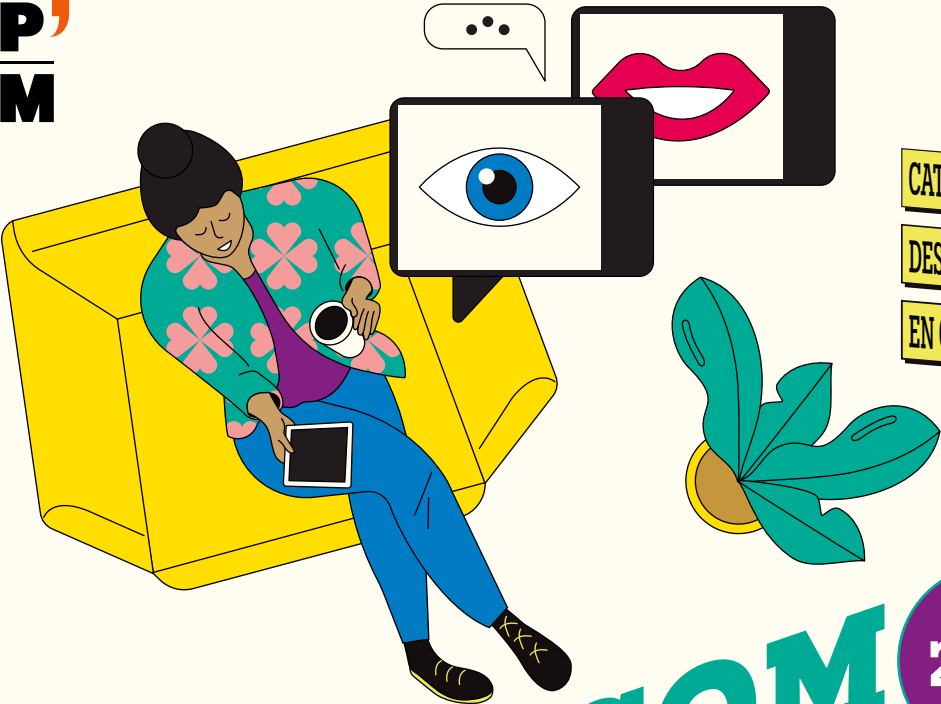




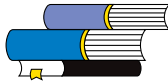
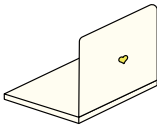
CATALOGUE
DES FORMATIONS
EN COMMUNICATION PUBLIQUE

CAP'COM CAMPUS

Formez-vous où que vous soyez !



SOMMAIRE



P.4

CAP'COM CAMPUS :
PLUS DE FORMATS
POUR SE FORMER OÙ
ET QUAND ON VEUT

P.5

**DES TARIFS
SOLIDAIRES ET
FACILITÉS**

P.24

**EN UN COUP
D'ŒIL : LES THÈMES,
LES DATES, LES LIEUX**

P.30

(IN)FORMEZ-VOUS :
SE FORMER, S'INFORMER,
ÉCHANGER,
CONTRIBUER

P.31

**FORMEZ-VOUS
EN RÉSEAU :**
LES RENCONTRES
NATIONALES, LE
FORUM CAP'COM

LES FORMATIONS PROFESSIONNELLES

Communication responsable et accessible

- NOUVEAU** Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable 6
- NOUVEAU** Maîtriser et utiliser les principes du langage clair 6
- NOUVEAU** Adapter sa communication en direction des usagers et favoriser l'inclusion numérique 6
- NOUVEAU** Rédiger sa charte de sobriété éditoriale 7
- Inclure le handicap dans sa communication : adapter et valoriser ses actions 7

Donner de la perspective à sa communication

- NOUVEAU** Intégrer les outils de l'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle 8
- Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence 8
- Dynamiser la communication de son institution : cerner les enjeux, clarifier sa stratégie 8
- Maîtriser la communication des collectivités locales : enjeux, acteurs, pratiques 9
- Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale 9
- Communiquer autour du projet et du bilan de mi-mandat 9

La communication commence par la communication interne

- Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne 10
- Évaluer sa communication interne 10
- Concevoir et améliorer son journal interne 10
- Optimiser son intranet ou créer un réseau social interne 10

Maîtriser le cadre juridique de la communication publique

- Les bases juridiques de la communication publique 11
- Propriété intellectuelle et droit à l'image 11
- NOUVEAU** Réseaux sociaux : cadre légal et rappel des limites pour les fonctionnaires 11

Améliorer l'organisation éditoriale de l'information

- Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ? 12
- Concevoir un planning éditorial plurimedia cohérent 12
- Créer et animer un réseau de correspondants pour dynamiser sa communication 12
- Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique 13
- NOUVEAU** Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter son territoire et ses projets 13
- Améliorer le rapport texte-image de son journal 14
- Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat 14

Maîtriser les usages du numérique

- Écrire pour le web et piloter le cycle de vie de ses contenus 15
- Utiliser X (anciennement Twitter) pour les collectivités 15
- Utiliser Facebook pour les collectivités 15
- Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn 16
- Définir et animer sa stratégie éditoriale sur Instagram 16
- Construire sa stratégie digitale et réussir sa présence sur les réseaux sociaux 16
- Maîtriser le community management et la conversation multicanale 17
- Concevoir et utiliser une infographie 17
- Créer une vidéo en motion design : mener à bien une infographie animée sous After Effects 17
- Concevoir et améliorer sa newsletter 18
- Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone 18
- NOUVEAU** Perfectionner ses vidéos : production, réalisation, diffusion 18
- Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio 18

Professionnaliser ses pratiques et maîtriser les outils

- Planifier sa communication en situation sensible ou en temps de crise 19
- Gestion de projet : bien conduire son action de communication 19
- Évaluer la performance de sa communication et la piloter 19
- Réussir sa concertation : concevoir, mobiliser, animer, écouter, restituer, décider 20
- Développer sa créativité photographique pour sa communication 20
- Libérer sa créativité dans les affiches et flyers 20
- Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité 21
- Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité 21
- Réussir le protocole territorial 21
- Relations usagers : gérer l'impact d'une GRU, sur la communication, les équipes et les usagers 22
- Mettre en place une démarche de marketing territorial 22
- NOUVEAU** Révéler son territoire pour ancrer sa communication institutionnelle 22

Développer ses compétences individuelles

- NOUVEAU** Utiliser l'intelligence collective pour co-construire une démarche projet 23
- Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales 23

BIENVENUE AU CAMPUS CAP'COM



**ANDRÉANE
LECARPENTIER**
DIRECTRICE
ADJOINTE



En 2024 plus encore que par le passé, le temps de la communication publique s'accélère. Les pratiques professionnelles sont bousculées de toute part, par l'intelligence artificielle, l'information de masse et l'économie de l'attention, les transitions environnementales, la défiance envers les institutions. Les communicants publics doivent interroger leurs pratiques, s'adapter à de nouveaux besoins, enrichir leurs pratiques professionnelles.

Le Campus Cap'Com œuvre à apporter des réponses méthodologiques et stratégiques à ces défis sociétaux. D'abord en diversifiant les expériences d'apprentissage : formations en ligne ou en présentiel, classe en ligne, formations en événementiels fédérateurs comme le Forum Cap'Com ou les rencontres nationales thématiques. Ensuite en développant les nouveaux champs de la communication publique : l'intelligence artificielle, la communication et le numérique responsables, les nouveaux récits et les podcasts. Enfin en créant les occasions d'échanges et de débats parce que c'est l'essence même de Cap'Com depuis 35 ans : se mettre en réseau et confronter ses enjeux et ses usages de la communication publique au service de l'intérêt général.

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 120 rendez-vous aux formats multiples, adaptés en fonction des sujets et du public auquel il s'adresse.

40 
FORMATEURS
SPÉCIALISTES DE LA COMMUNICATION
ET DU SECTEUR PUBLIC

8,7 / 10 
**LA NOTE DE SATISFACTION
GLOBALE DONNÉE PAR LES
PARTICIPANTS EN 2023**

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

2 500 
**PERSONNES
FORMÉES
CHAQUE ANNÉE**

**CAP'
COM**

Cap'Com est une coopérative d'intérêt collectif et fédère, anime et représente depuis plus de 30 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.



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 Opcv).
Conception et coordination de la formation : Cap'Com • Création et mise en page :
⑨ **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 • Tirage : 8 500 exemplaires



CAP'COM CAMPUS

PLUS DE FORMATS POUR SE FORMER OÙ ET QUAND ON VEUT !

FAITES LE CHOIX DE LA FORMATION EN LIGNE

Découvrez l'offre de formations courtes en ligne. De deux à quatre demi-journées consécutives selon les besoins, ce format est construit pour répondre à vos attentes, au plus près de chez vous.

Tous les programmes sont adaptés pour répondre aux besoins de la pédagogie à distance :

- ★ Des horaires par demi-journée
- ★ Des séances de travail déconnectées et en autonomie
- ★ Des temps d'échanges collectifs
- ★ Des exercices pratiques directement applicables à vos situations professionnelles spécifiques

MIXEZ !

Multipliez vos expériences de formation pour maximiser vos acquis et élargir votre réseau : en ligne, en présentiel, en petit groupe, en rencontre nationale ou au Forum Cap'Com ! Parcourez ce catalogue et composez votre propre cocktail de formations.

LES CAS PRATIQUES M'ONT VRAIMENT AIDÉE

GROS POINT POSITIF SUR LE FAIT QU'ON REPART VRAIMENT AVEC DES OUTILS ADAPTÉS

LE RYTHME PAR DEMI-JOURNÉE LAISSE DU TEMPS POUR GÉRER NOS URGENCES

RENCONTRONS-NOUS !

Cap'Com propose un calendrier toujours dense de formations en présentiel et de rencontres. Car c'est là, en réseau, que naissent les idées créatives et collectives : entre échanges approfondis ou spontanés, discussions de couloirs ou de coins de table.



INTÉGREZ LES CLASSES EN LIGNE

NOUVEAU

Cap'Com développe des programmes de formation en ligne sur plusieurs semaines, pour vous former à votre rythme, pour approfondir vos connaissances et multiplier cas pratiques et partages d'expériences.



- ★ Intégrez un groupe de participants qui partagent vos questionnements de communication publique
- ★ Suivez la formation sur plusieurs semaines depuis votre bureau ou depuis chez vous
- ★ Profitez des conseils d'experts ou de communicants inspirants

LES MÉTHODES MOBILISÉES

- ★ Des cours en vidéo
- ★ Des ressources pédagogiques
- ★ Des sessions en direct avec les intervenantes et intervenants
- ★ Un espace de discussion pour partager ses expériences et approfondir les sujets

PROCHAINEMENT

- ★ Les défis de la compublique sur le web
- ★ La communication de crise en compublique

NOUVEAU

SESSIONS 2024

INFORMATIONS ACTUALISÉES SUR WWW.CAP-COM.ORG

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, le Forum Cap'Com 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

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.

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 -40 % SELON LES FORMATIONS

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



LA COMMUNICATION RESPONSABLE ET ACCESSIBLE

fp_053 / fp_109

Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable

NOUVEAU

OBJECTIFS

- _ Comprendre les enjeux événementiels en termes de développement durable et de responsabilité sociale
- _ 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
- _ Être en capacité d'éco-socio-concevoir ses actions de communication

PRÉREQUIS

Être décisionnaire sur la conception et la réalisation d'un événement

PROGRAMME

- _ Inscrire l'événementiel responsable dans sa stratégie territoriale
- _ Définir l'événement adapté
- _ Mettre en place un événement responsable
- _ Cas pratique : créer le planning éditorial d'un événement plurimédia

FORMATRICE ÉLODIE HERISSON

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 22, 23 ET 24 JANV. EN LIGNE
- 11, 12 ET 13 MARS EN LIGNE
- 7, 8 ET 9 OCT. EN LIGNE
- 25, 26 ET 27 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_062 / fp_098

Maîtriser et utiliser les principes du langage clair

NOUVEAU

OBJECTIFS

- _ Transformer un texte technique, institutionnel ou administratif en information compréhensible par le grand public
- _ Rédiger des textes facilement compréhensibles dès la première lecture
- _ Élaborer des gabarits de texte afin d'optimiser son temps d'écriture

PRÉREQUIS

Être en charge de publications de votre institution
Être dans une démarche de facilitation de la compréhension et de la réception de votre information par tous vos 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
- _ Cas pratiques

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

- 8 ET 9 FÉV. EN LIGNE
- 4 AVRIL LYON
- 19 ET 20 SEPT. EN LIGNE
- JEU. 14 NOV. PARIS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_051 / fp_115

Adapter sa communication en direction des usagers et favoriser l'inclusion numérique

NOUVEAU

OBJECTIFS

- _ Détecter les problématiques numériques et leurs enjeux (dématérialisation des démarches administratives)
- _ Lever les freins psychologiques chez les usagers
- _ Construire une nouvelle pédagogie d'accompagnement des usagers en passant du support papier au support numérique
- _ Rendre autonome les usagers dans leurs démarches

PRÉREQUIS

Être équipé d'un ordinateur individuel
et d'un smartphone pour la formation

PROGRAMME

- _ Comprendre et prendre la mesure des notions d'exclusion numérique et d'illectronisme
- _ Connaître les dispositifs gouvernementaux et associatifs d'accès aux services publics dématérialisés
- _ Définir une nouvelle pédagogie d'accompagnement au numérique des usagers
- _ Développer l'autonomie numérique des usagers

FORMATRICE CYRILLE LAVIZZARI

DATES : 2 JOURS / 14H

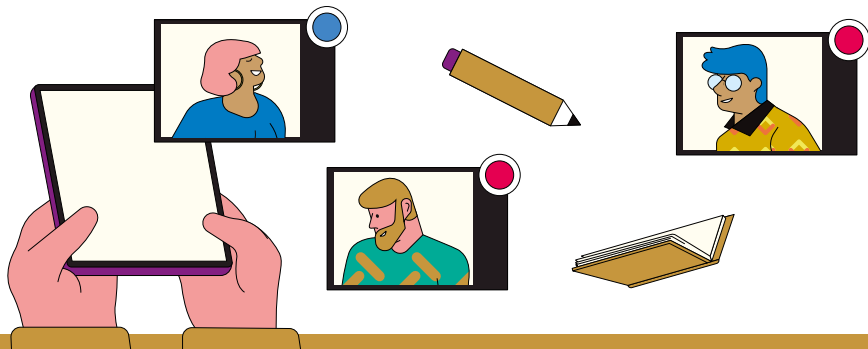
TARIFS

- 22, 23 ET 24 JANV. EN LIGNE
- 13 ET 14 MAI PARIS
- 16, 17 ET 18 SEPT. EN LIGNE
- 18 ET 19 NOV. LYON

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION



fp_043 / fp_131

Rédiger sa charte de sobriété éditoriale

NOUVEAU

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
- _ Connaître les bonnes pratiques pour piloter le cycle de vie de vos contenus
- _ Rédiger une charte sobriété éditoriale pas à pas

PROGRAMME

- _ Comprendre la sobriété éditoriale : les idées reçues, les 3P de la sobriété éditoriale
- _ Des erreurs à ne plus faire commettre
- _ Retours d'expériences
- _ Le diagnostic préalable
- _ Synthèse
- _ Rédiger sa charte sobriété éditoriale : les éléments clés
- _ Auto-évaluer la maturité de son site internet
- _ Temps collectif de réflexion et d'échanges de bonnes pratiques

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATES : 1 JOUR / 7H

- 28 ET 29 MARS EN LIGNE
- 16 MAI À LYON
- 15 ET 16 OCT. EN LIGNE
- 15 NOV. À PARIS

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

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

PRÉREQUIS

Être en capacité de recommandation ou décision des outils et actions en faveur de l'inclusion des publics en situation de handicap

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

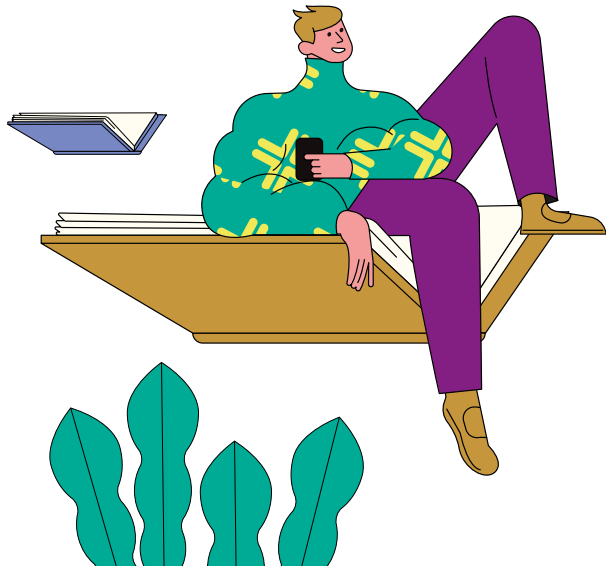
- 4 ET 5 AVRIL PARIS
- 12, 13 ET 14 JUIN EN LIGNE
- 26 ET 27 SEPT. À LYON

TARIFS

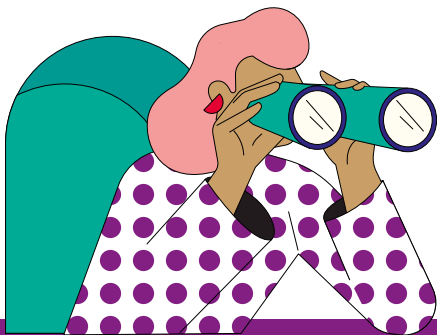
T1.....	820 € HT
T2.....	1 115 € HT
T3.....	1 470 € HT
T4.....	1 575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION



PROGRAMME
DÉTAILLÉ + PROFIL COMPLET
DES FORMATRICES ET
FORMATEURS SUR
WWW.CAP-COM.ORG



DONNER DE LA PERSPECTIVE À LA COMMUNICATION

fp_032 / fp_133

Intégrer les outils d'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle

NOUVEAU

OBJECTIFS

- _Appréhender le fonctionnement de l'IA
- _Savoir "communiquer" correctement avec les différents outils
- _Tester les outils d'IA utiles pour un communicant
- _Utiliser l'IA en comprenant ses avantages et ses limites

PROGRAMME

- _Comprendre le fonctionnement de l'IA : algorithmes, deep learning et IA génératives
- _Utiliser ces outils dans sa pratique quotidienne de communicant : choisir parmi ChatGPT, Bart, MidJourney, Firefly...
- _Rédiger un prompt efficace
- _Appréhender les limites de ces outils
- _Cas pratiques : créer des textes, générer des images et des illustrations, utiliser les assistants personnels

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

- 18 ET 19 JANV. EN LIGNE
- 14 MARS LYON
- 17 ET 18 SEPT. EN LIGNE
- 8 OCT. PARIS

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_002 / fp_092

Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence

OBJECTIFS

- _Définir une stratégie claire et bâtir un plan de communication adapté
- _Mieux intégrer les attentes des élus et des services, dans un dialogue réciproque
- _Piloter le suivi des actions, faciliter leur évaluation, communiquer sur les résultats

PRÉREQUIS

Avoir un plan de communication à réaliser et à partager
S'intéresser à l'organisation des collectivités territoriales

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

- 11 ET 12 MARS LYON
- 2, 3 ET 4 AVRIL EN LIGNE
- 17 ET 18 SEPT. LYON
- 18, 19 ET 20 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_004 / fp_124

Dynamiser la communication de son institution : cerner les enjeux, clarifier sa stratégie

OBJECTIFS

- _Prendre du recul et analyser ses pratiques en matière de conception et de conduite de projets en communication
- _Confronter ses pratiques à celles de ses pairs de façon constructive
- _Acquérir une méthodologie de projet rigoureuse en communication et la mettre en œuvre
- _Acquérir et/ou consolider une véritable réflexion stratégique en communication publique
- _Savoir animer cette réflexion en lien avec les décideurs, commanditaires et partenaires

PRÉREQUIS

S'intéresser à l'organisation et au pilotage des collectivités territoriales et des organismes publics
Mener une réflexion professionnelle autour de la communication publique et de ses enjeux en matière de positionnement

institutionnel et de service rendu aux usagers
Considérer les éléments communicationnels comme des facteurs de réussite pour toute conduite de changement et toute réussite de projet

PROGRAMME

- _Les enjeux de la fonction communication : image, positionnement, postures
- _Les mots-clés et leurs implications opérationnelles
- _Les étapes d'un projet : diagnostic, problématique, objectifs opérationnels, plan d'action, évaluation

FORMATEUR FABIEN BONNET

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 3, 4 ET 5 AVRIL PARIS
- 10, 11, 12 ET 13 JUIN EN LIGNE
- 13, 14 ET 15 NOV. LYON

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

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

3 CRÉDITS DE FORMATION



fp_001 / fp_089

Maîtriser la communication des collectivités locales : enjeux, acteurs et pratiques

OBJECTIFS

- _ Comprendre le fonctionnement des collectivités locales au regard de la communication
- _ Appréhender les enjeux de la communication publique
- _ Définir une méthodologie de travail, avec les collectivités locales ou en leur sein, en tant qu'élu, collaborateur d'élu ou en tant qu'agent ou prestataire

PRÉREQUIS

S'intéresser au fonctionnement des collectivités territoriales
Engager une démarche politique ou professionnelle sur la communication publique

PROGRAMME

- _ Organisation et fonctionnement des collectivités locales
- _ La communication des collectivités locales : positionnement, fonctions, métiers
- _ Les achats de prestation : marchés publics de communication, finances publiques
- _ Travailler dans ou avec les collectivités locales : les postures de communication, l'identification des bons interlocuteurs, les besoins de prestations

FORMATEUR LAURENT GRANGER

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

17, 18 ET 19 JANV. EN LIGNE
6 ET 7 JUIN LYON
16, 17 ET 18 OCT. EN LIGNE
25 ET 26 NOV. PARIS

T1.....820 € HT
T2.....1115 € HT
T3.....1470 € HT
T4.....1575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_008 / fp_117

Communiquer autour du projet et du bilan de mi-mandat

OBJECTIFS

- _ Savoir préparer et réaliser un bilan de mi-mandat au bon moment et avec méthode
- _ Concevoir une stratégie de communication innovante pour valoriser le bilan
- _ Apprendre à écrire et formaliser clairement son bilan et à le valoriser auprès des populations concernées
- _ Se servir du bilan pour se projeter et élaborer un projet actualisé

PRÉREQUIS

Être communicant en collectivité locale ou d'institutions soumises à des mandats électoraux

fp_050 / fp_091

Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale

OBJECTIFS

- _ Connaître le cadre légal de la démocratie participative
- _ Associer une démarche de communication à une démarche de participation citoyenne
- _ Coordonner et animer le projet global

PRÉREQUIS

Être désireux d'animer une communication publique participative

PROGRAMME

- _ La démocratie participative : contexte, enjeux et cadre légal
- _ Les facteurs clés de succès de la participation
- _ Le rôle du communicant
- _ Quels outils mobiliser et comment les mettre en œuvre ?

FORMATRICE SYLVIE BARNEZET

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

18 ET 19 MARS EN LIGNE
20 ET 21 JUIN PARIS
9, 10 ET 11 OCT. EN LIGNE
21 ET 22 NOV. LYON

T1.....820 € HT
T2.....1115 € HT
T3.....1470 € HT
T4.....1575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

PROGRAMME
DÉTAILLÉ + PROFIL COMPLET
DES FORMATRICES ET
FORMATEURS SUR
WWW.CAP-COM.ORG

PROGRAMME

- _ Qu'est-ce qu'un bilan de mi-mandat ?
- _ Préparer et écrire son bilan de mi-mandat
- _ Valoriser son bilan de manière innovante et efficace : plan de communication, messages clés, le choix des supports
- _ Se projeter vers l'avenir. Un bilan pour relancer la dynamique

FORMATEUR MARC THÉBAULT

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

18 ET 19 JANV. EN LIGNE
15 MARS PARIS
20 JUIN LYON

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

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
 - _Établir une stratégie propre à sa collectivité
 - _Mieux toucher les 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

➤ 31 JANV., 1^{ER} ET 2 FÉV. EN LIGNE
10 ET 11 JUIN PARIS
➤ 16, 17 ET 18 SEPT. EN LIGNE
17 ET 18 OCT. LYON

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

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 le projet de lancer ou d'améliorer son journal 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

8 FÉV. EN LIGNE
➤ 28 ET 29 MARS EN LIGNE
22 OCT. LYON
➤ 6 ET 7 NOV. EN LIGNE
25, 26 ET 27 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_049 / fp_094

Évaluer sa communication interne

- OBJECTIFS**
- _Évaluer sa stratégie ou ses outils de communication interne ou définir ses besoins pour faire appel à un prestataire spécialisé
 - _Définir des objectifs et des critères d'évaluation pertinents pour ses actions et outils de communication interne
 - _Être en capacité de créer quelques outils basiques d'évaluation de façon autonome

PRÉREQUIS

Être en charge d'actions ou d'outils de communication interne
Disposer de notions et connaissances pour l'élaboration d'une stratégie de communication interne

- PROGRAMME**
- _L'évaluation, pourquoi et comment
 - _Les objectifs d'évaluation
 - _Les principales techniques et outils d'évaluation
 - _Les conseils sur la mise en place et pour la réussite de l'évaluation
 - _Exemples et cas pratiques

FORMATEUR DIDIER RIGAUD - DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

11 ET 12 MARS LYON
➤ 24, 25 ET 26 JUIN EN LIGNE
26 ET 27 SEPT. PARIS
➤ 18, 19 ET 20 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_019 / 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 : 2 JOURS / 14H

TARIFS

➤ 18, 19 ET 20 MARS EN LIGNE
➤ 29, 30 ET 31 MAI EN LIGNE
➤ 27, 28 ET 29 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

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

PRÉREQUIS

- _ S'intéresser à l'organisation des collectivités territoriales
- _ Mener une réflexion professionnelle autour de la communication publique

PROGRAMME

- _ Maîtriser le cadre juridique de la communication institutionnelle : un service public, le droit d'expression des élus, les publications territoriales, la communication institutionnelle, les réseaux sociaux
- _ Sécuriser l'organisation de la communication publique : les modes de gestion, le financement de la communication publique

FORMATRICE **ROLANDE PLACIDI**

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

- 14 MARS LYON
- 13 ET 14 JUIN EN LIGNE
- 10 OCT. À PARIS
- 21 ET 22 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

PROGRAMME
DÉTAILLÉ + PROFIL COMPLET
DES FORMATRICES ET
FORMATEURS SUR
WWW.CAP-COM.ORG

fp_014 / fp_128

Réseaux sociaux : cadre légal et rappel des limites pour les fonctionnaires

OBJECTIFS

- _ Connaître le cadre juridique de la communication publique appliquée aux réseaux sociaux
- _ Maîtriser son application à tous les supports du websocial
- _ Être en capacité de sensibiliser tout agent public sur ses obligations sur les réseaux sociaux (en communication interne)

PRÉREQUIS

- Être engagé dans la communication sur les réseaux sociaux d'une collectivité territoriale ou administration publique

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

PRÉREQUIS

- _ S'intéresser à l'organisation des collectivités territoriales
- _ Mener une réflexion professionnelle autour de la communication publique

PROGRAMME

- _ Les caractéristiques de la propriété intellectuelle
- _ Les droits accordés par le droit d'auteur : droits moraux et patrimoniaux, les exceptions, la création des agents publics, les infractions
- _ 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 : l'autorisation d'utilisation ou d'exploitation, la protection de l'image, les exceptions

FORMATEUR **ARNAUD PÉLISSIER**

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 8 ET 9 FÉV. EN LIGNE
- 3 JUIN LYON
- 19 ET 20 SEPT. EN LIGNE
- 30 SEPT. ET 1^{ER} OCT. LYON
- 18 NOV. PARIS

- T1.....820 € HT
- T2.....1115 € HT
- T3.....1470 € HT
- T4.....1575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

NOUVEAU

PROGRAMME

- _ Les règles de déontologie applicables aux fonctionnaires : devoir de réserve, obligations de discrétion et de secret professionnel
- _ Le cadre général de ces limites appliqué aux réseaux sociaux

FORMATRICE **ROLANDE PLACIDI**

DATES : 1 JOUR / 7H

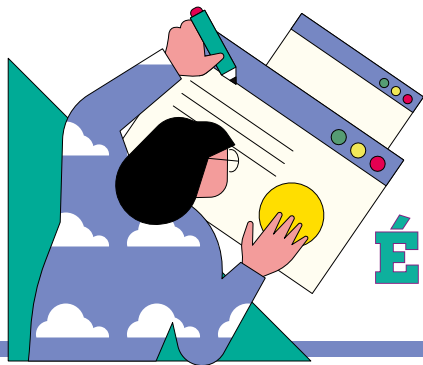
TARIFS

- 16 MAI PARIS
- 19 ET 20 SEPT. EN LIGNE
- 15 NOV. LYON

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION



AMÉLIORER L'ORGANISATION ÉDITORIALE DE L'INFORMATION

fp_025 / fp_074

Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ?

OBJECTIFS

- _Établir des objectifs de production et de diffusion des contenus
- _Créer un planning éditorial intégrant print, web et réseaux sociaux
- _Choisir les formats éditoriaux pertinents
- _Établir un écosystème éditorial cohérent, souple et évolutif

PRÉREQUIS

S'intéresser à l'organisation des collectivités territoriales
Mener une réflexion plurimédia sur la production et la diffusion de ses contenus rédactionnels

PROGRAMME

- _Les synergies web / papier
- _Gérer le bimédia : complémentarités, planning éditorial, reverse publishing
- _Les spécificités du web : référencement, engagement, interactivité
- _S'organiser en information plurimédia
- _Réseaux sociaux
- _Cas pratique : créer le planning éditorial plurimédia d'un événement

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

- 5, 6 ET 7 FÉV. EN LIGNE
- 18 ET 19 MARS LYON
- 17, 18 ET 19 JUIN EN LIGNE
- 26 ET 27 SEPT. PARIS
- 6, 7 ET 8 NOV. EN LIGNE
- 12, 13 ET 14 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

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
- _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, réseaux sociaux : quelle articulation efficace ? »
Bénéficier d'une autonomie de communication sur les réseaux sociaux vis-à-vis de la gouvernance de son institution

PROGRAMME

- _Les différentes temporalités de publication
- _La conférence de rédaction : composition, fréquence, animation
- _Les outils pour une organisation transverse
- _L'analyse de ses facteurs clés de succès : "test and learn", tableau de bord

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

- 25 ET 26 JANV. EN LIGNE
- 4 AVRIL PARIS
- 14 ET 15 OCT. EN LIGNE
- 13 NOV. LYON

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_012 / fp_113

Créer et animer un réseau de correspondants pour dynamiser sa communication

OBJECTIFS

- _Acquérir une méthodologie pour organiser et animer un réseau de correspondants
- _Co-produire la communication de son institution
- _Garantir la cohérence des messages et des projets
- _Savoir trouver des ressources en dehors du service communication

PRÉREQUIS

Avoir pour mission la construction d'un réseau de correspondants de communication ou l'évolution d'un réseau existant

PROGRAMME

- _Quand et pourquoi mettre en place un réseau de correspondants : système d'information, communication numérique, messages cohérents
- _Clarifier ses missions en tant qu'animateur : cadrage, formation, animation
- _Organiser son réseau de correspondants : recrutement, planification, missions
- _Cas pratiques

FORMATRICE CÉCILE STAROZ

DATES : 1 JOUR / 7H

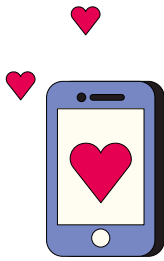
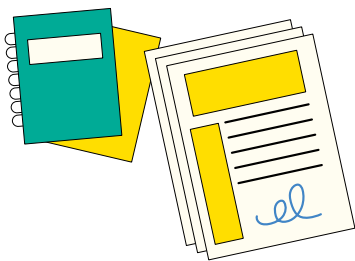
TARIFS

- 25 JANVIER À PARIS
- 28 ET 29 MARS EN LIGNE
- 17 ET 18 JUIN EN LIGNE
- 11 OCTOBRE À LYON

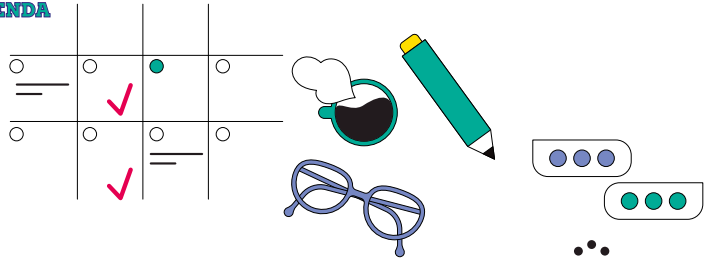
- | | |
|---------|----------|
| T1..... | 490 € HT |
| T2..... | 650 € HT |
| T3..... | 820 € HT |
| T4..... | 870 € HT |

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION



AGENDA



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

TARIFS

1^{ER} ET 2 FÉV. LYON

27, 28 ET 29 MAI EN LIGNE

12, 13 ET 14 JUIN EN LIGNE

28 ET 29 NOVEMBRE PARIS

T1..... 820 € HT

T2..... 1 115 € HT

T3..... 1 470 € HT

T4..... 1 575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_090 / fp_123

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

NOUVEAU

OBJECTIFS

- _ Développer une communication créative et pertinente
- _ Identifier les codes des nouveaux récits et du storytelling
- _ Concevoir sa propre narration pour accompagner ses actions de communication
- _ Apprendre à analyser, définir et raconter son territoire et ses projets

PRÉREQUIS

Être en charge de projets de narration : stratégiques, éditoriaux, marketing territorial

PROGRAMME

- _ Introduction à la mise en récit : les fonctions de la narration, la rhétorique, la fiction occidentale, éthique et narration
- _ Concevoir sa propre narration
- _ Mettre en œuvre la narration de son territoire et ses projets : stratégie éditoriale, feuille de route

FORMATRICE SYLVIE BOUTAUDOU

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

18 ET 19 MARS PARIS

20 ET 21 JUIN 2024 LYON

16 ET 17 SEPTEMBRE PARIS

19, 20 ET 21 NOV. EN LIGNE

T1..... 820 € HT

T2..... 1 115 € HT

T3..... 1 470 € HT

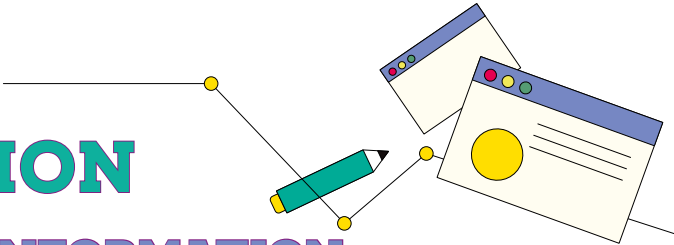
T4..... 1 575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

PROGRAMME
DÉTAILLÉ + PROFIL COMPLET
DES FORMATRICES ET
FORMATEURS SUR
WWW.CAP-COM.ORG

AMÉLIORER L'ORGANISATION ÉDITORIALE DE L'INFORMATION



fp_022 / fp_100

Améliorer le rapport texte-image de son journal

OBJECTIFS

- _ Diagnostiquer les axes d'amélioration de son journal ou de son magazine
- _ Améliorer la lisibilité et l'attractivité de son journal ou de son magazine
- _ Maîtriser l'ensemble des codes graphiques de sa publication
- _ Affirmer la pertinence et la singularité du projet éditorial

PRÉREQUIS

Avoir déjà repéré quelques points d'amélioration à réaliser sur sa publication
Avoir des connaissances sur les paramètres de variables de mise en forme du texte (typographie, justification, niveaux de lecture...) et du visuel (codes visuels, couleurs, lumière, images, signes...)

PROGRAMME

- _ Maîtriser la communication visuelle de son journal : territoires visuels, chemins de fer pertinents, niveaux de lecture, maquette
- _ Trouver la singularité du rapport texte-image de son journal : erreurs à éviter
- _ Savoir démarquer sa Une

FORMATRICE LAURE PRÉDINE

DATES : 3 JOURS / 21H	TARIFS	CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)
2, 3, 4 ET 5 AVRIL EN LIGNE	T1.....1 135 € HT	3 CRÉDITS DE FORMATION
27, 28 ET 29 MAI PARIS	T2.....1 575 HT	
	T3.....1 985 € HT	
	T4.....2 205 € HT	

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

Pratiquer l'écrit dans son quotidien professionnel

PROGRAMME

- _ Pourquoi évaluer et mesurer ?
- _ Inscrire l'évaluation dans une stratégie globale : objectifs, critères, charte éditoriale
- _ Les techniques d'évaluation : quanti, quali, tableaux de bord, enseignements

FORMATEUR DIDIER RIGAUD-DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H	TARIFS	CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)
24, 25 ET 26 AVRIL EN LIGNE	T1.....820 € HT	2 CRÉDITS DE FORMATION
8 ET 9 JUIL. LYON	T2.....1 115 € HT	
3 ET 4 OCT. PARIS	T3.....1 470 € HT	
28, 29 ET 30 OCT. EN LIGNE	T4.....1 575 € HT	





MAÎTRISER LES USAGES NUMÉRIQUES

fp_031 / fp_075

Écrire pour le web et piloter le cycle de vie de ses contenus

OBJECTIFS

- _ Écrire mieux, plus facilement et plus efficacement sur le web
- _ Répondre aux besoins en information de ses publics
- _ Améliorer sa présence sur le web, avec une image cohérente
- _ Faire le tri dans la pléthore d'outils et de contenus pour mettre en place un dispositif de communication efficace et simple

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 : écriture web, langage clair, UX et Falc
- _ Règles d'or pour une écriture efficace
- _ Écrire vite et bien : écriture journalistique, écriture efficace
- _ Écrire pour être vu : travailler le référencement naturel
- _ Penser sa stratégie de contenus
- _ Construire sa ligne éditoriale : objectifs et cibles
- _ Mieux s'organiser en équipe avec des outils pratiques

FORMATRICE FERRÉOLE LESPINASSE

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

30, 31 JANV. ET 1^{ER}, 2 FÉV. EN LIGNE
21 ET 22 MARS PARIS
24, 25, 26 ET 27 SEPT. EN LIGNE
7 ET 8 NOV. LYON

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_006 / fp_081

Utiliser X (anciennement Twitter) pour les collectivités

OBJECTIFS

- _ Positionner X au sein du panorama des réseaux sociaux
- _ Savoir utiliser et optimiser un profil X
- _ Mettre en place un plan de communication institutionnelle sur X
- _ Évaluer sa communication

PRÉREQUIS

Savoir utiliser les fonctionnalités de base des réseaux sociaux
Avoir défini ses besoins de communication sur un réseau professionnel
S'intéresser à l'organisation des collectivités territoriales
Mener une réflexion professionnelle autour de la communication publique

PROGRAMME

- _ Positionner X dans le panorama des réseaux sociaux
- _ Comprendre et utiliser X : microblogging, bonnes pratiques, optimiser sa présence
- _ Quiz interactif
- _ Cas pratiques : mise en place d'une stratégie de communication sur X

FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

23 JANV. PARIS
8 ET 9 AVRIL EN LIGNE
27 SEPT. LYON
25 ET 26 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_007 / fp_121

Utiliser Facebook pour les collectivités

OBJECTIFS

- _ Positionner Facebook au sein du panorama des réseaux sociaux
- _ Savoir utiliser et optimiser un profil Facebook
- _ Mettre en place un plan de communication institutionnelle sur Facebook
- _ Évaluer sa communication

PRÉREQUIS

Savoir utiliser les fonctionnalités de base des réseaux sociaux
Avoir défini ses besoins de communication sur un réseau professionnel
S'intéresser à l'organisation des collectivités territoriales
Mener une réflexion professionnelle autour de la communication publique

PROGRAMME

- _ Positionner Facebook dans le panorama des réseaux sociaux
- _ Animer une page Facebook : bonnes pratiques et analyse de sa présence
- _ Quiz interactif
- _ Cas pratiques : mise en place d'une stratégie de communication sur Facebook

FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

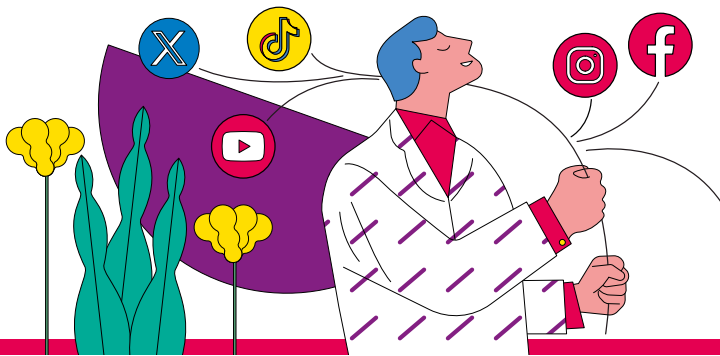
25 ET 26 MARS EN LIGNE
11 JUIN PARIS
8 OCT. LYON
14 ET 15 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

MAÎTRISER LES USAGES NUMÉRIQUES



fp_061 / fp_087

Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn

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 sur LinkedIn

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 : positionnement, enjeux
- _Utiliser LinkedIn
- _Animer une page de marque
- _Quiz
- _Évaluer sa communication sur LinkedIn
- _Mettre en place un plan de communication institutionnelle avec LinkedIn
- _Cas pratiques : exercices de post, audit de pages

FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

26 JANV. PARIS

23 ET 24 MAI EN LIGNE

9 ET 10 OCT. EN LIGNE

22 NOV. LYON

T1.....515 € HT

T2.....685 € HT

T3.....860 € HT

T4.....915 € HT

1 CRÉDIT DE FORMATION

fp_028 / fp_076

Construire sa stratégie digitale et réussir sa présence sur les réseaux sociaux

OBJECTIFS

- _Mettre en place une stratégie digitale et les documents de cadrage nécessaires
- _Savoir rédiger pour le web : site web et principaux réseaux sociaux
- _Définir son écosystème digital pertinent
- _Évaluer sa présence et mesurer sa performance sur les réseaux sociaux

PRÉREQUIS

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

fp_067 / fp_080

Définir et animer sa stratégie éditoriale sur Instagram

OBJECTIFS

- _Clarifier ses objectifs de communication sur Instagram, au bénéfice de la relation aux usagers et citoyens
- _Découvrir et savoir utiliser les fonctionnalités Instagram
- _Créer, utiliser et optimiser un profil institutionnel
- _Mettre en place une stratégie institutionnelle sur Instagram

PRÉREQUIS

Savoir utiliser les fonctionnalités de base des réseaux sociaux

PROGRAMME

- _Les enjeux de prise de parole institutionnelle sur Instagram
- _Savoir créer, utiliser et optimiser un profil institutionnel : bonnes pratiques, stories, conversation et repost
- _Cas pratique : de la captation à la publication
- _Mettre en place un plan de communication institutionnelle
- _Évaluer sa communication sur Instagram

FORMATEUR ANTHONY ROCHAND

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

12 ET 13 FÉV. EN LIGNE

5 AVRIL LYON

30 SEPT. ET 1^{ER} OCT. EN LIGNE

18 NOV. PARIS

T1.....515 € HT

T2.....685 € HT

T3.....860 € HT

T4.....915 € HT

1 CRÉDIT DE FORMATION

PROGRAMME DÉTAILLÉ + PROFIL COMPLET DES FORMATRICES ET FORMATEURS SUR WWW.CAP-COM.ORG

FORMATEUR FRANCK CONFINO

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

12, 13 ET 14 MARS EN LIGNE

15, 16 ET 17 MAI EN LIGNE

23, 24 ET 25 OCT. EN LIGNE

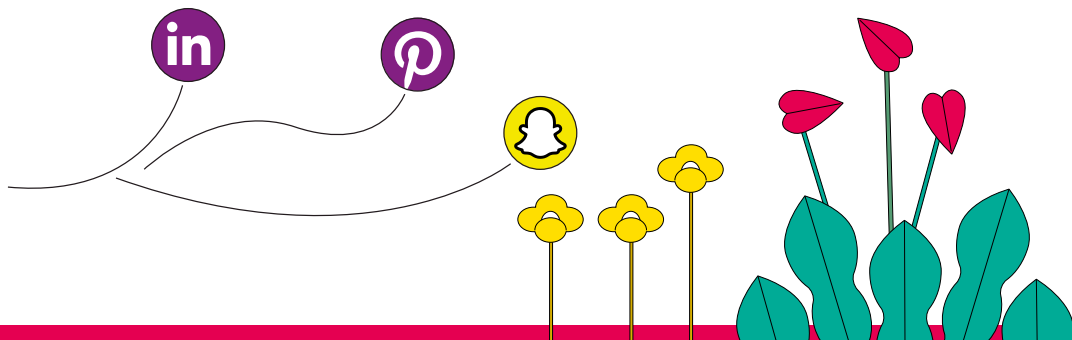
T1.....820 € HT

T2.....1 115 € HT

T3.....1 470 € HT

T4.....1 575 € HT

2 CRÉDITS DE FORMATION



fp_029 / fp_079

Maîtriser le community management et la conversation multicanale

OBJECTIFS

- _Renouveler ses lignes éditoriales
- _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, Twitter, Youtube, Instagram

PRÉREQUIS

Avoir une stratégie digitale formalisée ou avoir suivi la formation « Construire sa stratégie digitale et réussir sa présence sur les réseaux sociaux »

PROGRAMME

- _Les enjeux du community management
- _Qui sont les community managers ?
- _Faire vivre son plan éditorial et co-construire sa stratégie de contenus
- _Maîtriser les fondamentaux de la rédaction web
- _Maîtriser les codes du web social et l'art de la conversation
- _Connaître les fonctionnalités essentielles et techniques rédactionnelles des principaux médias sociaux
- _Ateliers et cas pratiques

FORMATEUR FRANCK CONFINO

DATES : 2 JOURS / 14H

- 24, 25 ET 26 JANV. EN LIGNE
- 26, 27 ET 28 JUIN EN LIGNE
- 13, 14 ET 15 NOV. EN LIGNE

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 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
Se munir d'exemples de sujet d'infographies à traiter en motion design

fp_024 / fp_122

Concevoir et utiliser une infographie

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

PRÉREQUIS

Avoir un niveau débutant à confirmé sur Illustrator

PROGRAMME

- _Infographie ou datavisualisation ?
- _Du crayonné à l'infographie
- _Le traitement des sujets de la communication publique : budget, compétences, cartographie, pédagogie
- _Cas pratiques
- _Passerelle vers le motion design : transformer une infographie en un film d'animation

FORMATEURS

ANITA DEMBINSKI ET GUILLAUME DUCHAYNE

DATES : 2 JOURS / 14H

- 14 ET 15 MARS LYON
- 10, 11 ET 12 JUIN EN LIGNE
- 10 ET 11 OCT. PARIS
- 25, 26 ET 27 NOV. EN LIGNE

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

PROGRAMME

- _Concevoir une infographie animée étape par étape : conception, mood-board, séquencier, voix-off, story-board, réalisation, suivi
- _Cas pratiques : analyse critique, réalisation de story-board
- _Initiation au motion design sous After Effects
- _Exercices pratiques : effets de vitesse, animation, introduction à la 3D sous After effects

FORMATEURS

ANITA DEMBINSKI ET RICHARD MAHOUEAUX

DATES : 2 JOURS / 14H

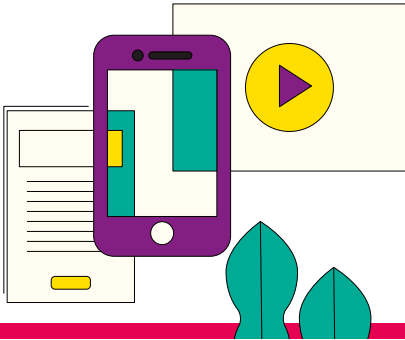
- 5, 6, 7 ET 8 FÉV. EN LIGNE
- 26, 27 ET 28 MARS LYON
- 1^{ER}, 2, 3 ET 4 OCT. EN LIGNE
- 27, 28 ET 29 NOV. PARIS

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION



fp_026 / fp_101

Concevoir et améliorer sa newsletter

OBJECTIFS

_Clarifier la pertinence de sa newsletter dans son dispositif d'information

_Savoir définir son projet éditorial

_Organiser et animer son équipe rédactionnelle

_Évaluer la performance de sa newsletter

PRÉREQUIS

Avoir un projet de création ou de refonte de newsletter

PROGRAMME

_Une newsletter pour quoi faire ?

_Définir son projet éditorial

_À qui et quand diffuser ?

_Organiser son comité de rédaction

_Évaluer sa newsletter

FORMATRICE ESTELLE DUMOUT

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

25 ET 26 MARS EN LIGNE

27 JUIN PARIS

3 ET 4 OCT. EN LIGNE

14 NOV. 2023 LYON

T1.....820 € HT

T2.....1 115 € HT

T3.....1 470 € HT

T4.....1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

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

_Définir un projet audio/radio pertinent adapté à son institution

_Éditorialiser ses contenus audio dans sa communication institutionnelle (interne ou externe)

_Savoir produire - ou faire produire - et diffuser des contenus audio

_Comprendre concrètement comment fonctionne le podcast audio

PRÉREQUIS

Être en charge des publications web de son institution

Inscrire son projet audio dans une programmation de long terme

fp_054 / fp_077

Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone

OBJECTIFS

_Concevoir une vidéo d'information (type reportage), une vidéo pédagogique ou une vidéo de promotion dans une campagne de communication

_Savoir filmer/enregistrer une interview professionnelle avec plusieurs valeurs de plan et un microphone externe

_Monter une vidéo avec une application gérant plusieurs pistes vidéo

_Savoir réaliser un live sur les réseaux sociaux

PRÉREQUIS

Posséder un smartphone de milieu ou haut de gamme de moins de 3 ans

PROGRAMME

_Régler son smartphone

_Maîtriser la prise de vue

_Pratiquer le storytelling

_Optimiser et exploiter les productions

FORMATEUR LAURENT CLAUSE

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

25 ET 26 JANV. PARIS

13, 14 ET 15 MARS EN LIGNE

29, 30 ET 31 MAI EN LIGNE

26 ET 27 SEPT. LYON

27, 28 ET 29 NOV. EN LIGNE

T1.....820 € HT

T2.....1 115 € HT

T3.....1 470 € HT

T4.....1 575 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

2 CRÉDITS DE FORMATION

fp_044 / fp_132

PROGRAMME D'APPROFONDISSEMENT

NOUVEAU

Perfectionner ses vidéos : production, réalisation, diffusion

20 ET 21 JUIN EN LIGNE 3 ET 4 OCT. EN LIGNE

PROGRAMME

_Identifier les atouts spécifiques des contenus audio

_Intégrer des contenus audio dans sa communication institutionnelle

_Produire et diffuser ses contenus audio : produire ou externaliser, réaliser une interview, un journal, un programme radio

_Diffuser sur le web : les plateformes de podcasts

FORMATRICE MÉLANIE ANTOINE

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

18 ET 19 MARS EN LIGNE

18 ET 19 AVRIL EN LIGNE

31 MAI PARIS

26 ET 27 SEPT. EN LIGNE

26 NOV. LYON

T1.....515 € HT

T2.....685 € HT

T3.....860 € HT

T4.....915 € HT

CAP'COM INTÉGRAL (voir p5)

1 CRÉDIT DE FORMATION



PROFESSIONNALISER SES PRATIQUES ET MAÎTRISER LES OUTILS

fp_056 / fp_105

Planifier sa communication en situation sensible ou en temps de crise

OBJECTIFS

- _ Mettre en place les dispositifs et moyens permettant de mieux anticiper une situation de crise
- _ Savoir réagir face à une situation de crise médiatique
- _ Gérer les différentes phases d'une situation de crise
- _ Organiser une stratégie de communication – interne et externe – permettant de développer une culture du risque au sein de sa structure

PRÉREQUIS

S'intéresser à l'organisation des collectivités territoriales
Mener une réflexion professionnelle autour de la communication publique

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
- _ Cas pratiques : nombreux exemples et mises en situation

FORMATEUR DIDIER RIGAUD - DUBAA

DATES : 2 JOURS / 14H

TARIFS

25 ET 26 JANV. PARIS
15, 16 ET 17 MAI EN LIGNE
7 ET 8 OCT. LYON
13, 14 ET 15 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

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 : la gestion de projet
- _ Coopérer à l'interne (service communication, autres services) et à l'externe (partenaires) et piloter à l'externe (prestataires)

PRÉREQUIS

Occuper ou rejoindre un poste de gestion de projets dans le service communication d'une collectivité locale
Souhaiter conforter sa position et sa trajectoire professionnelle

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

FORMATEUR LAURENT GRANGER

DATES : 1 JOUR / 7H

TARIFS

18 ET 19 MARS EN LIGNE
18 ET 19 AVRIL EN LIGNE
30 MAI PARIS
19 ET 20 SEPT. EN LIGNE
15 NOV. LYON

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_003 / fp_088

Évaluer la performance de sa communication et la piloter

OBJECTIFS

- _ Acquérir une culture de l'évaluation et ses techniques de base
- _ Évaluer pour améliorer la performance de sa communication
- _ Évaluer pour piloter l'allocation de ses moyens (temps passé et budget)

PRÉREQUIS

Maîtriser la stratégie de communication et la gestion de projet
S'engager pour l'ambition citoyenne des collectivités territoriales
Mener une réflexion professionnelle autour de la communication publique

PROGRAMME

- _ L'évaluation en communication : les fondamentaux
- _ Choisir une méthode adaptée à son institution
- _ Techniques d'études
- _ Mesurer l'efficacité de ses actions avec des outils simples
- _ Exploiter son évaluation

FORMATEUR PIERRE CHAVONNET

DATES : 2 JOURS / 14H

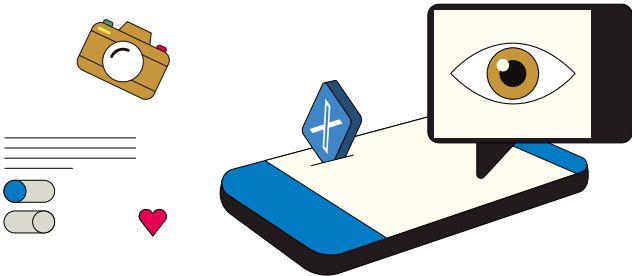
TARIFS

12, 13 ET 14 MARS EN LIGNE
10 ET 11 JUIN PARIS
30 SEPT. ET 1ER OCT. LYON
19, 20 ET 21 NOV. EN LIGNE

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION



fp_039 / fp_102

Réussir sa concertation : concevoir, mobiliser, animer, écouter, restituer, décider

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...
- _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

27 ET 28 MARS PARIS

19 ET 20 SEPT. LYON

6, 7 ET 8 NOV. EN LIGNE

TARIFS

T1.....820 € HT

T2.....1 115 € HT

T3.....1 470 € HT

T4.....1 575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_055

Développer sa créativité photographique pour sa communication

OBJECTIFS

- _Réaliser des photographies de qualité, exploitables, quel que soit le contexte
- _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 un patrimoine visuel réutilisable sur une longue durée (photothèque)
- _Préparation des images destinées au print
- _Connaître et utiliser les logiciels de post production photographique
- _Maîtriser les différents appareils et outils : smartphone, appareil photo, objectif, flash

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
- _L'anticipation du cadrage
- _Traitement des images : retouche et mise en ligne sur les réseaux

FORMATEUR THIERRY CHENU

DATES : 2 JOURS / 14H

1^{ER} ET 2 FÉV. PARIS

23 ET 24 MAI LYON

10 ET 11 JUIN PARIS

14 ET 15 OCT. LYON

TARIFS

T1.....820 € HT

T2.....1 115 € HT

T3.....1 470 € HT

T4.....1 575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_037 / fp_086

Libérer sa créativité dans les affiches et les flyers

OBJECTIFS

- _Acquérir une méthodologie pour réaliser soi-même ses affiches et ses flyers
- _Se familiariser avec les notions élémentaires de la sémiologie pour gagner en cohérence et éviter les contresens
- _Bien préparer ses fichiers pour l'impression et mieux connaître la chaîne graphique

PRÉREQUIS

Connaître les fonctionnalités de bases de Photoshop : calques, ajouts de texte, exports
Connaître les fonctionnalités de Indesign ou avoir quelques bases de mise en page (choix de caractère, de corps, de justification, d'interlignage, hiérarchisation de l'information)
Avoir déjà utilisé Photoshop ou Indesign pour réaliser des affiches ou flyers

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
- _Atelier pratique : analyse et créations

FORMATRICE LAURE PRÉDINE

DATES : 2 JOURS / 14H

11 ET 12 MARS PARIS

10, 11 ET 12 JUIN EN LIGNE

21, 22 ET 23 OCT. EN LIGNE

12 ET 13 NOV. LYON

TARIFS

T1.....820 € HT

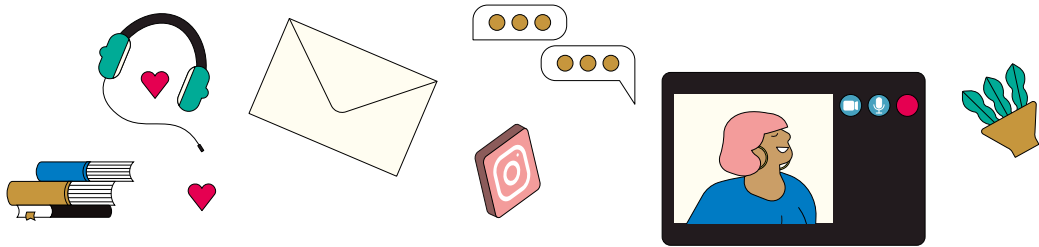
T2.....1 115 € HT

T3.....1 470 € HT

T4.....1 575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

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
- _ Comprendre les relations presse
- _ Concevoir des actions/outils de relations presse
- _ Appréhender l'impact du web sur les relations avec les journalistes
- _ Accompagner les élus de sa collectivité dans leur médiatisation

PRÉREQUIS

Avoir une mission liée aux relations presse dans sa fiche de poste

PROGRAMME

- _ La place des relations presse dans la communication de sa collectivité
- _ Comment définir une stratégie de relations presse ?
- _ Quelles relations avec les journalistes ?
- _ Optimiser son plan d'action et ses outils de relations presse

FORMATRICE MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

17, 18 ET 19 JANV. EN LIGNE
21 ET 22 MARS LYON
26, 27 ET 28 JUIN EN LIGNE
27, 28 ET 29 NOV. EN LIGNE
28 ET 29 NOV. PARIS

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

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 cohérent pour sa collectivité
- _ Identifier les bons influenceurs
- _ S'approprier les réseaux sociaux pour toucher journalistes et influenceurs

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en relations presse
Maîtriser les réseaux sociaux

PROGRAMME

- _ S'appuyer sur le web pour renforcer ses relations presse
- _ Mettre en place une stratégie de relations bloggeurs influenceurs
- _ De l'influence des élus (et des directions) sur les réseaux sociaux
- _ Mise en application et exercices pratiques

FORMATRICES

LAURÈNE SORBA ET MARIE TISSIER

DATES : 2 JOURS / 14H

31 JANV. ET 1ER, 2 FÉV. EN LIGNE
23 ET 24 MAI LYON
17 ET 18 OCT. PARIS

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

PROGRAMME
DÉTAILLÉ + PROFIL COMPLET
DES FORMATRICES ET
FORMATEURS SUR
WWW.CAP-COM.ORG

fp_046 / fp_108

Réussir le protocole territorial

OBJECTIFS

- _ Gérer une inauguration, une cérémonie patriotique dans les règles de l'art
- _ Savoir inviter et recevoir en respectant les règles du protocole
- _ Être à l'aise avec les règles essentielles du savoir-vivre

PRÉREQUIS

Mener des projets de communication en collectivité territoriale

PROGRAMME

- _ Le protocole : règles, usages et savoir-vivre
- _ Courriers et invitations
- _ Mieux gérer l'accueil d'une collectivité
- _ Inaugurations et manifestations
- _ Manifestations officielles et cérémonies patriotiques
- _ Exercices d'applications

FORMATEUR FABRICE JOBARD

DATES : 1 JOUR / 7H

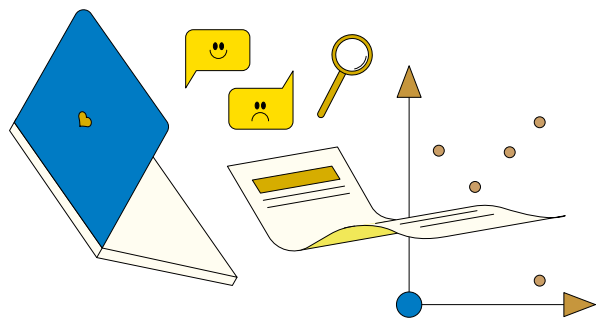
7 ET 8 FÉV. EN LIGNE
28 MARS LYON
21 ET 22 NOV. EN LIGNE

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION



fp_052 / fp_111

Relations usagers : gérer l'impact d'une GRU sur la communication, les équipes et les usagers

OBJECTIFS

- _Appréhender les dernières évolutions législatives et réglementaires sur les relations entre usagers et administration
- _Cerner les enjeux de la communication dans un projet de GRU, notamment autour de l'accompagnement des usagers
- _Identifier les risques et conditions de réussite

PRÉREQUIS

Être en poste dans une collectivité territoriale ou un établissement public
Être mobilisé dans un projet de GRU ou d'optimisation de la relation avec les usagers

PROGRAMME

- _La relation avec les usagers aujourd'hui
- _GRU : l'importance de la communication dans la réussite du projet : accompagnement usagers et équipes, site internet
- _Étude de cas

FORMATRICE CLÉMENCE PATIN

DATES : 1 JOUR / 7H

21 ET 22 MARS EN LIGNE
19 ET 20 SEPT. EN LIGNE
7 NOV. PARIS

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

fp_030 / fp_129

Révéler son territoire pour ancrer sa communication institutionnelle

OBJECTIFS

- _Apprendre à analyser, définir et présenter son territoire
- _Mener une stratégie territoriale ancrée, en lien avec ce qu'est le territoire et ses acteurs, et véritablement discriminante
- _Élargir son champ de compétences
- _Enrichir ses ressources théoriques

PRÉREQUIS

S'intéresser au potentiel du marketing territorial, aux politiques d'attractivité

fp_047 / fp_110

Mettre en place une démarche de marketing territorial

OBJECTIFS

- _Engager une réflexion sur l'attractivité de son territoire
- _Adopter une approche marketing pour développer les politiques publiques
- _Apprendre à utiliser les outils du marketing territorial et mettre en place une méthodologie adaptée
- _Organiser le jeu collectif des acteurs territoriaux
- _Inscrire la démarche d'attractivité dans un processus d'amélioration continue

PRÉREQUIS

S'intéresser au développement des territoires

PROGRAMME

- _Introduction au marketing territorial
- _Les étapes essentielles d'une démarche de marketing territorial : se préparer, se lancer, animer pour déployer et pérenniser
- _La place de la communication dans les démarches de marketing territorial
- _Cas pratiques et exemples de stratégies et d'actions de marketing territorial

FORMATRICES

ANNE MIRIEL OU ANAÏS HERNOT

DATES : 1 JOUR / 7H

20 ET 21 MARS EN LIGNE
28 MAI PARIS
9 ET 10 OCT. EN LIGNE
22 NOV. LYON

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDIT DE
FORMATION

PROGRAMME
DÉTAILLÉ + PROFIL COMPLET
DES FORMATRICES ET
FORMATEURS SUR
WWW.CAP-COM.ORG

NOUVEAU

PROGRAMME

- _Les codes du texte et de l'image
- _Évolution historique de la compublique
- _Révéler son territoire
- _Bases méthodologiques du marketing territorial

FORMATEUR MARC THÉBAULT

DATES : 1 JOUR / 7H

26 MARS LYON
6 ET 7 JUIN EN LIGNE
10 OCT. PARIS
7 ET 8 NOV. EN LIGNE

TARIFS

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

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

1 CRÉDITS DE
FORMATION



DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES INDIVIDUELLES

fp_040 / fp_130

Utiliser l'intelligence collective pour co-construire une démarche projet

NOUVEAU

OBJECTIFS

- _Acquérir une méthodologie pour la mise en place d'un projet collaboratif
- _Identifier les typologies de projets collaboratifs : internes ou externes, projet d'équipe, projets multi-acteurs, projet de territoire ...
- _Savoir concevoir et mener des ateliers collaboratifs
- _Être capable de mener une démarche collaborative
- _Savoir mener une démarche jusqu'à un livrable

PRÉREQUIS

S'intéresser aux démarches collaboratives
Mener une réflexion professionnelle autour des projets publics
Intervenir dans le cadre de projets collaboratifs ou avoir validé que son institution était mûre pour engager des démarches collaboratives

PROGRAMME

- _Comprendre les usages et intérêts des démarches d'innovation collaborative et identifier les étapes
- _Concevoir et animer les étapes de la co-conception
- _Communiquer autour de la démarche, en amont, pendant et à l'issue
- _Évaluer et valoriser la démarche
- _Identifier les facteurs de réussite et les indicateurs
- _Évaluer les résultats en fonction des objectifs
- _Valoriser les bénéfices
- _Cas pratiques

FORMATRICE JUDITH SAMAIN

DATES : 2 JOURS / 14H

25 ET 26 MARS EN LIGNE
3, 4 ET 5 JUIN EN LIGNE
7 ET 8 OCT. PARIS
28 ET 29 NOV. LYON

TARIFS

T1.....820 € HT
T2.....1115 € HT
T3.....1470 € HT
T4.....1575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION

fp_064 / fp_099

Réussir ses prises de paroles par les techniques théâtrales

OBJECTIFS

- _Maîtriser son trac et développer sa confiance en soi
- _Soigner son expression orale et son élocution
- _Développer sa capacité à convaincre
- _Construire son discours pour présenter un projet ou une idée en public

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

- _Introduction autour des techniques théâtrales
- _Le rôle
- _Le texte
- _La représentation
- _Exercices pratiques empruntés au théâtre

FORMATEUR LUC CHAMBON

DATES : 2 JOURS / 14H

29, 30 ET 31 JANV. EN LIGNE
28 ET 29 MAI PARIS
9 ET 10 OCT. LYON
19, 20 ET 21 NOV. EN LIGNE

TARIFS

T1.....820 € HT
T2.....1115 € HT
T3.....1470 € HT
T4.....1575 € HT

CAP'COM
INTÉGRAL
(voir p5)

2 CRÉDITS DE
FORMATION



EN UN COUP D'ŒIL

LES THÈMES, LES DATES, LES LIEUX

JANVIER				
fp_106	Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité	mer. 17 / jeu. 18 / ven. 19		21
fp_089	Maîtriser la communication des collectivités locales : enjeux, acteurs, pratiques	mer. 17 / jeu. 18 / ven. 19		9
fp_133	Intégrer les outils de l'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle	jeu. 18 / ven. 19		8
fp_117	Communiquer autour du projet et du bilan de mi-mandat	jeu. 18 / ven. 19		9
fp_109	Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable	lun. 22 / mar. 23 / mer. 24		6
fp_115	Adapter sa communication en direction des usagers et favoriser l'inclusion numérique	lun. 22 / mar. 23 / mer. 24		6
fp_006	Utiliser X (anciennement Twitter) pour les collectivités	mar. 23	Paris	15
fp_079	Maîtriser le community management et la conversation multicanale	mer. 24 / jeu. 25 / ven. 26		17
fp_012	Créer et animer un réseau de correspondants pour dynamiser sa communication	25 janvier	Paris	12
fp_096	Concevoir un planning éditorial plurimédia cohérent	jeu. 25 / ven. 26		12
fp_054	Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone	jeu. 25 / ven/ 26	Paris	18
fp_056	Planifier sa communication en situation sensible ou temps de crise	jeu. 25 / ven. 26	Paris	19
fp_061	Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn	ven. 26	Paris	16
fp_099	Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales	lun. 29 / mar. 30 / mer. 31		23
fp_075	Écrire pour le web et piloter le cycle de vie de ses contenus	30 janv. au 2 fév.		15
fp_093	Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne	31 janv. au 2 fév.		10
fp_107	Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité	31 janv. au 2 fév.		21
FÉVRIER				
fp_021	Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique	jeu. 1 ^{er} / ven. 2	Lyon	13
fp_055	Développer sa créativité photographique pour sa communication	jeu. 1 ^{er} / ven. 2	Paris	20
fp_074	Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ?	lun. 5 / mar. 6 / mer. 7		12
fp_104	Créer une vidéo en motion-design : mener à bien un projet d'infographie animée sous After Effects	lun. 5 au ven. 8		17
fp_108	Réussir le protocole territorial	mer. 7 / jeu. 8		21
fp_098	Maîtriser et utiliser les principes du langage clair	jeu. 8 / ven. 9		6
fp_023	Propriété intellectuelle et droit à l'image	jeu. 8 / ven. 9		11
fp_095	Concevoir et améliorer son journal interne	jeu. 8		10
fp_080	Définir et animer sa stratégie éditoriale sur Instagram	lun. 12 / mar. 13		16
MARS				
fp_109	Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable	lun. 11 / mar.12 / mer. 13		6
fp_037	Libérer sa créativité dans les affiches et flyers	lun. 11 / mar. 12	Paris	20

fp_049	Évaluer sa communication interne	lun. 11 / mar. 12	Lyon	10
fp_002	Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence	lun. 11 / mar. 12	Lyon	8
fp_088	Évaluer la performance de sa communication et la piloter	mar. 12 / mer. 13 / jeu. 14	📶	19
fp_076	Construire sa stratégie digitale et réussir sa présence sur les réseaux sociaux	mar. 12 / mer. 13 / jeu. 14	📶	16
fp_077	Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone	mer. 13 / jeu. 14 / ven. 15	📶	18
fp_032	Intégrer les outils de l'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle	jeu. 14	Lyon	8
fp_024	Concevoir et utiliser une infographie	jeu. 14 / ven. 15	Lyon	17
fp_013	Les bases juridiques de la communication publique	jeu. 14	Lyon	11
fp_008	Communiquer autour du projet et du bilan de mi-mandat	ven. 15	Paris	9
fp_078	Optimiser son intranet ou créer un réseau social interne	lun. 18 / mar. 19 / mer. 20	📶	10
fp_025	Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ?	lun. 18 / mar. 19	Lyon	12
fp_125	Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio	lun. 18 / mar. 19	📶	18
fp_083	Gestion de projet : bien conduire son action de communication	lun. 18 / mar. 19	📶	19
fp_091	Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale	lun. 18 / mar.19	📶	9
fp_090	Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter son territoire et ses projets	lun. 18 / mar. 19	Paris	13
fp_110	Mettre en place une démarche de marketing territorial	mer. 20 / jeu. 21	📶	22
fp_111	Relations usagers : gérer l'impact d'une GRU sur la communication, les équipes, les usagers	jeu. 21 / ven. 22	📶	22
fp_041	Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité	jeu. 21 / ven. 22	Lyon	21
fp_031	Écrire pour le web et piloter le cycle de vie de ses contenus	jeu. 21 / ven. 22	Paris	15
fp_121	Utiliser Facebook pour les collectivités	lun. 25 / mar. 26	📶	15
fp_101	Concevoir et dynamiser sa newsletter	lun. 25 / mar. 26	📶	18
fp_130	Utiliser l'intelligence collective pour co-construire une démarche projet	lun. 25 / mar. 26	📶	23
fp_030	Révéler son territoire pour ancrer sa communication institutionnelle	mar. 26	Lyon	22
fp_034	Créer une vidéo en motion-design : mener à bien un projet d'infographie animée sous After Effects	mar. 26 / mer. 27 / jeu. 28	Lyon	17
fp_039	Réussir sa concertation : concevoir, mobiliser, animer, écouter, restituer, décider	mer. 27 / jeu. 28	Paris	20
fp_113	Créer et animer un réseau de correspondants pour dynamiser sa communication	jeu. 28	📶	12
fp_131	Rédiger sa charte de sobriété éditoriale	jeu. 28 / ven. 29	📶	7
fp_095	Concevoir et améliorer son journal interne	jeu. 28 / ven. 29	📶	10
fp_046	Réussir le protocole territorial	jeu. 28	Lyon	21
AVRIL				
fp_100	Améliorer le rapport texte-image de son journal	mar. 2 au ven. 5	📶	14
fp_092	Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence	mar. 2 / mer. 3 / jeu. 4	📶	8
fp_004	Dynamiser la communication de son institution : cerner les enjeux, clarifier sa stratégie	mer. 3 / jeu. 4 / ven. 5	Paris	8
fp_059	Inclure le handicap dans sa communication : adapter et valoriser ses actions	jeu. 4 / ven. 5	Paris	7
fp_065	Concevoir un planning éditorial plurimédia cohérent	jeu. 4	Paris	12
fp_062	Maîtriser et utiliser les principes du langage clair	jeu. 4	Lyon	6

fp_067	Définir et animer sa stratégie éditoriale sur Instagram	ven. 5	Lyon	16
fp_081	Utiliser X (anciennement Twitter) pour les collectivités	lun. 8 / mar. 9		15
fp_125	Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio	jeu. 18 / ven. 19		18
fp_083	Gestion de projet : bien conduire son action de communication	jeu. 18 / ven. 19		19
fp_112	Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat	mer. 24 / jeu. 25 / ven.26		14

MAI				
fp_051	Adapter sa communication en direction des usagers et favoriser l'inclusion numérique	lun. 13 / mar. 14	Paris	6
fp_105	Planifier sa communication en situation sensible ou en temps de crise	mer. 15 / jeu. 16 / ven. 17		19
fp_076	Construire sa stratégie digitale et réussir sa présence sur les réseaux sociaux	mer. 15 / jeu. 16 / ven. 17		16
fp_043	Rédiger sa charte de sobriété éditoriale	jeu. 16	Lyon	7
fp_014	Réseaux sociaux : cadre légal et rappel des limites pour les fonctionnaires	jeu. 16	Paris	11
fp_087	Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn	jeu. 23 / ven. 24		16
fp_055	Développer sa créativité photographique pour sa communication	jeu. 23 / ven. 24	Lyon	20
fp_042	Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité	jeu. 23 / ven. 24	Lyon	21
fp_022	Améliorer le rapport texte-image de son journal	lun. 27 / mar. 28 / mer. 29	Paris	14
fp_118	Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique	lun. 27 / mar. 28 / mer. 29		13
fp_047	Mettre en place une démarche de marketing territorial	mar. 28	Paris	22
fp_064	Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales	mar. 28 / mer. 29	Paris	23
fp_077	Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone	mer. 29 / jeu. 30 / ven. 31		18
fp_078	Optimiser son intranet ou créer un réseau social interne	mer. 29 / jeu. 30 / ven. 31		10
fp_035	Gestion de projet : bien conduire son action de communication	jeu. 30	Paris	19
fp_063	Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio	ven. 31	Paris	18

JUIN				
fp_130	Utiliser l'intelligence collective pour co-construire une démarche projet	lun. 3 / mar. 4 / mer. 5		23
fp_015	Propriété intellectuelle et droit à l'image	lun. 3	Lyon	11
fp_129	Révéler son territoire pour ancrer sa communication institutionnelle	jeu. 6 / ven. 7		22
fp_001	Maîtriser la communication des collectivités locales : enjeux, acteurs, pratiques	jeu. 6 / ven. 7	Lyon	9
fp_122	Concevoir et utiliser une infographie	lun. 10 / mar. 11 / mer. 12		17
fp_086	Libérer sa créativité dans les affiches et flyers	lun. 10 / mar. 11 / mer. 12		20
fp_124	Dynamiser la communication de son institution : cerner les enjeux, clarifier sa stratégie	lun. 10 au jeu. 13		8
fp_055	Développer sa créativité photographique pour sa communication	lun. 10 / mar. 11	Paris	20
fp_003	Évaluer la performance de sa communication et la piloter	lun. 10 / mar. 11	Paris	19
fp_017	Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne	lun. 10 / mar. 11	Paris	10
fp_007	Utiliser Facebook pour les collectivités	mar. 11	Paris	15
fp_085	Inclure le handicap dans sa communication : adapter et valoriser ses actions	mer. 12 / jeu. 13 / ven. 14		7
fp_118	Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique	mer. 12 / jeu. 13 / ven. 14		13

fp_127	Les bases juridiques de la communication publique	jeu. 13 / ven. 14		11
fp_113	Créer et animer un réseau de correspondants pour dynamiser sa communication	lun. 17 / mar. 18		12
fp_074	Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ?	lun. 17 / mar. 18 / mer. 19		12
fp_008	Communiquer autour du projet et du bilan de mi-mandat	jeu. 20	Lyon	9
fp_050	Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale	jeu. 20 / ven. 21	Paris	9
fp_090	Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter son territoire et ses projets	jeu. 20 / ven. 21	Lyon	13
fp_132	Perfectionner ses vidéos : production, réalisation, diffusion	jeu. 20 / ven. 21		18
fp_094	Évaluer sa communication interne	lun. 24 / mar. 25 / mer. 26		10
fp_106	Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité	mer. 26 / jeu. 27 / ven. 28		21
fp_079	Maîtriser le community management et la conversation multicanale	mer. 26 / jeu. 27 / ven. 28		17
fp_026	Concevoir et améliorer sa newsletter	jeu. 27	Paris	18
JUILLET				
fp_057	Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat	lun. 8 / mar. 9	Lyon	14
SEPTEMBRE				
fp_093	Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne	lun. 16 / mar. 17 / mer. 18		10
fp_115	Adapter sa communication en direction des usagers et favoriser l'inclusion numérique	lun. 16 / mar. 17 / mer. 18		6
fp_090	Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter son territoire et ses projets	lun. 16 / mar. 17	Paris	13
fp_133	Intégrer les outils de l'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle	mar. 17 / mer. 18		8
fp_002	Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence	mar. 17 / mer. 18	Lyon	8
fp_083	Gestion de projet : bien conduire son action de communication	jeu. 19 / ven. 20		19
fp_039	Réussir sa concertation : concevoir, mobiliser, animer, écouter, restituer, décider	jeu. 19 / ven. 20	Lyon	20
fp_098	Maîtriser et utiliser les principes du langage clair	jeu. 19 / ven. 20		6
fp_128	Réseaux sociaux : cadre légal et rappel des limites pour les fonctionnaires	jeu. 19 / ven. 20		11
fp_111	Relations usagers : gérer l'impact d'une GRU sur la communication, les équipes, les usagers	jeu. 19 / ven. 20		22
fp_023	Propriété intellectuelle et droit à l'image	jeu. 19 / ven. 20		11
fp_075	Écrire pour le web et piloter le cycle de vie de ses contenus	mar. 24 au ven. 27		15
fp_118	Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique	mer. 25 / jeu. 26 / ven. 27		13
fp_059	Inclure le handicap dans sa communication : adapter et valoriser ses actions	jeu. 26 / ven. 27	Lyon	7
fp_054	Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone	jeu. 26 / ven. 27	lyon	18
fp_049	Évaluer sa communication interne	jeu. 26 / ven. 27	Paris	10
fp_025	Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ?	jeu. 26 / ven. 27	Paris	12
fp_125	Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio	jeu. 26 / ven. 27		18
fp_006	Utiliser X (anciennement Twitter) pour les collectivités	ven. 27	Lyon	15
fp_003	Évaluer la performance de sa communication et la piloter	30 sept. au 1 ^{er} oct.	Lyon	19
fp_015	Propriété intellectuelle et droit à l'image	30 sept. au 1er oct.	Lyon	11
fp_080	Définir et animer sa stratégie éditoriale sur Instagram	30 sept. au 1er oct.		16

OCTOBRE

fp_104	Créer une vidéo en motion-design : mener à bien un projet d'infographie animée sous After Effects	mar. 1er au ven. 4		17
fp_132	Perfectionner ses vidéos : production, réalisation, diffusion	jeu. 3 / ven. 4		18
fp_101	Concevoir et améliorer sa newsletter	jeu. 3 / ven. 4		18
fp_057	Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat	jeu. 3 / ven. 4	Paris	14
fp_109	Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable	lun. 7 / mar. 8 / mer. 9		6
fp_040	Utiliser l'intelligence collective pour co-construire une démarche projet	lun. 7 / mar. 8	Paris	23
fp_056	Planifier sa communication en situation sensible ou en temps de crise	lun. 7 / mar. 8	Lyon	19
fp_032	Intégrer les outils de l'intelligence artificielle dans sa pratique professionnelle	mar. 8	Paris	8
fp_007	Utiliser Facebook pour les collectivités	mar. 8	Lyon	15
fp_091	Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale	mer. 9 / jeu. 10 / ven. 11		9
fp_064	Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales	mer. 9 / jeu. 10	Lyon	23
fp_110	Mettre en place une démarche de marketing territorial	mer. 9 / jeu. 10		22
fp_087	Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn	mer. 9 / jeu. 10		16
fp_013	Les bases juridiques de la communication publique	jeu. 10	Paris	11
fp_030	Révéler son territoire pour ancrer sa communication institutionnelle	jeu. 10	Paris	22
fp_024	Concevoir et utiliser une infographie	jeu. 10 / ven. 11	Paris	17
fp_012	Créer et animer un réseau de correspondants pour dynamiser sa communication	ven. 11	Lyon	12
fp_096	Concevoir un planning éditorial plurimédia cohérent	lun. 14 / mar. 15		12
fp_055	Développer sa créativité photographique pour sa communication	lun. 14 / mar. 15	Lyon	20
fp_131	Rédiger sa charte de sobriété éditoriale	mar. 15 / mer. 16		7
fp_089	Maîtriser la communication des collectivités locales : enjeux, acteurs, pratiques	mer. 16 / jeu. 17 / ven. 18		9
fp_017	Bâtir ou renforcer sa stratégie de communication interne	jeu. 17 / ven. 18	Lyon	10
fp_042	Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité	jeu. 17 / ven. 18	Paris	21
fp_086	Libérer sa créativité dans les affiches et flyers	lun. 21 / mar. 22 / mer. 23		20
fp_018	Concevoir et améliorer son journal interne	mar. 22	Lyon	10
fp_076	Construire sa stratégie digitale et réussir sa présence sur les réseaux sociaux	mer. 23 / jeu. 24 / ven. 25		16
fp_112	Évaluer son journal et réaliser une étude de lectorat	lun. 28 / mar. 29 / mer. 30		14

NOVEMBRE

fp_102	Réussir sa concertation : concevoir, mobiliser, animer, écouter, restituer, décider	mer. 6 / jeu. 7 / ven. 8		20
fp_074	Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ?	mer. 6 / jeu. 7 / ven. 8		12
fp_095	Concevoir et améliorer son journal interne	mer. 6 / jeu. 7		10
fp_031	Écrire pour le web et piloter le cycle de vie de ses contenus	jeu. 7 / ven. 8	Lyon	15
fp_129	Révéler son territoire pour ancrer sa communication institutionnelle	jeu. 7 / ven. 8		22
fp_052	Relations usagers : gérer l'impact d'une GRU sur la communication, les équipes, les usagers	jeu. 7	Paris	22
fp_074	Journal territorial, site web et réseaux sociaux : quelle articulation efficace ?	mar. 12 / mer. 13 / jeu. 14		12
fp_037	Libérer sa créativité dans les affiches et flyers	mar. 12 / mer. 13	Lyon	20

fp_105	Planifier sa communication en situation sensible ou en temps de crise	mer. 13 / jeu. 14 / ven. 15		19
fp_079	Maîtriser le community management et la conversation multicanale	mer. 13 / jeu. 14 / ven. 15	 En ligne	17
fp_004	Dynamiser la communication de son institution : cerner les enjeux, clarifier sa stratégie	mer. 13 / jeu. 14 / ven. 15	Lyon	8
fp_065	Concevoir un planning éditorial plurimédia cohérent	mer. 13	Lyon	12
fp_062	Maîtriser et utiliser les principes du langage clair	jeu. 14	Paris	6
fp_026	Concevoir et améliorer sa newsletter	jeu. 14	Lyon	18
fp_121	Utiliser Facebook pour les collectivités	jeu. 14 / ven. 15		15
fp_043	Rédiger sa charte de sobriété éditoriale	ven. 15	Lyon	7
fp_035	Gestion de projet : bien conduire son action de communication	ven. 15	Lyon	19
fp_014	Réseaux sociaux : cadre légal et rappel des limites pour les fonctionnaires	ven. 15	Lyon	11
fp_067	Définir et animer sa stratégie éditoriale sur Instagram	lun. 18	Paris	16
fp_094	Évaluer sa communication interne	lun. 18, mar. 19 / mer. 20		10
fp_092	Le plan de communication : outil de pilotage et de cohérence	lun. 18 / mar. 19 / mer. 20		8
fp_051	Adapter sa communication en direction des usagers et favoriser l'inclusion numérique	lun. 18 / mar. 19	Lyon	6
fp_015	Propriété intellectuelle et droit à l'image	lun. 18	Paris	11
fp_088	Évaluer la performance de sa communication et la piloter	mar. 19 / mer. 20 / jeu. 21		19
fp_099	Réussir ses prises de parole en public par les techniques théâtrales	mar. 19 / mer. 20 / jeu. 21		23
fp_123	Intéresser, argumenter, toucher : le récit pour raconter son territoire et ses projets	mar. 19 / mer. 20 / jeu. 21	 En ligne	13
fp_127	Les bases juridiques de la communication publique	jeu. 21 / ven. 22	 En ligne	11
fp_108	Réussir le protocole territorial	jeu. 21 / ven. 22		21
fp_050	Améliorer la participation des citoyens à l'action publique locale	jeu. 21 / ven. 22	Lyon	9
fp_061	Construire et optimiser sa communication sur LinkedIn	ven. 22	Lyon	16
fp_047	Mettre en place une démarche de marketing territorial	ven. 22	Lyon	22
fp_109	Concevoir et mettre en œuvre un événement responsable	lun. 25 / mar. 26 / mer. 27		6
fp_122	Concevoir et utiliser une infographie	lun. 25 / mar. 26 / mer. 27		17
fp_095	Concevoir et améliorer son journal interne	lun. 25 / mar. 26		10
fp_081	Utiliser X (anciennement Twitter) pour les collectivités	lun. 25 / mar. 26		15
fp_001	Maîtriser la communication des collectivités locales : enjeux, acteurs, pratiques	lun. 25 / mar. 26	Paris	9
fp_063	Concevoir, produire et diffuser un programme de podcasts radio	mar. 26	Lyon	18
fp_077	Concevoir et produire des vidéos avec un smartphone	mer. 27 / jeu. 28 / ven. 29		18
fp_107	Développer une stratégie d'influence pour sa collectivité	mer. 27 / jeu. 28 / ven. 29		21
fp_078	Optimiser son intranet ou créer un réseau social interne	mer. 27 / jeu. 28 / ven. 29		10
fp_034	Créer une vidéo en motion-design : mener à bien un projet d'infographie animée sous After Effects	mer. 27 / jeu. 28 / ven. 29	Paris	17
fp_021	Écrire pour être lu : maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique	jeu. 28 / ven. 29	Paris	13
fp_041	Développer les relations presse dans la communication de sa collectivité	jeu. 28 / ven. 29	Paris	21
fp_040	Utiliser l'intelligence collective pour co-construire une démarche projet	jeu. 28 / ven. 29	Lyon	23

(IN)FORMEZ VOUS !

SE FORMER SUR-MESURE AVEC LA FORMATION INTRA

Sur votre demande et à partir de vos objectifs, Cap'Com élabore des programmes de formation sur mesure : développement de compétences collectives, appropriation d'outils partagés, cohésion d'équipe, harmonisation des pratiques.

POUR CONSTRUIRE VOTRE PROJET DE FORMATION

Contactez-nous ou faites-nous parvenir vos consultations ou appels d'offre.

INTRA@CAP-COM.ORG

T : 04 72 65 18 28

LES FORMATEURS S'APPUIENT SUR DES CAS CONCRETS DE VOTRE QUOTIDIEN.

Vous élaborez collectivement les outils méthodologiques qui vous seront utiles.

UNE SOLUTION ÉCONOMIQUE

- ★ En étant accueilli dans vos locaux, économisez sur les frais de transport, d'hébergement et sur les temps de déplacement.
- ★ Mutualisez les frais pédagogiques sur l'ensemble des stagiaires : le coût de la formation étant forfaitaire.

UNE ANIMATION PÉDAGOGIQUE PERTINENTE

Choisissez votre format : sessions individuelles ou collectives, intra ou interservices pour faire le lien entre service communication, cabinet, élus et tous ceux amenés à communiquer dans votre institution.

GARDEZ LE LIEN

Cap'Com fédère, anime et représente les professionnels de la communication publique et territoriale. Une large palette d'outils et services est disponible.

S'INFORMER

TOUTES LES RESSOURCES SUR **WWW.CAP-COM.ORG**

Point commun, l'actualité de la communication publique et territoriale.

Les Cahiers, une année de communication publique en cahiers d'initiatives et tendances.

Commonality, l'actualité de la communication publique en langue anglaise, pour élargir les horizons et le partage de pratiques

ÉCHANGER

Les listes de discussion

Les réseaux sociaux (LinkedIn, X (anciennement Twitter), Facebook)

CONTRIBUER

- ★ Les prix et récompenses de la com publique
- ★ Les groupes de travail
- ★ Le Comité de pilotage
- ★ Une centaine de professionnels et observateurs de la communication publique réfléchit aux évolutions du métier et oriente les activités de Cap'Com.



FORMEZ-VOUS EN RÉSEAU !

Les Rencontres nationales et le Forum Cap'Com réunissent de 150 à un millier de 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

- ★ #RelationsPresse • Paris • **2 février 2024**
- ★ #cominterne • Paris • **18 et 19 mars 2024**
- ★ #markterr • **30 et 31 mai 2024**
- ★ #comnumerique • **automne 2024**

Les programmes sont conçus avec des groupes d'experts pour chaque thématique. Ils viennent soutenir la réflexion stratégique, le partage de bonnes pratiques et la découverte de nouveaux territoires de communication.



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.

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...



SESSIONS 2023

5 • 6 • 7 DÉCEMBRE 2023 • 35^E ÉDITION

TOULOUSE

**1000
PARTICIPANTS**

3 JOURS

POUR SE FORMER SUR LES
ENJEUX DE COM PUBLIQUE
DU MOMENT



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