

**CAP'  
COM**



CATALOGUE

DES FORMATIONS

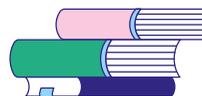
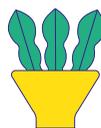
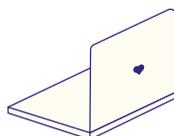
EN COMMUNICATION PUBLIQUE

# CAP'COM CAMPUS 2026

Formez-vous où  
que vous soyez !

**P.16**  
**INFOGRAPHIE  
DÉTACHABLE**  
Les compétences  
des communicants publics

# SOMMAIRE



**P. 4**

**La qualité des formations Cap'Com certifiée**

**P. 15**

**Les webinaires d'actu [Gratuit]**

**P. 16**

**Infographie détachable : les compétences des communicants publics**

**P. 18**

**Formez-vous en réseau : les rencontres nationales, le Forum Cap'Com**

**P. 29**

**Des tarifs solidaires et facilités**

**P. 30**

**Les formateurs du réseau Cap'Com**

## LES FORMATIONS PROFESSIONNELLES

### Nouveaux mandats

5

**NOUVEAU** Nouvelle mandature, nouvelle stratégie : maîtriser la communication publique locale

5

**NOUVEAU** Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale

5

**NOUVEAU** Accueillir les conflits dans une démarche de participation

5

**NOUVEAU** Évaluer des démarches participatives

5

### Développement personnel : le communicant manager

6

Réussir ses prises de parole en public

6

**NOUVEAU** Manager la transition durable dans son institution publique

6

**NOUVEAU** Améliorer ses contacts avec les journalistes

6

Utiliser l'intelligence collective pour co-construire un nouveau projet

7

**NOUVEAU** Le mind map pour organiser un contenu et pour développer sa créativité

7

### Donner de la perspective à sa communication

8

**NOUVEAU** Valoriser la fonction communication par le pilotage de sa performance

8

Renforcer sa communication institutionnelle : saisir les opportunités stratégiques et opérationnelles

8

Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter son territoire et ses projets

8

Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence

8

### Maîtriser le cadre juridique de la communication publique

9

Les bases juridiques de la communication publique

9

Propriété intellectuelle et droit à l'image

9

**NOUVEAU** Communication institutionnelle : déjouer les pièges en période pré-électorale

9

### La communication responsable et accessible

10

Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable

10

Inclure le handicap dans sa communication : adapter et valoriser ses actions

10

Maîtriser et utiliser les principes du langage clair

10

Rédiger sa charte de sobriété éditoriale

11

**NOUVEAU** Mettre en œuvre une démarche numérique responsable

11

**NOUVEAU** Intégrer une démarche d'éco-conception dans la création de supports graphiques

11

### La communication commence par la communication interne

12

Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne

12

Concevoir et améliorer son journal interne

12

Optimiser son intranet ou créer un réseau social interne

12

### Améliorer l'organisation éditoriale de l'information

13

**NOUVEAU** Repenser la place du journal dans son écosystème d'information

13

Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique

13

Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat

13

Mettre en place et animer des réseaux de correspondants de communication

14

Communication publique : articuler print, web et réseaux sociaux dans un monde en mutation

14

Concevoir un planning éditorial bimédia cohérent

14

### La communication numérique

20

**NOUVEAU FORMAT** IA générative et communication publique : comprendre, expérimenter, intégrer

20

**NOUVEAU** Renforcer sa communication éditoriale par l'intelligence artificielle

20

Développer sa stratégie éditoriale sur Meta

21

Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn

21

**NOUVEAU** Adapter sa stratégie éditoriale sur TikTok

21

**NOUVEAU** Mener un projet de création ou de refonte d'un site web éco-conçu

22

Écrire pour le web et éco-concevoir les contenus de son site web

22

Créer et optimiser sa newsletter pour renforcer le lien avec ses publics

22

Concevoir et utiliser une infographie ou une datavisualisation

23

Créer une vidéo en motion design : mener à bien une infographie animée sous After Effects

23

**NOUVEAU** Optimiser sa production de motion design grâce à des compétences expertes

23

Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone

24

Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio

24

Orchestrer son écosystème digital : stratégie multicanale et synergie des outils

25

Maîtriser le community management et la conversation multicanale

25

### Professionaliser ses pratiques et maîtriser les outils

26

**NOUVEAU** Animer une démarche d'attractivité employeur

26

Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité

26

Libérer sa créativité dans les affiches et flyers

26

Anticiper et planifier sa communication en situation de crise et sensible

26

Gestion de projet : bien conduire son action de communication

27

Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité

27

**NOUVEAU FORMAT** Mettre en place ou ajuster une démarche de marketing territorial et de mise en récit partagée

27

Réussir le protocole territorial

28

Réussir sa concertation

28

**NOUVEAU FORMAT** Développer sa créativité photographique pour sa communication

28

# LES COMMUNICANTS PUBLICS ROBUSTES **FACE AUX MUTATIONS DE LEUR MÉTIER**



**ANDRÉANE  
LECARPENTIER**  
DIRECTRICE  
ADJOINTE

**C**a fourmille dans les services communication des collectivités territoriales et administrations publiques. Parce que les défis ne manquent pas : nouveaux mandats municipaux et intercommunaux, transitions écologiques, inclusion et accessibilité, intelligence artificielle.

Depuis plus de trente ans, Cap'Com se place à vos côtés pour relever ces défis. D'abord comme réseau, où on se renseigne, s'informe, débat, confronte ses pratiques. Ensuite comme soutien en formation, pour actualiser et renforcer ses pratiques professionnelles.

Cette année, Cap'Com vous donne rendez-vous lors de formats courts, gratuits, en ligne, pour vous sensibiliser à vos sujets d'actualité. À vous de prolonger l'expérience en formation d'une à trois journées, en distanciel ou en présentiel, selon vos besoins et vos disponibilités.



**Le catalogue des formations Cap'Com accompagne tous ceux qui s'intéressent aux enjeux de communication d'intérêt général ou de la sphère publique locale. Il propose près de 200 rendez-vous aux formats multiples, adaptés en fonction des sujets et du public auquel il s'adresse.**

**39**   
**FORMATEURS**  
SPÉCIALISTES DE LA COMMUNICATION  
ET DU SECTEUR PUBLIC

**CAP'  
COM**

Cap'Com est une coopérative d'intérêt collectif et fédère, anime et représente depuis plus de 35 ans le réseau

des professionnels de la communication publique et territoriale. Les services portés par Cap'Com sont ouverts à tous sans critère d'adhésion ou de cotisation. Tous ceux qui souhaitent soutenir leur réseau professionnel et lui donner les moyens de son indépendance, de son développement et de sa pérennité peuvent devenir associés. Informations sur [www.cap-com.org](http://www.cap-com.org).

**8,9/10** ★★ ★★  
**LA NOTE DE SATISFACTION  
GLOBALE DONNÉE PAR LES  
PARTICIPANTS EN 2024**

**25 000**   
COMMUNICANTS DES  
COLLECTIVITÉS ET  
ORGANISMES PUBLICS ET  
LEURS PARTENAIRES

**2 500**   
**PERSONNES  
FORMÉES  
CHAQUE ANNÉE**

**Qualiopi**  
processus certifié  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée  
au titre de : ACTIONS DE FORMATION

Numéro de déclaration d'activité de formation professionnelle : 82690834469  
Cap'Com est certifié Qualiopi (catégorie actions de formation) et ses formations sont éligibles aux fonds mutualisés (gérés par les Opco).

Conception et coordination de la formation : Cap'Com • Création et mise en page : **agence Giboulées** • Impression : Pure Impression, imprimerie certifiée ISO9001, 14004 et 12647, détentrice des labels Imprim'vert, Print Environnement et Imprim Luxe sur papier offset dont l'origine des fibres utilisées est connue et issues de forêts gérées responsablement, sur imprimante HRUV. [www.pure-impression.fr](http://www.pure-impression.fr) • Tirage : 8 200 exemplaires • Septembre 2025



# LA QUALITÉ DES FORMATIONS CAP'COM CERTIFIÉE



## LA CERTIFICATION QUALIOPi

Depuis 2021, Cap'Com a validé sa certification Qualiopi au titre des actions de formation. Qualiopi est la marque de certification qualité des prestataires de la formation professionnelle. Cap'Com se conforme au référentiel national qualité de la formation professionnelle autour de sept critères :

- ★ Communiquer clairement sur l'offre de formation
- ★ Proposer des formations adaptées aux besoins
- ★ Accompagner et suivre les participants à chaque étape
- ★ Offrir un environnement favorable aux apprentissages
- ★ Développer les compétences de toute l'équipe Cap'Com
- ★ S'investir dans son environnement professionnel
- ★ Écouter et prendre en compte les appréciations des formations

## L'ÉVALUATION POUR L'AMÉLIORATION

Nos formations font l'objet d'une évaluation systématique en fin de session :

- ★ à chaud auprès des participants en fin de formation
- ★ à froid avec le ou la formatrice et les financeurs de la formation

L'évaluation porte sur l'atteinte des objectifs pédagogiques définis et votre capacité à mettre en œuvre les compétences acquises.

Et chaque année, les formateurs du réseau s'engagent aux côtés de Cap'Com pour actualiser leurs programmes autant que leurs modalités pédagogiques, afin de continuer à améliorer l'acquisition des savoirs et savoir-faire pertinents en communication publique.



# NOUVEAUX MANDATS

fp\_001 / fp\_089

**NOUVEAU**

## Nouvelle mandature, nouvelle stratégie : maîtriser la communication publique locale

OBJECTIFS

- \_ Comprendre le fonctionnement des collectivités locales au regard de la communication et maîtriser le nouvel écosystème (gouvernance et organisation)
- \_ Appréhender les enjeux de la communication publique et savoir évaluer la communication existante
- \_ Définir une méthodologie de travail, avec les élus et l'interne, en tant que responsable communication ou collaborateur d'élu pour le nouveau mandat
- \_ Réaffirmer l'expertise du service communication

### PRÉREQUIS

Avoir pour objectif d'élaborer une stratégie de communication  
Engager une démarche politique ou professionnelle sur la communication publique

PROGRAMME

- \_ La communication des collectivités locales
- \_ État des lieux de la communication existante
- \_ Construire la feuille de route de la communication
- \_ Mettre en place la dynamique de communication
- \_ Partager et valoriser le pilotage de la communication

### FORMATEUR LAURENT GRANGER

DATES : 3 JOURS / 21H

TARIFS (voir p.29)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

31 MARS, 1 <sup>ER</sup> , 2 ET 3 AVR. EN LIGNE	T1.....	1 135 € HT
1 <sup>ER</sup> , 2 ET 3 JUIN TOULOUSE	T2.....	1 575 € HT
13, 14, 15 ET 16 OCT. EN LIGNE	T3.....	1 985 € HT
	T4.....	2 205 € HT

3 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_010 / fp\_120

**NOUVEAU**

## Accueillir les conflits dans une démarche de participation

EN PARTENARIAT AVEC



OBJECTIFS

- \_ Comprendre les contours des conflits, les nommer et les détecter
- \_ Mettre en place une réflexion et un cadre pour accueillir des conflits
- \_ Savoir utiliser les outils à disposition pour accueillir et gérer les conflits

PROGRAMME

- \_ Comprendre les conflits
- \_ Repérer et gérer les conflits
- \_ Mettre en place des démarches d'accueil du conflit
- \_ Accompagner sa collectivité

### FORMATRICE SYLVIE BARNEZET

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.29)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

8, 9 ET 10 AVR. EN LIGNE	T1.....	820 € HT
1 <sup>ER</sup> , 2 ET 3 JUIN EN LIGNE	T2.....	1 115 € HT
4 ET 5 NOV. PARIS	T3.....	1 470 € HT
	T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_050 / fp\_091

**NOUVEAU**

## Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale

EN PARTENARIAT AVEC



OBJECTIFS

- \_ Comprendre les enjeux de la participation citoyenne
- \_ Connaître les orientations, les défis à relever et des expériences réussies
- \_ Mettre en place une réflexion et un cadre de démarche en début de mandat
- \_ Savoir déployer une communication pour une démarche de concertation

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir une première expérience d'une démarche participative
- \_ Être en responsabilité d'un projet lié à la participation citoyenne

PROGRAMME

- \_ Les mots et les concepts
- \_ La relation entre communication et participation
- \_ Les défis du nouveau mandat
- \_ Positionner son institution par rapport aux défis de la participation

### FORMATRICE SYLVIE BARNEZET

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.29)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

4, 5 ET 6 MAI EN LIGNE	T1.....	820 € HT
29 ET 30 JUIN PARIS	T2.....	1 115 € HT
28, 29 ET 30 SEPT. EN LIGNE	T3.....	1 470 € HT
	T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_011 / fp\_129

**NOUVEAU**

## Évaluer ses démarches participatives

EN PARTENARIAT AVEC



OBJECTIFS

- \_ Connaître les méthodologies de l'évaluation
- \_ Mettre en place une démarche d'évaluation de la participation
- \_ Mettre en place une évaluation participative

### PRÉREQUIS

Avoir besoin de mettre en place une évaluation de la participation

PROGRAMME

- \_ Pourquoi évaluer la participation citoyenne ?
- \_ Comment évaluer ?
- \_ Mettre en place une démarche d'évaluation
- \_ Accompagner sa collectivité

### FORMATRICE SYLVIE BARNEZET

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.29)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

15, 16 ET 17 JUIN EN LIGNE	T1.....	820 € HT
5, 6 ET 7 OCT. EN LIGNE	T2.....	1 115 € HT
23 ET 24 NOV. PARIS	T3.....	1 470 € HT
	T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE FORMATION



## DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

# LE COMMUNICANT MANAGER

fp\_099

## Réussir ses prises de parole en public

OBJECTIFS

- \_ Passer du rôle au personnage
- \_ Adopter la notion de rôle afin d'être à la fois moins vulnérable et plus convainquant
- \_ Passer du texte à la parole
- \_ Incarner les mots pour renforcer l'adhésion
- \_ Passer de la représentation à la présence
- \_ Maîtriser les codes pour se rapprocher de ses publics

### PRÉREQUIS

- \_ Être amené à parler en public dans le cadre professionnel
- \_ Concevoir son projet de formation dans un cadre ludique, qui multiplie les jeux de rôle et les parallèles avec le monde du théâtre

PROGRAMME

- \_ Un rôle à jouer
- \_ Un texte à dire
- \_ Une représentation à donner

### FORMATEUR LUC CHAMBON

DATES : 2 JOURS / 14H

- 📅 2, 3 ET 4 FÉVR. EN LIGNE
- 📅 16, 17 ET 18 SEPT. EN LIGNE

TARIFS (voir p.29)

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_014 / fp\_117

NOUVEAU

## Améliorer ses contacts avec les journalistes

OBJECTIFS

- \_ Comprendre les journalistes
- \_ Identifier les différentes étapes de la construction de l'information
- \_ Savoir comment s'adresser aux bonnes personnes
- \_ Pratiquer les techniques du média training

### PRÉREQUIS

Préparer des cas concrets de communication

PROGRAMME

- \_ Comprendre l'agenda médiatique
- \_ Connaître son environnement médiatique : explorer les différents médias
- \_ Les bases de la relation aux journalistes
- \_ Construire son storytelling
- \_ Élaborer son plan d'action et ses outils relation presse
- \_ L'interview, préparation et maîtrise

### FORMATRICE LIZ RAFFIER

DATE : 1 JOUR / 7H

- 2 FÉVR. PARIS
- 16 SEPT. PARIS

TARIFS (voir p.29)

T1.....	515 € HT
T2.....	685 € HT
T3.....	860 € HT
T4.....	915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp\_115

NOUVEAU

## Manager la transition durable dans son institution publique

OBJECTIFS

- \_ Analyser les enjeux de transition liés à son territoire/ institution
- \_ Piloter une stratégie de transformation en contexte public
- \_ Adopter les postures managériales et de communication adaptées pour conduire le changement avec les agents et les citoyens
- \_ Communiquer de manière claire et mobilisatrice auprès des agents, élus, citoyens et partenaires
- \_ Mettre en récit la transition pour renforcer la légitimité et la visibilité du service public, mettre en place du coaching citoyen

### PRÉREQUIS

Être en responsabilité de projets faisant appel au changement de postures et pratiques internes

PROGRAMME

- \_ Comprendre les enjeux de la transition
- \_ Comprendre le rôle du territoire, de l'institution, du manager dans la conduite du changement
- \_ Animer le changement : acceptabilité et dynamique de participation
- \_ Contribuer au récit du changement

### FORMATEUR CHRISTOPHE BULTEL

DATES : 2 JOURS / 14H

- 📅 4, 5 ET 6 FÉVR. EN LIGNE
- 📅 16, 17 ET 18 SEPT. EN LIGNE

TARIFS (voir p.29)

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

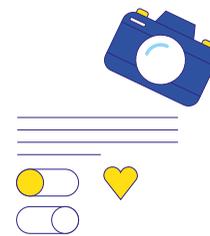
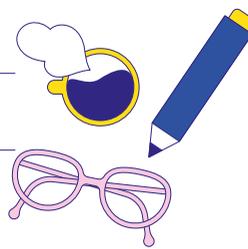
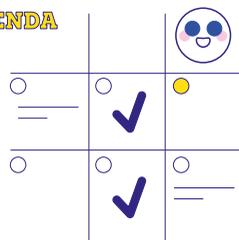
CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

**DU 2 AU 6  
FÉVRIER 2026**  
Profitez de la semaine  
du développement  
personnel



## AGENDA



fp\_130

## Utiliser l'intelligence collective au service d'un projet

### OBJECTIFS

- \_ Comprendre les fondements et apports de l'intelligence collective dans le pilotage de projets
- \_ Identifier et mobiliser des outils et méthodes de co-construction adaptées à son contexte professionnel
- \_ Expérimenter des techniques et outils d'intelligence collective favorisant l'engagement et la créativité des parties prenantes
- \_ Concevoir et animer une séquence d'intelligence collective pour co-construire et/ou piloter un projet concret
- \_ Évaluer l'efficacité et les limites des démarches collaboratives dans leur contexte professionnel
- \_ Prendre du recul sur l'usage de l'IA comme appui dans une démarche collaborative (intérêts et limites)

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir une connaissance générale des enjeux et des parties prenantes des projets publics ou de communication publique
- \_ Avoir des notions de gestion de projet
- \_ Être confronté à des projets transversaux ou des projets nécessitant la collaboration avec plusieurs acteurs
- \_ Avoir le projet d'animer des temps collaboratifs dans son contexte professionnel
- \_ Avoir validé que son institution était mûre pour engager des démarches collaboratives
- \_ Être prêt à expérimenter et à s'impliquer dans des ateliers pratiques

### PROGRAMME

- \_ Comprendre les usages et intérêts de l'intelligence collective au cœur d'un projet
- \_ Concevoir et animer une séance mobilisant l'intelligence collective
- \_ Évaluer et ajuster la démarche

### FORMATRICE JUDITH SAMAIN

**DATES : 2 JOURS / 14H**

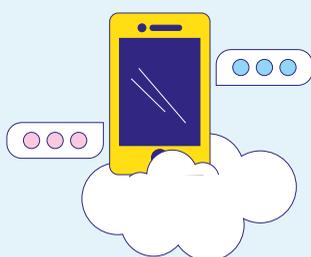
📡 **2, 3 ET 4 FÉVR. EN LIGNE**  
📡 **14, 15 ET 16 SEPT. EN LIGNE**

**TARIFS (voir p.29)**

T1..... 820 € HT  
T2..... 1 115 € HT  
T3..... 1 470 € HT  
T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE FORMATION**



fp\_100 **NOUVEAU**

## Le mind map pour développer sa créativité et organiser sa communication

### OBJECTIFS

- \_ Découvrir l'ensemble des cartes de pensée visuelle et comprendre leurs différentes fonctions
- \_ Expérimenter et booster sa créativité à l'aide de la carte soleil et des cartes racines
- \_ Trouver des concepts avec la carte nuage
- \_ Apprendre à organiser et structurer une carte heuristique à partir d'une idée, d'un concept ou d'un projet
- \_ Apprendre à construire son argumentation à partir d'une carte ou d'un ensemble de cartes de pensée visuelle

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir l'idée d'une thématique ou d'un événement à travailler pendant la formation
- \_ Inscrire son action de communication dans une logique de créativité et d'amélioration ou avoir participé à la formation "Libérer sa créativité dans les affiches et flyers"

### PROGRAMME

- \_ Histoire et fondamentaux de la pensée visuelle
- \_ Les cartes principales de pensée visuelle
- \_ Les fonctions des cartes créatives de pensée visuelle
- \_ Fonctionnements des différentes cartes
- \_ Assurer la traçabilité de sa démarche créative

### FORMATRICE LAURE PRÉDINE

**DATES : 2 JOURS / 14H**

📡 **4, 5 ET 6 FÉVR. EN LIGNE**  
📡 **26, 27 ET 28 OCT. EN LIGNE**

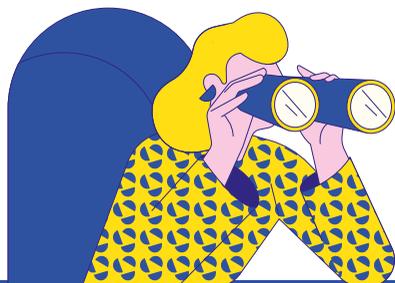
**TARIFS (voir p.29)**

T1..... 820 € HT  
T2..... 1 115 € HT  
T3..... 1 470 € HT  
T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE FORMATION**





# DONNER DE LA PERSPECTIVE À LA COMMUNICATION

fp\_088

**NOUVEAU**

## Valoriser la fonction communication par le pilotage de sa performance

OBJECTIFS

- \_ Positionner la communication comme une fonction stratégique au service du projet de la collectivité
- \_ Acquérir une culture de l'évaluation et appréhender ses techniques de base
- \_ Évaluer pour piloter l'allocation de ses moyens

### PRÉREQUIS

Être en responsabilité managériale d'équipes ou de projets de communication

PROGRAMME

- \_ L'évaluation comme levier de performance et de la communication
- \_ Construire la feuille de route d'une nouvelle dynamique communication
- \_ Réalisation de premières actions tangibles (en autonomie dans son organisation)
- \_ La performance de la communication en pratique(s)

### FORMATEUR PIERRE CHAVONNET

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)**

📅 26 ET 27 JANV. + 9 FÉVR. EN LIGNE T1..... 820 € HT

📅 14 ET 15 + 28 SEPT. EN LIGNE T2..... 1 115 € HT

📅 2 ET 3 + 17 NOV. EN LIGNE T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT **2 CRÉDITS DE FORMATION**

fp\_090/fp\_123

## Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter son territoire et ses projets

OBJECTIFS

- \_ Développer une communication créative et pertinente grâce aux ressources de la narration
- \_ Identifier le potentiel narratif d'un territoire, d'un projet
- \_ Utiliser le storytelling pour raconter, faire valoir, défendre, faire évoluer la perception
- \_ Savoir « raconter » un territoire, un projet, une activité

PROGRAMME

- \_ Introduction à la mise en récit
- \_ Concevoir sa propre narration
- \_ Mettre en œuvre la narration de son territoire

### FORMATRICE SYLVIE BOUTAUDOU

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)**

📅 9, 10 ET 11 MARS EN LIGNE T1..... 820 € HT

📅 1<sup>ER</sup>, 2 ET 3 JUIN EN LIGNE T2..... 1 115 € HT

📅 21, 22 ET 23 SEPT. EN LIGNE T3..... 1 470 € HT

📅 5 ET 6 NOV. EN LIGNE T4..... 1 575 € HT **2 CRÉDITS DE FORMATION**

fp\_004/fp\_124

## Renforcer sa communication : saisir les opportunités stratégiques et opérationnelles

OBJECTIFS

- \_ Prendre du recul et analyser ses pratiques en matière de conception et de conduite de projets en communication
- \_ Acquérir et mettre en œuvre une méthodologie de projet en se confrontant aux pratiques de ses pairs
- \_ Consolider une véritable réflexion stratégique et faire émerger des recommandations robustes
- \_ Savoir animer cette réflexion en lien avec les décideurs, commanditaires et prestataires

### PRÉREQUIS

- \_ Ressentir le besoin d'améliorer sa pratique en conception et conduite de projet de communication
- \_ Être impliqué dans des activités de communication envisagées comme facteur de réussite pour toute conduite de changement

PROGRAMME

- \_ Clarifier les enjeux de son action
- \_ Ancrer son action dans les mots du métier pour répondre à des besoins concrets
- \_ Prendre appui sur ses projets du moment pour renforcer sa méthode et son efficacité

### FORMATEUR FABIEN BONNET

**DATES : 3 JOURS / 21H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)**

📅 8, 9, 10 ET 11 JUIN EN LIGNE T1..... 1 135 € HT

📅 30 SEPT., 1<sup>ER</sup> ET 2 OCT. PARIS T2..... 1 575 € HT

T3..... 1 985 € HT

T4..... 2 205 € HT **3 CRÉDITS DE FORMATION**

fp\_002 / fp\_092

## Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence

OBJECTIFS

- \_ Définir une stratégie claire de communication et bâtir un plan de communication adapté
- \_ Mieux intégrer les attentes des élus, élus et des services, dans un dialogue réciproque
- \_ Piloter le suivi des actions, faciliter leur évaluation, communiquer sur les résultats

PROGRAMME

- \_ Bien préparer son plan de communication
- \_ Bâtir son plan de communication
- \_ Planifier et élaborer des plans d'action

### FORMATRICE ANNE BLANCHARD

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)**

📅 9, 10 ET 11 MARS EN LIGNE T1..... 820 € HT

📅 4, 5 ET 6 MAI EN LIGNE T2..... 1 115 € HT

📅 14 ET 15 SEPT. PARIS T3..... 1 470 € HT

📅 23, 24 ET 25 NOV. EN LIGNE T4..... 1 575 € HT **2 CRÉDITS DE FORMATION**



# MAÎTRISER LE CADRE JURIDIQUE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

fp\_013 / fp\_127

## Les bases juridiques de la communication publique

- OBJECTIFS**
- \_ Connaître le cadre juridique de la communication publique
  - \_ Maîtriser son application à tous les supports
  - \_ Sécuriser ses actions de communication

- PROGRAMME**
- \_ Maîtriser le cadre juridique de la communication institutionnelle
  - \_ Sécuriser l'organisation de la communication publique

### FORMATRICE ROLANDE PLACIDI

DATE : 1 JOUR / 7H

- 📶 4 ET 5 JUIN EN LIGNE
- 📶 21 ET 22 SEPT. EN LIGNE
- 16 NOV. PARIS

TARIFS

T1.....	515 € HT
T2.....	685 € HT
T3.....	860 € HT
T4.....	915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp\_015 / fp\_023

## Propriété intellectuelle et droit à l'image

- OBJECTIFS**
- \_ Connaître le droit de la propriété intellectuelle
  - \_ Cerner les applications dans la communication publique : charte graphique, logo, photos, site internet, pages...
  - \_ Maîtriser le droit à l'image et ses exceptions
  - \_ Savoir identifier les risques et les prévenir

- PROGRAMME**
- \_ Les caractéristiques de la propriété intellectuelle
  - \_ Les droits accordés par le droit d'auteur
  - \_ Le régime juridique de la cession de droits et de l'achat de prestations intellectuelles
  - \_ Les droits voisins
  - \_ La protection des marques et logos
  - \_ Le droit à l'image des personnes et des biens

### FORMATEUR ARNAUD PÉLISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

- 📶 9, 10 ET 11 FÉVR. EN LIGNE
- 📶 3, 4 ET 5 JUIN EN LIGNE
- 23 ET 24 NOV. PARIS

TARIFS

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_016 / fp\_097

**NOUVEAU**

## Communication institutionnelle : déjouer les pièges en période pré-électorale

- OBJECTIFS**
- \_ Appréhender le cadre juridique applicable à la communication institutionnelle en période pré-électorale
  - \_ Maîtriser les procédés de communication
  - \_ Cerner les enjeux des règles en cause sur les opérations électorales

- PROGRAMME**
- \_ Propos introductifs
  - \_ Les procédés de communication : principes et interdictions en période pré-électorale
  - \_ Limitations et interdictions à l'approche du scrutin
  - \_ Contentieux électoral

### FORMATRICE MEGGANE BONATO

DATE : 1 JOUR / 7H

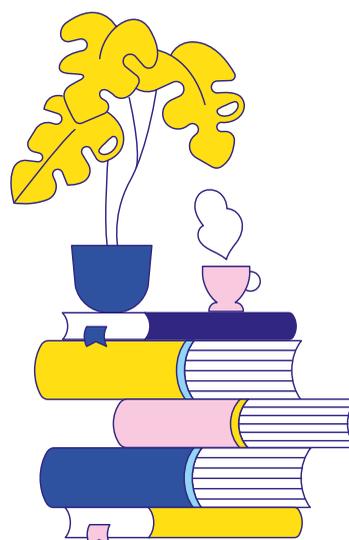
- 📶 22 ET 23 JANV. EN LIGNE
- 📶 14 ET 15 SEPT. EN LIGNE

TARIFS

T1.....	515 € HT
T2.....	685 € HT
T3.....	860 € HT
T4.....	915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION





# LA COMMUNICATION RESPONSABLE ET ACCESSIBLE

fp\_109

## Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable

OBJECTIFS

- \_ Comprendre les enjeux événementiels en termes de développement durable et de responsabilité sociétale
- \_ Connaître les référentiels de normes et de recommandations sur lesquels s'appuyer
- \_ Savoir utiliser les outils et méthodes dès la conception et jusqu'à la mise en œuvre d'un événementiel public

### PRÉREQUIS

S'intéresser à l'importance de l'action publique auprès des usagers  
Avoir l'envie d'intégrer des pratiques éthiques dans son métier

PROGRAMME

- \_ Inscrire l'événementiel responsable dans sa stratégie territoriale
- \_ Définir l'événement adapté
- \_ Mettre en place un événement responsable

### FORMATRICE ÉLODIE HÉRISSEON

**DATES : 3 JOURS / 14H**

- 📅 28, 29 ET 30 JANV. EN LIGNE
- 📅 23, 24 ET 25 SEPT. EN LIGNE
- 📅 25, 26 ET 27 NOV. EN LIGNE

**TARIFS (voir p.29)**

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE FORMATION**

fp\_059 / fp\_085

## Inclure le handicap dans sa communication : adapter et valoriser ses actions

OBJECTIFS

- \_ Contribuer à l'inclusion des publics en situation de handicap dans la société
- \_ Adapter sa communication pour les publics en situation de handicap
- \_ Savoir communiquer sur la politique et les actions handicap de son institution

PROGRAMME

- \_ Handicap : un contexte spécifique de communication
- \_ Adapter sa communication pour les publics en situation de handicap
- \_ Évaluer et rendre ses documents accessibles
- \_ Développer l'accessibilité numérique de son organisation
- \_ Travailler l'accessibilité de ses événements
- \_ Développer une communication en phase avec son positionnement
- \_ Mettre en œuvre des actions de communication

### FORMATRICE MARIE TISSIER

**DATES : 2 JOURS / 14H**

- 📅 21, 22 ET 23 JANV. EN LIGNE
- 📅 28 ET 29 MAI PARIS
- 📅 23, 24 ET 25 SEPT. EN LIGNE

**TARIFS (voir p.29)**

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE FORMATION**

fp\_062 / fp\_098

## Maîtriser et utiliser les principes du langage clair

OBJECTIFS

- \_ Transformer un texte technique, institutionnel ou administratif en message compréhensible par le grand public
- \_ Rédiger des textes facilement compréhensibles dès la première lecture
- \_ Acquérir des réflexes d'auto-évaluation de ses écrits pour augmenter leur efficacité

### PRÉREQUIS

Être en charge des publications de son institution  
Être dans une démarche de facilitation de la compréhension et de la réception de son information par tous ses publics

PROGRAMME

- \_ Comprendre l'importance du langage clair
- \_ Collecter le contenu
- \_ Structurer le contenu
- \_ Écrire en langage clair
- \_ Vérifier l'efficacité de son texte
- \_ Écrire pour être accessible

### FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

**DATES : 1 JOUR / 7H**

- 📅 26 ET 27 MARS EN LIGNE
- 📅 18 ET 19 JUIN EN LIGNE
- 📅 24 ET 25 SEPT. EN LIGNE
- 19 NOV. PARIS

**TARIFS (voir p.29)**

T1.....	515 € HT
T2.....	685 € HT
T3.....	860 € HT
T4.....	915 € HT

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE FORMATION**



fp\_043 / fp\_131

## Rédiger sa charte de sobriété éditoriale

OBJECTIFS

- \_ S'approprier des clés d'action pour mettre en place une approche par la sobriété éditoriale : ralentir son rythme de publication, définir les formats les plus optimisés, questionner sa stratégie de publication, savoir se focaliser sur l'utile et l'essentiel et savoir synthétiser
- \_ Connaître les bonnes pratiques pour piloter le cycle de vie de ses contenus
- \_ Être guidé pour rédiger une charte sobriété éditoriale

### PRÉREQUIS

Cette formation se positionne en complément d'une ligne éditoriale déjà posée

PROGRAMME

- \_ Module 1 - S'approprier la sobriété éditoriale
- \_ Des chiffres pour prendre conscience
- \_ Comprendre la sobriété éditoriale
- \_ Quelques clés : utilité, efficacité, performance
- \_ Agir
- \_ Module 2 - Passons à l'acte : rédiger sa charte sobriété éditoriale
- \_ Évaluer son apprentissage et prioriser ses actions

### FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATE : 1 JOUR / 7H

📅 29 ET 30 JANV. EN LIGNE

📅 12 ET 13 MARS EN LIGNE

📅 22 ET 23 OCT. EN LIGNE

18 NOV. PARIS

TARIFS (voir p.29)

T1..... 515 € HT

T2..... 685 € HT

T3..... 860 € HT

T4..... 915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp\_126

NOUVEAU

## Mettre en œuvre une démarche numérique responsable

OBJECTIFS

- \_ Acquérir les ordres de grandeur et notions clés sur les impacts environnementaux, sociaux et sociétaux du numérique
- \_ Disposer d'une méthodologie pour éco-socio concevoir un support de communication numérique
- \_ Identifier et argumenter les actions à mettre en œuvre pour réduire l'impact environnemental du numérique
- \_ Évaluer certains critères d'accessibilité et d'éco-conception sur un site web

### PRÉREQUIS

Être en capacité d'éco-socio-concevoir son écosystème numérique de communication

Être décisionnaire sur son écosystème numérique de communication

PROGRAMME

- \_ Comprendre les coûts environnementaux du numérique
- \_ Les coûts sociaux et éthique du numérique
- \_ Concevoir des services numériques responsables
- \_ Mettre en œuvre des pratiques numériques plus responsables dans son institution

### FORMATRICE JADE VINCENT

DATES : 3 JOURS / 14H

📅 25, 26 ET 27 MARS EN LIGNE

📅 22, 23 ET 24 JUIN EN LIGNE

📅 7, 8 ET 9 OCT. EN LIGNE

TARIFS (voir p.29)

T1..... 820 € HT

T2..... 1 115 € HT

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_048 / fp\_128

NOUVEAU

## Savoir intégrer une démarche d'éco-conception dans la création de supports graphiques

OBJECTIFS

- \_ Être capable de créer des supports graphiques éco-conçus
- \_ Maîtriser les notions d'analyse de cycle de vie et de démarche systémique
- \_ S'approprier les clés de l'éco-encrage
- \_ Être capable de choisir des papiers vertueux
- \_ Proposer des formats éco-responsables
- \_ Faire de meilleurs choix de finition
- \_ Orienter ses choix de prestataires et partenaires selon des critères clés responsables
- \_ Intégrer la notion d'après création et de seconde vie au projet

### PRÉREQUIS

Exercer la création graphique

PROGRAMME

- \_ Le design graphique éco-conçu
- \_ La mise en pratique d'un projet éco-conçu
- \_ La gestion finale d'une création

### FORMATRICE LUCILE QUERO

DATES : 1 JOUR / 7H

📅 19 ET 20 JANV. EN LIGNE

📅 8 ET 9 JUIN EN LIGNE

23 SEPT. PARIS

📅 16 ET 17 NOV. EN LIGNE

TARIFS (voir p.29)

T1..... 515 € HT

T2..... 685 € HT

T3..... 860 € HT

T4..... 915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION



# LA COMMUNICATION COMMENCE PAR LA COMMUNICATION INTERNE

fp\_017 / fp\_093

## Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne

- OBJECTIFS**
- \_ Maîtriser les enjeux actuels de la communication interne
  - \_ Acquérir une méthode permettant d'établir une stratégie de communication interne pour sa collectivité
  - \_ Mieux toucher les agentes et agents

### PRÉREQUIS

Avoir des missions ou des projets relatifs à la communication interne

- PROGRAMME**
- \_ Maîtriser les fondamentaux de la communication interne
  - \_ Identifier le bon positionnement du service
  - \_ Établir un audit et définir sa stratégie
  - \_ S'organiser pour mobiliser les acteurs internes

### FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

- 11, 12 ET 13 FÉVR. EN LIGNE
- 11 ET 12 JUIN PARIS
- 16, 17 ET 18 SEPT. EN LIGNE
- 22 ET 23 OCT. TOULOUSE
- 23, 24 ET 25 NOV. EN LIGNE

- T1..... 820 € HT
- T2..... 1 115 € HT
- T3..... 1 470 € HT
- T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE FORMATION**

fp\_018 / fp\_095

## Concevoir et améliorer son journal interne

- OBJECTIFS**
- \_ Inscrire le journal dans la stratégie de communication interne
  - \_ Savoir définir les objectifs d'une publication interne
  - \_ Maîtriser les étapes de conception d'un journal

### PRÉREQUIS

Avoir des missions ou des projets relatifs à la communication interne

- PROGRAMME**
- \_ Concevoir ou repenser son magazine de communication interne
  - \_ Échelonner les étapes de la réalisation d'un journal interne
  - \_ La place du journal interne dans l'organisation

### FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

**DATES : 1 JOUR / 7H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

- 13 MARS PARIS
- 4 ET 5 MAI EN LIGNE
- 24 ET 25 SEPT. EN LIGNE
- 9 ET 10 NOV. EN LIGNE

- T1..... 515 € HT
- T2..... 685 € HT
- T3..... 860 € HT
- T4..... 915 € HT

**1 CRÉDIT DE FORMATION**

fp\_078

## Optimiser son intranet ou créer un réseau social interne

- OBJECTIFS**
- \_ Comprendre les atouts de l'intranet au service de la communication interne
  - \_ Concevoir et structurer un intranet adapté aux besoins
  - \_ Initier une nouvelle logique de partage de l'information

### PRÉREQUIS

Être en charge de la communication interne ou des projets numériques de votre organisme

- PROGRAMME**
- \_ Penser son intranet
  - \_ Connaître les outils et solutions du marché
  - \_ Évoluer vers le réseau social interne
  - \_ Faire vivre et animer son projet

### FORMATEUR FRANCK CONFINO

**DATES : 3 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

- 28, 29 ET 30 JANV. EN LIGNE
- 3, 4 ET 5 JUIN EN LIGNE
- 12, 13 ET 14 OCT. EN LIGNE

- T1..... 820 € HT
- T2..... 1 115 € HT
- T3..... 1 470 € HT
- T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE FORMATION**





# AMÉLIORER L'ORGANISATION ÉDITORIALE DE L'INFORMATION

fp\_020 / fp\_116

**NOUVEAU**

## Repenser la place du journal dans son écosystème d'information

OBJECTIFS

- \_ Faire évoluer son journal municipal en fonction des nouvelles habitudes de lecture, des nouveaux rythmes d'information, des nouvelles contraintes de distribution et des spécificités des territoires
- \_ Construire et animer une identité éditoriale de proximité cross media
- \_ Définir, piloter et mesurer une stratégie éditoriale performante mais économe en ressources et en coûts environnementaux et financiers

### PRÉREQUIS

Avoir en charge la réalisation d'une publication municipale ou d'un dispositif d'information

PROGRAMME

- \_ Le journal, outil-phare de l'information des collectivités
- \_ Fin du toutes-boîtes : quelle visibilité pour son journal ?
- \_ Gestion et planification budgétaire
- \_ Éco-concevoir le journal de sa collectivité à l'heure du numérique
- \_ Évaluation et KPI

### FORMATRICE CAROLE BRUGGER

#### DATES : 1 JOUR / 7H

- 📅 18 ET 19 MAI EN LIGNE
- 📅 1ER ET 2 OCT. EN LIGNE
- 20 NOV. PARIS

#### TARIFS (voir p.29)

T1.....	515 € HT
T2.....	685 € HT
T3.....	860 € HT
T4.....	915 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**1** CRÉDIT DE  
FORMATION

fp\_021 / fp\_118

## Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique

OBJECTIFS

- \_ Maîtriser les techniques de rédaction journalistique et les appliquer à sa communication écrite
- \_ Rédiger pour être lu

### PRÉREQUIS

Être en charge de la rédaction d'une publication interne ou externe

Se munir des supports de communication réalisés et/ou des textes et articles écrits

PROGRAMME

- \_ Connaître les principes de l'écriture informative
- \_ Rechercher un angle
- \_ Définir le message essentiel
- \_ Rédiger une brève
- \_ Construire et écrire un article
- \_ Habiller un article
- \_ Distinguer les différents genres journalistiques

### FORMATEUR ALAIN VERPILLAT

#### DATES : 2 JOURS / 14H

- 📅 21, 22 ET 23 JANV. EN LIGNE
- 📅 27, 28 ET 29 MAI EN LIGNE
- 📅 24, 25 ET 26 JUIN EN LIGNE
- 📅 28, 29 ET 30 SEPT. EN LIGNE
- 16 ET 17 NOV. PARIS

#### TARIFS (voir p.29)

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2** CRÉDITS DE  
FORMATION

fp\_057 / fp\_112

## Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat

OBJECTIFS

- \_ Connaître les différentes techniques pour évaluer sa ou ses publications, internes et externes
- \_ Savoir adapter ces techniques à ses besoins et objectifs
- \_ Améliorer ses publications en les évaluant régulièrement

### PRÉREQUIS

Avoir pour mission la réalisation de publications internes ou externes

PROGRAMME

- \_ Pourquoi évaluer et mesurer ?
- \_ Inscrire l'évaluation dans une stratégie globale
- \_ Les techniques d'évaluation

### FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

#### DATES : 2 JOURS / 14H

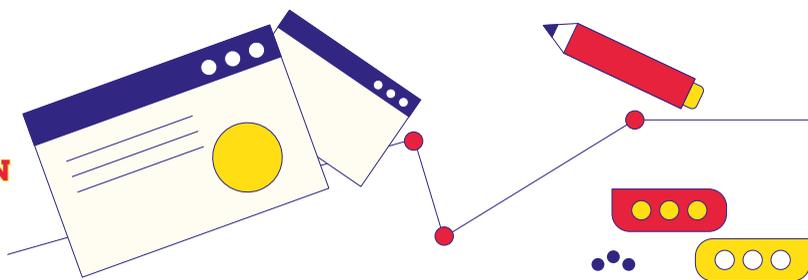
- 📅 15, 16 ET 17 AVR. EN LIGNE
- 📅 24, 25 ET 26 JUIN EN LIGNE
- 15 ET 16 OCT. PARIS
- 📅 4, 5 ET 6 NOV. EN LIGNE

#### TARIFS (voir p.29)

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2** CRÉDITS DE  
FORMATION



fp\_012/fp\_113

## Mettre en place et animer des réseaux de correspondants de communication

OBJECTIFS

- \_ Acquérir une méthodologie pour positionner, organiser et animer un réseau de correspondants
- \_ Mettre au centre de sa démarche la co-production des contenus
- \_ Savoir trouver des ressources en dehors du service communication
- \_ Mobiliser un collectif autour de la communication en s'appuyant sur des valeurs communes
- \_ Vouloir constituer un réseau communication avec des relais et/ou contributeurs
- \_ Chercher à « faire remonter » de l'information fiable et adaptée à ses supports de communication
- \_ Mieux adapter un réseau communication existant pour l'optimiser

### PRÉREQUIS

Être investi pour constituer un réseau communication avec des relais et/ou contributeurs

PROGRAMME

- \_ Les différentes finalités pour créer un réseau de relais communication
- \_ Créer un réseau de communication adapté à son organisation
- \_ Animer le réseau pour mobiliser ses forces vives et le pérenniser
- \_ Faire évoluer le réseau en mode collaboratif pour l'adapter à ses besoins

### FORMATRICE CÉCILE STAROZ

#### DATES : 1 JOUR / 7H

- 📅 26 ET 27 JANV. EN LIGNE
- 📅 18 ET 19 JUIN EN LIGNE
- 25 SEPT. PARIS
- 📅 26 ET 27 NOV. EN LIGNE

#### TARIFS

- T1..... 515 € HT
- T2..... 685 € HT
- T3..... 860 € HT
- T4..... 915 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE  
FORMATION**

fp\_025/fp\_074

## Communication publique : articuler print, web et réseaux sociaux dans un monde en mutation

OBJECTIFS

- \_ Analyser les évolutions récentes de la communication publique (IA, algorithmes, éco-responsabilité, mutation des usages) et évaluer leurs impacts sur les pratiques éditoriales
- \_ Adapter ses pratiques éditoriales aux nouveaux contextes (réseaux émergents, moteurs IA, micro-communautés) en ajustant ses formats et canaux
- \_ Organiser la production, la planification et la diffusion des contenus, y compris dans des équipes restreintes.
- \_ Produire des contenus utiles, sobres et réutilisables, et expérimenter différents formats innovants (vidéo courte, carrousel, newsletter ciblée, micro-communauté).
- \_ Mesurer l'efficacité de ses contenus en sélectionnant des indicateurs simples et pertinents
- \_ Élaborer un mini-plan éditorial, en justifiant ses choix de formats, de messages et de canaux selon les cibles et les objectifs.

### PRÉREQUIS

Être en charge des publications de son institution : print et/ou web et réseaux sociaux

PROGRAMME

- \_ Construire un écosystème cohérent dans un environnement mouvant
- \_ Produire des contenus efficacement et garantir leur visibilité

### FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

#### DATES : 2 JOURS / 14H

- 📅 9,10 ET 11 MARS EN LIGNE
- 📅 15, 16 ET 17 JUIN EN LIGNE
- 5 ET 6 OCT. PARIS
- 📅 3, 4 ET 5 NOV. EN LIGNE

#### TARIFS

- T1..... 820 € HT
- T2..... 1 115 € HT
- T3..... 1 470 € HT
- T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_065/fp\_096

## Concevoir un planning éditorial bimédia cohérent

OBJECTIFS

- \_ Planifier la diffusion de ses contenus bimédia
- \_ Maîtriser les outils d'organisation du planning plurimédia
- \_ Créer une organisation transverse pour fluidifier la circulation de l'information entre les services
- \_ Adapter son tableau de bord en fonction des cibles internes

### PRÉREQUIS

\_ Piloter ou animer la diffusion de contenus éditoriaux  
 \_ Avoir suivi la formation « Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ? » ou le Mooc « La compublique sur le web et les réseaux sociaux »  
 \_ Bénéficier d'une autonomie de communication – et donc d'une réactivité – sur les réseaux sociaux vis-à-vis de la gouvernance de son institution

PROGRAMME

- \_ Les différentes temporalités de publication
- \_ La conférence de rédaction
- \_ Les outils pour une organisation transverse
- \_ L'analyse de ses facteurs clés de succès

### FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

#### DATES : 1 JOUR / 7H

- 📅 26 ET 27 JANV. EN LIGNE
- 📅 30 ET 31 MARS EN LIGNE
- 📅 15 ET 16 OCT. EN LIGNE
- 12 NOV. PARIS

#### TARIFS

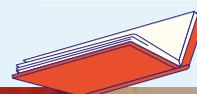
- T1..... 515 € HT
- T2..... 685 € HT
- T3..... 860 € HT
- T4..... 915 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE  
FORMATION**

# LES WEBINAIRES POUR COMPRENDRE POURQUOI SE FORMER

Cap'Com programme toute l'année une série de temps d'échanges en ligne, gratuit, avec le réseau et les formateurs Cap'Com. En 1h30, ce sont des temps de sensibilisation pour comprendre comment votre communication est impactée par l'actualité institutionnelle ou technologique.



TOUTES LES DATES À JOUR  
[WWW.CAP-COM.ORG](http://WWW.CAP-COM.ORG)

## VOS PROCHAINS WEBINAIRES

- ★ La communication encadrée par le règlement intérieur du conseil municipal • **mars 2026**
- ★ L'éthique de la communication publique • **printemps 2026**
- ★ Intelligence Artificielle : repères éthiques et pratiques • **printemps 2026**

## Anatomie d'une profession

# Les compétences des communicants publics

**Experts en techniques de communication**, les communicants publics ajoutent à leur corps de compétences un **regard** sur le territoire, une **écoute** de la société en évolution et une **responsabilité** dans l'exercice de leurs missions de service public et d'intérêt général.

### Posez votre diagnostic !

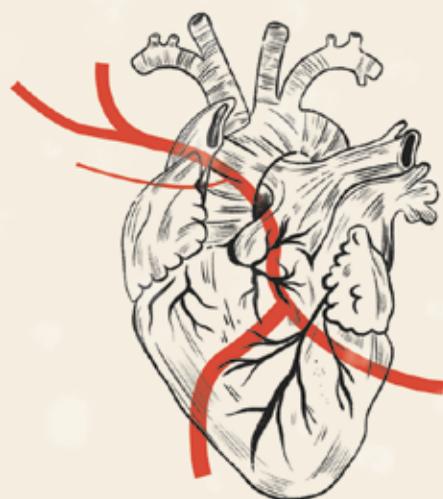
En veille permanente, les communicants publics doivent faire évoluer leurs connaissances, leurs pratiques et leurs postures professionnelles. Au fil de leur expérience et de leurs formations, ils mûrissent en mobilisant de plus en plus de fonctions spécialisées, au-delà des fonctions vitales.

Et vous, où en êtes-vous ?

- fonctions vitales
- fonctions spécialisées

### Système nerveux d'information de la vie locale

- Maîtriser les techniques journalistiques
- Être créatif et savoir mener une production graphique
- Piloter des projets éditoriaux plurimédia
- Maîtriser les techniques de communication numérique et du web social



### Fonction circulatoire de l'action publique d'utilité sociale

- Informer sur les enjeux sociétaux au profit de l'action publique
- Développer un sens politique et capter l'humeur sociale
- Contribuer à développer le sens civique
- Collecter les paroles citoyennes
- Accompagner les transitions environnementales

Appendice de la créativité souvent amputé et pourtant essentiel

## Cortex de conseil des parties prenantes

- Avoir une vision stratégique de sa communication institutionnelle
- Savoir anticiper sur les missions et les outils futurs de la communication
- Former aux enjeux socio-environnementaux du numérique
- Anticiper et mobiliser les moyens de la communication de crise



**Ganglion affectif**  
réactif aux épisodes d'injonctions contradictoires

## Membres dédiés à la promotion du territoire et de son institution

- Connaître son territoire
- Contribuer à la valorisation de son institution et du service public
- Connaître et mobiliser le tissu de partenaires locaux à nationaux et internationaux
- Savoir recourir aux techniques marketing et marketing territorial

## Aire kinésiologique de la relation aux autres

- Être à l'écoute des habitants, des associations, des partenaires locaux
- Développer une intelligence de la relation et savoir dépasser les blocages cognitifs
- Assurer les conditions d'une communication interne utile et fédératrice
- Maîtriser les techniques de relations presse et relations publiques



## Organes de conduite des projets de communication

- Savoir manager son équipe projet
- Être un bon visionnaire et gestionnaire des moyens de la communication
- Évaluer et développer l'efficacité de sa communication
- Maîtriser le cadre juridique de la communication publique et de la commande publique
- Développer la participation citoyenne
- Animer des projets événementiels ou partenariaux

*Alors, avez-vous cerné  
les fonctions qu'il vous reste  
à développer ?*



Réalisation de Laura Palmer pour Cap'Com,  
le réseau de la communication publique et territoriale.  
[www.cap-com.org](http://www.cap-com.org)

**CAP'  
COM**

# FORMEZ-VOUS EN RÉSEAU!

Les Rencontres nationales et le Forum Cap'Com réunissent de 150 à 1000 participants. Ce sont des temps de formation qui concilient réflexion sur l'actualité des métiers de la communication publique et animation de son réseau professionnel.

## LES RENCONTRES NATIONALES

Elles sont un lieu privilégié pour passer en revue l'actualité d'un champ de la communication publique, partager des bonnes pratiques et enrichir sa boîte à outil.

- ★ Des conférences d'experts
- ★ Des ateliers méthodologiques et retours d'expériences
- ★ Des temps de convivialité et de réseau
- ★ Des visites professionnelles

### Vos prochaines Rencontres thématiques

- ★ #markterr • Lyon • 5 et 6 février 2026
- ★ #cominterne • Paris • printemps 2026
- ★ #comnumerique • Rennes • automne 2026



## LE FORUM DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE ET TERRITORIALE

Le Forum Cap'Com est une université de formation entièrement consacrée aux questions d'actualité de la communication publique et territoriale. Il s'adresse principalement aux professionnels de la communication des collectivités locales, des administrations, des organismes et acteurs publics.

**1 000  
PARTICIPANTS  
3 JOURS**

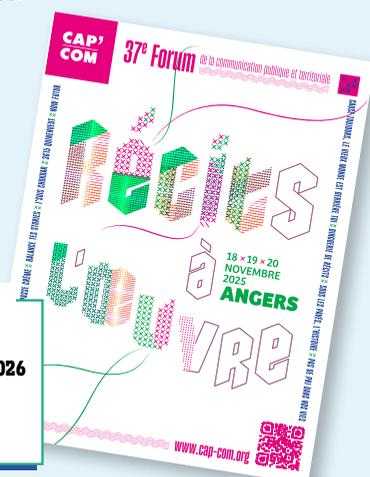
POUR SE FORMER SUR LES  
ENJEUX DE COM-PUBLIQUE  
DU MOMENT

### PROCHAINES SESSIONS

**18 • 19 • 20  
NOVEMBRE 2025**  
37<sup>È</sup> ÉDITION

**ANGERS**

**1 • 2 • 3  
DÉCEMBRE 2026**  
38<sup>È</sup> ÉDITION



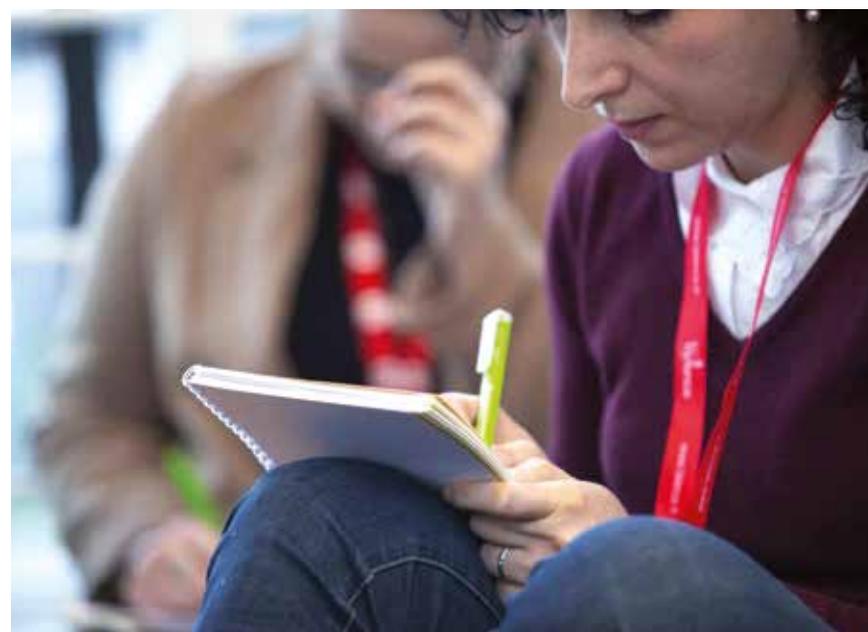
Un programme de formation conçu avec le Comité de pilotage de Cap'Com

- ★ **Des conférences et débats** pour donner du sens à son action
- ★ **Des ateliers méthodologiques ou numériques** pour rester au fait des dernières tendances
- ★ **Des études sur la communication territoriale**
- ★ **Des visites et ateliers** pour découvrir un territoire et ses enjeux de communication
- ★ **Des rendez-vous métier** pour faciliter la mise en réseau des communicants des petites et grandes collectivités, des intercommunalités, des départements...

# LA FORMATION INTRA

## LA FORMATION SUR-MESURE POUR RÉPONDRE À VOS BESOINS SPÉCIFIQUES

Sur votre demande et à partir de l'analyse de vos objectifs, Cap'Com élabore des programmes de formation-action sur mesure au sein de votre structure ou en ligne : thématique approfondie, développement de compétences collectives, appropriation d'outils et de méthodologies partagées, cohésion d'équipe, harmonisation des pratiques.



**UNE SOLUTION ÉCONOMIQUE**



**UNE ANIMATION PÉDAGOGIQUE PERTINENTE**



**UNE RÉPONSE À VOS BESOINS**

**Afin de préparer votre projet et avant de nous interroger, pensez à cerner au mieux vos besoins de formation afin que nous puissions répondre au plus près de vos attentes :**

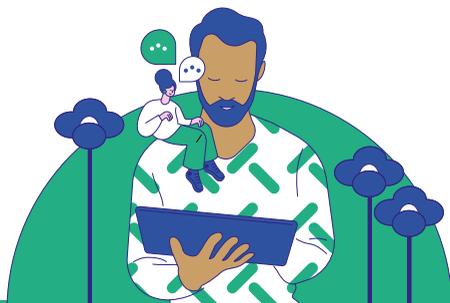
- ★ Quels sont vos objectifs de formation : spécifiques à votre contexte ou votre organisme.
- ★ Avez-vous des attentes pédagogiques précises : acquisition d'un socle de compétences, cas pratiques utiles, réalisation d'outils méthodologiques...
- ★ Combien de personnes sont concernées par votre projet de formation et quel est leur profil ?
- ★ Avez-vous déjà envisagé un format (nombre d'heures et de jours, échéances...) ?
- ★ Pouvez-vous préciser votre cadrage budgétaire ?

Les thématiques pouvant être abordées lors de ces sessions intra sont nombreuses : IA, média training, communication responsable, communication interne, communiquer en période pré-électorale... Nous nous adaptons à VOS besoins.

### BESOIN D'UN CONSEIL ?

**POUR CONSTRUIRE VOTRE PROJET DE FORMATION, CONTACTEZ-NOUS OU FAITES-NOUS PARVENIR VOS CONSULTATIONS OU APPELS D'OFFRE :**

**[INTRA@CAP-COM.ORG](mailto:INTRA@CAP-COM.ORG)**



# MAÎTRISER LES USAGES NUMÉRIQUES

fp\_032 / fp\_133

**NOUVEAU  
FORMAT**

## IA générative et communication publique : comprendre, expérimenter, intégrer

OBJECTIFS

- \_ Décrire le fonctionnement des IA génératives et expliquer leurs opportunités/risques pour une collectivité territoriale
- \_ Développer une culture critique sur les impacts éthiques, juridiques, organisationnels et environnementaux
- \_ Expérimenter les outils (texte, images, vidéo et son) et apprendre à en tirer le meilleur pour ses pratiques de communicant public
- \_ Identifier les usages pertinents, adaptés à sa collectivité, et poser les bases d'une stratégie responsable d'utilisation de l'IA
- \_ Anticiper l'évolution des métiers et accompagner la transformation des pratiques

### PRÉREQUIS

- \_ Disposer d'un ordinateur personnel pour s'exercer et avoir les droits pour accéder aux différents outils d'IA utilisés dans la formation
- \_ S'assurer d'avoir un navigateur à jour - Chrome ou Firefox de préférence - et être à l'aise avec ses différentes fonctionnalités
- \_ Disposer d'un compte gratuit sur ChatGPT (OpenAI)
- \_ Apporter des documents type communiqués de presse, discours, post de réseaux sociaux, briefs pour projet de création visuelle, charte éditoriale pour s'exercer sur des cas personnalisés.

PROGRAMME

- \_ Comprendre et expérimenter : l'IA au service du communicant public
- \_ Créer des contenus multimédias avec l'IA

### FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

#### DATES : 2 JOURS / 14H

- 📅 11, 12 ET 13 FÉVR. EN LIGNE
- 📅 8, 9 ET 10 AVR. EN LIGNE
- 11 ET 12 JUIN LYON
- 📅 16, 17 ET 18 SEPT. EN LIGNE
- 12 ET 13 OCT. PARIS
- 📅 18, 19 ET 20 NOV. EN LIGNE

#### TARIFS (voir p.29)

- T1..... 820 € HT
- T2..... 1 115 € HT
- T3..... 1 470 € HT
- T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_036 / fp\_134

**NOUVEAU**

## Renforcer sa communication éditoriale par l'intelligence artificielle

OBJECTIFS

- \_ Identifier les principaux outils d'IA utilisés dans la création de contenus
- \_ Développer sa créativité éditoriale avec l'IA
- \_ Tester les outils d'IA générative utiles au communicant
- \_ Définir un cadre professionnel pour recourir à l'intelligence artificielle pour des contenus éditoriaux

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir « une pratique régulière » des outils d'IA : avoir déjà rédigé des prompts dans un cadre professionnel
- \_ S'appuyer sur une stratégie éditoriale existante
- \_ Avoir identifié des axes d'amélioration de sa stratégie éditoriale : développement de nouveaux médias, gestion plurimédia, perfectionnement de ses écrits
- \_ Avoir suivi la formation « IA générative et communication publique : comprendre, expérimenter, intégrer » (option bénéfique)
- \_ Utiliser le navigateur Chrome (Firefox en alternative) et être à l'aise avec les fonctionnalités de son navigateur
- \_ Disposer d'un ordinateur individuel pour s'exercer dessus et avoir des droits pour un accès aux plug-ins dans le navigateur
- \_ Disposer d'un compte gratuit OpenAI pour ChatGPT

PROGRAMME

- \_ Introduction et prise en main des outils
- \_ Applications pratiques : l'IA pour la créativité et la création de contenus
- \_ Stratégie éditoriale et intégration de l'IA dans les processus édito
- \_ Éthique, vérification, veille et cas pratiques

### FORMATEUR HUGO STÉPANIAN

#### DATES : 2 JOURS / 14H

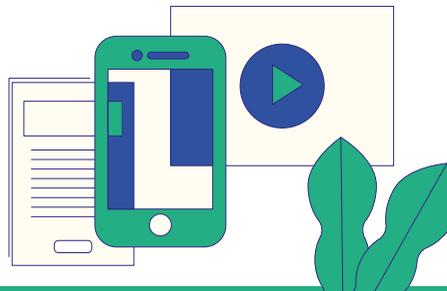
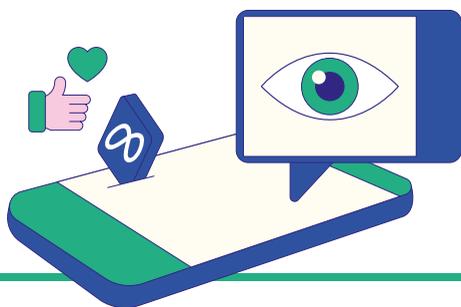
- 5 ET 6 FÉVR. PARIS
- 📅 13, 14 ET 15 AVR. EN LIGNE
- 📅 27, 28 ET 29 MAI EN LIGNE
- 📅 28, 29 ET 30 SEPT. EN LIGNE
- 19 ET 20 NOV. LYON

#### TARIFS (voir p.29)

- T1..... 820 € HT
- T2..... 1 115 € HT
- T3..... 1 470 € HT
- T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**



fp\_007/fp\_121

## Développer sa stratégie éditoriale sur Meta

OBJECTIFS

- \_ Comprendre le positionnement d'Instagram et Facebook dans l'écosystème des réseaux sociaux, en lien avec les stratégies de communication des collectivités locales.
- \_ Créer, utiliser et optimiser des pages professionnelles sur Instagram et Facebook, adaptées aux enjeux institutionnels des collectivités.
- \_ Développer une stratégie de contenu engageante qui favorise la participation des citoyens et renforce la relation avec les usagers.
- \_ Évaluer les performances de la communication sur Meta pour ajuster et optimiser sa stratégie.

### PRÉREQUIS

Savoir utiliser les fonctionnalités de base des réseaux sociaux  
Avoir défini les objectifs de communication numérique de la collectivité

PROGRAMME

- \_ Introduction à Instagram
- \_ Stratégie Instagram pour les institutions
- \_ Création de contenu pour Instagram
- \_ Engagement et interaction sur Instagram
- \_ Analyse et optimisation
- \_ Introduction à Facebook
- \_ Stratégie Facebook pour les institutions
- \_ Création de contenu pour Facebook
- \_ Analyse et mesure de la performance
- \_ Synergies entre Instagram et Facebook

### FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📅 1<sup>ER</sup>, 2 ET 3 AVR. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 11 ET 12 JUIN PARIS

T2..... 1 115 € HT

📅 5, 6 ET 7 OCT. EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

📅 23, 24 ET 25 NOV. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE FORMATION**

fp\_033/fp\_114

## Adapter sa stratégie éditoriale sur TikTok NOUVEAU

OBJECTIFS

- \_ Positionner TikTok au sein du panorama social media
- \_ Créer, utiliser et optimiser un compte TikTok
- \_ Mettre en place un plan de communication institutionnelle sur TikTok
- \_ Évaluer les performances de sa communication sur TikTok

### PRÉREQUIS

Savoir utiliser les fonctionnalités de base des réseaux sociaux  
Avoir défini les objectifs de communication numérique de sa collectivité

OBJECTIFS

- \_ Positionner LinkedIn au sein du panorama social media
- \_ Savoir créer, utiliser et optimiser un profil personnel ainsi qu'une page institutionnelle
- \_ Mettre en place un plan de communication institutionnelle sur LinkedIn
- \_ Évaluer sa communication

### PRÉREQUIS

Savoir utiliser les fonctionnalités de base des réseaux sociaux  
Avoir défini ses besoins de communication sur un réseau professionnel

PROGRAMME

- \_ Découvrir l'écosystème LinkedIn
- \_ Utiliser LinkedIn
- \_ Animer une page de marque
- \_ Évaluer sa communication sur LinkedIn
- \_ Mettre en place un plan de communication institutionnelle avec LinkedIn

### FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

**DATES : 1 JOUR / 7H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📅 9 FÉVR. PARIS

T1..... 515 € HT

📅 30 ET 31 MARS EN LIGNE

T2..... 685 € HT

📅 27 ET 28 MAI EN LIGNE

T3..... 860 € HT

📅 12 ET 13 OCT. EN LIGNE

T4..... 915 € HT

📅 17 NOV. LYON

**1 CRÉDIT DE FORMATION**

### FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

**DATES : 1 JOUR / 7H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📅 26 ET 27 JANV. EN LIGNE

T1..... 515 € HT

📅 19 ET 20 MAI EN LIGNE

T2..... 685 € HT

📅 1<sup>ER</sup> ET 2 OCT. EN LIGNE

T3..... 860 € HT

📅 27 NOV. PARIS

T4..... 915 € HT

**1 CRÉDIT DE FORMATION**



fp\_027/fp\_103 **NOUVEAU**

## Mener un projet de création ou de refonte d'un site web éco-conçu

OBJECTIFS

- \_ Comprendre les enjeux environnementaux du numérique
- \_ Identifier les spécificités du secteur public en matière de numérique responsable
- \_ Maîtriser les référentiels d'éco-conception web
- \_ Identifier les parties prenantes clés d'un projet web éco-conçu
- \_ Comprendre les exigences du RGAA et leur lien avec l'éco-conception

PROGRAMME

- \_ Introduction au numérique responsable
- \_ Référentiels et outils d'écoconception web
- \_ Audit et diagnostic de l'existant
- \_ Partenaires et parties prenantes du projet
- \_ Respecter le RGAA

### FORMATEUR SÉBASTIEN RUFER

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS** (voir p.29)

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

10 ET 11 FÉV. PARIS

15, 16 ET 17 JUIN EN LIGNE

18, 19 ET 20 NOV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

T2..... 1 115 € HT

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_031/fp\_075

## Écrire pour le web et écoconcevoir les contenus de son site web

OBJECTIFS

- \_ Publier un contenu centré utilisateur
- \_ Bien s'organiser pour piloter ses contenus
- \_ Écoconcevoir les contenus de son site

### PRÉREQUIS

Communiquer sur un site web, des supports imprimés, des lettres internes ou externes, des newsletters, ou avoir un projet en cours de réalisation

PROGRAMME

- \_ Écrire pour son utilisateur
- \_ Vérifier l'efficacité de son texte
- \_ Affirmer sa ligne éditoriale
- \_ Écrire pour être vu, responsable, accessible
- \_ L'apport de la sobriété éditoriale pour écoconcevoir son site
- \_ Préciser ses process internes
- \_ Refonte de site : penser son cahier des charges
- \_ Communiquer sur la démarche

### FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS** (voir p.29)

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

20, 21, 22 ET 23 JANV. EN LIGNE

9, 10, 11 ET 12 JUIN EN LIGNE

6, 7, 8 ET 9 OCT. EN LIGNE

5 ET 6 NOV. PARIS

T1..... 820 € HT

T2..... 1 115 € HT

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_026/fp\_101

## Créer et optimiser sa newsletter pour renforcer le lien avec ses publics

OBJECTIFS

- \_ Identifier les caractéristiques essentielles d'une newsletter réussie dans le contexte de la communication publique
- \_ Analyser les forces et faiblesses de sa propre newsletter ou de cas concrets afin d'en dégager des pistes d'amélioration
- \_ Appliquer les bonnes pratiques éditoriales et techniques dans la conception d'une newsletter
- \_ Évaluer la performance d'une newsletter en interprétant les indicateurs clés afin d'ajuster sa stratégie

PROGRAMME

- \_ Une newsletter pour quoi faire ?
- \_ Définir son projet éditorial
- \_ À qui et quand diffuser ?
- \_ Évaluer sa newsletter

### FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

**DATES : 1 JOUR / 7H**

**TARIFS** (voir p.29)

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

19 ET 20 JANV. EN LIGNE

23 ET 24 MARS EN LIGNE

1<sup>ER</sup> ET 2 OCT. EN LIGNE

13 NOV. PARIS

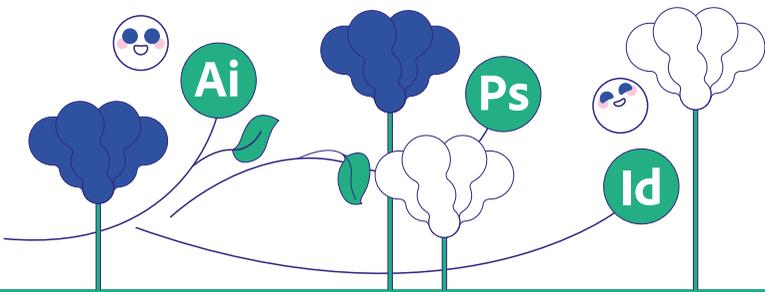
T1..... 515 € HT

T2..... 685 € HT

T3..... 860 € HT

T4..... 915 € HT

**1 CRÉDIT DE  
FORMATION**



fp\_024 / fp\_122

## Concevoir et utiliser une infographie ou une datavisualisation

OBJECTIFS

- \_ Comprendre à quoi sert l'infographie et la datavisualisation
- \_ Savoir recourir à l'infographie pour présenter des objectifs, chiffres, résultats d'une institution publique
- \_ Bien articuler la commande et la réalisation de l'infographie
- \_ Maîtriser les techniques et astuces pour la création d'une infographie
- \_ Savoir anticiper les besoins nécessaires à la communication infographique
- \_ S'initier au datalettrisme

### PRÉREQUIS

Avoir un niveau débutant à confirmé sur Illustrator

PROGRAMME

- \_ Infographie ou datavisualisation ?
- \_ Du crayonné à l'infographie
- \_ Le traitement des sujets
- \_ Cas pratiques

### FORMATEURS ANITA DEMBINSKI ET GUILLAUME DUCHAYNE

#### DATES : 3 JOURS / 21H

- 📡 7, 8, 9 ET 10 AVR. EN LIGNE
- 📡 9, 10, 11 ET 12 JUIN EN LIGNE
- 📡 13, 14, 15 ET 16 OCT. EN LIGNE
- 4, 5 ET 6 NOV. PARIS

#### TARIFS (voir p.29)

- T1..... 1 135 € HT
- T2..... 1 575 € HT
- T3..... 1 985 € HT
- T4..... 2 205 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

3 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_034 / fp\_104

## Créer une vidéo en motion design : mener à bien une infographie animée sous After Effects

OBJECTIFS

- \_ Maîtriser les étapes-clés d'une vidéo d'animation courte en motion design
- \_ Découvrir les outils d'After Effects dédiés au motion design
- \_ Définir et adapter l'identité graphique animée pertinente pour son institution

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir un niveau débutant à confirmé sous Illustrator et Photoshop
- \_ Avoir un niveau débutant sous After Effects

PROGRAMME

- \_ Concevoir une infographie animée étape par étape
- \_ Initiation au motion design sous After Effects
- \_ La dernière journée est entièrement consacrée à des exercices et cas pratiques sur After Effects

### FORMATEURS ANITA DEMBINSKI ET RICHARD MAHOUEAUX

#### DATES : 3 JOURS / 21H

- 📡 19, 20, 21 ET 22 JANV. EN LIGNE
- 📡 24, 25, 26 ET 27 MARS EN LIGNE
- 22, 23 ET 24 JUIN PARIS
- 📡 28, 29, 30 SEPT. ET 1<sup>ER</sup> OCT. EN LIGNE
- 23, 24 ET 25 NOV. PARIS

#### TARIFS (voir p.29)

- T1..... 1 135 € HT
- T2..... 1 575 € HT
- T3..... 1 985 € HT
- T4..... 2 205 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

3 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_045 / fp\_135

**NOUVEAU**

## Optimiser sa production de motion design grâce à des compétences expertes

OBJECTIFS

- \_ Optimiser sa production de contenus sur After Effects
- \_ Appliquer des techniques professionnelles à ses réalisations
- \_ Produire et proposer des réalisations valorisantes pour son institution

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir des notions sur Illustrator et Photoshop
- \_ Avoir participé à la formation "Créer une vidéo en motion design : mener à bien une infographie animée sous After Effects" ou maîtriser les bases du logiciel After Effects

PROGRAMME

- \_ Visualisation de l'animation fil rouge à réaliser en commun
- \_ Application d'exercices pratiques relatifs à la réalisation de ce motion design
- \_ Debriefing

### FORMATEUR RICHARD MAHOUEAUX

#### DATES : 2 JOURS / 14H

- 📡 18, 19 ET 20 MAI EN LIGNE
- 26 ET 27 NOV. PARIS

#### TARIFS (voir p.29)

- T1..... 820 € HT
- T2..... 1 115 € HT
- T3..... 1 470 € HT
- T4..... 1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

2 CRÉDITS DE FORMATION



fp\_054 / fp\_077

## Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone

OBJECTIFS

- \_ Maîtriser les règles de la composition des images
- \_ Connaître les principes, contraintes et limites de la captation audiovisuelle sur smartphone
- \_ Savoir réaliser des interviews et micro trottoirs et filmer des plans d'illustration
- \_ Pouvoir produire un montage simple d'une interview avec des plans d'illustration

### PRÉREQUIS

Disposer d'un smartphone de milieu/haut de gamme

PROGRAMME

- \_ Régler son smartphone
- \_ Maîtriser la prise de vue
- \_ Pratiquer le storytelling
- \_ Optimiser et exploiter les productions

### FORMATEUR LAURENT CLAUSE

#### DATES : 2 JOURS / 14H

29 ET 30 JANV. PARIS

📡 1<sup>ER</sup>, 2 ET 3 AVR. EN LIGNE

📡 29, 30 JUIN ET 1<sup>ER</sup> JUIL. EN LIGNE

8 ET 9 OCT. LYON

📡 4, 5 ET 6 NOV. EN LIGNE

#### TARIFS (voir p.29)

T1..... 820 € HT

T2..... 1 115 € HT

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_063 / fp\_125

## Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio

OBJECTIFS

- \_ Comprendre l'impact du média audio/radio
- \_ Identifier des productions audios originales adaptées à votre institution
- \_ Appréhender les enjeux liés à la production d'un podcast au sein des connectivités publiques et territoriales
- \_ Maîtriser les étapes de création d'un podcast : de l'écriture à sa diffusion et sa promotion

### PRÉREQUIS

Être en charge des publications web de son institution  
Inscrire son projet audio dans une programmation de long terme

PROGRAMME

- \_ Identifier les atouts spécifiques des contenus audio
- \_ Comprendre les enjeux liés à la production d'un podcast au sein des connectivités publiques et territoriales
- \_ Produire et diffuser un podcast

### FORMATRICE MÉLANIE ANTOINE

#### DATES : 1 JOUR / 7H

📡 30 ET 31 MARS EN LIGNE

9 JUIN PARIS

📡 8 ET 9 OCT. EN LIGNE

#### TARIFS (voir p.29)

T1..... 515 € HT

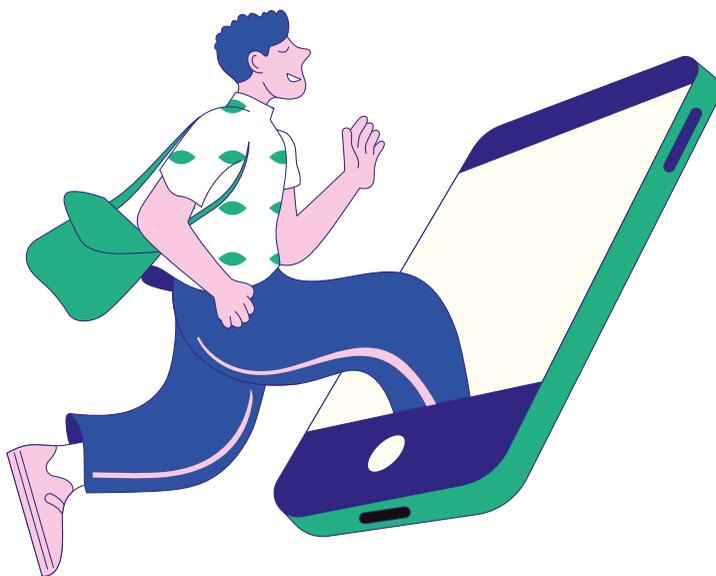
T2..... 685 € HT

T3..... 860 € HT

T4..... 915 € HT

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

**1 CRÉDIT DE  
FORMATION**





fp\_028/fp\_076

## Orchestrer son écosystème digital : stratégie multicanale et synergie des outils

OBJECTIFS

- \_ Mettre en place une stratégie digitale et les documents de cadrage nécessaires
- \_ Orchestrer une ligne éditoriale distribuée
- \_ Construire un écosystème numérique pertinent
- \_ Évaluer sa présence et mesurer sa performance

### PRÉREQUIS

Être en charge de publications numériques de son institution : web et réseaux sociaux

PROGRAMME

- \_ Du Web 2.0 au Web 4.0 - Les nouvelles frontières de la communication numérique
- \_ Adopter une vision systémique de son écosystème numérique
- \_ Architecture et gouvernance de l'écosystème
- \_ Les piliers d'un écosystème moderne
- \_ Stratégie éditoriale distribuée et complémentaire
- \_ Formaliser sa stratégie numérique

### FORMATEUR THIBAUD LEMIRE

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📡 25, 26 ET 27 MARS EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📡 20, 21 ET 22 MAI EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

📡 8 ET 9 OCT. PARIS

T3..... 1 470 € HT

📡 2, 3 ET 4 NOV. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE FORMATION**

fp\_029/fp\_079

## Maîtriser le community management et la conversation multicanale

OBJECTIFS

- \_ Mettre en place les documents de cadrage nécessaires
- \_ Comprendre les usages conversationnels et les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux
- \_ Adapter et savoir enrichir les contenus en fonction des canaux utilisés
- \_ Maîtriser l'écriture multicanale : Facebook, X, YouTube, Instagram

### PRÉREQUIS

Avoir une stratégie digitale formalisée ou avoir suivi la formation « Orchestrer son écosystème digital : stratégie multicanale et synergie des outils »

PROGRAMME

- \_ Les enjeux du community management
- \_ Community managers : qui sont-ils et quels sont leurs réseaux ?
- \_ Faire vivre son plan éditorial et co-construire sa stratégie de contenus
- \_ Maîtriser les fondamentaux de la publication de contenus sur les médias sociaux
- \_ Maîtriser les codes du web social et l'art de la conversation
- \_ Connaître les fonctionnalités essentielles et techniques rédactionnelles des principaux médias sociaux

### FORMATEUR THIBAUD LEMIRE

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📡 2 ET 3 FÉVR. PARIS

T1..... 820 € HT

📡 1<sup>ER</sup>, 2 ET 3 AVR. EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

📡 15, 16 ET 17 JUIN EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

📡 19, 20 ET 21 OCT. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE FORMATION**



# PROFESSIONNALISER SES PRATIQUES ET MAÎTRISER LES OUTILS

fp\_005 / fp\_094 **NOUVEAU**

## Animer une démarche de marque employeur

OBJECTIFS

- \_ Maîtriser la notion de marque employeur
- \_ Savoir structurer et animer une démarche de marque employeur pour son organisation
- \_ Mieux connaître ses atouts employeurs, savoir les valoriser et communiquer
- \_ S'inscrire dans l'écosystème des employeurs publics
- \_ S'appuyer sur les réseaux internes et externes d'ambassadeurs attractivité

PROGRAMME

- \_ Les fondamentaux de la marque employeur
- \_ Structurer sa démarche
- \_ L'employee advocacy, le graal de la marque employeur

### FORMATEUR YOANN GREFFIER

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📅 23, 24 ET 25 MARS EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 24, 25 ET 26 JUIN EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

📅 21 ET 22 SEPT. PARIS

T3..... 1 470 € HT

📅 17, 18 ET 19 NOV. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_042 / fp\_107

## Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité

OBJECTIFS

- \_ Comprendre les enjeux d'une stratégie d'influence
- \_ Définir une stratégie et un plan d'actions cohérents
- \_ Identifier les influenceurs pertinents pour sa structure
- \_ Utiliser les réseaux sociaux pour toucher journalistes et influenceurs

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir une première expérience en relations presse ou avoir suivi la formation « Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité »
- \_ Maîtriser les réseaux sociaux et s'intéresser à l'influence digitale

PROGRAMME

- \_ Introduction : l'influence, qu'est-ce que c'est ?
- \_ Mettre en place une stratégie de relations influenceurs
- \_ S'appuyer sur le web pour renforcer ses relations presse
- \_ Mettre en place un réseau d'ambassadeurs territoriaux

### FORMATRICE MARIE TISSIER

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📅 11, 12 ET 13 MARS EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 17, 18 ET 19 JUIN EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

📅 12 ET 13 OCT. PARIS

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_037 / fp\_086

## Libérer sa créativité dans les affiches et flyers

OBJECTIFS

- \_ Acquérir une méthodologie pour réaliser soi-même ses affiches et ses flyers
- \_ Se familiariser avec les notions élémentaires de sémiologie
- \_ Comprendre la notion de concept et l'utiliser
- \_ Préparer ses fichiers pour l'impression et mieux connaître la chaîne graphique

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir déjà utilisé Photoshop ou InDesign pour réaliser des affiches ou flyers
- \_ Se munir de projets d'affiches et de flyers à travailler pendant la formation

PROGRAMME

- \_ Les codes du texte et de l'image
- \_ Les étapes de la création graphique
- \_ Assurer la pertinence de ses créations
- \_ Les étapes de la réalisation

### FORMATRICE LAURE PRÉDINE

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📅 26, 27 ET 28 MAI EN LIGNE

T1..... 820 € HT

📅 22, 23 ET 24 SEPT. EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

📅 17 ET 18 NOV. PARIS

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_056 / fp\_105

## Anticiper et planifier sa communication en situation de crise et sensible

OBJECTIFS

- \_ Mettre en place les dispositifs et moyens permettant de mieux anticiper une situation de crise
- \_ Gérer les différentes phases d'une situation de crise
- \_ Organiser une stratégie de communication permettant de développer une culture du risque

PROGRAMME

- \_ Qu'est-ce qu'une crise médiatique ?
- \_ Anticipation d'une situation de crise médiatique
- \_ Gestion de la situation de crise médiatique
- \_ L'après-crise

### FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAU

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS (voir p.29)**

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

📅 5 ET 6 FÉVR. PARIS

T1..... 820 € HT

📅 20, 21 ET 22 MAI EN LIGNE

T2..... 1 115 € HT

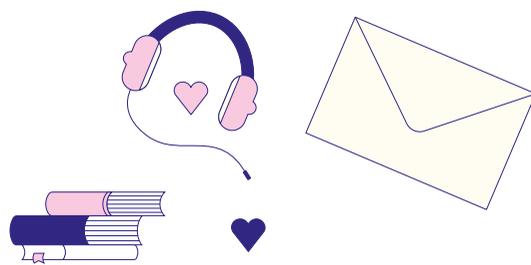
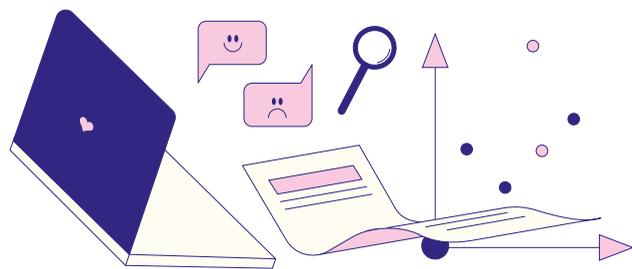
📅 5, 6 ET 7 OCT. EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

📅 16, 17 ET 18 NOV. EN LIGNE

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**



fp\_035/fp\_083

## Gestion de projet : bien conduire son action de communication

OBJECTIFS

- \_ Assurer la cohérence de l'action de communication avec la stratégie
- \_ Prendre en compte les aspects juridiques, financiers et organisationnels d'une action de communication
- \_ Mettre en œuvre une action de communication
- \_ Coopérer à l'interne et à l'externe et piloter à l'externe

PROGRAMME

- \_ Le rôle du chargé de communication
- \_ Être co-responsable de l'action de communication
- \_ Préparer et conduire une action de communication : la gestion de projet
- \_ Élaborer les outils de la gestion de projet

### FORMATEUR LAURENT GRANGER

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS (voir p.29)

- 📡 23 ET 24 MARS EN LIGNE
- 4 JUIN TOULOUSE
- 📡 2 ET 3 NOV. EN LIGNE

T1.....	515 € HT
T2.....	685 € HT
T3.....	860 € HT
T4.....	915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp\_047 / fp\_110

## Mettre en place, repenser ou ajuster une démarche de marketing territorial et de mise en récit partagée

NOUVEAU FORMAT

OBJECTIFS

- \_ Comprendre les enjeux contemporains de l'attractivité et de l'hospitalité des territoires
- \_ S'approprier les fondamentaux du marketing territorial et identifier la manière dont cette approche peut guider les politiques publiques
- \_ Apprendre à construire une stratégie en mobilisant le récit comme levier de cohérence, d'engagement et de transformation
- \_ Explorer des cas concrets et tester des outils pour mettre en œuvre une démarche à son échelle

### PRÉREQUIS

- \_ Avoir engagé une réflexion ou une démarche autour de l'attractivité, de l'hospitalité ou de la mise en récit de son territoire via l'approche marketing
- \_ Disposer des moyens et leviers d'action pour initier ou structurer une démarche concrète

PROGRAMME

- \_ Les étapes essentielles d'une démarche de marketing territorial
- \_ La mise en récit comme levier stratégique
- \_ Animer pour déployer et pérenniser

### FORMATRICE ANAÏS HERNOT

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.29)

CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

- 📡 4, 5 ET 6 FÉVR. EN LIGNE
- 📡 4, 5 ET 6 MAI EN LIGNE
- 7 ET 8 JUIL. PARIS
- 📡 14, 15 ET 16 OCT. EN LIGNE

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp\_041 / fp\_106

## Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité

OBJECTIFS

- \_ Définir une stratégie de relations presse locale et nationale sur la durée
- \_ Penser les relations dans les process et dispositifs de communication d'urgence
- \_ Concevoir des actions/outils de relations presse
- \_ Penser ses relations avec les journalistes dans le cadre des réseaux sociaux
- \_ Accompagner les élus et porte-parole de sa collectivité dans leur médiatisation

PROGRAMME

- \_ Le fonctionnement des médias et des journalistes en 2026
- \_ La place des relations presse dans ma collectivité
- \_ Quelles relations nouer avec les journalistes ?
- \_ Optimiser son plan d'action et ses outils de relations presse
- \_ Accompagner les directions et les élus dans leurs prises de parole avec les médias
- \_ Gérer ses relations presse de crise
- \_ Développer ses relations presse grâce au digital
- \_ Évaluer l'impact de ses relations presse

### FORMATRICE MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS (voir p.29)

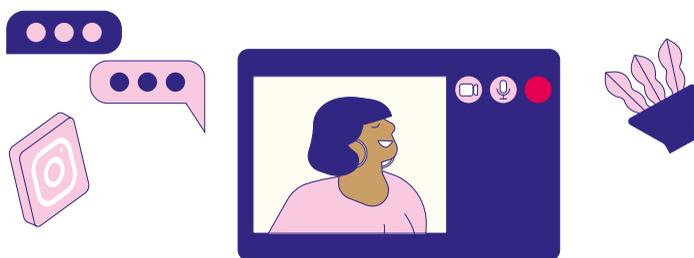
CAP'COM INTÉGRAL (voir p.29)

- 📡 30, 31 MARS ET 1<sup>ER</sup> AVR. EN LIGNE
- 6 ET 7 JUIL. PARIS
- 📡 25, 26 ET 27 NOV. EN LIGNE

T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

2 CRÉDITS DE FORMATION

## PROFESSIONNALISER SES PRATIQUES ET MAÎTRISER LES OUTILS



fp\_046 / fp\_108

### Réussir le protocole territorial

- OBJECTIFS**
- \_ Savoir inviter et recevoir en respectant les règles du protocole
  - \_ Distinguer les principales décorations officielles
  - \_ Gérer une inauguration, une cérémonie patriotique

- PROGRAMME**
- \_ Au cœur du protocole : les préséances
  - \_ Les relations humaines
  - \_ Les inaugurations et les réceptions
  - \_ Le protocole au quotidien

#### FORMATEUR FABRICE JOBARD

**DATES : 1 JOUR / 7H**

**TARIFS** (voir p.29)

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

9 ET 10 AVR. EN LIGNE

T1..... 515 € HT

28 SEPT. PARIS

T2..... 685 € HT

19 ET 20 NOV. EN LIGNE

T3..... 860 € HT

T4..... 915 € HT

**1 CRÉDIT DE  
FORMATION**

fp\_039 / fp\_102

### Réussir sa concertation

- OBJECTIFS**
- \_ S'approprier l'histoire, les principes et règles de la concertation
  - \_ Analyser le besoin et organiser toutes les étapes de la mobilisation à la restitution
  - \_ Choisir et utiliser les outils d'animation, de mobilisation, d'écoute et de recueil des avis et contributions
  - \_ Tirer les enseignements d'un processus de concertation et le valoriser
  - \_ Penser la stratégie et les moyens de concertation à l'échelle de la collectivité

#### PRÉREQUIS

Avoir un projet faisant appel à la concertation

- PROGRAMME**
- \_ Les fondamentaux de la concertation
  - \_ Préparer un processus de concertation : donner la parole, c'est donner sa parole
  - \_ Organiser et animer la concertation
  - \_ Évaluer les processus de concertation et les valoriser
  - \_ Penser la stratégie de concertation à l'échelle de la collectivité

#### FORMATEUR PASCAL NICOLLE

**DATES : 2 JOURS / 14H**

**TARIFS** (voir p.29)

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

11, 12 ET 13 MARS EN LIGNE

T1..... 820 € HT

28 ET 29 MAI PARIS

T2..... 1 115 € HT

19, 20 ET 21 OCT. EN LIGNE

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

**2 CRÉDITS DE  
FORMATION**

fp\_055

### Développer sa créativité photographique pour sa communication

**NOUVEAU  
FORMAT**

- OBJECTIFS**
- \_ Réaliser des photographies de qualité, exploitables
  - \_ Centrer les apports théoriques sur la lecture et la gestion d'une image, l'importance du cadrage, de l'angle de prise de vue
  - \_ Construire une photothèque
  - \_ Préparer des images destinées au print
  - \_ Connaître et utiliser les logiciels de post production photographique (Lightroom et Photoshop)

#### PRÉREQUIS

- \_ Avoir une ou des missions de prise de vue
- \_ Posséder un appareil photo

- PROGRAMME**
- \_ Lire et gérer une image
  - \_ Les bases du cadrage
  - \_ L'importance de la simplicité... et l'intérêt de la complexité
  - \_ Anticiper et adapter sa prise de vue
  - \_ Traitement des images : retouche et mise en ligne sur les réseaux

#### FORMATEUR THIERRY CHENU

**DATES : 3 JOURS / 21H**

**TARIFS** (voir p.29)

**CAP'COM  
INTÉGRAL**  
(voir p.29)

28, 29 ET 30 JANV. PARIS

T1..... 1 135 € HT

22, 23 ET 24 JUIN PARIS

T2..... 1 575 € HT

19, 20 ET 21 OCT. LYON

T3..... 1 985 € HT

T4..... 2 205 € HT

**3 CRÉDITS DE  
FORMATION**



# AVEC CAP'COM DES TARIFS SOLIDAIRES ET FACILITÉS

Toutes les formations et les rencontres nationales relèvent de la formation professionnelle. Elles sont prises en charge par les fonds formation et les opérateurs de compétences.

## UNE POLITIQUE TARIFAIRE ÉQUITABLE

La politique tarifaire de Cap'Com est conçue dans l'esprit du réseau. Elle facilite l'accès de tous à la formation en proposant des tarifs adaptés à la taille et à la nature de la collectivité ou de l'organisme.

Les tarifs de la formation professionnelle s'appliquent selon la structuration suivante (les formations en intra et les rencontres nationales font l'objet d'une tarification spécifique) :

- ★ **T1** Collectivités de - 10 000 habitants
- ★ **T2** Collectivités de 10 000 à 40 000 habitants, universités et écoles, consultants
- ★ **T3** Collectivités de 40 000 à 100 000 habitants, agences de -20 salariés
- ★ **T4** Collectivités de + 100 000 habitants, administrations, organismes publics, agences de +20 salariés, entreprises publiques et privées



## DES COÛTS DE FORMATION RÉDUITS AVEC CAP'COM INTÉGRAL

Cap'Com Intégral, c'est un forfait de 3 à 10 journées de formation (les crédits de formation) à choisir dans l'année parmi toute l'offre de formation de Cap'Com (hors intra).

**1 CRÉDIT DE FORMATION = 1 JOURNÉE DE FORMATION**

ABONNEMENT EN LIGNE [WWW.CAP-COM.ORG](http://WWW.CAP-COM.ORG)

### FACILITEZ-VOUS LA FORMATION

- ★ Ces journées peuvent être utilisées par tous les agents, personnels ou élus de votre organisme.
- ★ Profitez d'une seule démarche pour l'ensemble de vos formations : une fois l'abonnement mis en place, nous vous adressons automatiquement les conventions et attestations de stage.

### BÉNÉFICIEZ DE TARIFS PRÉFÉRENTIELS

## DE -15% À -100% SELON LES FORMATIONS

CAP'COM INTÉGRAL		
<b>T1</b>	Collectivités de - 10 000 habitants	<b>1 135 € HT</b> 3 crédits de formation
<b>T2</b>	Collectivités de 10 000 à 40 000 habitants, universités et écoles, consultants, associations	<b>2 205 € HT</b> 5 crédits de formation
<b>T3</b>	Collectivités de 40 000 à 100 000 habitants, agences de - 20 salariés	<b>3 520 € HT</b> 8 crédits de formation
<b>T4</b>	Collectivités de + 100 000 habitants, administrations, organismes publics, agences de + 20 salariés, entreprises publiques et privées	<b>4 410 € HT</b> 10 crédits de formation

### LE + DE CAP'COM PLUS

Votre engagement pour Cap'Com Intégral est récompensé. Bénéficiez d'un an d'accès en ligne au benchmark Cap'Com Plus, qui rassemble 300 campagnes de communication et publications territoriales classées par thèmes, détaillées et illustrées de leurs supports.

# NOS FORMATEURS



## MÉLANIE ANTOINE P.24

Journaliste et réalisatrice sonore passée par Radio France puis RFI, elle est à l'initiative des Voix d'ici, qui met en lumière les territoires par les femmes et les hommes qui y vivent.



## SYLVIE BARNEZET P.5 (ICPC)

Ancienne journaliste, elle a été responsable de communication en collectivité locale et en agence d'urbanisme puis responsable de la participation citoyenne et de la relation usagers de Grenoble Alpes métropole avant de devenir déléguée générale de l'Institut de la participation et de la concertation. Son approche allie réflexion et action, concertation, communication et création collective pour construire un territoire de co-responsabilité, en s'appuyant sur une grande connaissance des enjeux et des pratiques participatives.



## ANNE BLANCHARD P.8

Coach et consultante indépendante, spécialiste en stratégies relationnelles et dynamiques des équipes, elle accompagne depuis dix ans les collectivités locales dans le domaine du management stratégique, la conduite de projets structurants et l'élaboration de plans de communication.



## MEGGANE BONATO P.9

Avocate au barreau de Lyon depuis janvier 2017 et titulaire d'une mention de spécialisation en droit public, elle intervient auprès de l'ensemble des acteurs de la vie publique. Ses domaines de prédilection sont le fonctionnement institutionnel des entités publiques, le droit de l'intercommunalité, le droit électoral et le droit administratif général. Elle est également enseignante à l'université Jean Moulin Lyon 3.



## FABIEN BONNET P.8

Docteur et maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'université Bourgogne Europe. Responsable d'un cursus de master en communication stratégique, il intervient auprès d'organisations publiques et privées en tant que conseil en communication institutionnelle et stratégique, communication interne et managériale et ingénierie de projets.



## SYLVIE BOUTAUDOU P.8

Directrice éditoriale de l'agence de communication In medias res, elle apporte ses conseils en stratégie de contenus, conception médias, rédaction transmédia. Elle pilote des créations ou refontes de publications. Elle a été journaliste spécialisée en sciences et santé et rédactrice en chef de Déclic, magazine destiné aux parents d'enfants handicapés, puis de sa déclinaison en plateforme d'information Hizy.org



## CAROLE BRUGGER P.13

Conseil en communication et en marketing éditorial après un parcours en agences de communication, cabinets de conseil, groupes internationaux, ETI start-up, elle accompagne ses clients en stratégie de marque, stratégies et plan de communication, marketing de contenu, communication éditoriale ou social media.



## CHRISTOPHE BULTEL P.6

Président fondateur de l'Institut National des Communications à Impact Positif + pour la transition écologique et sociétale, directeur conseil et formateur en communication de la transition chez Agostino Group & MatchLab, il évolue à l'interface de la communication et du management de la performance. Guidé par une vision entrepreneuriale et prospective engagée pour trouver des solutions innovantes aux problématiques de transition, il adopte une vision prospective et disruptive durable et digitale.



## LUC CHAMBON P.6

Comédien, metteur en scène, professeur de théâtre et formateur en communication, il n'a jamais voulu choisir entre théâtre et communication. Entre ses tournées, il anime des ateliers de pratique théâtrale, de prise de parole en public et intervient en communication institutionnelle.



## PIERRE CHAVONNET P.8

DGA et directeur du pôle marques et transformation de l'institut d'études Occurrence depuis 10 ans, il a précédemment co-fondé et dirigé l'agence de communication Teymour Corporate. Diplômé de l'Institut français de presse et diplômé en sciences politiques, il est membre de l'Association nationale des communicants, membre du comité de pilotage de Cap'Com, représentant d'Occurrence au Club des partenaires de Communication publique et élu local depuis 2014.



## THIERRY CHENU P.28

Reporter photographe indépendant, il a été directeur du service photographique de la ville de Grenoble de 1980 à 2022. Il a notamment créé, en 1998, la base de données photographique de la ville de Grenoble qui compte à ce jour plus d'1 million d'images. Il est spécialiste de la prise de vue aérienne, dirigeant d'une société de prises de vues par drones.



## LAURENT CLAUSE P.24

Journaliste reporter d'images (JRI), réalisateur, il est spécialiste de la vidéo sur smartphone. Ancien rédacteur en chef dans la presse "techno", il a fondé la société Milledix avec laquelle il réalise des vidéos avec du matériel professionnel et des smartphones. Il est également l'auteur du blog videonline.info.



## FRANCK CONFINO P.12

Consultant indépendant, spécialiste du numérique et du secteur public, il a fondé et dirigé l'agence Adverbia et blog-territorial pendant 10 ans. Ancien directeur de communication en collectivité territoriale, il est également auteur de plusieurs ouvrages sur la communication digitale et les réseaux sociaux. Il pilote aujourd'hui l'Observatoire de la #compublique numérique.



## ANITA DEMBINSKI P.23

Responsable du développement chez Rokovoko, elle a été cheffe de projet collectivités à l'agence de presse Idé. Elle a quinze ans d'expérience dans l'infographie comme journaliste dessinatrice pour la presse, les collectivités locales et les grandes institutions publiques.



## GUILLAUME DUCHAYNE P.23

Infographiste et illustrateur indépendant, il collabore régulièrement avec l'agence Rokovoko. Précédemment au sein des agences Idé et Idix, il s'est spécialisé dans l'infographie et ses déclinaisons : print, web, fixe, animée, data ou illustrée.



## ESTELLE DUMOUT P.14/20/22

Elle a commencé sa carrière comme journaliste spécialiste des nouvelles technologies. Elle a été directrice de l'activité formation de Rue89 puis a dirigé le développement des cours en ligne en journalisme et communication pour le groupe L'Obs / Le Monde. Elle propose ses services en stratégie éditoriale numérique et accompagnement digital learning à travers sa société de conseil Nemolab.



## LAURENT GRANGER P.5/27

Fondateur du groupement de consultants Les Réanchanteurs, il accompagne ses clients dans le déploiement de stratégies solides de communication ou de marketing territorial.



## YOANN GREFFIER P.26

Consultant en communication interne, corporate et RH au sein d'Exergue conseil, cabinet qu'il a fondé en 2018, il intervient auprès d'entreprises et de collectivités soucieuses de progresser sur ces enjeux. Ancien Responsable communication interne dans un groupe, il anime régulièrement des formations, notamment à l'Université de Rennes et dans des écoles de commerce.



## ÉLODIE HERISSON P.10

Dirigeante fondatrice de l'agence de communication et numérique responsable Rose Primaire, elle anime des sessions de formations dont l'approche se veut responsable : sobriété, accessibilité, éthique et inclusion sont au cœur de ses contenus.

**ANAÏS HERNOT P.27**

Consultante en développement et mise en récit des territoires et des projets chez Inkpit,

Anaïs accompagne les collectivités dans la définition de stratégies d'attractivité et d'hospitalité et l'animation de démarches collectives, avec l'approche du marketing territorial. Elle intervient à l'échelle nationale aux côtés de territoires variés (métropoles, intercommunalités, communes, destinations, territoires de projet, ...), en combinant analyse, stratégie et management.

**FABRICE JOBARD P.28**

Fondateur du cabinet FJA Consultants consacré à la communication territoriale

et aux démarches Iso, il est expert dans les questions de protocole territorial sur lesquelles il a rédigé plusieurs ouvrages. Il anime le premier blog français dédié au protocole et aux usages.

**THIBAUD LEMIRE P.25**

Responsable communication numérique de la Mel (Métropole européenne de Lille), il a été

successivement responsable éditorial web puis chargé de projet numérique à la ville de Lille. Il est un membre actif du comité de pilotage de l'Observatoire de la #compublique numérique.

**FERRÉOLE LESPINASSE P.10/11/22**

Au sein de Cyclop Éditorial, elle accompagne, conseille et forme

les organisations en sobriété éditoriale et langage clair depuis 2009. Autrice de « Sobriété éditoriale : le guide pour écoconcevoir vos contenus » (édition 2025 soutenue par l'Ademe).

**RICHARD MAHOUDEAUX P.23**

Directeur artistique de Rokovoko, il a débuté en tant

qu'infographiste à l'agence de presse JSI puis Idé. Depuis 2010, il réalise des infographies et des illustrations pour la presse et la communication institutionnelle. Il est spécialisé dans l'animation sur After Effects et Edge.

**PASCAL NICOLLE P.28**

Ancien journaliste et directeur de la communication en

collectivités territoriales, il a développé une expertise en concertation et démocratie participative. Depuis 2014, il préside DébatLab, l'association nationale des professionnels de la concertation et du débat public et a fondé l'agence La Suite dans les idées.

**ARNAUD PÉLISSIER P.9**

Avocat au barreau de Lyon pour le cabinet Vedesi, il est notamment spécialiste du droit de la presse

et de la propriété intellectuelle. Docteur en droit public, il est chargé d'enseignement à l'Institut d'études politiques de Lyon.

**ROLANDE PLACIDI P.9**

Avocat au barreau de Strasbourg, ancienne directrice de cabinet en collectivité, elle intervient en

droit électoral, droit de la communication

et sur les questions touchant à l'intercommunalité. Elle accompagne de nombreuses collectivités dans leur stratégie de maîtrise des risques liés à leur communication.

**LAURE PRÉDINE P.7/26**

Directrice artistique indépendante, elle a dirigé son studio de graphisme en

communication culturelle et institutionnelle avant d'intégrer une agence de communication en édition. Enseignante en école de communication visuelle, d'architecture intérieure et de mode, elle est aussi chercheuse sur les signes codés graphiques. Elle développe depuis plus de trente ans sa propre méthodologie de pensée visuelle. Artiste peintre et graveuse elle préside l'association de gravure de La Tarlatane à Sceaux.

**LUCILE QUERO P.11**

Directrice artistique spécialisée en écoconception print et

web, autrice du livre « L'écoconception pour les graphistes », publié aux Éditions Pyramyd et fondatrice de Create for Good, un organisme de formation dédié à la création responsable.

**LIZ RAFFIER P.6**

Journaliste transmédia (écrit, radio, télé), avec une expérience de terrain et de direction, elle

exerce actuellement comme formatrice dans différentes écoles sur Lyon : éducation aux médias, média training, com de crise, production de contenu transmédia, préparation aux examens oraux et concours. Elle crée des formations sur mesure à partir de vos cas de communication.

**DIDIER RIGAUD-DUBAA P.12/13/26**

Maître de conférences associé à l'université Bordeaux Montaigne,

il est consultant en communication publique. Fondateur du Prix de la presse et de l'information territoriales, il porte une approche de communication interne et externe liées. Il est membre du conseil coopératif de Cap'Com.

**ANTHONY ROCHAND P.21**

Président co-fondateur de LEW (Les experts du web),

il accompagne et forme de nombreux professionnels et organismes à la communication digitale : réseaux sociaux, stratégie de contenu et d'influence.

**SÉBASTIEN RUFIER P.22**

Spécialiste en écoconception numérique, il est engagé dans la sensibilisation aux impacts

du numérique et guide les collectivités, associations, grandes entreprises et PME vers une communication web soutenable. Il intervient sur des missions d'assistance à maîtrise d'ouvrage, d'audits et de formations.

**JUDITH SAMAIN P.7**

Formatrice et consultante en intelligence collective, elle a

travaillé pendant quinze ans dans la gestion de projets multi-acteurs en lien avec la communication et la relation aux

partenaires publics. Aujourd'hui, elle utilise les démarches d'innovation collaborative pour accompagner des projets complexes multi-acteurs, avec des méthodologies et des outils adaptés, permettant ainsi à chacun d'apporter sa valeur et sa contribution au projet.

**CÉCILE STAROZ P.14**

Actuellement responsable de la mission communication interne au département des Pyrénées-

Orientales, elle a débuté sa carrière en tant que responsable du service information et documentation d'une entreprise privée, puis attachée de presse du département du Finistère. Elle a ensuite été successivement chargée de communication, formatrice interne réseaux sociaux ou encore rédactrice en chef du journal interne.

**HUGO STÉPANIAN P.20**

Depuis 11 ans, il accompagne les communicants et professionnels du marketing à développer des

prises de parole à forte valeur ajoutée. Il a collaboré avec de nombreuses organisations dans de nombreux secteurs : la métropole de Lyon, EDF, Engie... mais aussi diverses start-up technologiques. Formateur et intervenant en école de marketing et de communication, il intègre l'intelligence artificielle dans ses procédures au service de la créativité et de l'efficacité, sans oublier les impacts de ces technologies.

**MARIE TISSIER P.10/26**

Fondatrice de Melt, agence de conseil en communication institutionnelle et publique, elle

anime régulièrement des formations et dispense des cours à l'Université Lyon 3, Sup de pub et à l'ISCPA. Anciennement attachée de presse en collectivité territoriale, elle s'est spécialisée en communication d'influence, communication durable et citoyenne.

**ALAIN VERPILLAT P.13**

Rédacteur en chef à la direction de la communication de la région

Occitanie, il est responsable de la production de contenus écrits. Journaliste pendant douze ans en presse quotidienne régionale puis nationale, il a notamment travaillé pour Libération, l'Humanité et France Soir.

**JADE VINCENT P.11**

Dirigeante fondatrice et consultante numérique responsable de l'agence de

communication Rose Primaire, elle anime des sessions de formations dont l'approche se veut résolument responsable : sobriété, accessibilité, éthique et inclusion sont au cœur de ses contenus.

**CAP'  
COM**

**PLUS**

**Avec Cap'Com Plus,  
benchmarkez  
vos actions**

**" Je recherche des exemples de stratégies de com "**

**" Je cherche l'inspiration et des nouvelles idées "**

**" Je veux comparer mes actions "**

**" Je veux partager des bonnes pratiques en équipe "**

**300 campagnes de communication  
et publications territoriales**

**Abonnez-vous en ligne  
[www.cap-com.org](http://www.cap-com.org)**