui pour eux ne reflètent pas la réalité de leurs pratiques. Non habitués à communiquer sur leurs pratiques, ils sont souvent mal à l'aise ou en posture défensive.

A la suite de la fin des Appels d'Offres Spécifiques sur le dialogue sociétal en Midi Pyrénées et sur la communication positive en Languedoc Roussillon, les élus des 2 comités territoriaux ont souhaité reconduire ce type d'AOS sur l'ensemble de la Région Occitanie.

Pour cela une évaluation a été conduite, en 2021, auprès des bénéficiaires de formation, des formateurs et des organismes de formation. Il en ressort que cette thématique reste d'actualité, et qu'il est indispensable que ces formations s'adressent aussi à des agriculteurs en contact avec les consommateurs lors d'actes de vente (vente directe, ...).



L'objectif général de l'appel d'offre





Les formations permettront de développer des compétences de communication pour améliorer ses relations avec ses interlocuteurs et éviter les tensions, mieux vendre ses produits, valoriser ses pratiques et son métier, défendre la profession (pour les élus et responsables professionnels).

2. Propositions attendues

Le public

Ce cahier des charges est ouvert à toutes les contributrices, tous les contributeurs de VIVEA.

Ainsi, votre cible de public pourra être :

-  Agriculteurs en lien avec des consommateurs ou du public (accueil et vente à la ferme, intervention en grande surface, participation à des salons ...)
-  Agriculteurs ayant un nouveau projet : agrandissement, nouvel atelier, commercialisation, transformation, création d'un magasin collectif...
-  Agriculteurs rencontrant des difficultés de voisinage ou souhaitant améliorer l'image de leurs exploitations.
-  Représentants des agriculteurs et agriculteurs témoins

Le recrutement du public

Grâce à l'évaluation menée sur les AOS précédents, nous savons que le partenariat est gage de réussite du recrutement. Nous préconisons donc d'établir des partenariats (syndicats de producteurs, syndicalisme, collectifs en vente directe, coopératives, CETA,).

Pour recruter, il faut identifier une problématique très concrète qui concerne un type d'agriculteur ou un groupe bien identifié selon des situations professionnelles concrètes rencontrées localement ou sur une filière (voir en annexe).

La mobilisation du public s'appuiera notamment sur le témoignage de ceux qui ont fait des formations : interview, vidéo de promotion...

Pour faciliter le recrutement il est aussi conseillé de consulter les fiches leviers de départ en formation sur [Fiches : levier favorisant le départ en formation – VIVEA](#)

Les modalités de mobilisation du public et de partenariats proposés devront être précisées dans la demande de financement dans la partie « *public visé* ».

Le périmètre géographique

Les formations s'adressent aux agriculteurs (trices) des départements d'Occitanie.



Les objectifs de formation

Les formations retenues dans cet AOS devront permettre aux participants d'être à même de mieux répondre aux diverses interpellations de la société. Pour cela les formations devront aborder les objectifs suivants :

- **obligatoires**
 1. Comprendre son environnement pour prendre en compte les attentes de ses interlocuteurs et éviter les tensions et/ou les conflits
 2. Adopter une posture d'écoute et de dialogue
- **optionnels**
 3. Adapter sa communication afin d'améliorer ses relations avec son voisinage, ses clients, les associations en lien avec son entreprise et améliorer son image sur les réseaux sociaux,
 4. Savoir élaborer un argumentaire personnel et adapté à :
 - ses interlocuteurs
 - sa situation commerciale
 5. Professionnaliser sa prise de parole dans les médias (TV, radios ...) et sur les réseaux sociaux.

Grâce aux évaluations menées sur les précédents AOS, nous savons que les formations de courte durée facilitent le recrutement. Si vous avez l'intention d'atteindre la totalité des 5 objectifs ci-dessus, nous préconisons l'organisation de parcours modulaires, échelonnés dans le temps.

Ex : une formation de 7 heures sur l'objectif 1, 2 et 3, une autre de 14h sur l'objectif 4 et 5...

NB : Pour être éligible à cet AOS, la formation ne doit pas être exclusivement centrée sur les techniques de communication.

Les modalités pédagogiques

Les formations doivent obligatoirement comprendre des temps :

- **D'apports,**
- **De mises en pratique des situations de communication,**
- **De débriefings s'inspirant de situations professionnelles.**

Pour que les stagiaires soient acteurs de la formation, ces temps pourront prendre la forme de jeu de rôle, mise en situation, d'échanges.

Un temps individuel de transfert des acquis sera possible pour les formations d'au moins 14 heures ; pour cela, contactez obligatoirement votre conseiller en amont du dépôt de votre demande.

Les modalités pédagogiques proposées devront être précisées dans le programme de la formation de la demande de financement dans la partie « *méthodes pédagogiques et moyens matériels* ».

La durée de la formation

La durée minimum de la formation est de 7 heures.



Les modalités d'évaluation

L'évaluation de la formation revêt un caractère légal obligatoire et est à préciser dans la rubrique « *Critères et modalités d'évaluation des résultats* ». Cela concerne à la fois la satisfaction et les capacités acquises des stagiaires.

Les compétences des formateurs

Pour mener à bien les formations, l'organisme de formation doit s'assurer que le ou les intervenants justifient d'une expertise avérée dans la :

- Connaissance de monde agricole et des controverses sociétales
- Maîtrise des techniques de communication
- Capacité à animer une formation et à conduire un débriefing pédagogique (analyse des mises en situation et capacité à en tirer des enseignements)

Les noms et qualifications (fonction, expérience, formation) et la structure employeuse des formateurs mobilisés devront être précisés dans la demande de financement dans la partie « *moyens d'encadrement* ».

La période de réalisation

Les formations débuteront entre le 1^{er} janvier 2024 et le 31 décembre 2024 et se termineront au plus tard le 31 mars 2025.

3. Sélection

Les critères de sélection

- ▶ L'adéquation aux objectifs de formation
- ▶ Le prix (coût TTC heure /stagiaire)
- ▶ Les compétences des formateurs
- ▶ Les modalités pédagogiques proposées

4. Conditions d'achat et de prise en charge

Les modalités d'achat et de prise en charge de la formation

Les actions de formation sont achetées par VIVEA sur la base des critères de sélection à concurrence de l'enveloppe financière mise à disposition par le comité régional VIVEA et selon l'ordre de transmission (dates de transmission) des demandes de financement.

Le prix d'achat plafond des actions de formation répondant à cet appel d'offre spécifique est fixé à 60€ TTC par heure/stagiaire. La prise en charge plafond de VIVEA est fixée à 44€ TTC par heure/stagiaire. La valorisation financière liée à la Politique Qualité Formation VIVEA peut s'appliquer sur les actions de formation relevant de cet appel d'offre.



Ce prix d'achat et cette prise en charge pourront varier de + 2 € de l'heure/stagiaire par la mise en place de partenariat afin d'améliorer le recrutement. Ces modalités seront à préciser dans la demande de financement dans la rubrique « *Exposé des motifs de la formation* ».

VIVEA se réserve la possibilité de négocier le prix d'achat et la prise en charge.

Cas de l'accompagnement individualisé

VIVEA peut prendre en charge selon les critères définis dans le guide des modalités de formation l'accompagnement individualisé aux conditions suivantes :

- Le montant des temps d'accompagnement individualisé et des temps de formation en collectif est à différencier ;
- Le montant maximum de prise en charge par VIVEA pour les temps d'accompagnement individuel est précisé dans la grille de prise en charge publiée sur vivea.fr.

Cas des formations mixtes digitales (FMD)

VIVEA peut prendre en charge selon les critères définis dans le guide des modalités de formation les formations mixtes digitales aux conditions suivantes :

- Le financement des temps en distanciel des FMD et des temps de formation présentiel est à différencier ;
- Le montant maximum de prise en charge par VIVEA pour les temps en distanciel est précisé dans la grille de prise en charge publiée sur vivea.fr.

Les bénéficiaires de l'action de formation devront être informés du financement de l'action par VIVEA et par d'éventuels co-financeurs (en fonction des territoires).

Les modalités de la réponse et le calendrier spécifique

La demande de financement doit être saisie sur l'extranet de VIVEA sur une session d'instruction dans la priorité « **P1 : CONFORTER LA POSITION DU CHEF D'ENTREPRISE** » de l'appel d'offre permanent du comité Occitanie en cochant le projet intitulé « Communication positive ».

Pour en savoir plus sur cet appel d'offre spécifique, vous pouvez contacter :

Jérôme CARRIE j.carrie@vivea.fr ou au 06 07 89 74 52

Audrey DE PAPE a.depape@vivea.fr ou au 06 80 26 28 22

Laure MARTY l.marty@vivea.fr ou au 06 75 66 48 62

Claudia DE LA TORRE c.delatorre@vivea.fr ou au 06 72 01 48 18



ANNEXE : **Exemples de contextes qui facilitent le départ en formation**

- Les chartes « riverains »
- Les évènements liés à l'accueil du public
- Le bien-être animal
- Les pratiques innovantes des collectifs d'agriculteurs
- L'utilisation nécessaire des produits phytosanitaires dans certaines filières
- Le dialogue local-communal sur des sujets d'actualité
- Les controverses de certaines associations
- Les interpellations des clients sur les marchés, manifestations
- Les interventions auprès de l'enseignement agricole
-