

En cas de crise internationale, quelle communication adopter en interne et en externe ?

Identification de la Crise

1

- Fait générateur économique
- Contexte porteur lié à la gestion financière du Groupe Doux
- Cadre amplificateur avec une surmortalité due à des problèmes d'approvisionnement au Brésil

Objectifs de la communication

2

- Restaurer l'image du Groupe Doux
- Atténuer les impacts négatifs liés au bien-être animal
- Rassurer consommateurs, journalistes, distributeurs

Cibles de la communication

3

- Consommateurs, journalistes, distributeurs
- Communication claire sur la gestion de la crise et les délais de livraison
- Éleveurs brésiliens et tout ceux liés au groupe Doux

Organisation de la communication interne

4

- Niveau Local : Service financier, Service Élevage et technique, Service Commercial
- Communication avec éleveurs, fournisseurs, partenaires financiers
- Communication avec clients, internes et externes à l'entreprise

Gestion des médias

5

- Médias généralistes/grand public (Le Monde, l'Obs)
- Médias financiers (Les Échos, l'Agefi Hebdo)

Actions spécifiques envers les éleveurs

6

- Communication régulière sur l'état de la crise et les développements
- Rencontres directes pour discuter des perspectives et rassurer sur leur place et contribution
- Communication externe pour recréer une image positive