

LA COMMUNICATION PUBLIQUE & POLITIQUE

(Édition : 2026)

PUBLIC VISÉ ET PRÉREQUIS	OBJECTIFS
◆ Tout Elu de collectivité territoriale ◆ Absence de prérequis	◆ Définir les objectifs de communication pour une collectivité ◆ Identifier les cibles ◆ Connaître les outils de communication ◆ Répartir les rôles et Interagir avec ses pairs et/ou au sein de la Com Co
CONTENU	
<i>Distinguer</i> <u>La communication publique</u> (= communication d'intérêt général émise par les administrations, les collectivités territoriales et les organismes publics), <u>La communication politique</u> (attachée au débat politique et aux élections) 1 / L'intérêt de l'élaboration d'un Plan de communication ◆ Auditer la communication d'une collectivité ◆ Définir des objectifs ◆ Notoriété et image de la collectivité ◆ Notoriété et image du maire ou du président ◆ Informer ou communiquer = transmettre une information ou chercher à convaincre ? ◆ Quels sont les messages clés ? ◆ Identifier des cibles en fonction des objectifs et des messages ◆ Définir les outils et les canaux de communication les plus pertinents pour atteindre les cibles (équilibre) <i>Veiller à évaluer la qualité d'une action de communication : mesures de satisfaction, retour sur investissement, etc, quels sont les outils d'analyse ? = nécessité d'avoir une « approche satisfaction client/administré »</i>	2 / Qui communique ? Identifier les acteurs de la communication ◆ Faire un état des lieux des compétences au sein de la collectivité (qui porte quel sujet ? élu ou administratif ?) ◆ Faire un état des lieux des qualités relationnelles individuelles ◆ Identifier les partenaires publics et/ou privés potentiels ◆ Définir une stratégie de communication : qui met-on en première ligne, par ex ? ◆ Répartir les rôles ◆ Interagir avec ses pairs en s'appuyant sur une administration efficace 3 / Quand communiquer ? Définir un retroplanning des actions de com ◆ Pour l'ensemble du mandat ◆ Dans le cadre d'une délégation ◆ Dans le cadre d'un projet
DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION	MOYENS & MÉTHODES PÉDAGOGIQUES
Durée : 1 jour soit 7h Dates : nous consulter Horaires : de 9h à 12h 30 et de 13h 30 à 17h Lieu : à déterminer Groupe : 4 à 10 stagiaires	◆ Apports théoriques, réglementaires et juridiques ◆ La formation sera interactive et pratique avec des études de cas ◆ L'éventuel caractère confidentiel des données partagées sera préservé. ◆ Classeur pédagogique ou clé USB avec supports remis au stagiaire
MODALITÉS D'ÉVALUATION	QUALITÉ DU OU DES INTERVENANTS
◆ Évaluation des acquis de la formation ◆ Questionnaire de satisfaction ◆ Questionnaire post-formation	Marilyn SAHNOUNI, consultante formatrice en développement économique, spécialisée Economie Sociale et Solidaire (ESS) et communication.