

PLAN DE COMMUNICATION & ÉVÈNEMENTS

 OHRIANA GROUP



Préparé par :
Management à l'américaine

Table des matières

01

Phase 1: En amont de la fusion

02

Phase 2: Ohriana: l'émergence

03

Phase 3: Un nouveau chapitre



Contexte

La fusion entre Aurora Publishing, maison d'édition renommée, et Horizon Advertising, agence publicitaire de référence, constitue une étape stratégique majeure visant à créer le groupe Ohriana, un groupe puissant et innovant dans le secteur des médias, de la communication et de l'édition traditionnelles et numériques.

Cette opération de fusion nécessite une gestion rigoureuse de la communication tant à l'interne qu'à l'externe, ainsi que l'organisation d'événements ciblés pour accompagner le changement durable.

Un plan de communication ciblé et détaillé permettra de garantir une intégration harmonieuse des deux entités, à rassurer les parties prenantes et à renforcer la notoriété du nouveau groupe. Il permettra également de structurer le nouveau groupe créatif et éditorial, tourné vers l'innovation, la culture et la croissance responsable.

Une task force spéciale en relations publiques (RP), composée des deux entités, pilotera le plan de communication avec un mandat clair: rassurer, fédérer et inspirer!



Phase I : En amont de la fusion - Poser les bases à l'interne et à l'externe

Objectifs:



- Préparer toutes les parties prenantes au changement organisationnel et culturel
- Instaurer un climat de confiance et promouvoir l'engagement
- Valoriser l'image du nouveau groupe
- Dissiper les rumeurs
- Planifier la cérémonie officielle de fusion

Actions:



- Communication interne
- Information des actionnaires
- Relations avec les partenaires - fournisseurs et clients
- Veille médiatique et campagne d'accroche (teasing)
- Coordination logistique de la cérémonie de gala



1. Communication interne

- Réunions confidentielles en cascade avec les managers afin d'exposer la vision, les objectifs stratégiques, le mode opératoire et les résultats attendus
- Préparation d'un webinaire interne de pré-annonce *En route vers une nouvelle ère* qui inclut le témoignage des dirigeants et un storytelling sur les valeurs partagées
- Publication d'un Q&A confidentiel sur l'intranet de l'entreprise à l'intention des managers pour répondre aux questions des équipes avec l'utilisation d'un chatbot dédié qui permettra d'identifier les tendances, les inquiétudes les plus grandes et d'ajuster la communication

2. Information des actionnaires

- Lettre officielle des CEO aux actionnaires pour leur présenter l'opération de fusion-acquisition
- Organisation de téléconférences avec les actionnaires et publication d'un livret d'information avec les projections financières et non-financières incluant les synergies attendues

3. Relations avec les partenaires - fournisseurs et clients

- Communication personnalisée avec chaque partenaire
- Planification d'envoi de communications écrites régulières pour informer de la progression des opérations



4. Veille médiatique et campagne d'accroche (teasing)

- Surveillance des réseaux sociaux et de la presse spécialisée afin de se tenir au courant des discussions sur l'opération de fusion-acquisition
- Elaboration d'un dossier de presse comprenant des scénarios de messages brefs afin de gérer les rumeurs
- Formation des porte-paroles pour interagir avec les médias et les influenceurs
- Campagne d'accroche (teasing) sur les réseaux sociaux basée sur des visuels mystères autour des deux marques
- Préparation d'un kit media complet - communiqués de presse, infographies, visuels, bios

5. Coordination du Jour J

- Réservation d'un lieu prestigieux pour la soirée de gala pour l'officialisation de la fusion
- Envoi des invitations VIP confidentielles aux grands actionnaires, clients et partenaires
- Développement du site web et de l'intranet du nouveau groupe Ohriana
- Préparation de la soirée de gala
 - thème et activités
 - chronologie
 - discours
 - cadeaux pour les invités - livre d'art *Fusion créative*



Phase II: Ohriana, l'émergence

- Créer l'émotion, promouvoir la nouvelle marque, générer les synergies attendues

Objectifs:



- Communiquer avec intention et clarté
- Créer une unité et une vision commune
- Célébrer l'union et poser les bases d'une nouvelle culture d'entreprise forte
- Booster l'effet médiatique

Actions:



- Annonce officielle
- Relations de presse
- Communications internes
- Communication clients & public
- Événementiel



1. Annonce officielle

- Conférence de presse des 2 CEO
- Communication simultanée sur les 2 sites web d'entreprise par le biais de vidéos interactives et de newsletters
- Lancement du site web et du portail de Ohriana groupe
- Vidéo corporative de l'opération de fusion partagée sur Youtube et LinkedIn

2. Relations de presse

- Communiqués de presse multi-langues diffusées via des agences RP
- Interviews croisées des CEO dans les médias spécialisés: économique, artistique et culturel
- Articles sponsorisés dans les magazines spécialisés
- Podcast spécial *Voix de la fusion* avec les directeurs Marketing et Production
- Partenariats avec des influenceurs sur LinkedIn et Youtube afin de décrypter les enjeux de la fusion

3. Communication interne

- Lancement de l'intranet et du portail *Unissons nos talents*, une plateforme de boîte à idées, de découverte des métiers, des valeurs et des nouveaux projets et dédiée à des outils de co-crédation
- Tournée des CEO et des équipes de direction dans les bureaux des 2 sociétés pour promouvoir la proximité avec les équipes sur le terrain
- Webinaires RH interactifs pour se familiariser avec la nouvelle structure

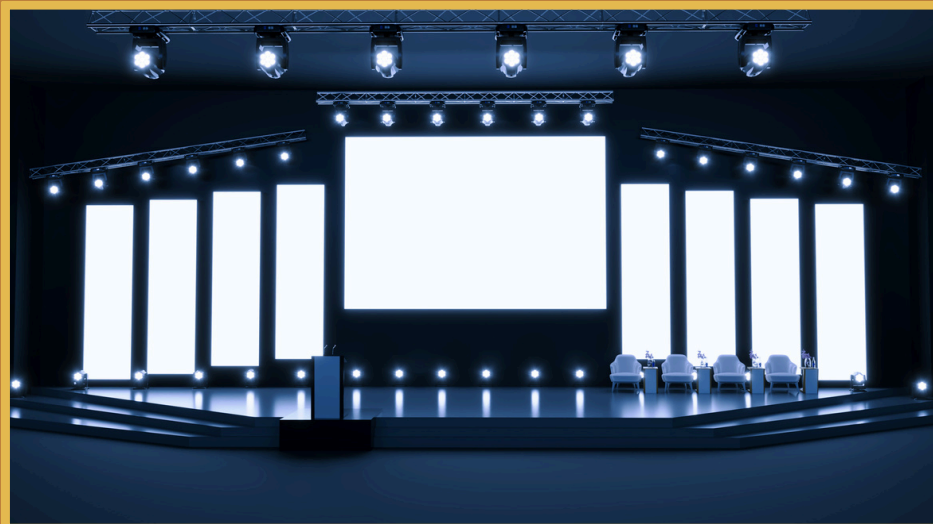


4. Communication clients et public

- Newsletter spéciale axée sur le storytelling de la fusion
- Campagne publicitaire TV et radio - *Deux univers, Une seule vision* et *Le meilleur des deux mondes* (le script de la vidéo est disponible en annexe)
- Campagne d'influence sur LinkedIn, Instagram et TikTok avec des influenceurs culturels & business spécialisés dans l'édition et la publicité avec les hashtags #Ohriana, #Devant nous

5. Evènementiel

- Soirée de gala *Un nouveau chapitre* avec les principaux partenaires
- Animation live sur les réseaux sociaux
- Projection du *Mur des souvenirs* interactif avec accès par QR Code pour des interactions en groupe et simultanées de tout le personnel



Phase III: Un nouveau chapitre - consolider et fidéliser pour un avenir radieux

Objectifs:



- Accompagner la transformation culturelle et le changement à long terme
- Consolider l'image du groupe
- Renforcer l'engagement des équipes afin de promouvoir un esprit de corps
- Pérenniser la notoriété du nouveau groupe Ohriana

Actions:



- Communication interne
- Formation & onboarding
- Relations clients
- Visibilité et continuité
- Mesure et feedback



1. Communication interne

- Lancement de Ohriana Group, du kit complet de la marque, logo et slogan *Ensemble aujourd'hui et demain*
- Tribune signée par la haute direction pour marquer le tournant stratégique
- Tournées internes avec les CEO dans les différents édifices pour interagir avec les équipes
- Programme *Fusion inspirante* des ambassadeurs internes en charge de team building, de concours créatifs inter-équipes et de hackathons internes, etc.

2. Formation & Onboarding

- Intégration culturelle via du e-learning
- Ateliers de co-construction des valeurs de l'entreprise fusionnée
- Mise en avant de collaborateurs dans la nouvelle Newsletter
- Diffusion du nouveau programme d'accueil du groupe et du livret de la culture d'entreprise

3. Relations partenaires

- Envoi de pack de bienvenue aux clients avec les nouveaux services et contacts
- Envoi d'un coffret cadeau personnalisé accompagné du message de la nouvelle direction à tous les partenaires importants
- Lancement de la nouvelle plateforme client pour des échanges interactifs pour toute la durée d'un projet
- Campagne publicitaire 360°:
 - Spots TV dans les créneaux premium
 - Capsules radio
 - Retour sur la soirée de gala
 - Présentation des nouveaux projets communs
- Bannières web sur les grands médias économiques, artistiques et culturels
- Rencontres régionales entre les nouvelles équipes et les partenaires pour nouer de nouveaux liens et booster les synergies

4. Visibilité et continuité

- Participation commune à des salons professionnels: salon du livre, Cannes Lions, Vivatech, etc.
- Lancement du podcast mensuel "*Créer ensemble*" pour traiter des questions techniques ou stratégiques
- Série de webinaires thématiques sur les aspects communs de la publicité et de l'édition
- Amélioration du site internet avec un focus sur l'expérience utilisateur intuitive
- Lancement du programme mécénat *Une plume, une idée* et de concours pour jeunes talents du milieu littéraire et publicitaire

5. Mesure et feedback

- Lancement de sondages de satisfaction internes et externes
- Analyse des KPIs après 6 mois d'activités concernant les relations avec les fournisseurs, les clients, le public, les directeurs, le personnel et conseil d'administration (confiance, engagement, notoriété, trafic web, moral, innovation, etc.)
- Publication d'un rapport d'impact pour les investisseurs et le public qui inclut les jalons, les nouveaux projets et les résultats obtenus



Annexe: Vidéo storytelling

Deux univers, Une seule vision

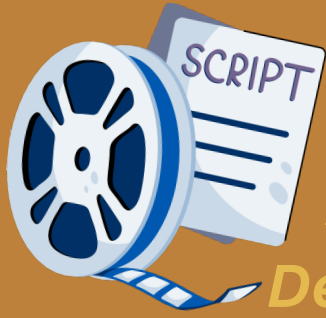
Script de la vidéo:

Émouvoir, inspirer et souligner l'évidence de la fusion entre Aurora Publishing et Horizon Advertising tout en valorisant les valeurs respectives, les expertises complémentaires et le futur commun.



“Deux entreprises, deux cultures, une même vision: unir nos forces pour construire un avenir plus audacieux”

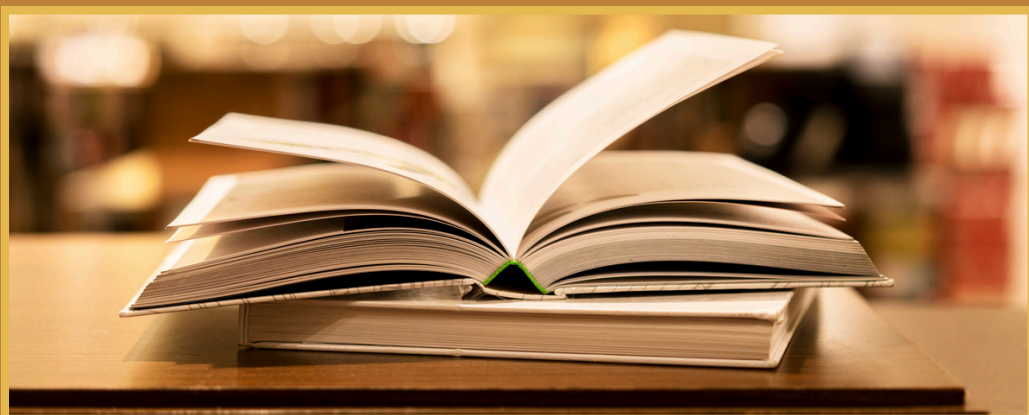
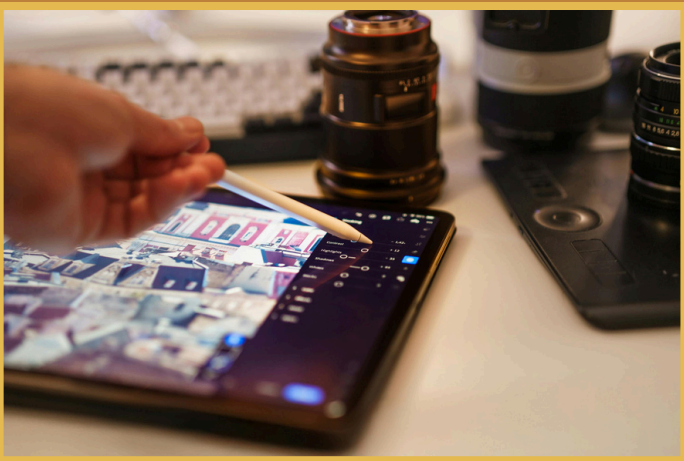




Annexe: Vidéo storytelling *Deux univers, Une seule vision*



*“Le meilleur de la publicité et
de l’édition fusionné ensemble”*





Annexe: Vidéo storytelling *Deux univers, Une seule vision*



*“Une nouvelle identité qui rayonne et qui
célèbre l’alliance des talents”*





Annexe: Vidéo storytelling *Deux univers, Une seule vision*



*“Un nouveau chapitre, écrit ensemble et
communiqué avec impact”*



**Pour toute question, n'hésitez
pas à contacter**

Management à l'américaine

info@management-a-lamericaaine.com

