



## Fiche synthétique des recommandations pour l'organisation des « séances publiques hebdomadaires »

Les séances publiques et à libre accès du mercredi (#seanceshedbos) constituent l'un des meilleurs moyens pour la Compagnie de transmettre l'état du savoir et de débattre sur des sujets d'actualité avec la société et les décideurs.

**Elles doivent donc être préparées, menées et valorisées avec le plus grand soin.**

Pour ce faire, un guide de préparation a été diffusé par le Secrétaire perpétuel en septembre 2013, complété par un courrier du même signataire en novembre 2014.

Depuis lors, la notoriété des séances publiques s'est accrue et leur visibilité s'est intensifiée grâce, notamment, à la communication digitale de la Compagnie.

**Cette fiche synthétique a pour objectif de lister les étapes incontournables de l'organisation de ces séances publiques, une fois leur acceptation validée par la commission des programmes.**

Dans tous les paragraphes qui suivent, « la délégation communication de l'Académie » est constituée de Philippe Kim-Bonbled et Christine Ledoux. Tous les courriels concernant les séances doivent être adressés à [christine.ledoux@academie-agriculture.fr](mailto:christine.ledoux@academie-agriculture.fr)

### **Avant la séance :**

1) Dès que la date de la séance est arrêtée et que les intervenants ont donné leur accord : le responsable de la séance envoie le plus rapidement possible par courriel le **programme définitif, le libellé exact du thème abordé, le titre des interventions, ainsi que le nom, le prénom, la fonction principale des intervenants et leur adresse électronique** à la délégation communication de l'Académie pour mise en ligne sur le site Internet de la Compagnie et pour envoi aux membres ne disposant pas d'Internet.

2) Le responsable de la séance envoie également par courriel à la délégation communication de l'Académie une **note de présentation de la séance, rédigée de manière attractive**. Elle est mise sur le site Internet de la Compagnie et permet de susciter l'attention d'éventuels participants grâce au relais des réseaux sociaux.

3) Une semaine avant la séance, le responsable envoie par courriel à la délégation communication de l'Académie **un résumé de chaque intervention rédigée dans un style compréhensible du plus grand nombre** pour leur mise en ligne sur le site Internet de la Compagnie et leur relais sur les réseaux sociaux.

Ces différents résumés sont imprimés la veille de la séance afin d'être mis à la disposition des participants le jour de la séance.

4) 48 heures avant la séance, les intervenants envoient à la délégation communication de l'Académie **leurs supports d'intervention exclusivement au format PowerPoint (pas de Pdf)** ainsi qu'éventuellement leurs vidéos, afin que l'équipe les teste au préalable sur le PC de la salle des séances.

### **Le jour de la séance :**

5) **Le responsable de la séance et les intervenants se présentent dès leur arrivée, si possible dès 14h00**, à l'équipe communication de l'Académie. Les intervenants qui n'auraient pas pu envoyer leur intervention au préalable par courriel les donnent, à ce moment-là, sur clef USB.

6) Les intervenants prennent connaissance des **consignes de l'équipe communication relatives notamment à l'utilisation du PC, à la non-utilisation de laser et au placement physique en tribune** (distance micro-son, principalement).

7) Les intervenants sont informés qu'ils sont **photographiés, filmés et enregistrés durant la séance et que leurs propos peuvent faire l'objet de messages sur Twitter, Facebook et LinkedIn**.

### **Après la séance :**

8) Dès le lendemain, **les films et les supports de communication des intervenants sont mis en ligne** sur le site Internet de la Compagnie (et certains sur You Tube et LinkedIn) par la délégation communication.

9) Dans les 72 heures, **l'orateur qui a fait l'introduction, celui qui a fait la conclusion et celui qui a dressé la synthèse de la séance envoient par courriel leurs textes** (environ 8.000 signes soient 2 pages A4 en police usuelle, pour chacun) à l'équipe communication de l'Académie, pour leur mise en ligne sur le site Internet de la Compagnie et d'être relayés sur les réseaux sociaux. Il est demandé des **résumés en anglais** pour une meilleure diffusion à l'international.

10) Dans les jours qui suivent la séance, **les intervenants répondent aux éventuelles sollicitations de la presse** et avertissent la délégation communication de l'Académie, de ses sollicitations et surtout des suites rédactionnelles qui leur sont données, par les journalistes.

Paris, le 17 mai 2019



Le Secrétaire perpétuel

Constant Lecoeur