

Formation en communication publique et territoriale

Comprendre la société et les enjeux de la communication politique

Des conférences et grands débats captés par l'actualité mouvementée de l'année et l'approche des élections locales

- Gilets jaunes : comprendre la demande de participation et la fracture sociale et territoriale
- La communication de crise à l'heure des réseaux sociaux
- Le bilan de mandat municipal vu par les dircoms
- Élections locales : se préparer à l'après
- Engagement écologique : accompagner la prise de conscience et la mobilisation
- Que disent les élus dans les éditos du journal territorial [Étude]

Décrypter et tirer les leçons d'initiatives partagées

Des ateliers qui apportent de réponses concrètes sur des outils ou des stratégies et qui décryptent les initiatives exemplaires.

- Analyse des meilleures campagnes de l'année
- Les collectivités qui réussissent sur les réseaux sociaux
- Lutter contre l'isolement et la solitude des habitants
- Budget participatif : à chacun son dispositif
- Mécénat, partenariat : des solutions pour renforcer ses moyens
- Communication pour et avec les jeunes : recueil d'initiatives

Disposer de références

Des études et interventions d'experts pour disposer d'enseignements décisifs utiles au quotidien

- Créer et gérer son site internet [Étude]
- Tirage au sort des habitants : les principes à respecter
- Territoires ruraux : être actif sur les réseaux sociaux
- Attractivité et identité : le marketing territorial nouvelle génération
- La pub sur Internet : payante ou gratuite, utile ou pas

- Communication intercommunale : organisation des services et objectifs [Étude]
- Mesurer l'impact de ses campagnes

Inventer des solutions de communication

Des temps de co-construction pour élaborer des solutions collectives

- Attachés de presse : la crise d'un métier
- Intercommunalité et communes : quel partage des moyens
- J'ai un problème numérique : partageons les solutions
- Les outils de la participation : surtout ceux qui fonctionnent
- Santé : comment communiquer sur des sujets complexes

Améliorer ses qualités personnelles

Des temps de coaching collectif pour consolider ses qualités managériales Renforcer sa capacité à bien s'exprimer

- Organiser et gérer son temps à l'heure du digital
- Travailler en équipe
- Se préparer aux changements
- Adopter l'innovation publique collaborative

Comprendre le territoire communicant

Des visites professionnelles pour appréhender sur le terrain les projets et les enjeux de communication de Bordeaux et de sa région

- Poitiers : rayonnement et attractivité par l'événement culturel
- Angoulême : de l'image virtuelle à la réalité d'une filière
- Médoc : patrimoine naturel et identité au service du développement
- Bordeaux : l'accompagnement de la transition écologique
- Bordeaux et Euratlantique : du chantier aux enjeux stratégiques
- Métropole : une approche sensible du territoire via le patrimoine architectural habité

Objectifs

- ✓ Faire évoluer sa stratégie de communication
- ✓ Savoir optimiser ses supports de communication
- ✓ Maîtriser les nouvelles technologies de la communication
- ✓ Adapter son organisation et ses actions à une restriction de moyens

Pré-requis

- ✓ Connaître l'organisation des collectivités territoriales
- ✓ Maîtriser le cadre juridique de la communication publique

Moyens pédagogiques

Apports théoriques • Échanges avec la salle • Présentations techniques • Visites de terrain

Nombre de participants

De 30 à 150 participants et 2 formateurs par séance de formation

Public concerné

Responsable et chargé de communication • Responsable marketing • Webmaster et community manager • Chargé d'événementiel • Attaché de presse • Élu local • Cabinet

Mode d'évaluation

Questionnaire administré en fin de formation
Entretiens qualitatifs avec les formateurs

Durée

3 journées • Durée totale : 21 h

Date

Mardi 3 décembre 2019 de 14h30 à 20h00

Mercredi 4 décembre 2019 de 9h30 à 12h30 et de 14h30 à 20h30

Jeudi 5 décembre 2019 de 9h30 à 12h30 et de 13h00 à 16h30

Lieu

Palais des congrès de Bordeaux

Tarifs TVA 20%

	Pass 2-3 jours	Pass 1 jour
Collectivités de - de 10 000 habitants	500 € HT	350 € HT
Collectivités de 10 000 à 40 000 habitants, universités, écoles, consultants et associations	800 € HT	560 € HT
Collectivités de 40 000 à 100 000 habitants, agences - 20 salariés	900 € HT	640 € HT
Collectivités de + de 100 000 habitants, administrations, organismes publics, agences + 20 salariés, entreprises publiques et privées	1 000 € HT	700 € HT